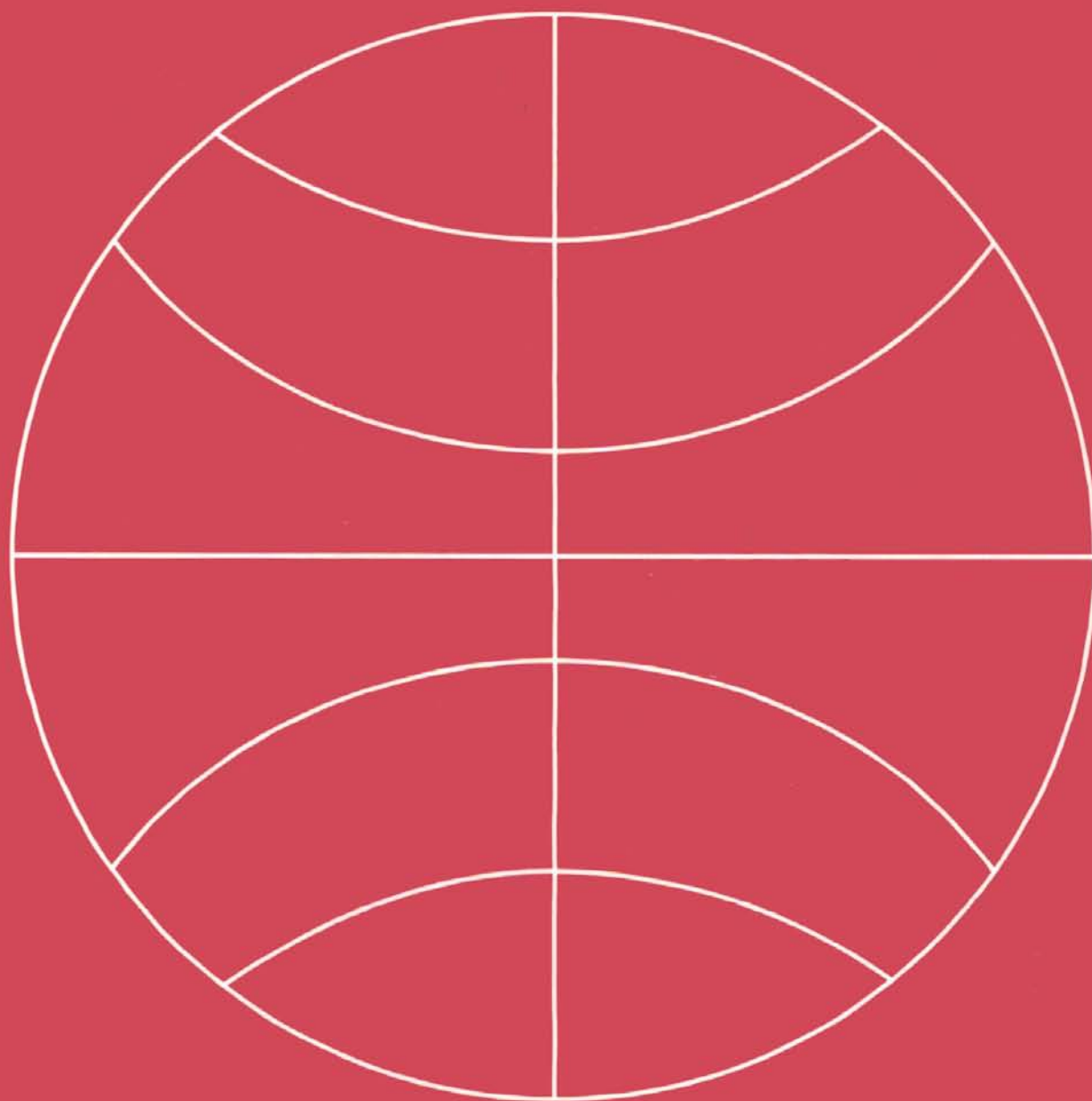

**FEDERACIÓN NACIONAL DE
CAFETEROS DE COLOMBIA**



Ensayos sobre

ECONOMIA CAFETERA

No. 19

Ensayos sobre

ECONOMIA CAFETERA



Ensayos sobre ECONOMÍA CAFETERA

DIRECCIÓN

Gerencia General Federación

CONSEJO EDITORIAL

Gabriel Silva Luján
Luis Genaro Muñoz Ortega
Catalina Crane Arango
Diego Pizano Salazar
Cynthia Mercer Castillo
Andrés Valencia Pinzón

EDICIÓN Y REDACCIÓN

José Chalarca

DIAGRAMACIÓN Y FOTOCOMPOSICIÓN

Común Presencia Editores

IMPRESIÓN

Común Presencia Editores
Telefax:3450301

Año 16 No. 19

Enero - Diciembre 2003

La opinión de los colaboradores no compromete el pensamiento de la *Federación Nacional de Cafeteros* y es de su exclusiva responsabilidad.

EDITORIAL

Gabriel Silva Luján

5

EL ESTUDIO DE COMPETITIVIDAD DE CADENAS INTEGRADAS EN EL BRASIL

María Sylvia Macchione Saes y Douglas Nakazone

11

LA CRISIS CAFETALERA: EFECTOS Y ESTRATEGIAS PARA HACERLE FRENTE -REGIÓN CENTROAMERICANA-

**Panos Varangis, Paul Siegel, Bryan Lewin,
Daniele Giovannucci**

69

NORMAS, COMERCIO Y EQUIDAD:LECCIONES DE LA INDUSTRIA DE LOS CAFÉS ESPECIALES

Stefano Ponte

131

EL PAPEL DEL CRÉDITO EN LAS INSTITUCIONES CAFETERAS COLOMBIANAS

Fidel Cuéllar Boada

165

EVOLUCIÓN DE LA DISTRIBUCIÓN DE LAS FINCAS CAFETERAS HACIA UNA REGINOALIZACIÓN DE LA CAFICULTURA COLOMBIANA

Julián García

193

ANEXO ESTADÍSTICO

213

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.

Estudio de competitividad de las cadenas integradas en el Brasil

IMPACTO DE LAS ZONAS DE LIBRE COMERCIO

CADENA DE CAFÉ, NOTA TÉCNICA FINAL

**Maria Sylvia Macchione Saes
y Douglas Nakazone ***

Traducción: José Chalarca

RESUMEN EJECUTIVO

Brasil es el mayor productor y exportador de café, con una participación promedio del 24% en las últimas exportaciones mundiales. La producción agrícola representa un poco más del 2.4% del comercio exterior brasileño. En el 2001, el valor agregado de esa producción fue de 3.3 billones de dólares. En los últimos años, en razón de la baja en las cotizaciones internacionales del producto, el café dejó de ser el principal ítem de la gama de exportación agrícola y quedó atrás del complejo soya, azúcar y carne de pollo.

El elemento tradicional de competitividad del café es el costo de producción, que determina las ventajas comparativas de un país determinado en relación con los otros. En la producción de café arábica Brasil es el país con menores costos lo que, sumado a la productividad garantiza el mantenimiento y el crecimiento de la participación en el mercado internacional. En el caso del café robusta, Vietnam, el segundo productor mundial, supera en mucho la productividad me-

dia brasilera, en razón a su sistema de cultivo intensivo. Este país tiene, también, un costo de producción más competitivo. Como resultado, se observa la pérdida de participación de la producción brasileña en algunos mercados, en los cuales el café robusta también se ha mostrado mucho más como un buen sustituto para complementar al café arábico brasilero en la composición de las mezclas. No obstante el costo de producción sea el factor más importante para determinar la competitividad, es preciso resaltar que el mercado de cafés especiales es el de mayor crecimiento en el mundo. El Brasil se ha mantenido como un proveedor de volumen, mientras que los cafés de Colombia, Guatemala, Costa Rica y Kenia, entre otros, son más valorizados y reciben un premio por su calidad. El Brasil dejó que se consolidara una imagen de gran productor de un tipo único de café: Santos, mientras que otros países atacan fuertemente en imagen y calidad.

Vale observar que el Brasil tiene ventajas, con relación a los otros productores, por poseer un parque cafetero complejo y diverso, que produce una gran variedad de tipos de bebidas. En este sentido, el principal obstáculo competitivo para entrar en el mercado de especiales, es la coordinación entre los distintos segmentos de la producción. La práctica de comercialización es-

* Documento elaborado por los consultores Maria Sylvia Macchione Saes y Douglas Nakazone, con apoyo en el área de acceso a mercados del consultor André Meloni Nassar, de la Universidad Estatal de Campinas, del Ministerio de Desarrollo, de la Industria y de Comercio Exterior (MDIC), Ministerio da Ciencia y Tecnología (MCT), Financiera de Estudios y Proyectos (FINEP). Este trabajo es el resultado del contrato entre a FECAMP (Fundación de Economía de Campinas) y la FIPE (Fundación Instituto de Investigaciones Económicas). Coordinación General del Proyecto: Luciano G. Coutinho (NEIT-IE-UNICAMP), Mariano F. Laplane (NEIT-IE-UNICAMP), David Kupfer (IE-UFRJ) y Elizabeth Farina (FEA-USP).

tablecida en el mercado brasilero es la carencia de valorización del grano de calidad. Como consecuencia de esa selección adversa, el productor deja de lado la calidad. El resultado es el predominio de un café con gran cantidad de defectos.

En los últimos años se ha dado un movimiento intenso hacia la búsqueda de la calidad y la capacitación tecnológica en todas las regiones productoras. Se ha hecho especial énfasis en la fertilización y la introducción de un nuevo tipo de beneficio para obtener café descerezado. En ese sentido ha liderado un proceso tecnológico con grandes perspectivas de incrementar su participación en el mercado internacional.

INDUSTRIA- SOLUBLE Y TOSTADO Y MOLIDO

La industria de soluble está dirigida, prácticamente, hacia el mercado externo y su expansión enfrenta tres tipos de dificultades. En primer término, el crecimiento en la producción de café robusta en Asia aumenta el diferencial de precios entre la materia prima del soluble en el mercado externo y en el Brasil y favorece las industrias localizadas en el mercado internacional. En segundo término, el café soluble brasilero enfrenta barreras arancelarias en la Unión Europea en cuanto las industrias de los países participantes están exentas de tasas de importación bajo el argumento de una política para combatir el narcotráfico o se gravan con un porcentaje menor, como en el caso de México y la India. Finalmente, la cuestión tributaria genera distorsiones que reducen la competitividad del café brasilero.

Por su parte, la industria de café tostado y molido está dirigida hacia el mercado interno y ha registrado un gran proceso de consolidación con el ingreso de empresas multinacionales. El gran atractivo del mercado brasilero se debe al hecho de que el Brasil es el segundo mayor consumidor de café en el mundo. El ingreso del café tostado y molido brasileño al mercado internacional puede constituir una buena oportunidad. Los altos márgenes de ganancia de las empresas ya establecidas hacen posible la disminución de las barreras a la entrada y constituyen un fuerte incentivo para las empresas brasileras.

BARRERAS TARIFARIAS Y APERTURA

El café verde no enfrenta barreras tarifarias. No ocurre lo mismo con el café industrializado. Otros tipos de producto, como preparaciones a base de soluble y sustitutos de café que contienen café tienen tarifas elevadas en los Estados Unidos y en la Unión Europea. El mayor problema de las estructuras tarifarias en las dos regiones reside en el hecho de que el Brasil no se beneficia del mismo tratamiento tarifario en los países que hacen parte de los Sistemas Generales de Preferencia (SGP). Eso significa que la desgravación tarifaria o la expansión del principio de Nación Más Favorecida para los SPG, elevaría mucho la competitividad del café soluble y tostado y molido de procedencia brasileña.

Así el Brasil sea muy competitivo en la producción agraria hay que tener en cuenta que la liberización posibilita el ingreso de café verde de los países productores miembros del ALCA. Con relación al café verde de los países de Asia y África, se debe definir una norma de origen que prohíba la triangulación. Los países del bloque quedarían entonces impedidos para exportar productos de otros que no participen en la zona de libre comercio, con la tarifa interna. Ahora la posibilidad de utilización de mecanismos como draw-back para la importación de café robusta podría incrementar la competitividad de la industria de soluble sin que amenace fuertemente la producción nacional. Precisa alertar que tal mecanismo no se puede convertir en estrategia de financiamiento para las industrias con plazos y derechos que generen desventaja para el sector agrícola.

El ingreso de café de los países productores miembros del ALCA se configura también como una oportunidad que posibilita a las torrefactoras brasileras configurar mezclas mas variadas, lo que puede aumentar sus posibilidades de ingreso al mercado internacional.

PROPUESTA DE POLÍTICAS

Se sabe que la competitividad futura no depende solamente de los aspectos tributarios sino también de un paquete de estrategias individuales y colectivas. Por eso más allá del propósito de

remoción de barreras tarifarias contra el café brasileiro está el negociar la inclusión del Brasil en el SGP (Sistema General de Preferencias) dispuestos a seguir políticas públicas y acciones privadas necesarias para mejorar o mantener la posición competitiva de la empresa agrícola cafetera. Estas propuestas se discutieron en dos workshop realizados con representantes del sector.

(I) Creación de unos centros de información de café; (II) Fomentar investigaciones que permitan el uso alternativo de cafés de baja calidad; (III) Adoptar políticas de eliminación de las distorsiones tributarias; (IV) Incentivar la utilización de MB&F; (V) Incentivar la utilización del mercado futuro, CPR y contratos de Opción; (VI) Negociar la inclusión del café descerezado brasileiro en la Bolsa de Nueva York; (VII) Fomentar investigaciones para el desarrollo de procesos fisicoquímicos en el análisis sensorial; (VIII) Reglamentación técnica en el reconocimiento del certificado de origen y negociación de normas técnicas y reglas de origen; (IX) Defender la armonización de reglas de autosostenibilidad y divulgar las buenas prácticas adoptadas en las plantaciones brasileras; (X) Incentivar la adopción de prácticas de irrigación que ahorren agua; (XI) Dar continuidad a las asociaciones entre gobierno/sector privado/instituciones para la realización de investigaciones; (XII) incentivar la diversificación de la producción agrícola y la buena administración de la propiedad rural; (XIII) Negociar la inclusión del Brasil en SGP; (XIV) Divulgar líneas de financiación para la exportación de café tostado y molido y soluble; (XV) Divulgar planes de financiación para la importación de maquinaria de empaque y embalaje y mejorar la exención tarifaria; (XVI) Adquirir marcas de empresas de café tostado ya establecidas en el mercado internacional; (XVII) Dar continuidad al programa Sebrae de capacitación técnica y gerencial para las empresas torrefactoras y crear un centro para la exportación; (XVIII) Posibilitar la importación de café ver-

de para la industria; (XIX) Eliminar barreras tarifarias. Finalmente, no tiene sentido pensar el café en términos de estrategias de políticas intervencionistas, como en el pasado. El café ya no es un producto estratégico para el Brasil, como hasta la década del 70, en la cual la tasa de cambio estaba relacionada directamente con su desempeño comercial. Además de eso, la entrada de nuevos productores al mercado volvió inocua cualquier tentativa de restricción de la oferta, tal como ocurrió en el 2000. Las políticas para el sector deben estar unidas a los intereses competitivos de la empresa agrícola, dando condiciones al sector privado para implementar estrategias. No hay razón para trazar políticas centralistas, cuando la agroindustria del café entraña una gran diversidad de grupos estratégicos en todos sus segmentos. Los grupos estratégicos dirigidos hacia los cafés especiales tienen intereses y demandas distintas de aquellos que están dirigidos al mercado de volumen.

INTRODUCCIÓN

En el 2001 el valor agregado de la caficultura fue de US\$ 3.2 billones¹. La agroempresa cafetera representa un poco más del 2.4% del comercio exterior brasileiro. En los últimos años, en razón del descenso de las cotizaciones internacionales del grano, el café dejó de ser el principal renglón dentro de la exportación del sector agrícola del Brasil. En el 2001 las exportaciones de café quedarán atrás del complejo soya, azúcar y carne de pollo.

EL café da empleo a cerca de 3.5 millones de personas, de acuerdo con estimativo realizado a partir de los datos del IBGE, lo que lo constituye en uno de los sectores con mayor capacidad de generación de empleo del país. Simulaciones efectuadas por NAJBERG & IKEDA (2001) señalan que, dado un aumento de producción de R\$ 10 millones en la industria cafetera, la caficultura demandaría un total de 960 empleos, 51

1. El estimativo del valor agregado de la agroindustria cafetera en el 2001, se obtuvo de la siguiente forma. A- valor de la producción industrial (consumo de 13.5 millones de sacos de 60 kilos -20% de pérdida en la industrialización = 648 millones de kilos x US\$2,48/kg=1.6billones + soluble mercado interno (631.000 sacos x impuesto de extracción de 0.40= 15.1 millones de kg x US\$ 16.14kg= 244.4 millones)= US\$ 1,844; b exportación = US\$ 1,33 billones(verde y soluble. Valor adicionado a+b= US\$3,17 billones. Se consideran los precios promedio de los productos. Desaparecen las variaciones en existencias.

directos, 529 indirectos y 380 relativos al efecto rendimiento ².

La gran capacidad para generar empleos hace posible que el sector contribuya significativamente al mejoramiento de las condiciones de vida de la población brasilera. Una encuesta realizada en los principales municipios productores de café del Brasil, revela que todos se ubican en los grupos medio y alto dentro del Índice de Desarrollo Humano (IDH.) ³ Dos tercios de los municipios que tienen como actividad principal la producción de café está entre los 30% mayores. La contribución de la caficultura al desarrollo humano de la región obedece a la complejidad de la cadena productiva que requiere, en diferentes proporciones, mano de obra calificada y no calificada. Con eso la agroindustria del café acaba siendo un buen distribuidor de la renta, lo que es una de las precondiciones para el desarrollo económico y humano. Además, la agricultura de explotación familiar responde por cerca del 25% de la producción brasilera de café, de acuerdo con las investigaciones del Incra y de la FAO.

Estos indicadores dan cuenta de la importancia que la agroindustria tiene para la sociedad y la economía del Brasil. De ahí la significación de este trabajo que busca analizar la competitividad de la cadena productiva de café, teniendo a la vista la constitución del Área de Libre Comercio de América Latina (ALCA) y la creación de un acuerdo de libre comercio entre el MERCOSUR y la Unión Europea (UE).

El café verde no tiene barreras tributarias lo que no ocurre con el café industrializado. En la consolidación de la apertura comercial, hay que pensar prospectivamente, esto es, sobre las posibilidades potenciales de la agroindustria brasilera de incrementar el valor agregado de sus exportaciones. Esto podría ocurrir por el incremento de las exportaciones de soluble, de café tostado y molido y de otros derivados, también por el mejoramiento de la calidad del grano verde exportado. Se debe considerar también las amenazas de

entrada de cafés de otros orígenes al país, así el Brasil sea muy competitivo en la producción.

El estudio está dividido en cinco partes. Luego de la introducción, la Parte A analiza el ambiente institucional y organizacional del mercado de café y los cambios en las tendencias mundiales de la agroempresa abordando los factores relevantes que determinan el desempeño brasilero en el mercado. La Parte B aborda los cambios en las tendencias de la industria cafetera en el Brasil. La Parte C hace una síntesis comparativa de la competitividad brasilera y mundial. La Parte D analiza los desafíos competitivos en un ambiente de liberalización comercial. En último término, la Parte E se ocupa de las conclusiones y las propuestas relacionadas con la integración comercial y los impactos que se esperan en la agroindustria cafetera.

PARTE A

Ambiente Institucional y organizacional: la regulación y desregulación del mercado de café

El ambiente institucional de la agroindustria cafetera, definido como las "reglas del juego" en vigencia para los agentes de este sector, cumple un papel importante que ha influenciado la actuación de los diversos países productores. No es para menos, ya que el mercado del café tiene una larga historia de regulación iniciada a comienzos del siglo XIX. En esta época, el Brasil, que detentaba tres cuartos de la producción mundial y dependía básicamente del producto en términos de normas cambiarias (Gráfico 1), inició una política unilateral de sustentación de precios sobre la reglamentación del mercado brasilero de café. Hasta los primeros años de la década del 60, el Brasil hizo varias incursiones para implementar acuerdos que obligaran a las demás

2. El trabajo, que tiene como base el Modelo de Generación de Empleo del BANDES, calculó el número de empleos generados a partir de un aumento hipotético de producción de R\$ millones en cada uno de los 41 sectores de la economía, a precios de junio del 2001 la división de los sectores siguió la desagregación sectorial utilizada por el IBGE. El modelo abarca el empleo directo, el indirecto, que considera la introducción de la cadena productiva, aún el que se llama "empleo efecto ganancia", que corresponde a la ganancia de los trabajadores que se transforma en consumo, o sea que estimula la producción en otros sectores y realimenta el proceso de generación de empleo.
3. El IDH es una medida del bienestar de la población en un país, una región o un municipio que busca captar en qué medida cada sociedad permite a sus miembros el ejercicio de las opciones básicas. Para medirlo se consideran tres dimensiones: la longevidad, la educación y la renta. La expectativa de vida al nacer provee el indicador para la primera dimensión. La variable educación comprende la tasa de alfabetización de adultos y la tasa de matrícula en los niveles primario, secundario y superior. La renta está representada por el Producto Interno Bruto real per capita, ajustado para reflejar las diferencias entre países en la igualdad de poder de compra.

Gráfico 1. Participación del café en las exportaciones brasileñas (%)



Fuente: Bacha (1992) e Coffee Business

de ingreso en una política orientada a patrocinar la industrialización. O sea, tenía como objetivo: maximizar los ingresos a pesar de la conocida pérdida de participación en el mercado ⁴ (gráfico 1)

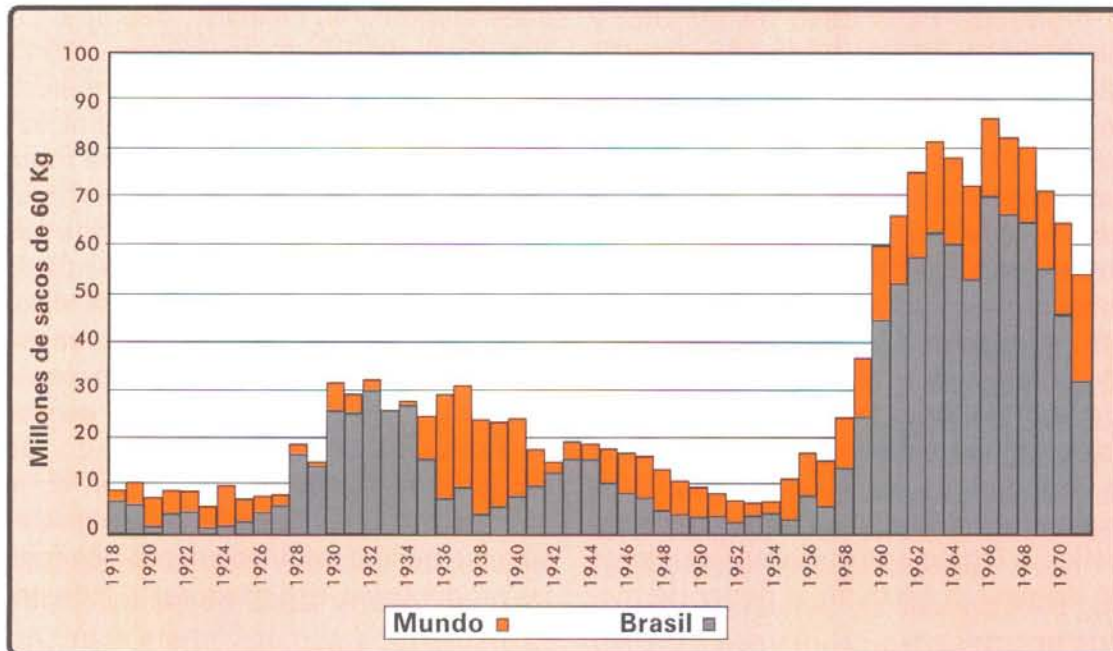
En 1962, se celebró el primer Acuerdo Internacional del Café (AIC) en el ámbito de la Organización Internacional del Café (OIC) que congregaba a 42 países productores y 25 países consumidores. A partir de entonces el mercado mundial pasó a ser sistemáticamente, con breves períodos de interrupción, objeto de una política de sustentación de precios, que se mantuvo hasta julio de 1989.

Como líder del mercado productor de café, el Brasil desempeñó un papel central en el suceso de la política de sustentación de precios en el mercado internacional. En muchas ocasiones, los acuerdos tuvieron efectividad porque el país se sometió a reducir su participación, comprometiéndose como ofertante residual, esto es, reteniendo los estoks (gráfico 2), mientras el resto de productores expandía su producción. Así,

naciones productoras a compartir el costo de la política de valorización. Con el fracaso de esas tentativas, el país tuvo que asumir sólo con la carga de la estabilización del mercado.

Hay que resaltar que el café brasileiro tenía una importancia macroeconómica, en términos

Gráfico 2. Existencias de café: Brasil y el mundo En millones de sacos de 60 Kg.



Fuente: Bacha (1992)

4. Delfim Netto, en entrevista para la Revista do Café en el 2001, evalúa la política cafetera de la época en los términos siguientes: "lo que pienso sobre el café es esto: que cumplimos el ciclo. El café fue un instrumento importantísimo para financiar el crecimiento de este país, él fue el catalizador de las inversiones, toda la malla férrea, los puertos, toda la energía, todo estuvo ligado al café. El café producía, en verdad, las divisas que se necesitaban para el comienzo de la industrialización. El café hizo al Brasil y el Brasil hizo el café. Pero hoy ya no —el café es un producto común".

la exportación brasilera quedaba definida por la diferencia entre la demanda mundial, en el nivel de precios establecidos por la política acordada dentro del AIC y la producción de los demás países exportadores.

Como resultado el Brasil fue reduciendo, paulatinamente, su participación en el mercado internacional. Al comenzar el siglo XX el país respondía por cerca del 80% de las exportaciones mundiales de café. En la década de los 50 esa participación se había reducido ya a cerca del 40% y, en la década de los ochentas, estaba en el 25%, conforme lo muestra el gráfico 3.

Al finalizar la década del 80, se observa una posición diferente del Brasil en las negociaciones de las cláusulas económicas del Acuerdo: no aceptar más reducciones en su participación en el mercado internacional. La decisión brasileña implicó el rompimiento del AIC en 1989 con relación a las cláusulas económicas, que determinan el sistema de cuotas.

El exceso de oferta mundial al inicio de los noventa, precipitó una caída vertiginosa de los precios y la crisis, no solamente para el sector, sino también para varios países cuya economía depende significativamente de los ingresos que genera el producto. Es el caso de Burundi y Ruanda, países en los que el café representa más del 80% de los ingresos por sus exportaciones totales. Otros países como Guatemala, Costa Rica y Kenia tampoco tienen alternativas de ingreso de divisas: o siembran café o café. Esta situación crítica llevó a la creación de un nuevo organismo de regulación, la APPC (Asociación de Países Productores de Café).

La APPC⁵ creada en 1993 con el objetivo primordial de reordenar la oferta⁶, restituyó el sistema de cuotas. Entre tanto, dada la nueva configuración del mercado, el sistema fracasó. La oferta mundial de café no depende ya significativamente del Brasil, conforme se observa en el gráfico 3. Ingresaron nuevos productores hecho que disminuyó bastante el poder de mo-

Gráfico 3. Participación de Brasil en las exportaciones mundiales de café
En millones de sacos de 60 Kg.



Fuente: Bacha (1992), USDA

nopolio brasilero. Además de eso, algunos productores importantes no participaron en la organización (Vietnam y México) y al contrario de la OIC la APPC no convocó a los países consumidores, que ejercían un papel importante en la fiscalización del sistema de cuotas.

En verdad, la nueva política de reordenamiento del mercado sólo fue efectiva hasta el 2000, pues luego de su creación, debido a problemas climáticos del Brasil –heladas en 1994 y sequía en diversas regiones en 1997– el mercado registró una fuerte restricción en la oferta, lo que hizo inocua la acción de una política de regulación.

Ya a partir de 1998, cuando la oferta empezó a crecer y se percibió la dificultad de administración de ese sistema, varios países no cumplieron con la cuota acordada. Pero fue en el 2000 cuando la política se manifestó como un fracaso. A pesar de que Brasil había implementado un rígido control de embarques, que se tradujo en pérdida de participación del mercado, los precios siguieron en fuerte descenso con el ingreso al mercado de cafés de otros orígenes. La reacción adversa generó un descontento generalizado entre productores, exportadores e industriales del

5. La APPC cuenta con la participación de 28 países productores.

6. Los países miembros de la APPC acordaron retener parte de sus exportaciones, conforme a los siguientes niveles de precios de Indicador Compuesto de la OIC: a- en 20% de las exportaciones, cuando esté debajo de US\$0.75 por libra-peso; b- en 10% si está entre US\$0.75 y 080 y, c- libre cuando sobrepasara los US\$0.80. El Programa aprobado en el 2000, también estaba dividido en tres etapas, pero con medidas diferentes. Primera fase con retención del 20% de las exportaciones en cuanto el precio indicativo compuesto calculado por la OIC no alcanzase los US\$0.95 por libra-peso. En la segunda fase, con el precio entre US\$0.95 y US\$1.05, se suspendería la retención, pero las existencias sólo comenzarían a disminuirse en una tercera etapa, cuando el precio superara los US\$1.05.

sector en el Brasil, lo que obligó al gobierno a abandonar el Acuerdo en el 2001. Al contrario de lo que ocurría en el pasado, en que la posición monopolística del Brasil creaba dificultades de sustitución del producto cuando había restricción en la oferta. A partir del final de los ochentas, el café brasileiro pasó rápidamente a ser sustituido por los de otros orígenes.

Para el Brasil, además de la pérdida de participación en el mercado, el principal legado de 50 años de políticas de restricción de la oferta fue la imagen sedimentada en el mercado mundial de la calidad mediana del café brasileiro que sólo sirve para hacer mezclas. En ese sentido, la competitividad brasileira depende de qué tan grande es el diferencial de precios entre el café brasileiro y los suaves, considerados de mejor calidad. El agravante de ese cuadro, es el crecimiento de la participación del café robusta en el mercado internacional, particularmente el de Vietnam, que sumado a las nuevas tecnologías para la formación de mezclas, convirtió ese café en un sustituto próximo del café brasileiro⁷. O sea que, el café de Brasil por su poca especificidad, pasó a ser extremadamente elástico y es sustituido rápidamente por el de otras procedencias.

La cuestión actual es la de que la competitividad del sector y el ambiente institucional, que define las reglas, deben estar alineadas. Ya no tiene sentido pensar el café en términos de estrategia de política macroeconómica, sin que eso signifique minimizar el papel del ámbito institucional. Este debe propiciar acciones que permitan que tales estrategias se apliquen. Siendo así, no hay cómo dejar de discutir el papel de las instituciones nacionales o internacionales que representan el negocio del café.

El negocio café y las instituciones

Tanto la OIC como la APPC nacieron con el objetivo claro de servir de base a la política de regulación de la oferta y su operacionalidad. La estructura administrativa de la OIC es grande y onerosa. El papel que la organización ha jugado

en los últimos años de centralizar, recoger y divulgar información sobre el sector, ha tenido muchas críticas. Además, las cifras presentadas no fueron precisas, la estructura del servicio es cara si se compara con la que ha hecho el sector privado. Diversos países han propuesto su extinción o una reestructuración radical cambiando el foco de actuación y reduciendo los costos presupuestales. Otros países sostienen todavía que difícilmente podrá actuar la APPC simultáneamente con otro organismo de representación.

Toda esa crítica introduce una nueva realidad mundial (menor intervencionismo mayor concurrencia y concentración del poder económico) en la que están insertadas las asociaciones de interés privado. No existen muchas dudas acerca de que el principal objetivo de una asociación de interés privado es el de crear y defender las oportunidades de sus asociados. El problema es cómo lograrlo dentro de esa nueva realidad.

Las asociaciones estaban acostumbradas a actuar solamente como interlocutoras con el Estado o los países. La negociación en el proceso de control de precios en el Brasil es un ejemplo característico de una acción de ese tipo. Están contenidas ahí, también, las demandas (o lobbies) de políticas que busquen asegurar posiciones estables y lucros de monopolio (mantener carteles) por medio de reglamentaciones. Subsidios directos al productor, control de la entrada de nuevas firmas rivales (cuotas de exportación); políticas que afecten las industrias sustitutas o complementarias y la fijación de precios de garantía, para obtener tasas de retorno superiores a las de la competencia, son algunos de los ejemplos de las demandas de los grupos de intereses en busca de un lucro extraordinario. Las cláusulas económicas de los AICs encuadran dentro de este amplio espectro de acciones tradicionales en la búsqueda de ganancia vía formación de carteles y restricción de la oferta.

Por otra parte, las asociaciones pueden asumir acciones procompetitivas, que apunten a la formulación de políticas sectoriales. La provisión de información relevante para el sector, apoyan-

7. Debido a las características de calidad y costo el café robusta tiene un diferencial en relación con el arábica.

do el papel de coordinación vertical del sistema productivo, con seguridad, hará impactos en la competitividad del sistema. Compras conjuntas, marketing institucional y acciones estratégicas que busquen posicionar mejor el sistema con relación al mercado, están, igualmente, dentro del papel de actuación de una organización de intereses privados más próxima a las demandas actuales.

No es una tarea simple el analizar los costos y beneficios de mantener las dos organizaciones internacionales del café. Con la desaparición de la regulación, la OIC perdió su bandera y la propia razón de existir. Mientras ha buscado, tal vez aún con una estructura inadecuada para los tiempos actuales, de márgenes apretados y fuerte competencia, reformular su misión de defender a sus asociados. Pero constituye, sin duda, un foro adecuado para la discusión conjunta entre productores y consumidores, los asuntos relacionados con la industria cafetera (restricciones tarifarias, políticas de expansión del consumo, etc.) En este sentido, la OIC ha implementado diversas acciones para el desarrollo del café, con inquietudes vinculadas al combate de las enfermedades y plagas para mejorar la calidad y la comercialización en el mercado internacional. A partir de 1995 se lanzaron 15 proyectos ⁸, financiados con recursos externos, principalmente del Fondo Común para las Commodities (CFC) de las Naciones Unidas por un total de cerca de US\$60 millones (OIC, 2002).

El presupuesto total de la OIC para cubrir gastos operacionales fue de 2.523.000 libras esterlinas en el período 2001/02. Los costos se prorratan entre los países miembros, proporcionalmente a su número de votos, basado dicho número en el volumen de exportaciones/importaciones de café a lo largo de cuatro años ⁹. El Brasil como mayor exportador, hace la mayor contribución, lo que representa un costo que se aproxima a US\$1 millón por año.

La APPC, por su parte, intenta reeditar acciones tradicionales, dentro de un paradigma ultraradical. La política de restricción de la ofer-

ta es perjudicial para los propios miembros en el largo plazo ya que hace posible que los no miembros aumenten su participación en el mercado. Como puede verse, el mantenimiento de una política de reordenamiento está en contra los objetivos del Brasil de ampliar su franja en el comercio internacional. Con el fracaso de la política de ordenamiento implementada en el 2001, el Consejo de la APPC decidió, en septiembre del mismo año, reducir las actividades administrativas y operacionales de la entidad, con la eliminación de la secretaría ejecutiva y los costos administrativos. La entidad funciona ahora con un nuevo formato, sin estructura física y sólo mantiene la estructura jurídica y legal del convenio. Países como México y Honduras manifestaron la posibilidad de integrarse a la entidad en este nuevo formato de bajos costos.

El fracaso de las políticas de regulación y la crisis de la caficultura, con el empobrecimiento de una fracción significativa de los 25 millones de productores esparcidos en los países del tercer mundo, han conformado un movimiento de ONGs, en el sentido de proponer acciones para revertir esta situación. Gran parte de los productores poseen áreas menores de 5 hectáreas y dependen directamente del café para el sustento de sus familias.

La Oxfam Internacional ¹⁰ ha liderado tales acciones con el lanzamiento de la campaña "No tenga café". Entre las propuestas está la destrucción de, por lo menos, cinco millones de sacos de café de baja calidad, que serán financiadas por "gobiernos de países ricos y por empresas torrefactoras" (Observatorio Social, 2002).

Sin entrar en el mérito de las dificultades de coordinación de una acción como esta, la experiencia de regulación del mercado cafetero dejó claro ya que tales políticas provocan efectos nefastos en el mediano y largo plazo. Si para el Brasil el resultado fue la pérdida de participación en el mercado, para el mundo esa política se tradujo en una baja del consumo en los países desarrollados. El exceso de oferta no podrá solucionarse

8. El sistema de votos cuenta con 2000 votos. De ellos 1000 son para los miembros exportadores y 1000 para los importadores. Cada miembro tiene 5 votos y los votos restantes se distribuyen de acuerdo con las importaciones / exportaciones. Para el período 2001/2 el Brasil tenía 5 votos, más 195 basados en el promedio de exportaciones entre 1997 y 2000, que fueron de 19,04 millones de sacos.

9. En el Brasil, la Oxfam se asoció con la Central Única de Trabajadores (CUT) y la Confederación Nacional de Trabajadores en la Agricultura (Contag)

10. Colombia invirtió cerca de US\$ 100 millones en publicidad para promover su café entre 1960 y 1995 (TROCCOLI, 1997).

con medidas artificiales, La regulación siempre abre brechas para las acciones oportunistas, Si la demanda quiere café de baja calidad, el mercado encontrará la forma de suplirla.

Eso no significa que no se pueda hacer nada. Hay acciones que pueden y deben adoptarse mirando a la demanda en lugar de controlar la oferta. Una de ellas sería encontrar un mejor destino al café de baja calidad. El ITAL (Instituto Tecnológico de Campinas), por ejemplo, viene estudiando la utilización de este café en la fabricación de un aceite para la industria de cosméticos. Se deberían incentivar investigaciones en este sentido con declaraciones de esos organismos internacionales en lugar de derrochar esfuerzos para elevar los precios artificialmente y dificultar la demanda.

El papel de las organizaciones en los países productores

En función de la importancia económica y social del café, la mayoría de los países productores creó organizaciones dirigidas a establecer estrategias para el sector y gerenciar la política internacional de regulación del mercado. Con la desregulación las funciones tradicionales de gerencia de regulación quedaron sin sentido. Entretanto, hay una serie de acciones que dependen de la existencia del mecanismo de coordinación de los agentes, ya sea porque al no haber incentivos las adopten agentes individuales: iniciativas en investigación, estadísticas, acciones cuyos resultados son apropiados colectivamente, sea porque dependen de la adhesión de varios agentes para que tengan efecto.

La adaptación a esa nueva realidad no ha sido fácil. En Colombia la Federación Nacional de Cafeteros (Federacafé), está en crisis y todavía no ha encontrado una salida. En el Brasil, la creación del CDPC, ahora con una postura más bien inclinada a políticas pro-competitivas lo mismo que el antiguo IBC, también viene enfrentando los problemas de lidiar segmentos con objetivos

muchas veces antagónicos. Enseguida presentamos una síntesis de las acciones de las dos entidades.

Federación Nacional de Cafeteros (Federacafé)

Creada en 1927, la federación administra el Fondo Nacional del Café con el objeto de realizar varias actividades entre las cuales se destacan programas de financiación a los productores, promocionales/marketing, de transferencia de tecnología y de comercialización.

La política de la Federación de Cafeteros es un ejemplo de éxito en términos de estrategia de diferenciación del café. Desde los años sesentas viene realizándose un esfuerzo de propaganda y marketing en torno a la marca "Café de Colombia" valorizada por el mercado ¹¹.

La diferencia de precios entre los cafés arábicas se explica por factores reales, unos intrínsecos al producto como calidad y costo y, otros como la información. Como el consumidor prefiere el producto que le brinda mayor información, el café colombiano pasó a ser el de mayor demanda. El consumo frecuente cimienta una reputación sobre las características del producto, lo que aumenta sus diferencias con los demás. La estrategia adoptada por Colombia, que lanzó la idea de que los cafés suaves son los mejores, se reflejó en los empaques de los cafés vendidos en los países consumidores, en los que, a pesar de tener en la mezcla cafés de Brasil, la única información expresa es "contiene café de Colombia".

La administración de la comercialización del café por la Federación permitía a Colombia hacer más viable su estrategia de mercado de cafés de calidad. El presupuesto elevado destinado a publicidad está acompañado por una acción consistente de venta. A pesar de dirigir una cantidad significativa de pequeños productores, la Federación adopta la política de rastrear la pro-

11. Existen muchas especies y variedades de café. Las especies de importancia económica son el *Coffea Arábica* y el *Coffea Canephora* (conocida como Robusta). El arábica se cultiva principalmente en América del Sur y Central y Kenia y Tanzania en África. El robusta se cultiva en Vietnam, Brasil, Indonesia, Costa de Marfil y en otros países de África, Asia y Oceanía. Brasil es uno de los pocos países que producen las dos especies: el arábica y el robusta, denominado también canilón. La primera es característica de los estados de Minas Gerais, Sao Pablo y Paraná. La segunda se siembra principalmente en el estado de Espirito Santo.

ducción, lo que facilita el detectar rápidamente los problemas que pueden afectar la calidad.

La Federación maneja cerca de un tercio de las exportaciones totales de café, lo que la convierte en la mayor exportadora mundial del grano. Las exportaciones constituyen la mayor fuente de ingresos de la organización. En época de precios altos solamente se traslada al productor parte del valor de las ventas, en épocas de crisis el productor recibe un subsidio.

Consejo deliberativo de política cafetera

En el Brasil, después de cinco años de la desaparición del IBC, en 1996, vino a constituirse el CDPC (Consejo Deliberativo de Política Cafetera) con el objetivo de congregar todas las entidades representativas de la agroindustria cafetera.

Los distintos segmentos de la industria cafetera son representados por la Confederación Nacional de Agricultura (CNA) y el Consejo Nacional del Café (CNC) que tienen la vocería de la producción; la Asociación Brasileira de la Industria del Café (ABIC), que representa la industria de torrefacción y molido. La Asociación Brasileira de la Industria del Café Soluble (ABICS) que representa la industria de solubles y el Consejo de Exportadores de Café Verde del Brasil (CECAFÉ) que agrupa a los exportadores.

El Consejo lo integran 14 miembros así: 7 representantes del gobierno, de los cuales tres están en propiedad y cuatro tienen el carácter de honorarios. Siete del sector privado, de los cuales 4 son de los agricultores (2 CNA y 2 CNC). Uno de la industria de torrefacción ABIC, 1 por la industria de solubles ABICS y 1 por los exportadores, CECAFÉ.

Las medidas adoptadas hasta el momento se financian con recursos del Funcafé (Fondo de Defensa de la Caficultura) conformado con recursos provenientes de la cuota de contribución aplicada al café. Según las informaciones del gobierno, para el 2002 contaba con cerca de R\$ 2.2 billones, de los cuales R\$ 500 millones estaban representados en café (5 millones de sacos), más de R\$ 350 millones disponibles en los ban-

cos y cerca de R\$ 1.3 billones en préstamos a los productores. De estos recursos destinados a financiaciones, cerca de R\$ 1.1 billones tienen plazo de 12 años, con tres años de gracia y el restante tiene plazo de 25 años.(PESA)

Entre las principales acciones estratégicas que se han adoptado, se destacan el Consorcio Nacional de Investigación liderado por la EMBRAPA y la creación de un programa de marketing Cafés del Brasil.

Los desafíos para una entidad que agrupa representantes de toda una agroindustria no son pocos. Como se sabe no todos los agentes de la agroempresa están de acuerdo con las estrategias adoptadas por el CDPC, particularmente las que se refieren a la reglamentación del mercado.

Esos choques acaban por impedir que el CDPC se constituya en un foro de discusiones sobre el sector. En la mayoría de las veces, las decisiones acaban por tomarse extra-consejo y solamente se llevan allí para que el organismo las refrende. Además de eso, así haya consenso entre los agentes de la agroempresa la necesidad de acciones en el mediano y el largo plazo, que sustenten ganancias en productividad y eficiencia en todos los segmentos, hay un conflicto latente en relación con su financiación. La capacidad de Funcafé para financiar acciones a riesgo de pérdida se está agotando. Mientras tanto, la necesidad de crear un instrumento para la captación permanente de recursos no ha tenido buena acogida. Uno de los problemas que dieron pie a la extinción del IBC fue el poner fin al cobro de contribuciones obligatorias que pesaban a los productores.

Cambios en las tendencias mundiales de la agroempresa en los años 90

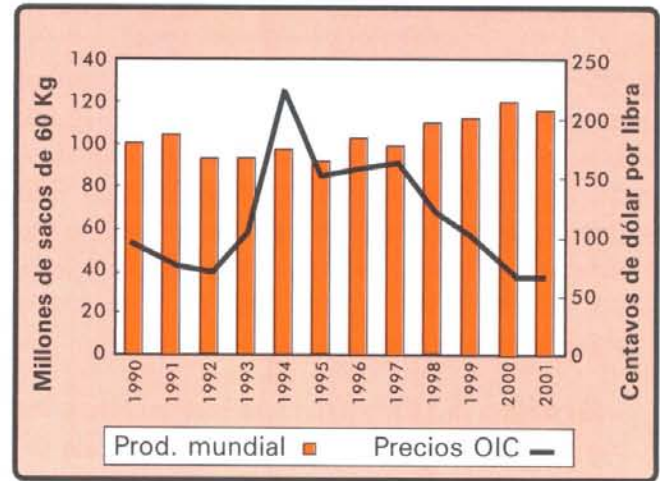
En esta sección se presentarán las principales tendencias de la agroempresa cafetera en el mundo, con énfasis en el análisis de la oferta y la demanda mundiales, mirando hacia la constitución de un escenario de este mercado.

La oferta mundial

Desde mediados de la década del 90, la producción mundial de café ha presentado un aumento significativo, sin que ocurra lo mismo con el consumo. La oferta excesiva, que sobrepasa casi el 10% de la demanda, acrecentó las existencias mundiales y acarreó la baja en las cotizaciones (Gráfico 4)

En el 2001 la producción mundial de café alcanzó el record de 120 millones de sacos mientras el consumo fue de 107 millones. Desde la mitad de la década de 1990 presenta incrementos significativos. La subida de los precios, como efecto de las heladas (en 1994) y la sequía (en 1997) en las zonas productoras del Brasil, impulsó este movimiento, a la vez que los precios altos, aliados a las pocas restricciones atraerían al sector viejos y nuevos productores. Se dio un significativo crecimiento del parque cafetero en la mayoría de los países productores, con preponderancia en Vietnam y Brasil, como puede verse en el Cuadro 1.

Gráfico 4. Oferta mundial de café y cotizaciones promedio según OIC



Fuente: OIC

El aumento de la oferta mundial repercutió en el incremento de las existencias en poder de los países consumidores. Al principio de la década del 90 las existencias eran altas, pero estaban concentradas, en su mayor parte, en los países

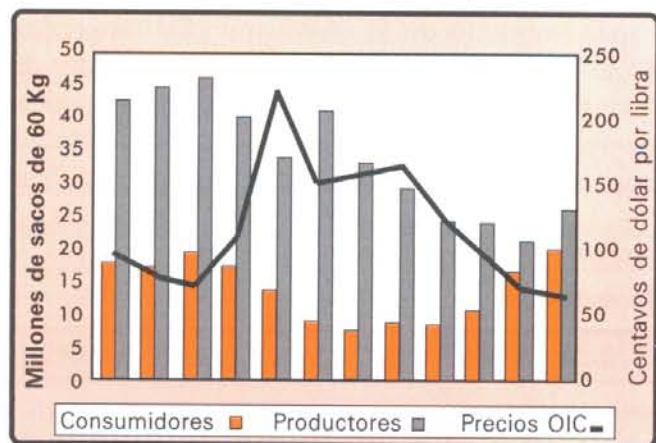
Cuadro 1. Parque cafetero principales países productores
En millones de árboles

		1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
Brasil	3.120	3.170	3.080	3.380	3.753	4.590	4.920	5.400	5.710	8,6%
Costa de Marfil	1.792	1.792	1.800	1.810	1.826	1.838	1.858	1.869	1.873	0,6%
Colombia	3.740	3.700	3.950	3.710	4.000	3.692	3.820	3.820	3.820	0,2%
Costa Rica	413	413	413	413	413	450	460	460	460	1,6%
El Salvador	611	608	607	606	604	599	599	602	602	-0,2%
Ecuador	295	290	290	285	280	260	270	255	237	-2,7%
Filipinas	131	130	132	132	129	113	113	111	110	-2,5%
Honduras	805	831	862	872	898	921	937	883	835	0,2%
Guatemala	770	801	837	855	834	832	837	839	841	0,7%
India	500	505	525	535	550	590	595	600	600	2,4%
Indonesia	1.475	1.475	1.480	1.520	1.520	1.520	1.520	1.520	1.430	-0,2%
Kenia	270	273	274	276	266	267	277	277	217	-1,9%
México	790	790	790	800	830	855	880	880	880	1,6%
Nicaragua	360	361	372	369	390	392	393	393	395	1,2%
Perú	365	390	370	390	400	400	400	450	450	2,4%
Venezuela	610	615	620	620	620	620	620	630	630	0,3%
Vietnam	n/d	n/d	n/d	n/d	425	438	575	700	675	10,3%
TOTAL	16.047	16.144	16.402	16.573	17.738	18.377	19.074	19.689	19.765	2,9%

Fuente: USDA

productores, especialmente en el Brasil. En el curso de la década, se fueron consumiendo las existencias, habida la escasez de la oferta, hasta llegar a sus niveles más bajos en 1998. A partir de allí, el crecimiento de la oferta y de los embarques subió de nuevo las existencias, sólo que esta vez fue en poder de los consumidores, que llegaron a tener casi el 50% de ellas (Gráfico 5). Esta situación favorece grandemente el poder de maniobra de los compradores lo que terminó, en el 2001, en descalabro de los precios, 60% menores que los obtenidos en 1997.

Gráfico 5. Existencias en países productores y consumidores (en millones de sacos) según precios OIC (centavos US\$ / lb.)

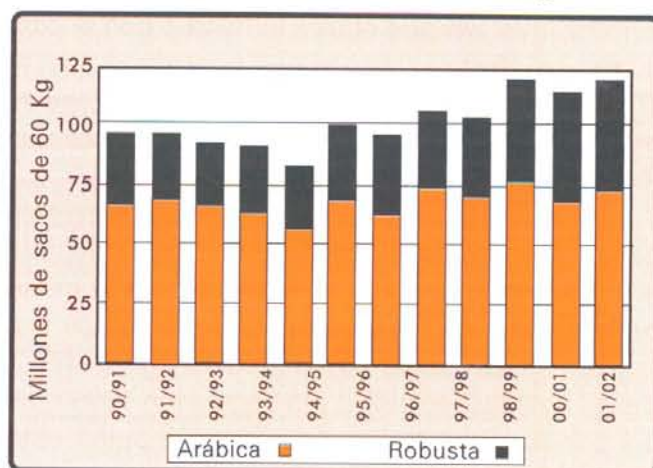


Fuente: OIC

Es en este momento cuando la competitividad de los países se pone a prueba, pues precios altos admiten ineficiencia e ineficientes.

El crecimiento de la producción ha ocurrido en forma asimétrica entre las variedades arábica y robusta¹². En el 2001, el robusta representó casi el 40% del total de la producción frente a una participación de menos del 30% al comenzar la década del 90 (Gráfico 6). El crecimiento de la producción de robusta resulta del desplazamiento de la media mundial de consumo a favor de esta variedad, lo que pudo ser uno de los factores que contribuirían a la merma del consumo de café en los últimos años, como veremos en el próximo ítem sobre la demanda mundial.

Gráfico 6. Producción mundial de café. Variedades Robusta y Arábica En millones de sacos de 60 Kg.



Fuente: OIC

Los cuadros 2 y 3 muestran la participación en las exportaciones de los países de mayor producción de café en el mundo, según las variedades arábica y robusta. Las exportaciones mundiales de café robusta crecerán a una tasa media del 7% en tanto que las arábicas aumentarán 2% entre los años 1997 y 2001. El Vietnam merece destacarse, al presentar una tasa de crecimiento del 22.5% anual en el mismo período. El crecimiento de las exportaciones brasileñas de Robusta en estos años también fue significativa: 8.9% al año.

La demanda mundial

Durante los últimos diez años, la demanda mundial de café ha crecido a una tasa del 1% anual. Hace 50 años el consumo de café per capita en el mundo era de cerca de un kilo por año. Los Estados Unidos son los mayores consumidores del mundo, seguidos por el Brasil, Alemania y Japón (Gráfico 8). De acuerdo con la F.O. Licht. Los Estados Unidos y el Brasil son los dos únicos países que tienen perspectivas de crecimiento del consumo en los próximos años.

Un análisis de la relación entre los países más poblados del mundo y su nivel de consumo per capita, a partir del Gráfico 7, muestra que hay acciones que se podrían implementar con miras al incremento del consumo mundial.

12. La investigación se realizó en cuatro supermercados de clase de renta media y media alta, dos en Belo Horizonte MG y dos en Sao Paulo-SP.

Cuadro 2. Exportaciones mundiales de café Arábica
En millones de sacos

	1997	%	1998	%	1999	%	2000	%	2001	%	Tasa Crecime.
1. Brasil	15,06	28	16,32	31	19,78	35	16,08	29	21,03	37	6,5%
2. Colombia	10,92	21	11,24	21	10,00	17	9,18	16	9,94	17	-3,9%
3. Guatemala	4,21	8	3,51	7	4,68	8	4,84	9	4,10	7	2,7%
4. México	4,51	9	3,41	6	4,36	8	5,30	9	3,41	6	-1,2%
5. Perú	1,72	3	1,91	4	2,44	4	2,39	4	2,40	4	8,9%
6. Honduras	1,72	3	2,33	4	1,99	3	2,88	5	2,39	4	8,7%
7. Costa Rica	2,11	4	2,03	4	2,01	4	2,03	4	2,05	4	-0,5%
8. India	1,22	2	1,09	2	1,47	3	1,83	3	1,65	3	11,1%
9. El Salvador	2,76	5	1,69	3	1,80	3	2,54	5	1,52	3	-7,9%
10. Etiopía	1,98	4	1,92	4	1,82	3	2,00	4	1,39	2	-6,6%
11. Nicaragua	0,71	1	0,93	2	0,93	2	1,30	2	1,36	2	16,4%
12. Papua N.Guinea	0,98	2	1,30	2	1,27	2	1,01	2	1,03	2	-1,6%
13. Kenia	1,16	2	0,82	2	1,07	2	1,15	2	0,98	2	0,1%
14. Indonesia	0,54	1	0,60	1	0,63	1	0,62	1	0,62	1	2,9%
Subtotal	49,59	94	49,11	93	54,24	95	53,14	94	53,88	95	2,4%
Otros	3,36	6	3,52	7	3,04	5	3,19	6	3,12	5	-2,5%
Total	52,94	100	52,64	100	57,28	100	56,33	100	56,99	100	2,2%

Fuente: OIC

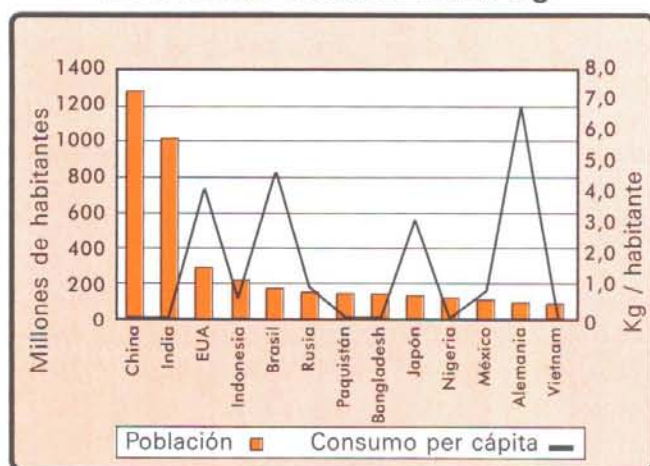
Cuadro 3. Exportaciones mundiales de café Robusta
En millones de sacos

	1997	%	1998	%	1999	%	2000	%	2001	%	Tasa Crecim.
1. Vietnam	6,10	24	6,37	25	7,43	27	11,19	35	14,14	43	22,5%
2. Indonesia	5,45	21	4,96	19	4,48	16	4,60	14	3,82	12	-7,8%
3. Costa de Marfil	3,01	12	3,89	15	2,55	9	5,79	18	3,52	11	7,1%
4. Uganda	3,15	12	2,95	11	3,51	13	2,22	7	2,74	8	-5,6%
5. Brasil	1,67	6	1,82	7	3,38	12	2,00	6	2,49	8	8,9%
6. India	1,35	5	2,08	8	2,38	9	2,61	8	2,32	7	13,1%
7. Tailandia	1,09	4	0,78	3	0,51	2	0,97	3	1,17	4	3,6%
8. Camerún	1,22	5	0,70	3	1,09	4	1,11	3	1,06	3	1,8%
9. Ecuador	0,61	2	0,69	3	0,52	2	0,31	1	0,30	1	-22,3%
10. Madagascar	0,57	2	0,45	2	0,42	2	0,28	1	0,27	1	-19,6%
11. Togo	0,31	1	0,17	1	0,27	1	0,28	1	0,19	1	-4,3%
12. Tanzania	0,17	1	0,27	1	0,25	1	0,11	0	0,19	1	-6,5%
13. Congo	0,52	2	0,35	1	0,39	1	0,32	1	0,17	1	-22,9%
14. Rep. Cent. Afri.	0,19	1	0,11	0	0,18	1	0,19	1	0,11	0	-5,5%
Subtotal	25,41	99	25,59	99	27,36	99	31,97	99	32,50	99	7,1%
Otros	0,33	1	0,31	1	0,27	1	0,21	1	0,20	1	-14,0%
Total	25,74	100	25,89	100	27,63	100	32,18	100	32,70	100	7,0%

Fuente: OIC

El comportamiento de la demanda está relacionado principalmente con los cambios en los hábitos de consumo (SAES,1999). Tanto en el mercado norteamericano como en el europeo, las estadísticas muestran un estancamiento o de-

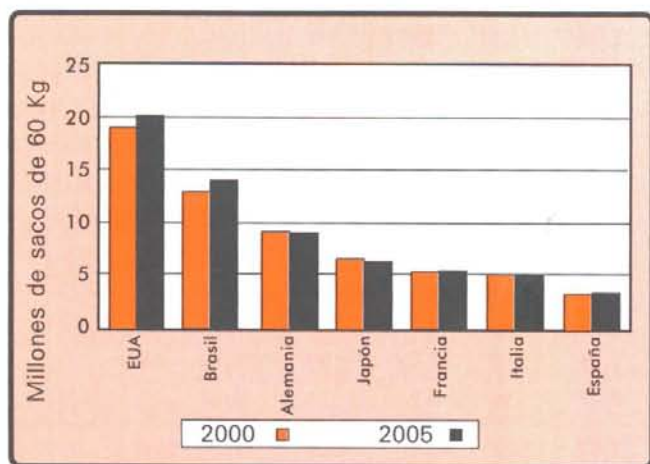
Gráfico 7. Países más populosos del mundo en consumo per cápita
En millones de sacos de 60 Kg.



Fuente: OIC y FAO

clinación del consumo de bebidas calientes. Para el caso del café, esa tendencia se atribuye a la dificultad de transmitir a los jóvenes una imagen favorable del café y a la asociación del café con el daño a la salud. Los jóvenes constituyen el segmento de la población en donde el consumo

Gráfico 8. Principales países consumidores de café en el mundo
En millones de sacos de 60 Kg.



Fuente: FO Licht

de café presenta el mayor índice de retroceso. En 1962 el 81% de la población entre 20 y 29 años en los Estados Unidos consumía café. Para 1990 esa participación bajó al 31.2%. En la franja de 30 a 59 años el consumo de café bajó de 90.8% a 65.7% en el mismo período (THE ECONOMIST, 1996:96).

No obstante los datos del Cuadro 4 deben mirarse con cautela, ya que se está comparando cantidad de productos que se consumen en distintas dosis, no hay cómo negar la pérdida relativa de participación del café en el total dentro del total de las bebidas que se consumen en los Estados Unidos. En cuanto al aumento de consumo de agua, los datos confirman la tendencia actual de incremento de la ingestión de alimentos saludables. En lo que dice respecto a los refrescantes, no se puede dejar de mencionar los enormes gastos de inversión en marketing de las empresas que producen esas bebidas como un factor preponderante en el avance de su consumo mundial.

La baja del consumo en los últimos años se ha relacionado con la adición excesiva de robusta a las mezclas. Debido al aumento de oferta de esa variedad en relación con el café arábica y el consecuente incremento de la diferencia entre ellas, las torrefactoras internacionales sustituyeron el café arábica por el robusta. Una de las estrategias adoptadas es la tecnología de vaporización del robusta, para la que se utiliza el mismo equipo de la descafeinación, que permite la sensación de aspereza en el paladar de esa materia prima, y neutralizar así su impacto en las mezclas (CAFÉ,1998:5).

De acuerdo con Illycafé (2002), ingeniero químico y presidente de la torrefactora Illycafé, el exceso de robusta en la mezcla lleva al consumidor a disminuir la cantidad de café que bebe. El argumenta que una taza de café preparada con la variedad robusta tiene en promedio el doble de cafeína comparada con la misma cantidad preparada con café arábica. Como el consumidor, por hábito, consume una cantidad constante de cafeína por día, si una taza tiene más café robusta representa, por lo tanto, más cafeína, el consumidor va a reducir, inconscientemente la cantidad que toma.

Cuadro 4. Consumo anual per cápita de bebidas en el mercado norteamericano

En galones = 3,8 litros)

Bebidas	1970	1975	1980	1985	1990	1995	1997	1999	2000
Café	35,7	33,0	27,2	26,8	26,2	21,5	19,7	17,5	17,2
Refrigerante	22,7	26,3	34,2	40,3	46,8	51,4	53,7	54,6	55,1
Cerveza	18,5	21,6	24,3	23,9	24,0	22,2	22,3	22,5	22,6
Té	5,2	7,3	7,3	7,3	7,0	6,9	7,0	7,1	7,1
Agua mineral	—	1,2	2,4	4,5	8,1	10,2	11,5	12,1	13,5

Fuente: FAS/SDA, 2000

Un hecho interesante que puede significar una ventaja a explorar por el Brasil es el alto consumo per capita de algunos países que tienen una gran participación de café brasileiro en su mezcla. El Gráfico 9 muestra que en Dinamarca, en Suecia y en Bélgica-Luxemburgo, el consumo per capita es superior a 7 kilogramos/año y el café brasileiro tiene una participación superior al 30% en la mezcla. Empero necesite de mayor comprobación empírica, ese hecho se atribuye a la característica del café brasileiro de ser menos ácido en comparación con los cafés suaves.

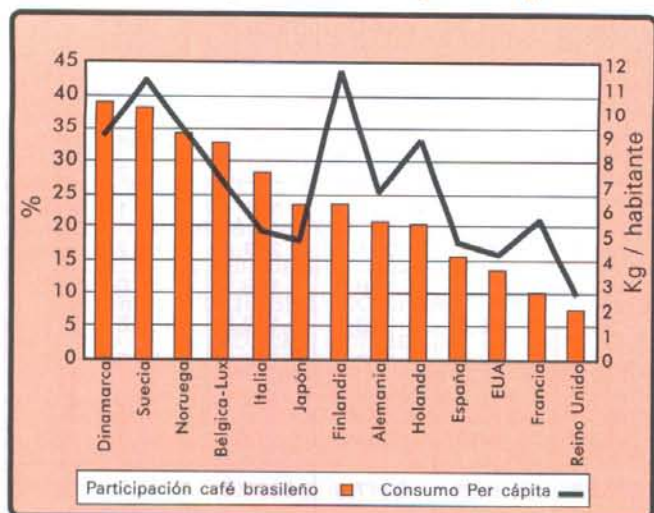
El análisis de las grandes cifras de consumo de café, sin embargo, no permite que se trans-

parente otra importante transformación que se está dando en los mercados consumidores: el consumo en los países de Europa Oriental de cafés especiales.

En lo que se refiere a los países del oriente europeo, los cambios políticos que se dieron a comienzos de los 90s crearon la perspectiva del rápido crecimiento de estos mercados. Los cálculos más optimistas apuntaban a una expansión por encima del 10% al año.. Pero esta expectativa de crecimiento se frustró. Lo que se vio fue un desempeño más modesto atribuido, en gran medida, a la restricción presupuestal de los consumidores y a la consecuente baja calidad del café ofrecido por empresas empeñadas en una guerra de precios.

En diez años, el consumo en estos países aumentó cerca del 2.5% al año, echando abajo las expectativas, pero aún así significativo si se compara con la tasa de crecimiento global, que es de aproximadamente el 1% anual. Con eso, grandes empresas multinacionales se están movilizand rápidamente y estableciendo fuerte presencia en estos mercados. Además de la posibilidad de crecimiento acelerado, también influyó el hecho de que los mercados consumidores de los países de origen de esas multinacionales, estarían, de modo general, saturados. Por ser considerada una región de consumo emergente, donde el conocimiento de la preparación convencional de la bebida no está muy difundido, se abre espacio. particularmente, al consumo de café soluble, de más fácil preparación. La industria brasileira de soluble, aprovechándose de esta tendencia,

Gráfico 9. Países importadores. Participación del café brasileiro en mezclas y consumo per cápita



Fuente: OIC

ha actuado enérgicamente en este mercado. Los países más destacados en esta región son Polonia, Hungría y la República Checa. Actualmente el grupo formado por la fusión de las alemanas Tchibo y Eduscho es líder del mercado en diversos países del bloque.

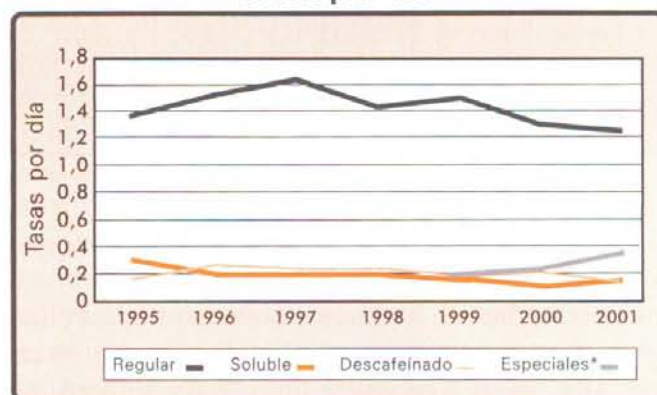
El mismo análisis es válido para el mercado chino, a pesar de la tradición del té. La perspectiva de apretura del mercado y del aumento de las divisas ha favorecido el ingreso de empresas multinacionales. Las importaciones, sin embargo, todavía son insignificantes, girando en torno al nivel de 250.000 sacos de café.

En el gráfico 10 se puede observar que el mayor consumidor de café del mundo, los Estados Unidos, presenta un consumo de café per capita en descenso para todos los tipos de café, con excepción del especial. Y esa misma tendencia se percibe en todos los países desarrollados, no obstante los cafés especiales todavía representan muy poco dentro del consumo total.

“El concepto de cafés especiales está ligado íntimamente al placer que proporciona la degustación de la bebida. Tales cafés se distinguen por algún atributo específico asociado al producto, al proceso de la producción o al manejo específi-

co que se le da. Se diferencia por características como superior calidad de la bebida, el aspecto de los granos, la forma de cosecharlo, el tipo de preparación, historia, origen de las plantaciones,

Gráfico 10. Consumo de café brasileño en EUA según tipo
Tasas por día



* Classificação “especiales” de la National Coffee Association, que incluye espreso, capuchino, latte, café moka, helado, además de gourmet (en grano). El descafeinado no está separado del Regular y Soluble, o sea que el consumo de estos dos tipos incluye también el consumo del producto descafeinado.

Fuente: USDA.

variedades raras y cantidades limitadas, entre otras. Pueden incluirse, también, parámetros de diferenciación, que se relacionan con la

Cuadro 5. Países de Europa del Este: Importación total de café
Equivalente en café verde - miles de sacos de 60 Kg

Países	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	Tasa
Polonia	249,9	1.787,1	1.671,6	1.849,5	1.770,7	1.938,8	2.273,6	2.304,6	2.413,9	17%
Rusia	n.d.	1.381,9	1.794,9	1.725,7	1.728,1	1.128,0	2.144,6	1.602,8	1.290,0	-1%
Hungría	641,0	522,2	668,1	771,2	519,5	602,9	675,0	715,6	835,3	3%
Rep.Checa	n.d.	n.d.	514,3	553,8	553,2	525,3	560,2	764,8	797,8	7%
Rumania	335,5	603,2	425,3	347,4	551,3	696,6	631,0	595,3	511,4	5%
Bulgaria	200,2	182,2	397,4	462,7	515,4	272,2	294,2	305,6	358,7	4%
Croacia	n.d.	168,2	162,8	193,5	320,1	321,8	385,3	339,1	352,1	13%
Eslovaquia	n.d.	n.d.	288,5	256,7	249,4	235,1	251,7	257,4	286,2	0%
Lituania	n.d.	1,9	9,1	46,7	112,4	153,1	186,3	198,5	205,0	63%
Letonia	n.d.	20,3	59,8	22,6	29,5	65,8	143,7	159,0	185,6	32%
Eslovenia	n.d.	122,9	152,2	159,1	147,6	174,6	170,6	174,3	185,3	5%
Estonia	n.d.	16,4	51,1	83,1	107,5	116,9	141,1	134,7	133,0	25%
Macedonia	n.d.	78,8	51,3	63,3	69,8	51,4	53,2	77,1	62,4	0%
Total	--	--	6246,4	6535,3	6674,5	6462,3	8217,9	8095,6	8067,9	5%

Fuente: OIC

sostenibilidad económica, ambiental y social de la producción, de la forma en que promueven mayor equidad entre los anillos de la cadena productiva. También constituyen elementos de diferenciación los cambios en el proceso industrial como la adición de sustancias, como los aromatizados o con sustracción, como los descafeinados. La rastreabilidad y la incorporación de servicios constituyen, igualmente, factores de diferenciación y por lo tanto, de valor agregado” (SEBRAE-MG, 2001:68-69). Vale anotar que todas esas categorías pueden darse en el café soluble en su proceso de fabricación.

De acuerdo con la National Coffee Drinking Trends 2002 (apud LEMOS, 2002:3) el número de consumidores diarios del segmento de cafés especiales aumentó de 7 millones en 1997 a 27 millones en el 2002 en los Estados Unidos. O sea que cerca del 14% de los norteamericanos son consumidores diarios de este segmento. En la investigación se consideraron como especiales los cafés espresso, bebidas calientes o frías a base de café y cafés premium, en grano o tostado y molido.

A veces las estrategias de marketing hacen que ciertos puntos de venta se identifiquen como sitios en los que se pueden adquirir cafés especiales. Es el caso de las tiendas de café o coffee shops que han impulsado las ventas y atraen gente joven a este mercado. Estimativos de la SCAA (Specialty Coffee Association of América) indican que el mercado americano de cafés especiales totalizó US\$ 10.74 billones en ventas al por menor en el 2001. De ese total, las ventas de bebidas a base de café alcanzaron los US\$ 6.84 billones, con el hecho de que el número de puntos de venta llegó a la cifra de 13.500 establecimientos. Los US\$ 3,87 billones restantes, corresponden al total de las ventas de granos especiales en el mercado minorista. (SCAA:2002).

Un ejemplo de ese nuevo segmento es el fenómeno de Starbucks Coffee Co. En poco más de 10 años de existencia, la empresa supera los 5.600 puntos de venta, en diversos países, que incluyen 4.300 en los Estados Unidos. Las ventas en el 2001 fueron por US\$ 2.65 billones, 22% por encima de las del 2000. La empresa prevé,

también abrir, por lo menos 1.200 tiendas nuevas entre el 2002 y el 2003, como parte de su estrategia de llegar a los 10.000 puntos de venta en 60 países para el año 2005 (ELAM:FP-7). El mayor acontecimiento es el frappuccino, bebida láctea helada a base de café y baja en calorías. Investigaciones más recientes realizadas por el Programa Café Forever, que busca elevar el consumo de café entre la juventud americana, comprobó que los jóvenes prefieren las bebidas dulces a las amargas, lo que confirma el éxito de los nuevos productos a base de café.

Tras el éxito de Starbucks, hay una inversión anual en propaganda que llega a los US\$ 15 millones. Su crecimiento indujo la entrada de otras cadenas como Second Cup, que hoy tiene una fuerte presencia en el mercado americano y es la segunda cadena grande en el mercado canadiense. Otras cadenas como la de McDonald's, también fueron estimuladas a introducir el item café espresso en sus tiendas de varios países. En un espacio reservado especialmente para la venta de café, salazones y dulces, el McCafé tiene también una diferencia importante: una compañía con la Nestlé que desarrolló un café espresso a partir de café soluble.

El fenómeno de las ventas de cafés especiales en las cafeterías repercutió en el mercado de tostado y molido de las grandes multinacionales. Procter & Gamble lanzó una línea de cafés gourmet con 60 variedades entre las que se cuenta el café orgánico cultivado en México, el raro Sumatra, entre otros. La estrategia de Procter & Gamble muestra cómo las grandes empresas están siempre atentas a las tendencias del mercado y entran a explorar esos nichos. Además de eso, cerca de 85 torrefactoras ofrecen cafés con sello fair trade expedido por la ONG TransFair USA (ROTTA, 2001).

Demanda en el Brasil

Cuando se analiza la demanda mundial, no se puede ignorar el Brasil, el segundo mayor mercado consumidor. De igual forma que en el mercado americano, se verificó durante los años 80 la baja del consumo per cápita. Contrariamente, en el Brasil esta tendencia revirtió a partir de la década de 1990 (Gráfico 11).

Una serie de distintos factores limita todavía el crecimiento del consumo de café a los niveles logrados en la década del 60. Entre ellos puede citarse la imagen de que "el café es todo igual" consecuencia de la fijación de precios que estuvo vigente hasta el comienzo de los años 90.

No es para menos, pues a pesar de ser el Brasil el segundo mayor consumidor de café del mundo,

la industria de torrefacción se quedaba en el papel secundario de absorber el café no exportable, por su calidad inferior. En términos de estrategia de mercado interno eso significó competencia vía precios y poca diferenciación.

Hay que observar que con la fijación de precios las empresas adoptaron, creativamente, una competencia por diferencia de los contrarios. Dada

Gráfico 11. Consumo de café brasileño per cápita (Kg habitante)
Total en millones de sacos



Fuente: ABIC

la imposibilidad de vender el café tostado y molido a un precio superior al establecido por la regulación, la mayoría de las empresas disponía de dos tipos de café en el mercado: el de precios fijados y el de combate. Este último se conoce por sufrir, en el proceso de producción, una tostión mas intensa, como manera de disfrazar el uso de un café verde de mala calidad, así como la adición de otros productos como millo, cebada, paja, etc. Que a pesar de estar prohibidas se encuentran constantemente en los análisis de esos cafés. Esta situación comenzó a contenerse después de la acción colectiva implementada por la Asociación Brasileira de la Industria del Café (ABIC) que creó un autorregulación conocida como "Sello de Pureza ABIC (SAES, 1997;153). El Sello cumplió

el importante papel de excluir empresas fraudulentas y es recibido positivamente por el consumidor, conforme lo verificó la encuesta realizada por el SEBRAE/PENSA (2001). Casi el 80% de la muestra de 300 consumidores entrevistados en supermercados de Bello Horizonte y San Pablo, conoce el Sello de Pureza de la ABIC o, lo tiene en consideración al momento de la compra (61%)

La encuesta SEBRAE/PENSA constató que la gran mayoría de los consumidores (92%) estaría dispuesta a pagar más por un café de calidad. Adicionalmente, la investigación realizó degustaciones en las que se utilizaron tres niveles decrecientes de calidades de café: gourmet, superior y tradicional¹³. Los consumidores degustaban una

13. La escogencia de esos niveles se basó en el estudio del Programa Cafés del Brasil (2000). Con relación a la composición de las mezclas, los cafés estaban clasificados previamente en: a) Gourmet (bebida estrictamente suave / suave., 100% arábica, 0% defectos- oscuro, verde y fermentado); b) Superior (bebida suave / áspera, hasta 15% de robusta, con hasta 10% de oscuros, verdes y fermentados); c) Tradicional /bebida áspera... hasta 30% de robusta, 25% de oscuro, verde y fermentado; d) Popular/combate (sin ningún atributo de calidad).

dosis de cada café y daban su opinión sobre aroma, sabor y cuerpo. El café gourmet fue considerado de mejor gusto que los demás tipos de la degustación, con 43% de preferencia, seguido por el tradicional y por el superior. El resultado se considera estadísticamente confiable. O sea, los consumidores perciben, en promedio, que el café gourmet tiene mejor sabor que el tradicional, que, a su vez es de mejor gusto que el superior.

En investigación efectuada en el 2000, el Programa Cafés del Brasil (2000:8) se vio poca diferenciación del café vendido en el mercado: "la clasificación como materia prima del mercado de café tostado es una modalidad que caracteriza al sector en los tiempos actuales, está marcada por una falta sustancial de diferenciación entre la mayoría de las marcas de café, lo que implica menor valor agregado, competencia desleal y resultados negativos para la gran mayoría de las empresas de cualquier lugar y dimensión."

Dentro de este mismo concepto, el Sindicafé (Sindicato de la Industria del Café de San Pablo) creó una Campaña de Calidad que entre sus acciones firmó un convenio con el Itai (Instituto de Tecnología de Alimentos de Campinas) y el gobierno del Estado para el lanzamiento del Sello San Pablo de Calidad para el Café Tostado y/o Molido como parte del Programa de Calidad Sello San Pablo, que prevé la certificación de diversos productos agroindustriales con calidad superior. El principal objetivo del Programa, además de crear una identificación en los aparadores de los supermercados para los cafés "Gourmet" y "Superior"¹⁴ es ayudar al proceso de crecimiento de las exportaciones de café industrializado, de mayor valor agregado (SINDICAFÉ, 2002).

La oferta de cafés especiales viene aumentando en forma acelerada. Grandes industrias como Melitta, Buen Día y Cacique, invertirán en productos de mayor valor agregado. Para el 2002, la previsión de Sindicafé es el surgimiento de 20 nuevas marcas de café Gourmet y Superior, que se agregarán a las 20 que ya están en el mercado. Esta nueva realidad del mercado brasilero de café ha condicionado a las empresas del sector

a que adopten estrategias diferenciadas, como veremos.

PARTE B

Cambios recientes en las tendencias de la agroempresa cafetera del Brasil

La agroempresa café del Brasil y sus segmentos

Los principales segmentos del sistema brasilero del café son los siguientes: a-proveedores de insumos, maquinaria y equipo; b- producción primaria; c- primer procesamiento (mecánicos y cooperativas); c- segundo procesamiento (empresas de torrefacción y molido, empresas de soluble y cooperativas); d- vendedores nacionales (exportadores, cooperativas y mayoristas); e- compradores internacionales (empresas de soluble, empresas de torrefacción y negociantes); f- mercado minorista nacional e internacional (supermercados, pequeñas tiendas, mercado institucional, tiendas de café y bares y restaurantes).

Al observar el flujo físico de producto del sistema de café, es posible verificar que la transformación de la materia prima da origen a tres productos principales: el café tostado, el tostado y molido y el soluble. Estos pueden generar otros subproductos como los llamados 3x1 (café, leche y azúcar), cappuccinos, soft-drinks (balas) y otros. A pesar de esa aparente simplicidad en la transformación del producto, el abanico de relaciones entre los segmentos productivos es complejo. La primera transacción cobija el segmento proveedor de insumos y la producción primaria de café. Hay una serie de equipos utilizados en la, producción exclusivos del cultivo del café. Entre ellos se destacan: las colectoras, los secadores de café, los separadores de granos, los detectores de piedras, los trilladores de grano y las (sururucas*). Una buena parte de la adquisición de insumos se realiza por medio de cooperativas, ya que el 40% de los productores con cooperados. La intermediación de las cooperativas

14. La clasificación sigue la Resolución SAA-37, de 9-11-2001 que define la Norma Técnica para la fijación de identidad y calidad del café tostado, en grano o molido.

* Separadoras de grano descerezado

en la compra de insumos trae ventajas para los productores que pueden beneficiarse con precios más bajos, consecuente con las compras de conjunto. Es común también que las cooperativas faciliten el pago de las compras con acuerdos para cancelar las deudas después de la cosecha de café. Los operadores de maquinaria, a su vez, son prestadores de servicio a los productores. Este es un servicio que está en decadencia puesto que gran parte de los productores benefician el café por medio de las cooperativas o en el caso de los grandes productores, con maquinaria propia. El segundo paso del café beneficiado en su procesamiento tiene lugar de varias formas: *a.* por intermediación de las cooperativas que también asumen el papel de almacenes de depósito; *b.* la intermediación de los operarios de equipo, exportadores y/o corredores; *c.* venta directa de los productores a las industrias de procesamiento; y/o *d.* mediante integración en las cooperativas. Algunas de las cooperativas que benefician y almacenan el café, además de seleccionar el café verde para el mercado interno o externo, también hacen presencia en el procesamiento del producto (tostado y molido). Desde el sitio de producción, el café beneficiado todavía puede venderse directamente a los vendedores nacionales –exportadores y cooperativas– y/o a los compradores internacionales –industria de soluble o de torrefacción y molido. La casi totalidad de la producción de la industria de torrefacción y molido se destina al mercadeo nacional. Solamente una parte insignificante de la producción se destina al mercado internacional. Ocurre lo contrario con la industria del soluble. Una parte importante se destina al mercado internacional y sólo una pequeña porción es consumida en el mercado interno. Los exportadores, las cooperativas y las centrales de cooperativas venden a los compradores internacionales. Es muy común también la venta de materia prima para la industria nacional por parte de los exportadores (inversión del objetivo). Finalmente, los compradores internacio-

nales venden para el mercadeo internacional. Hay que destacar que en las operaciones de compra y venta de materia prima está la figura del corredor que, no obstante ser muy activa todavía en el mercado, tiende a desaparecer. Esto porque el principal producto que ellos tranzan es la información y, con el gran desarrollo de los canales de información, su importancia tiende a reducirse.

La complejidad de las relaciones entre los agentes de la agroempresa es una función creciente de las estrategias que van adoptando los agentes de cada segmento. Con la regulación, las transacciones entre ellos estaban bajo la tutela del estado. La coordinación central era incompatible con la capacidad de crear y explorar oportunidades de mercado. Por ello, a partir de la desregulación del mercado cafetero en este decenio, se van creando grupos estratégicos o subsistemas estrictamente coordinados. Cada grupo estratégico se define como o una agrupación de empresas dentro de un segmento que siguen un mismo patrón de competencia e incurren en acciones específicas semejantes. Como ejemplo tenemos el café de planicie en Cerrado Mineiro (eje cafetero) y el café despulpado, en el sudeste de Bahía. Un subsistema estrictamente coordinado se da cuando un patrón de competencia demanda la adopción de estructuras específicas de manejo ¹⁵ con el caso de los productores de café orgánico.

Factores de competitividad de la agroindustria cafetera del Brasil

Tomando como indicador de competitividad el grado de penetración en el mercado internacional, no hay duda de que el Brasil conquistó un espacio significativo en los últimos diez años, a despecho del conocimiento de nuevos productores.

Colombia, competidor tradicional del café brasileiro, presentó un descenso de cerca de 5

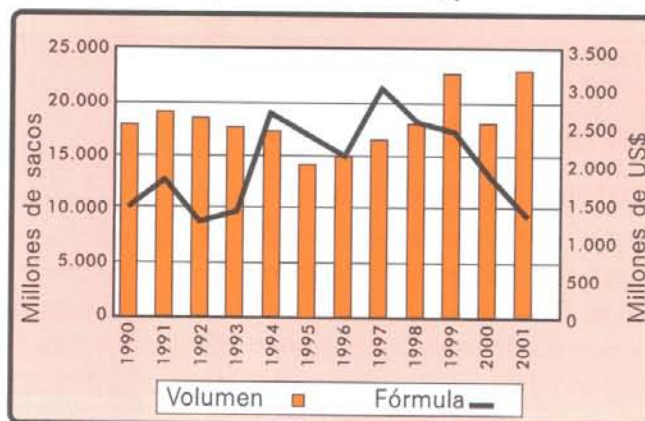
15. Estructuras de manejo son mecanismos que regulan una determinada transacción, utilizadas por los agentes con el propósito de reducir costos de transacción. Son ejemplo de estructuras de manejo, el mercado spot, contratos de suministro regular, contratos de largo plazo con cláusulas de monitoreo, integración vertical, entre otros. Los costos de transacción se pueden definir como costos de: a) elaboración y negociación de los contratos; b) dimensionamiento y fiscalización de derechos de propiedad; c) monitoreo del desempeño; d) organización de actividades; e) problemas de adaptación. (SAES & FARINA, 1999:30).

puntos porcentuales de participación, en los últimos 5 años en relación con los primeros años de la década del 90. En compensación, Vietnam tuvo un aumento espectacular en la participación total, convirtiéndose en el segundo productor mundial de café. El promedio de las exportaciones totales entre los años 1992 y 1996, fue de 73.75 millones de sacos y subió a 84.61 millones de sacos 1997 a 2001.

Como puede observarse en el Gráfico 12, las exportaciones brasileras presentaron un significativo incremento en los últimos años, gracias a dos factores: la disponibilidad de existencias y la flexibilización de la política cambiaria, adoptada en enero de 1999. La excepción se hizo por el año 2000, cuando se implementó el fracasado programa de retención patrocinado por la Asociación de Países productores de Café (APPC), que solamente ejecutó Brasil, conforme se vio atrás. Esta política determinó la baja en el volumen de exportación brasileros. Pese a que el cambio sea un elemento importante para explicar el desempeño de Brasil. Es fundamental el tener en cuenta cuáles son los factores que deberán influenciar la competitividad de la agroempresa hacia el futuro, particularmente en un escenario de mercado abierto.

Los factores más importantes de competitividad de la agroindustria del café, teniendo como

Gráfico 12. Exportación de café de Brasil
Volumen (millones de sacos) y valor (millones de US\$)



Fuente: SECEX

telón de fondo las principales formas posibles de introducir el producto en el mercado internacional (grano verde, soluble y tostado y molido) se presentarán en seguida.

En primer término se abordan los elementos tradicionales de competitividad –productividad y costos– que determinan las ventajas comparativas de un determinado país en relación con los demás. Seguidamente se discutirán los factores vinculados a la calidad, ya sea ésta implícita al producto o valorizada por el consumidor, que también son imprescindibles para explicar el des-

Cuadro 6. Exportación mundial promedio entre 1992-1996 y 1997-2001

Millones de sacos

Países	Promedio 1992 a 1996	%	Promedio 1997 a 2001	%
Brasil	16,73	22,7	19,93	23,6
Vietnam	2,81	3,8	9,22	10,9
Colombia	12,46	16,9	10,26	12,1
Indonesia	5,05	6,8	5,21	6,2
México	3,53	4,8	4,19	5,0
India	2,40	3,3	3,64	4,3
Guatemala	3,61	4,9	4,29	5,1
Costa de Marfil	3,25	4,4	3,97	4,7
Subtotal	49,84	67,7	60,71	71,8
Otros	23,91	32,4	23,90	28,2
Total	73,75	100,0	84,61	100,0

Fuente: OIC

empeño del café. En último término, se tratarán los asuntos relacionados con la introducción del café soluble y tostado y molido del Brasil en el mercado internacional.

Factores de competitividad en la producción y comercialización del grano verde

Costos y Productividad

Con el crecimiento de la producción brasilera en áreas de frontera, particularmente en la montaña, el Brasil pasó a liderar un proceso de propagación de un nuevo patrón tecnológico en la producción de café. Los aumentos de productividad con el uso más intensivo de tecnología son evidentes. Lo destacable obedece a la fertilización y la mecanización de las plantaciones. El estudio realizado por la EMBRAPA en Minas Gerais que analiza tres sistemas diferentes de producción de café de acuerdo con la utilización de insumos y tecnología, comprueba que el sistema adoptado por los productores más tecnificados es, económicamente, más eficiente. (MARRA: 2001)

La escala de producción, vinculada a las áreas planas de la zona montañosa brasilera, paso a jugar

un papel preponderante en el incremento de la productividad. Por eso es muy difícil caracterizar la producción brasilera de café con promedios. La medida difícilmente representa la realidad, puesto que hay una gran dispersión de las variables analizadas. En la zona montañosa bahiana, encontramos regiones con productividad superior a 60 sacos por hectárea, en tanto que en regiones tradicionales, el promedio está en 16 sacos por hectárea. Esta situación se puede constatar por las cifras de los Cuadros 7 y 8 que traen, respectivamente, los datos sobre la productividad promedio de la caficultura en el mundo y la de las regiones productoras de Brasil.

Un cuarto factor importante en lo que se refiere al análisis de la competitividad es distinguir los mercados de café robusta y arábica. En el caso del café robusta, el Vietnam supera en mucho la productividad media brasilera (incluyendo arábica y robusta), en razón de su sistema intensivo de cultivo (Cuadro 9). Además, este país tiene un costo de producción más competitivo. Como resultado, se ve el desplazamiento de la participación brasilera en algunos mercados, en los cuales el café robusta se ha mostrado como un buen sustituto para complementar el café arábico brasilero

Cuadro 7. Productividad de la caficultura en el mundo
Sacos por hectárea y participación de los países productores (%). Safra 2001

Región/Países	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	%
Mundo	8,81	9,84	9,14	9,99	9,63	10,52	9,85	100
Brasil	8,44	14,41	11,45	16,69	14,65	14,10	14,10	29
Vietnam	25,41	27,69	27,66	32,49	47,97	40,09	28,59	12
Colombia	12,80	10,81	12,14	13,69	10,74	16,00	13,79	10
Indonesia	6,93	9,92	9,33	10,02	6,04	7,41	7,48	5
México	7,62	7,14	7,31	7,44	8,91	6,80	6,34	5
India	13,55	12,61	19,54	15,61	19,49	16,46	16,19	4
Costa de Marfil	1,79	3,62	2,23	1,10	2,88	1,54	1,54	4
Guatemala	15,05	16,98	15,66	18,82	20,00	17,31	17,31	3
Uganda	12,33	15,35	9,38	12,45	11,26	10,63	12,12	3
Etiopía	11,44	13,08	11,66	10,92	14,02	14,73	14,73	3
Honduras	10,39	9,61	13,25	11,01	14,57	12,73	10,60	3
Costa Rica	24,85	19,69	23,15	22,17	22,68	23,75	23,75	2
Perú	11,46	10,25	10,41	10,72	11,81	11,12	11,12	2
El Salvador	15,88	15,46	13,24	12,69	11,49	9,72	9,72	1

Fuentes: áreas plantadas (FAO), producción de países (OIC) y producción mundial (USDA).

Cuadro 8. Productividad de café en las regiones productoras brasileñas

Sacos por hectárea. Safra 2002/03

Región	Rendimiento
Oeste Baiano	65,0
Mogiana (SP)	35,0
Bahia	24,2
Cerrado Mineiro	20,9
Sul de Minas	19,8
São Paulo	19,2
Minas Gerais	19,0
Brasil	16,8
Zona da Mata (MG)	16,7
Espírito Santo	15,2
Paraná	13,7
Rondônia	8,0

Fuente: CONAB

en la elaboración de las mezclas. El Vietnam sobrepasó ya al Brasil en el abastecimiento de café a Estados Unidos, en términos de volumen.

El segundo mayor productor de robusta, Indonesia, tiene una productividad bastante inferior a la brasilera. La productividad media brasilera en la producción de robusta está alrededor de 11.6 sacos por hectárea, lo que representa un cuarto lugar en la clasificación general, inmediatamente después de Tailandia e India.

En la producción de café arábica el Brasil tiene una productividad media similar a la de Colombia. Costa Rica, el país con mayor productividad, tiene una participación en el mercado muy pequeña y opta por el sistema de producción de alta densidad.

De igual manera que en el caso de la productividad, los costos medios apenas son indicativos, particularmente para el Brasil. Hay que observar también que el análisis comparativo de esos costos se debe mirar con restricciones, puesto que los datos se compilan de informaciones suministradas por los países productores y que pueden valerse de metodologías diversas para su elaboración.

Se percibe que el costo de producción de café robusta en el Brasil es muy superior al de Viet-

Cuadro 9. Costo de producción y productividad de los principales países productores de café Robusta

Promedio 1999/00 y 2000/01

Países	Costo producción (US por saco)	Productividad (saco/ha)	Producción (millones sacos 60 kg)
Brasil	66,5	11,6	7,0
Vietnam	35,8	34,3	13,2
Uganda	50,5	11,4	3,1
Costa Marfil	67,4	1,5	4,9
Tailandia	63,4	21,8	1,5
India	56,5	16,3	3,1
Indonesia	42,0	6,6	6,1

Fuente: Coffee Business, USDA, OIC, Embrapa

nam, que tiene también una productividad muy superior a la brasilera (Cuadro 9). En los países competidores el menor costo de la mano de obra es uno de los factores determinantes en su menor costo de producción. En el caso del café robusta, en que la variable de precio es importante, principalmente por tratarse de un café menos valorizado y destinado a servir de base en la confección de soluble, la producción brasilera enfrenta dificultades para entrar en el mercado internacional. El problema competitivo de la producción de robusta se refleja en la industria de soluble, conforme lo veremos más adelante.

Para el café arábica, el Cuadro 10 revela que, entre los grandes productores, Brasil es el que registra los menores costos de producción lo que, sumado a la productividad, le garantizan el mantenimiento y el crecimiento de participación en el mercado internacional.

Estructura productiva

A excepción del Brasil, la estructura productora en los principales países cafeteros indica que la mayor parte de ellos tiene concentración de productores en áreas menores de 2 hectáreas. Esa relación viene sucediendo a lo largo de los años, en consecuencia de la fragmentación de la propiedad por la sucesión luego de la muerte del jefe de familia. Esta fragmentación es un problema grave porque a la larga, hace insostenible la uni-

Cuadro 10. Costo de producción y productividad de principales países productores de café Arábica

Promedio safra 1999/00 y 2000/01

Países	Costo producción (US por saco)	Productividad (saco/ha)	Producción (millones sacos 60 kg)
Brasil	82,8	16,9	29,9
Colombia	109,9	14,9	9,9
México	106,3	6,6	5,8
Guatemala	131,2	17,3	4,9
Etiopía	45,5	14,7	3,1
Costa Rica	131,1	23,8	2,3
Honduras	86,6	11,7	2,8
El Salvador	113,3	9,7	2,3

Fuente: Coffee Business, USDA, OIC, Embrapa

dad familiar. Las inversiones en tecnología están limitadas por dos factores: el tamaño de las propiedades y las condiciones de suelo y clima. De una parte las pequeñas producciones no hacen viable la escala de producción y, de otra, los productores, en la mayoría de esos países, están ubicados en regiones extremadamente empinadas, lo que imposibilita la mecanización y como resultante de una luminosidad irregular una producción heterogénea. La recolección debe hacerse en varios períodos, de acuerdo con el estado de maduración del grano. Se le llama coger a mano. Eso eleva los gastos en mano de obra, estimados en el 70% del total.

En el Brasil, no obstante la pequeña producción tiene una participación significativa en el total, el tamaño medio de las fincas es también supe-

rior a los de los competidores. De acuerdo con estimativos del mercado, puesto que el último censo del IBGE se hizo hace casi 10 años, habría cerca de 300.000 productores, en predios de 12 hectáreas por caficultor teniendo en cuenta un área cultivada de 2.5 millones de hectáreas, según la EMBRAPA. Hay que observar que las nuevas propiedades en áreas de frontera son significativamente mayores que las 500 hectáreas que están localizadas en regiones planas, propicias para la mecanización.

En Minas Gerais, el estado líder en la producción nacional, existen cerca de 150.000 propiedades rurales con cultivos de café, de acuerdo con la FAEMG. El área de cultivo estimada por la entidad es de cerca de 1 millón de hectáreas, con una generación de 4.6 millones de empleos directos e indirectos. En Espírito Santo, principal estado productor de robusta, la CETCAF calcula en 56.17 mil el número de propiedades rurales con cultivos de café, que suman un área de 526.8 mil hectáreas. Los Cuadros 13 y 14 muestran un resumen de la estructura productiva de los dos estados.

Calidad del café: el problema de coordinación

Como hemos visto anteriormente, los cafés especiales son los de mayor crecimiento, pese a que todavía representen muy poco dentro del consumo mundial. En el mercado internacional, el Brasil aparece como un proveedor de cantidad, mientras que los cafés de Colombia, Guatemala, Costa Rica y Kenia, entre otros, son más valoriza-

Cuadro 11. Estratificación de propiedades cafeteras I

Área (miles de hectáreas). Producción en miles sacos

	MG				PR				SP			
	Área	%	Produc.	%	Área	%	Produc.	%	Área	%	Produção	%
Hasta 10 ha	231	32	3.021	28	18	11	212	10	44	21	994	29
10-50 ha	293	40	4.334	40	76	47	964	46	72	34	1146	34
> 50 ha	209	29	3.557	33	67	42	920	44	98	46	1246	37
Total	734	100	10.913	100	161	100	2.097	100	214	100	3387	100

Fuente: Embrapa (promedio del período en que la Embrapa fue responsable de registros de cosecha.)

Cuadro 12. Estratificación de propiedades cafeteras II
Área (miles de hectáreas). Producción en miles sacos

	ES				BA				Subtotal Brasil*			
	Área	%	Produc	%	Área	%	Produc.	%	Área	%	Produc.	%
Até 10 ha	151	30	1213	29	8	9	74	9	452	27	5513	26
10-50 ha	239	47	1721	41	34	39	329	39	714	42	8496	40
> 50 ha	115	23	1244	30	46	52	442	52	535	31	7410	34
Total	506	100	4178	100	88	100	844	100	1701	100	21419	100

Fuente: Embrapa (promedio del período en que la Embrapa fue responsable de registros de cosecha.)

Cuadro 13. Caracterización de la caficultura en Minas Gerais

Área cultivada	1 millón de hectáreas
	- 99,8% Arábica - 0,2% Robusta
Propiedades rurales con café	150 mil (30% de las propiedades mineras)
Empleos directos e indirectos	4,6 millones
Principales regiones productoras	- Sur de Minas (52,9%) - Alto Paranaíba e Triângulo (Cerrado) (18,7%) - Zona de Mata y Jequitinhonha (28,4%)
Municipios cafeteros	697
Participación en el PIB agropecuario del Estado	18,18% (representa US\$ 800 millones)

Fuente: FAEMG, Observatório Social (2002)

dos y reciben un reconocimiento por la calidad. Como ejemplo puede citarse de Segunda Taza, una de las mayores redes de cafeterías de América del Norte. En un folleto institucional de presentación de los cafés que se producen en el mundo, leemos la siguiente información sobre el café de Brasil.

“Brasil ha llegado a ser el mayor productor y exportador de café del mundo, desafortunadamente a expensas de la calidad. La mayoría del café brasileño se cosecha y procesa con sistemas de bajo costo, para obtener mayores rendimientos. Y como resultado, solamente una pequeña cantidad de granos de café, de los brasileiros de primera clase, alcanzan los estándares de calidad de “La Segunda taza”.

El diferencial de precios entre los cafés brasileiro y colombiano, que conforman el Indica-

dor OIC, es el reflejo de la valorización del consumidor por el café del competidor (Gráfico 13) Curiosamente se observa que tal diferencia no siempre fue tan significativa, como se verifica en la década del 90. Si de un lado eso puede representar ventajas comparativas para el Brasil, cuanto mayor es el diferencial, mayor la demanda de compradores que buscan un precio bajo, por otro, refleja la dificultad del café brasileiro de afirmarse como un proveedor de calidad.

Se sabe, que el Brasil registre ventajas con respecto a los otros productores por tener un parque cafetero complejo y diverso, que produce una gran variedad de tipos de bebida. (Mapa de regiones cafeteras de Brasil y cuadro 15).

Tales ventajas deberán estudiarse. En el año 2000, del total de 16 millones de sacos de café verde embarcados, sólo 300 mil se destinaron a

Organización de la producción en los principales países productores

Países	Cosecha	Arábica Robusta	Preparación	Número de productores	Estructura de producción		
					% área		% prod.
Brasil	Abril-agosto	85%-15%	Seco en patio- vía húmeda	300 mil	<10 ha	27%	26%
					10-50ha	42%	40%
					+50ha	31%	34%
Guatemala	Diciembre-marzo	99%-1%	vía húmeda	43,7 mil	1-2ha	90%	15-20%
					2-500ha	9%	45%
					+500ha <	1%	35%
México	Ago-nov (baja alti.) nov-ene (elev. alti.)	96%-4%	vía húmeda	280 mil	hasta 2ha	72%	35-40%
					2-10ha	27%	40-45%
					+10ha	1%	20%
Colombia	Oct-feb y abril-junio	100%-0%	vía húmeda	500 mil (Prom. 1,4 ha.)	70-80% pequeño prod.		30- 40%
El Salvador	octubre-mayo	100%-0%	seco (5%) vía húm. (95%)	20 mil	72,8% pequeño 20,2% medio 7% grande		5,8% 21,9% 72,3%
Honduras	Octubre-marzo	100%-0%	vía seca vía húmeda	109 mil	95,5% pequeños 4,2% medios 0,3 grandes		60% 22% 18%
Cosa Rica	Agosto-dic.	100%-0%	vía húmeda	77 mil	95,9% pequeños 3,4% medios 0,7 grandes		55,5% 19,4% 25,1%
Nicaragua	Nov-enero agosto-sept.(sur) Dic.(norte)	100%-0%	vía húmeda	30 mil	94,6% pequeños 4,9% medios 0,54 grandes		24,4% 39,3% 36,3%
Kenia	Oct-dic (principal) enero-agosto (secundaria)	100%-0%	vía húmeda	600 mil 1,3 hacienda	03-1ha 75% hacienda 25%		60% 40%;
Tanzania	Oct.-dic (arábica) junio-dic. (Robusta)	64%-36%	vía húmeda	270 mil	mayoría <1ha pocos grandes		92% 8%
Uganda	sep-dic (arábica) nov-feb (Robusta)	13-87%	vía seca vía húmeda	500 mil	en promedio 0,5 ha		-
C. de Marfil	Oct.-marzo	0%-100%	vía seca	-	-		-
Vietnam	dic-enero (arábica) enero-Abril (robust.)	2% 98%	vía seca vía húmeda	-	<5 ha	70%	-
					5-10 ha	15%	
					10-190 ha	15%	
India	marzo-dic enero-marzo	43% 57%	vía seca vía húmeda	-	<10 ha	65%	40%
					>10 ha	35%	60%
Indonesia	octubre a mayo	10%- 90%	vía seca vía húmeda	-	1-2 ha	90%	-
						10%	

Cuadro 14. Caracterización de la caficultura en Espírito Santo

Área cultivada	526, 81 mil hectáreas - 40,4% Arábica - 59,6% robusta
Tamaño medio de labranzas	9,37 hectáreas
Propiedades rurales con café	56,169 mil (68,2% propiedades mineras)
Empleos directos e indirectos	500 mil
Personas integradas en la producción (género y forma del trabajo)	Total: 362,34 mil (65,8% hombres e 34,2% mujeres) Fija – familiar: 86,05 mil Fija – contratada: 48,17 mil Temporal – cosecha: 159,89 mil Temporal – fuera de cosecha: 38,23 mil
Perfil de mano-de-obra	Arábica: 52,687 mil familias - 44% propietarios - 51% aparceros - 5% empleados Robusta: 78,031 mil familias - 47% propietarios - 47% aparceros - 6% empleados

Fuente: FAEMG apud Observatorio Social (2002)

los mercados de cafés de calidad, cuando el Brasil podría estar exportando cerca del 20% del total de ese mercado (PEREIRA FILHO, 2001:6).

En los Estados Unidos, del total de cafés especiales importados en 1998 (3.4 millones de sacos) el Brasil respondió solamente por el 5%, mientras que Colombia tuvo una participación del 32% y Guatemala del 14% (NATIONAL COFFEE DRINKING TRENDS, 1999)

Conforme a lo descrito ya en estudios anteriores ¹⁶ la principal traba competitiva es la coordinación entre los segmentos de la agroindustria cafetera del Brasil. El país dejó cristalizar la imagen de gran productor de un tipo único de café: el "Tipo Santos", mientras que otros países invertían fuertemente en imagen y calidad.

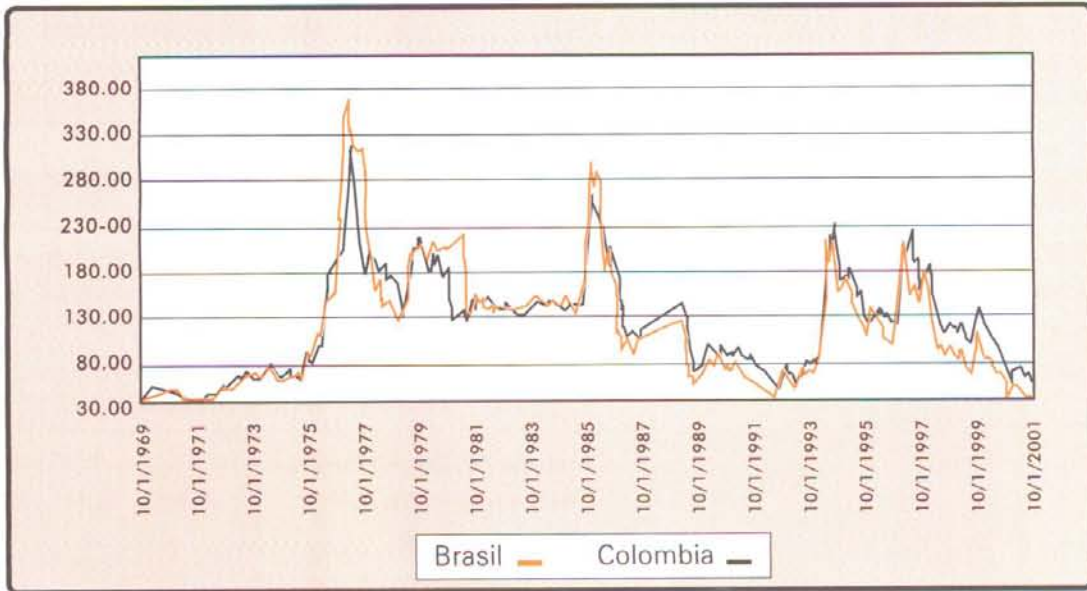
De acuerdo con VIEIRA & CARVALHO (2000 :76) la segmentación del mercado internacional se dio en relación al patrón comercial, basado en el café brasileiro del "Tipo Santos". Es por eso

que la marca más conocida en el mundo –Santos- acabó por excluir al Brasil, naturalmente, del mercado de calidad. El gran problema de esa estrategia, como se vio antes, se refiere al hecho de que el mercado de cafés especiales es el más dinámico.

De esa forma se puede alegar que, a lo largo de casi un siglo de regulación se fue solidificando una estructura de manejo que no proporciona incentivos y dificulta los controles que permitan viabilizar estrategias competitivas más adecuadas a esos cambios. En los cafés con atributos sin diferenciación, las formas tradicionales de comercialización son, de manera general, eficientes. Cuando se opta por una estrategia de diferenciación, basada en la calidad del producto, surge la necesidad de buscar materias primas con especificaciones más rígidas. De esta manera la estructura de coordinación empleada en el mercado de commodities, no logra transmitir

16. "La agroindustria del café en el Brasil" (SAES & FARINA: 1999)

Gráfico 13. Cotización de café colombiano y brasileño (1969 a 2001) - centavos por libra



adecuadamente la información que se requiere en la producción de especialidades. Por eso es verificable que la pequeña participación de Brasil en el mercado de cafés especiales se da a partir de nuevas estructuras de manejo, más coordinadas, en las que hay una identificación de todos los segmentos de la cadena.

La comercialización de café Verde: Punto de mira en la cantidad

En los últimos cinco años, el segmento exportador brasileiro (tradings, corredores y cooperativas) comercializó en el mercado internacional un promedio de 17.8 millones de sacos de café verde que equivalen a 2.1 millones de sacos de café

Cuadro 15. Principales regiones productoras de café Arábica según clasificación de bebida predominante ¹⁷

Regiones productoras de café Arábica	Clasificación según bebida predominante
<ul style="list-style-type: none"> • Cerrado Mineiro (MG) • Sur de Minas (MG) • Zona da Mata (MG) • Araraquarense (SP) • Mogiana y Pinhal (SP) • Norte del Paraná – Maringá e Londrina (PR) • Sur del Espírito Santo • Sur y Oeste da Bahia (BA) • Otros Estados 	<ul style="list-style-type: none"> • Mole e Dura • Dura e Mole • Rio Zona* • Dura e Rio • Dura e Mole • Dura, Rio e Riada • Rio Zona • Dura e Mole (despulpado)** • Rio Zona

Fuente: Informações de especialistas consultados. *Se despulpado Dura e Mole. **Sin despulpar bebida Riada e Rio.

17. La clasificación del café bebida, en orden descendente de calidad, es la siguiente: estrictamente suave, suave, suave apenas fuerte, riada, río y río zona. La clasificación por tipo admite siete categorías (tipo 2 a 8 con calidad decreciente), según la cantidad de defectos que se constaten en una muestra de 300 gramos. Vale la pena observar que para algunos países del Mediterráneo, el café bebida Río es muy apreciado.

Principales regiones cafeteras de Brasil

Total en millones de sacos



soluble. En términos de rendimiento, el Brasil obtuvo un promedio de US\$ 2.25 billones (verde y soluble) en este período.

El Puerto de Santos, en el estado de San Pablo, es el principal canal de salida del café brasileiro, seguido por el Puerto de Victoria, en el Espirito Santo y por el de Río de Janeiro. Según los datos de Cecafé, en el 2001, estos puertos respondieron por el 51%, 25% y 16% de los embarques brasileiros de café, respectivamente. En los últimos años, el puerto de Río de Janeiro viene recuperando importancia en los embarques de café, en detrimento del puerto de Santos. En 1996, por ejemplo, estos porcentajes eran de 68%, 27% y 5%, respectivamente.

El sector exportador ha registrado un relativo proceso de concentración en los últimos años.

Este proceso no es mayor porque hay menos obstáculos a la entrada, de manera que la salida de firmas está acompañada por entradas de nuevas empresas. Con esto, el número total de empresas exportadoras varía considerablemente en el decurso de los años. De 1987 a 1996, este número bajó de cerca de 210 a 150 empresas y volvió a subir a 218 en 1998. En parte, este incremento en la cantidad de empresas tiene relación con la recuperación de las cotizaciones en el período, lo que hizo más atractivo el sector. En los años 2000 y 2001 con la caída dramática de las cotizaciones del café, esta cifra descendió a 166 y 158 en su orden.

A principios de la década, el fin de la regulación del mercado constituye también uno de los motivos para el retiro de firmas del segmento.

Cuadro 16. Exportaciones brasileñas de café, por puerto de embarque
En millones de sacos de 60 Kg.

Año	Río de Janeiro	%	Santos	%	Victoria	%	Varginha	%	Otros*	%
1991	0,60	3	12,40	63	5,68	29	0,05	0	0,84	4
1992	0,76	5	11,15	68	3,51	21	0,14	1	0,87	5
1993	0,78	5	9,83	65	4,08	27	0,03	0	0,44	3
1994	0,88	6	9,45	65	3,82	26	0,01	0	0,43	3
1995	0,76	6	7,75	65	3,30	28	0,01	0	0,12	1
1996	0,62	5	8,63	68	3,40	27	0,01	0	0,11	1
1997	0,71	5	10,97	76	2,67	18	0,01	0	0,08	1
1998	1,10	7	11,07	67	4,06	25	0,26	2	0,07	0
1999	1,30	6	14,12	67	4,99	24	0,60	3	0,06	0
2000	1,29	8	10,56	66	3,39	21	0,73	5	0,06	0
2001	3,37	16	10,60	51	5,24	25	1,61	8	0,16	1

Fuente: CECAFÉ

* Salvador e Paranaguá

Ello porque durante el período de regulación había empresas que apenas sobrevivían a expensas del mercado de venta de cuotas. Con la cancelación del sistema, estas empresas desaparecieron. Además de eso, es común la presencia de empresas de otros sectores, ajenos a la agroindustria, en la lista de exportadores de café. En 1997, por ejemplo, del total de las 179 empresas exportadoras, solamente 129 eran del SAG del café. Las otras 50 empresas, que respondieron por el 5% del volumen exportado, pertenecían a otros sectores, que para cumplir con las exigencias legales asumidas en la operación del mercado cambiario (Adelanto del Contrato de Cambio) se valieron de empresas del sector para exportar en su nombre¹⁸ (SAES e FARINA, 1999:114).

El cuadro 17 muestra que hubo una cierta estabilidad de la participación de las mayores empresas en la exportación total de café a lo largo de la década de 1990. Se puede observar también una gran alternancia de posiciones entre las que encabezan.

El cambio de ranking de las exportadoras indica la presencia de una fuerte competencia entre las firmas establecidas. De acuerdo con Santos

(1996) el resultado de este cuadro es una baja persistente del margen de las empresas exportadoras en relación al crecimiento del margen del importador extranjero. Según la autora, elementos de estructura, tales como el bajo grado de concentración de las empresas nacionales, en contraposición a la alta concentración de las empresas compradoras internacionales, dificultan el cambio de desempeño del sector y lo hacen vulnerable a las políticas internas y externas de los gobiernos.

El cuadro 18 presenta el grado de concentración de las empresas del sector, que se calcula a partir de su participación en el total del volumen exportado. Conforme puede observarse en el 2001, las 5 empresas exportadoras más grandes (Tristao, Unicafé, Esteve Stockler y Coimbra) respondieron por cerca del 36% del total de café verde exportado por el Brasil, en cuanto que en otros años, las cinco primeras representaron el 30% del total. Pese al ligero incremento del último año, la concentración es baja todavía si se comparara con otros sectores de la pauta de exportación brasileña y con relación a la elevada concentración de las empresas compradoras internacionales (Gráfico 14). El índice Herfindahl-

18. Empresas de cualquier sector consiguen dinero en la red bancaria por cuenta de un embarque futuro de determinada mercancía, con costo financiero bajo (de 8% a 10% al año). En general, esas operaciones se suelen dar con soya y azúcar. Mientras tanto, en los períodos de alza en los precios del café, como en 1997 la opción por este producto vuelve más eficiente la transacción en caso de la necesidad de cumplir con operaciones voluminosas.

Cuadro 17. 15 mayores exportadoras brasileñas de café verde
En miles de sacos de 60 Kg.

EMPRESAS	1991	1996	1997	1998	1999	2000	2001
Tristao Cia. Com. Exterior	730,4	430,3	338,1	454,6	453,2	863,4	1.964,4
Unicafe Cia. Com. Exterior	1.640,1	1.157,5	1.475,1	1.321,9	1.613,6	1.099,4	1.772,8
Esteve S/A	962,0	697,5	750,9	555,1	725,7	826,1	1.391,7
Stockler Coml. Exp.Cafe S/A	1.217,1	453,5	802,0	1.007,3	1.261,5	793,4	1.292,3
Com.Ind.Brasil. - Coimbra S/A	259,5	221,8	157,3	313,6	373,2	864,6	1.131,4
Coop.Reg.Cafeic. Guaxupe	295,7	565,2	640,0	701,4	1.050,7	1.007,4	1.011,2
Cia.Import. e Exp. - COIMEX	225,4	98,6	341,7	589,2	1.013,6	570,7	974,0
Exportad. de Cafe Guaxupe	587,2	682,0	759,7	687,9	793,0	611,8	859,8
Volcafe Ltda	421,1	418,1	606,5	441,0	649,2	464,4	743,3
Casas Sendas Com. Industria	37,4	300,0	503,3	620,9	1.018,1	736,2	634,8
Rio Doce Cafe S/A Imp. e Exp	1.123,4	749,8	547,1	426,6	268,0	255,4	628,2
Mitsui Alimentos Ltda	113,8	160,0	317,0	256,3	426,3	355,2	543,8
Custodio Forzza Com. Exp.	299,3	230,0	203,9	241,1	351,6	263,2	502,2
Irmaos Ribeiro Exp. Imp. Ltda	322,3	426,9	406,6	411,4	577,2	493,7	487,8
Cargill Agrícola S/A*	717,8	312,4	372,8	297,6	494,7	429,0	-
Exprinsul Com. Exterior	662,9	175,0	448,5	573,7	597,0	350,3	485,9
Subtotal	8.897,5	6.766,2	8.297,6	8.602,0	11.172,0	9.555,1	14.423,4
Otros	10.562,5	6.006,0	6.140,4	7.961,5	9.888,8	6.467,9	6.508,8
TOTAL	19.460,0	12.772,2	14.438,0	16.563,5	21.060,9	16.023,0	20.932,2

Fuente: CECAFÉ

* A Cargill Inc. Vendió su división mundial de café para el grupo internacional Ecom Agroindustrial Corp. en el 2000. Con eso Esteve S/A, subsidiaria de Ecom de Brasil, asumió las operaciones de Cargill Agrícola S/A.

Hirshman¹⁹ calculado para el 2001 quedó en 417,3 que representa un valor abajo de lo que se considera una industria concentrada.

Con relación a la competitividad del segmento exportador brasileiro, el estudio elaborado por la Abecafé (1998:sp) señala que el sector es alta-

Cuadro 18. Índice de concentración de empresas exportadoras 1987 a 1997

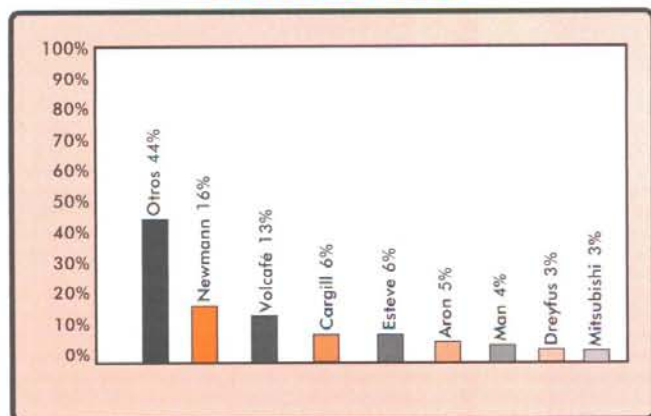
Índice de Concentración	1987	1991	1995	1999	2000	2001
C5	26	29	24	28	29	36
C10	41	45	39	45	49	56
C20	63	58	60	66	70	78
C30	76	63	69	79	84	88

Fuente: Cecafe

mente competitivo demostrando capacidad de mover y atender el mercado internacional en volúmenes superiores a los 20 millones de sacos al año. El estudio admite que la competitividad del sector tiende a crecer todavía más con el incremento de la eficiencia logística con la privatización de los puertos, las ferrovías y las autopistas. De hecho, tanto en 1999 com. en el 2001, el resultado de las exportaciones brasileiras fue altamente favorable en términos de volumen, llegando al nivel de 23 millones de sacos, ayudado por la devaluación del real frente al dólar y también por el aumento de la disponibilidad interna de café. No obstante, como ya se observó antes, es importante resaltar que el crecimiento de los principales mercados mundiales (Estados Unidos y Unión Europea) se está dando para los cafés especia-

19. El índice de Herfindahl-Hirschman se calcula a partir de las sumas de los cuadros de la participación de cada firma con relación al tamaño total de la industria y tiene en cuenta todas las firmas de la industria. Se considera desconcentrada una industria con un índice hasta 1000, moderadamente concentrada la que va de 1000 a 1800 y extremadamente concentrada la que tiene un índice por encima de 1800.

Gráfico 14. Participación de *delears* internacionales



Fuente: van Dijk et al., in Ponte, 2001.

les. En este sentido, el principal desafío que enfrenta el segmento es demostrarle al consumidor internacional la calidad del café brasileiro y coordinar acciones para vender no sólo cantidad sino también las especialidades.

De manera general, los agentes adquieren el café *bica corrida*²⁰ entre los productores de distintas regiones y luego de un proceso de selección y clasificación realizan la comercialización del producto conforme a las mezclas requeridas en el mercado interno y externo. No hay contratos de abastecimiento con las empresas extranjeras, una vez que se ofrece un producto commodity que puede obtener otro abastecedor si las condiciones de comercialización fueran más ventajosas. Inclusive, conforme a las condiciones de mercado, las empresas tienden a cambiar la proporción de cafés de orígenes diferentes en la composición de sus mezclas (llevando a un desplazamiento del consumo hacia cafés más baratos).

Normalmente en esta modalidad de comercialización, no hay interés en identificar el café de una determinada región o de productores específicos. La simetría de información y la divergencia de intereses hacen posible que las em-

presas lucren en el proceso de intermediación, premiando inadecuadamente los cafés de calidad superior.

En los negocios de café es conocida la expresión *canelada*, que significa recibir por el café un precio inferior al que realmente vale.

Una consecuencia de ese comportamiento oportunista es la selección adversa, esto es, desincentivar la adopción de las prácticas necesarias para garantizar la calidad del producto. Como el mercado no ofrece los incentivos adecuados, acaba por sacar el café de superior calidad.

El resultado del comportamiento oportunista es el desestímulo a la producción de café de calidad, ya que el mercado no tiene por costumbre el valorizarla.

En oposición a esta práctica del mercado, en los años de 1990 se adoptaron una serie de acciones en la búsqueda de caminos alternativos de introducción del café verde en el mercado internacional.

Uno de los primeros movimientos en ese sentido fue la creación, en 1992, del Consejo de las Asociaciones de Caficultores del Cerrado (Cáncer).

El objetivo principal del Consejo es el formar un grupo estratégico para mantener una gestión unificada y coordinada para la valorización del café de montaña. El Cáncer estructuró el primer certificado de origen del Brasil, tratando de rodear las dificultades de la falta de tradición y legislación en la protección y control de ese tipo de certificado²¹.

La estrategia del Cáncer acabó siendo adoptada por productores de otras regiones, que también emprendieron acciones para valorizar el café de su región.

En el sur del Estado, la asociación de las Cooperativas del Sur de Minas fue acreditada por el

20. *Bica corrida* es un saco de café antes del primer beneficio, es decir, el café que fue cogido sin pasar por el proceso de cenida y limpieza.

21. En 1996, por Decreto No. 38559 del gobierno de Minas Gerais, se instituyó el reglamento de certificado de origen, para los cafés del estado, el Certicafé, delimita cuatro regiones productoras en el estado, cada cual con una característica particular: Sur de Minas, Cerrado, Jequirinhonha y Montañas de Minas. En 1999, el IMA- Instituto Minero Agropecuario, órgano vinculado a la Secretaría de Estado de Agricultura y Abastecimiento, constituyó el Consejo Ejecutivo de Certicafé. El Consejo acredita Sindicatos de Productores y Asociaciones que se encargarán de emitir el certificado de origen del producto, con la fiscalización del IMA. El Certicafé identificará la región productora, las características y la calidad del café. Los caficultores deberán seguir las orientaciones del IMA para alcanzar el patrón exigido en la producción de un café de calidad.

IMA en diciembre de 1999. La región congrega cerca de 67.000 productores y produce en promedio más de 7 millones de sacos. Es la región mayor productora del Brasil.

En 1997 se creó la Asociación Sulminas-Café que congrega 32 municipios. Además del estímulo a la producción de café de calidad, la Asociación tiene como bandera encontrar soluciones para los productores de la región que afrontan costos crecientes en la producción.

Otro movimiento que merece destacarse es la creación, en 1991, en Alfenas, al sur de Minas, de la Brazilian Specialty Coffee Association (BSCA), que tiene como razón mostrar que además de mayor productor mundial, el Brasil ofrece también cafés de altísima calidad.

La Asociación surgió cuando un grupo de productores que participaba en una feria de cafés especiales en Orlando, en 1991, constató que el país no tenía ninguna acción encaminada a mostrar la calidad de los cafés brasileños, en tanto que los otros competidores se empeñaban en mostrar la de sus cafés.

Desde el año 2000 la BSCA realiza el concurso anual "Café Gourmet" siguiendo el ejemplo del suceso de la empresa italiana Illycafe²² que premia los mejores granos de café del año. Los primeros lotes vencedores fueron ofrecidos en subasta (on line) y en los dos años los premios obtenidos sobre los cafés negociados tradicionalmente llegaron, en algunos casos a más de 500%. Cabe resaltar que el concurso no favoreció directamente a sus asociados, a pesar de que dos de ellos hubieran sido finalistas.

Los concursos de calidad proliferaron en todo el Brasil y jugaron un importante papel al estimular prácticas que llevaran a la calidad, además de señalar al mercado comprador la calidad del café brasileño.

Factores de calidad para el soluble: Costos de la materia prima y barreras tarifarias

La industria de café soluble en el Brasil está prácticamente dirigida al mercado externo. Se implantó en los años 60 mediante incentivos gubernamentales con el objeto de disminuir el exceso de existencias de café verde de calidad inferior de que disponía el Instituto Brasileiro del Café. La industrialización de estos cafés sería una oportunidad de conquistar nuevos mercados en el exterior, además de reducir las existencias gubernamentales (SAES, 1997: 154) (23).

El café soluble exige una planta sofisticada, lo que determina que la estructura de la industria esté bastante concentrada. Las empresas integrantes del segmento son: Nestlé (Suiza), Cacique (Brasil), Iguazú/Macsol (Japón), Realcafé (Brasil), Cocam (Holanda), Mogi (Brasil), Brasilia (Brasil) y Eastico (Israel). Vale observar que algunas empresas, como la Tres Marías que figura ya en el sexto lugar del ranking de las mayores exportadoras, no industrializan el soluble sino que lo adquieren de las industrias citadas (Brasilia y Mogi). Este hecho muestra que, más que con la tecnología, la competitividad del soluble se relaciona con los canales de distribución y la adecuación de mezclas de producto según la demanda.

En el 2001 las tres mayores empresas respondieron por el 69% de las exportaciones totales de café (Cuadro 19). El índice de Herfindahl-Hirshman²⁴ calculado para el 2001 fue de 1970, lo que denota una industria altamente concentrada.

En lo que se refiere a la tecnología del procesamiento, hay dos métodos para obtener el soluble: liofilizado y granulado (convencional). El liofilizado (proceso de congelación y sublimación),

22- La empresa Illycafe jugó un importante papel al apalancar la estrategia de que se invirtiera en calidad. La contribución de Illycafe se dio en función de la necesidad de suplir su producción de materia prima con cafés brasileños de calidad. Con enormes dificultades para encontrar sin costos muy elevados el café deseado, la empresa estableció en 1991 un concurso anual: el "Premio Brasil de Calidad del Café para Espresso". Con esa estrategia, Illycafe identificaba a sus proveedores del año, que recibían como premio un porcentaje entre el 25% y el 30% por encima de los precios internacionales del café de buena calidad. Desde la primera edición del concurso, la mayoría de los productores premiados pertenecían a la región del Eje cafetero.

23- Llamados cafés de escogida o **grinders**, eran restos de granos quebrados o pequeños que no alcanzaban la clasificación para atender la demanda externa e interna, lo que imposibilitaba su comercialización.

24. Ver nota 19

Cuadro 19. Participación de las principales empresas de soluble en las exportaciones

En sacos de 60 Kg.

Empresas	2000	%	2001	%
Cacique	664.548	32,2	813.441	32,3
Nestlé	375.516	18,2	592.109	23,5
Iguaçu*	355.931	17,2	335.628	13,3
Cocam	258.026	12,5	244.498	9,7
Realcafé	182.946	8,9	206.426	8,2
Macsol*	94.738	4,6	101.878	4,1
Sub-total	1.931.615	93,5	2.293.980	91,1
Total Brasil	2.067.140	100,00	2.516.968	100,0

Fuente: ABICS

se considera superior, pues durante el proceso de secado reduce la pérdida de los elementos aromáticos del extracto. En el convencional (spray-drying: proceso de pulverización del extracto a partir de la evaporación) pierde gran parte de los componentes aromáticos. A pesar de que el liofilizado es el 30% más costoso que el soluble convencional su demanda ha aumentado en los mercados tradicionales de solubles en razón de la calidad final del producto que conserva mejor las características organolépticas del café. Cuatro empresas brasileras producen café liofilizado: Mogi, Cocam, Macsol y Cacique, que se incorporó recientemente con una fábrica ubicada en el municipio de Londrina.

Al final del 2001, Nestlé anunció inversiones por US\$ 100 millones en la construcción de una nueva fábrica de café soluble, localizada en Araras en el interior de San Pablo. La nueva unidad industrial tendrá capacidad para producir 20.000 toneladas por año destinadas al mercado externo, Europa Central y Oriental, especialmente. La expansión de la industria enfrenta cuatro tipos de dificultades: a- aumento de la distancia entre los precios del café robusta en el mercado interno y externo; b- barreras tarifarias; c- problemas tributarios y d- tecnología.

La primera está relacionada al hecho de que el aumento de la producción de café robusta en

Asia, agravado por problemas climáticos en las regiones brasileras productoras de robusta, aumenta el diferencial de precios entre la materia prima del soluble en el mercado externo y en el Brasil, y favorece las industrias localizadas en el mercado internacional²⁵. Desde 1996 varias empresas brasileras encontraron serias dificultades para penetrar en el mercado externo y competir con los grandes grupos de productos alimenticios mundiales como Nestlé, General Foods (Phillip Morris), Folgers (Procter & Gamble) y Dowe Egberts.

La pérdida de competitividad en función de los precios de la materia prima ha llevado a la industria a reivindicar la posibilidad de utilizar mecanismos como *draw-back** para la importación de café robusta, en las épocas de encarecimiento de la materia prima.

El Gráfico 15 compara los precios de café robusta utilizados por la industria internacional (diferencia media del 20% sobre la cotización de la Bolsa de Londres) con el robusta brasiler. Se verifican los períodos en que el diferencial es favorable a la compra de producto importado.

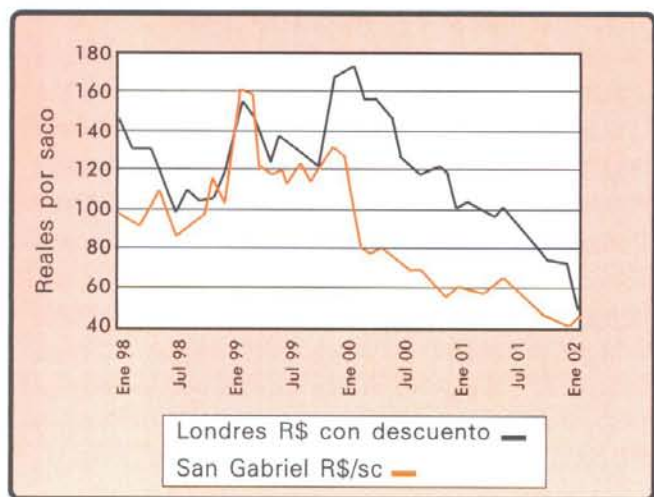
La segunda dificultad es con respecto a las barreras tarifarias. El café soluble brasiler soporta barreras tarifarias en la Unión Europea, en cuanto las industrias de los países competidores o están exentas de impuestos de importación, bajo el pretexto de una política de cooperación a la lucha contra el narcotráfico, o son gravadas con menor cuota, como en el caso de México y la India, como veremos.

En 1991, la Unión Europea determinó impuesto cero para Colombia, Bolivia, Perú y América Central y 9.5% para el Brasil sobre las exportaciones de soluble. De 1991 a 2000, las exportaciones europeas de soluble aumentaron en 59% para un total de 3.97 millones de sacos, en tanto que las exportaciones brasileras a la Unión Europea disminuyeron 45.5% (203 mil sacos) y de los países no gravados aumentaron 54% (361 mil sacos). Hasta el comienzo de los años 90, la introducción del segmento en el mercado internacional se hacía especialmente vía industrias ya

25. El robusta se utiliza como la materia prima principal del café soluble ya que hace posible un mayor rendimiento industrial y tener un diferencial en relación al café arábica.

* Devolución de aranceles pagados en la importación de la amteria prima.

Gráfico 15. Precio de café Robusta
Bolsa de Londres (1ª posición con
descuento de 20%) y productor San Gabriel
da Palha (R\$ por saco)



Fuente: Bolsa de Londres y Agencia Estado/FIPE.

establecidas en los Estados Unidos y Europa, pertenecientes a grandes grupos de productos alimenticios, que compraban el producto a granel para elaborar sus mezclas.

Con el aumento de la competencia entre las empresas internacionales y la incidencia de las barreras tarifarias, las empresas brasileras se dieron a la búsqueda de nuevos mercados, exportando el producto hacia el consumidor final, con una marca propia principalmente a los países del oriente de Europa. El intento de hacer viables otros instrumentos de competencia, distintos al precio, han llevado al lanzamiento intensivo de marcas brasileras en el mercado internacional ²⁶.

Por el cuadro 20, se puede verificar que la condición de mayor mercado consumidor de café soluble brasilerero se ha alternado entre los Estados Unidos y Rusia en los últimos 5 años. En el 2002, considerando los datos disponibles hasta junio, está posición la ocupa Ucrania.

La desvalorización cambiaría en 1999 y la contracción del margen entre los precios de los cafés en el mercado interno y externo a partir de la cosecha 2000/01, debido al crecimiento de la

producción brasilerera de robusta, significó la reconquista de las exportaciones brasileras en este período. Gráfico 16.

Al contrario de la mayoría de los países consumidores, el Reino Unido tradicionalmente consume más café soluble, que representa casi el 90% de las ventas al detal. El segmento lo domina Nestlé, con una participación del mercado superior al 50%, seguido por los KJS. En Alemania, por ejemplo, el mercado de soluble es bastante menor que el de tostado y molido y representa sólo el 10% del total. Los líderes del mercado son, también, Nestlé y KJS, con el 30% y el 10% de participación, respectivamente.

Otra de las dificultades competitivas está relacionada con los asuntos tributarios, como la dificultad en la utilización de créditos acumulados, tanto estatales como federales. Uno de los más importantes es el problema de la acumulación de crédito de ICMS por las empresas. Como las empresas de ese segmento operan preferencialmente en el mercado externo, se vuelve prácticamente imposible el utilizarlos. Las empresas acaban teniendo que negociar ese crédito obtenido en el momento de adquirir la materia prima, con diferencias que llegan a alcanzar el 30%. Teniendo en consideración que las empre-

Gráfico 16. Exportaciones
de café soluble
(En millones de sacos)



Fuente ABICS

26. Las más importantes marcas brasileras en el mercado externo son: Globo, Globo Premio, Café Pelé, Caciue, Café Royal, Café Clásico, Pelé Clásico, Tradicional, Buen Café, Cocam, Paula, Excelso, Iguazú, Amigo, Cruzeiro, Mogi, Grancafé, Santos, Nescafé, Real Café, Café Jacky, Finesse, Brasilerero y Grano.

Cuadro 20. Principales mercados de café soluble brasileño
Equivalente en miles de sacos de 60 Kg.

	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002*
EUA	425,4	529,8	299,8	307,7	458,0	480,2	494,7	154,4
Rusia	1.102,7	886,0	737,9	393,2	475,3	315,0	445,3	159,1
Ucrania	13,0	205,4	330,2	74,9	170,5	307,6	279,3	214,4
Japón	207,5	233,3	246,4	214,2	239,7	260,8	288,1	150,0
Alemania	157,1	147,0	129,0	188,2	200,6	226,7	218,7	130,7
Argentina	25,5	18,8	33,9	31,9	44,0	45,9	110,7	62,6
Rep. Checa	1,9	1,1	2,0	28,0	43,1	73,6	72,9	32,6
Singapur	32,1	39,0	50,7	35,4	40,4	62,7	68,7	33,5
España	5,6	1,5	1,2	1,2	1,8	1,3	48,7	35,5
Malasia	1,2	2,0	2,3	0,6	4,1	18,3	53,4	25,4
Lituania	1,1	2,7	7,4	6,0	0,8	1,1	37,5	24,4
Finlandia	42,7	6,1	1,7	4,5	9,2	34,7	38,0	10,7
Reino Unido	122,4	50,8	71,5	23,9	15,0	6,6	20,0	12,4
Rumania	155,6	59,5	77,9	55,7	31,1	25,5	18,7	6,6
Canadá	58,0	59,9	38,1	37,6	21,8	26,1	35,5	4,5
Corea	-	3,8	2,9	1,6	1,4	2,7	13,2	8,0
Uruguay	3,7	5,4	6,6	8,0	8,2	8,2	19,5	8,5
México	34,8	31,2	40,9	21,2	20,9	14,8	-	13,6
Polonia	36,8	38,8	57,7	26,5	7,4	6,8	36,8	4,2
Otros	187,5	196,4	196,2	201,7	167,5	147,6	194,1	95,2
TOTAL	2.614,7	2.518,4	2.333,9	1.661,8	1.960,7	2.066,2	2.493,9	1.186,3

* hasta el mes de junio

Fuente: ABICS/CECAFÉ

sas extranjeras de la competencia tienen acceso a la materia prima sin impuesto, se crea una distorsión negativa para las empresas nacionales. Otra reclamación del sector se formula con relación al atraso para recibir el crédito de IPI que se presume en las operaciones de exportación.

Finalmente, en lo que toca a tecnología, los mayores problemas son a escala, cuando se compara con las empresas internacionales, y el menor desarrollo de las industrias de empaque en el Brasil. Tales problemas dificultan el acceso del brasileiro empaquetado en el mercado internacional. (TICOULAT : 2001) En el mercado interno, el café soluble se vende, básicamente, en los supermercados. Hasta hace poco sólo dos empresas (Nestlé y Cacique), dirigían su producto al mercado nacional. Nestlé lidera el consumo interno de soluble con ventas por cerca de 6,6 toneladas, lo que representa el 66% del total. En la década del 90

otras empresas como Iguazú y Cocam entran al mercado por medio del joint-venture con firmas conocidas ya en el mercado y que poseen un amplio sistema de distribución (Corazones, Arisco, Parmalat y Café del Punto Sara Lee) en el caso del Iguazú. En el caso de la Iguazú, comercializando, igualmente, su marca. Estas empresas Venden, también café capuchino, que presenta un gran aumento de ventas en el mercado.

Factores de competitividad para el tostado y molido

La industria de torrefacción y molida está conformada por 1519 empresas (ABIC: 2002^a) orientadas prácticamente al mercado interno. La mayor parte de la industria está concentrada en la región sudeste, especialmente en San Pablo, que representa casi el 50% del total producido en el país. La Figura 4 muestra la participación de los principa-

les estados productores de café tostado y molido y café verde, así como la empresa que tiene el liderazgo en cada uno de ellos.

Desde que terminó la regulación al comienzo de los años 90 que impedía el ingreso de empresas en el sector y determinaba la fijación de precios, las torrefactoras enfrentan una fuerte competencia por los precios.

La inestabilidad de la industria involucrada en esa competencia, que a veces se vuelve desleal como evasión de impuestos o inclusive la adulteración del café, explica, en parte la poca motivación para la calificación gerencial y tecnológica, de la mayor parte de las empresas nacionales que actúan en el mercado. El impedimento para el ingreso de nuevas firmas es escaso, ya que no existen restricciones tecnológicas difíciles y el capital mínimo exigido para entrar al sector no es muy cuantioso, si se compara con otros sectores²⁷, lo que caracteriza una industria con una gran franja competitiva. Un indicador de la competencia entre las empresas puede verse por la evolución del índice de precios del café al por menor, presentado en el gráfico 17. En los períodos de subida de los precios de la materia prima, la industria no consigue no logra satisfacer el mercado minorista y tiene que ajustar los márgenes.

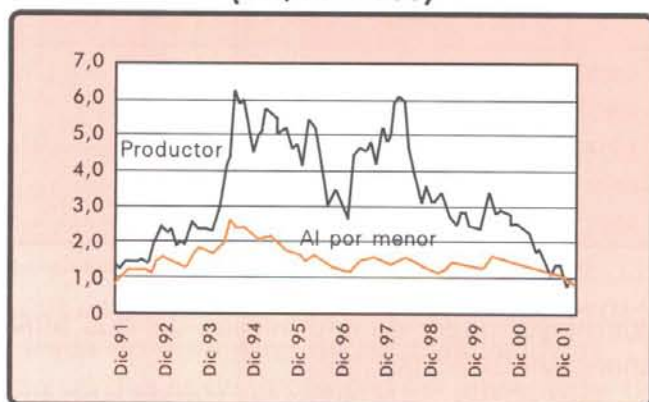
El intenso flujo de entrada y de salida de pequeñas empresas, agravado por la ociosidad de la industria estimada en 65% (ABIC), se da conjuntamente con la elevación de la rotatividad y de la concentración.

La autoeliminación contrasta con el crecimiento del consumo de cafés especiales en los años 90. A pesar de ser todavía incipiente, este mercado se muestra atractivo inclusive con la entrada de cafés de calidad importados, que puede ejemplificarse por la actuación creciente de la empresa Illycafe. El cuadro 21 muestra el crecimiento de las importaciones brasileras de café tostado en los últimos años.

Las empresas multinacionales, a su vez, han sido atraídas a la industria por el significativo consumo nacional (13,5 millones de sacos al año). De manera general, como factor de atracción de

Gráfico 17. Evolución de índice de precios de café

Al por menor y materia-prima
(Dic/91= 100)



Fuente: CCRJ, FIPE

capital extranjero invertido en el sector de alimentos y bebidas del Brasil, el mercado nacional repunta. Además de sus dimensiones, la estabilidad económica alcanzada con el Plan Real permitió la expansión del consumo de varios alimentos, sobre todo los de mayor valor agregado. Por lo tanto, la expansión del mercado consumidor es el vehículo conductor para la entrada de empresas extranjeras en ese ramo de actividad. Además de la sofisticación de la canasta de consumo, la estabilidad económica favorece al consumidor al reducir el tiempo en la adquisición de productos. Es decir, con un escenario económico más estable, sin grandes pérdidas salariales a lo largo del mes por cuenta de la inflación, el consumidor aumenta la frecuencia de sus compras. Eso facilita el consumo de productos nuevos, puesto que es posible consumir menores cantidades, lo que favorece el aumento de la porción de mercado de las empresas multinacionales, dada la mayor facilidad para que el consumidor conozca nuevos productos (VIEGAS, 2002: 56).

Otro efecto importante de la estabilización económica es el que ahora las distorsiones en el nivel de precio se reducen, lo que facilita la toma de decisiones por parte del consumidor. O sea, con precios estables, el consumidor logra comprar mejor los productos a lo largo del tiempo, pues el nivel de precio, se vuelve una variable

27- La inversión necesaria para la apertura de una pequeña tostadora gira en torno a los R\$ 50.000.

Cuadro 21. Importaciones brasileñas de café tostado

En sacos de 60 Kg.

Año	Valor en US\$ FOB
1989	0
1995	152.627
1997	689.534
2000	1.386.978
2001	1.624.247

Fuente: elaborado por NEIT-IE-UNICAMP a partir de SECEX

con mayor poder de información del que tenía antes. (VIEGAS, 2002:56).

Para el caso de la industria cafetera, otro motivo para atraer las empresas internacionales es la facilidad de tener a la mano la materia prima, ya que las empresas que entran son grandes compradoras de café verde brasilero.

Como consecuencia se percibe un fuerte proceso de consolidación de la industria. En disposición de ventajas de capital y gerenciales, la entrada de empresas extranjeras se da por medio de adquisiciones de empresas nacionales que tienen buena reputación entre los consumidores, abastecedores y compradores. Son ilustrativas al respecto, las recientes adquisiciones de las empresas Café do Ponto, Selecto y Uniao por la firma Sara Lee (norteamericana), de la empresa Tres Corazones por la Strass-Elite (Israelita) y de la torrefactora Nueva Suiza, de la exportadora Piumhi, por la Segafredo (italiana).

Historia de las operaciones de las empresas multinacionales en el mercado brasilero

Sara Lee

Entró en el mercado de café en 1978 luego de la fusión con Douwe Egberts. Después se hicieron muchas adquisiciones²⁸. De acuerdo con informe de la empresa para el año 2001, la ganancia obtenida con el sector de café y té fue de 2,9 billones de dólares. La empresa es líder del mer-

cado en Bélgica, Luxemburgo y Holanda (por medio de Douwe Egberts), en Francia con la marca Maison du Café, en España con el café Marcilla y en Dinamarca con el Merrild. En Estados Unidos Sara Lee ocupa la tercera posición en el mercado de tostado y molido.

En el Brasil, Sara Lee entró en el mercado de café en marzo de 1993 con la adquisición de Café do Ponto y, seguidamente la empresa Café Seletto. Después de eso la empresa alcanzó el liderato del mercado brasilero con la compra de las operaciones de café de la Compañía Unión (marcas Pilao, Caboclo y Unión).

Igualmente, en busca del liderazgo en el segmento gourmet, la empresa anunció inversiones por R\$ 5 millones en una intensa campaña publicitaria para el lanzamiento del Café del Ponto Aralto en el 2002. Según la empresa, el producto está elaborado con granos producidos a una altitud de mil metros, en las regiones de la Mogiana y el sur de Minas Gerais. La expectativa inicial de ventas es de 1300 toneladas en el primer año.

Strauss Elite

El grupo israelí es uno de los líderes mundiales en la industria de alimentos, con ventas líquidas globales de US\$ 1 billón en el 2001. Las operaciones con café responden por el 29,4% seguido por lácteos (24,1%), confitería (19,4%), entre otros.

A partir de la conformación del grupo en 1997, cuando la holandesa Elite fue comprada por la israelí Strauss, el proceso de reestructuración y expansión incluía adquisiciones en América Latina y el oriente europeo, mercados de mayor potencial. Las operaciones en el Brasil comenzaron el año 2000, con la compra de la torrefactora minera 3 Corazones, por US\$40 millones, después la adquisición de fábricas en Bulgaria, Croacia, Turquía y Ucrania, en 1999. En la actualidad el grupo posee 18 fábricas de café en 10 países y ventas anuales de 1.2 millones de sacos, y figura en el octavo lugar del ranking mundial de producción, según los estimativos del mercado.

28. Adquisiciones: Van Nelle (Holanda-1989), Superior Coffee and Food (USA-1990), Arliny Praha (Checoslovaquia - 1991), Harris Coffee and Tea Company (Australia-1991), Mc Garvey Coffee Usa-1991), Compack Trading & Packing (Hungria-1991), Café do Ponto (Brasil -1998), Continental Coffee Products Co (USA-1998), Chock Full O Nuts Corp. (USA-1998), Hils Bros, MJB, Chase & Sanborn from Nestlé (USA-2000), Compañía Unión (Brasil-2000).

La marca 3 Corazones es líder en el mercado de tostado y molido en Minas Gerais, además del liderazgo nacional en el segmento capuchino (con participación de 42%). En el 2001, las operaciones del grupo en Brasil alcanzaron US\$26 millones, con ventas cercanas a 11.000 toneladas. Con inversiones de R\$ 11,5 millones en modernización de equipos, la empresa arrancó en firme para el lanzamiento de nuevos productos, con inversiones por otros R\$ 3,5 millones. Siguiendo el ejemplo de Sara Lee, la marca 3 Corazones también atiende el mercado de especiales con la marca "El Único", elaborado con granos 100% arábica.

Segafredo Zanetti

Este grupo italiano, con ventas mundiales de 1.5 millones de sacos anuales y facturación por US\$ 450 millones, es el séptimo mayor grupo cafetero del mundo. Con presencia en el Brasil desde 1998, esta empresa industrializó cerca de 4 mil toneladas de café en el 2001. Además de la torrefacción, la empresa opera en la producción y exportación de café verde. La producción está concentrada en una hacienda localizada en Minas Gerais con un parque de 10 millones de árboles sembrados en más de dos mil hectáreas y con una producción potencial de 100 mil sacos por año.

Datos de la Nielsen ²⁹ indican que Sara Lee es la empresa líder con 24% del mercado, puesto que su principal marca, el café Pilao, tiene el 17% (RIBEIRO, 2001). Datos de ABIC, que estiman la participación en el mercado con base en la información de sus asociados y toman en cuenta todo el mercado brasileño, inclusive el autoconsumo, indican que el líder tiene el 18% del mercado. Pese al proceso de concentración, de acuerdo con el índice Herfindahl-Hirschman, indicado en el cuadro 22, la industria no se considera concentrada (HH 383). Esto porque hay un gran número de firmas actuando en el mercado.

Considerando las principales marcas de café, inclusive la de soluble Nescafé, datos de la

Consumer Check Brasil 2000 indican que marcas de la empresa americana Sara Lee (Pilao, Café do Ponto y Caboclo) detentan el 27,6% del mercado, seguidas por Nescafé (de la suiza Nestlé) con 6,1%, Tres Corazones (Strauss-Elite, de Israel) con el 4,8% y Melitta (empresa alemana) con 4%.

El mercado aún está poco maduro y en proceso de crecimiento, todavía hay espacios para estrategias de conquista de market-share. Entre las estrategias innovadoras, un caso interesante, es el de la marca Café no Bule, que con sólo dos años en el mercado, disputa ya una posición destacada en el ranking de las más vendidas. La marca, que es de propiedad del presentador de televisión Carlos Massa, adoptó una estrategia novedosa: da la licencia de la marca a industrias torrefactoras esparcidas por todo el Brasil. La empresa del presentador, la M2 Alimentos, tiene participación en 48 torrefactoras, que producen y comercializan el café con la marca Café no Bule y pagan el 6,5% sobre las ventas líquidas. La intención es terminar el año 2002 con 70 asociaciones y, en dos años, llegar a ser la tercera marca más vendida en el Brasil. Con esta estrategia, la empresa logra superar una de las mayores dificultades para avanzar en el mercado nacional, que es la de la distribución. Además de eso, la marca con la propaganda que hace el presentador en su programa diario, "Programa do Ratinho", que

Cuadro 22. Grado de Concentración en HH para tostadoras brasileñas
En sacos de 60 Kg.

	Participación (%) 2001
C1	18
C2	23
C3	26
C4	29
Índice de HH	383

Fuente: ABIC

29. La investigación de mercado realizada por la Nielsen Marketing abarca el mercadeo brasileño en las fajas limítrofes de los estados de Ceará, al Río Grande do Sul, más Minas Gerais, Distrito Federal, Mato Grosso do Sul y Goiás, donde se concentra el 89% de la población brasileña y el 95% del PIB.

alcanza una audiencia de más de 20 puntos en IBOPE ³⁰ (INACIO, 2002^a).

En contraposición a la estrategia de cantidad, están aquellas que se aprovechan de los intersticios del mercado y enfocan hacia la calidad. La diferenciación por calidad es una estrategia que busca esquivar la competencia vía precios y, por eso, constituye un recurso para las empresas pequeñas. Por tener un valor agregado superior al tradicional, el margen de ganancia es mayor. El diferencial de precio en relación al café tradicional es en promedio de 2,5 veces. El volumen de café gourmet negociado en el mercado todavía es pequeño y gira alrededor del 2% del total del que se consume anualmente. No obstante, tiene un potencial muy grande, principalmente con la difusión del consumo de café espresso en las cafeterías. Según VEGRO (2002), sólo en la ciudad de San Pablo hay cerca de 4000 establecimientos que sirven 200.000 tazas de café por semana. El aumento del consumo de café espresso en cafeterías se estima en 30% al año.

Con relación al mercado internacional, la penetración de la industria es muy restringida. A pesar de que el problema de la perecibilidad del producto se resolvió hace años con el empaque al vacío, las exportaciones todavía son inconstantes y representan algo menos del 1% del total exportado en grano. En el 2001 se embarcaron 40.000 sacos, conforme al gráfico 18.

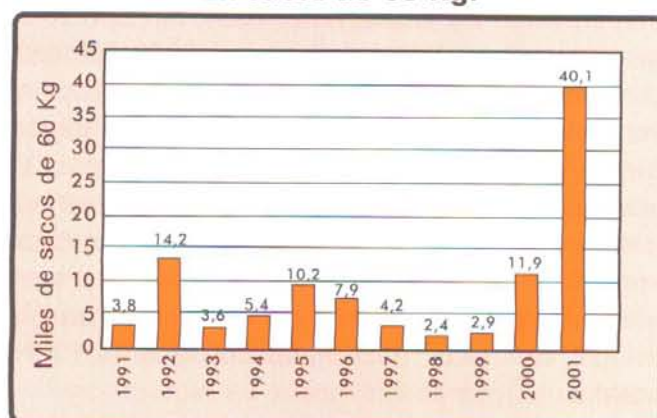
Uno de los factores que explicarían este hecho es la lógica de funcionamiento y estrategias de las empresas ubicadas en los países desarrollados, como veremos seguidamente.

Tostado y molido en el mercado internacional y la estructura de la industria extranjera

De conformidad con CANKOREL (2000) en los años 1990 la industria del café en los países desarrollados se concentró y presentó cambios importantes de liderazgo. En 1978 el índice Herfindahl-Hirshman ³¹ el promedio fue de 543, y

Gráfico 18. Exportaciones brasileñas de café tostado y molido

En sacos de 60 Kg.



Fuente: Cecafé

en 1999 de 1299. Es decir que la industria de torrefacción pasó de desconcentrada en los años 70 a moderadamente concentrada al final de los años 90. Las tres mayores firmas del primer período eran: General Foods (19%) Procter & Gamble (10%) y Jacobs Suchar (7.1%) al paso que en el segundo estaban Nestlé (25%), Philips Morris (24%) y Sara Lee (7%). Las causas de esos cambios fueron la compra de Jacobs Suchard por la Philips Morris en 1990 por US\$ 3.8 billones y las fusiones y adquisiciones de la empresa Sara Lee en el período 1978 a 2000 ³². Nestlé aumentó su participación como resultado de la globalización y de fusiones y adquisiciones en todo el mundo. Nestlé sola adquiere un volumen superior al café que se consume en el mercado interno brasileño por año, o sea, más de 14 millones de sacos.

En ocho países estudiados se observó un aumento de la concentración en seis de ellos: Estados Unidos, Alemania, Francia, Japón, Italia, Austria, Suecia y Suiza. En Finlandia y Holanda hubo baja, así el índice de concentración en Holanda hubiera sido elevado, pues como líder tuvo cerca del 70% del mercado en 1997.

En el Gráfico 19, de los ocho países enumerados, la empresa Kraft Jacobs Suchard-KJS

30. La audiencia se calcula sobre un universo de 4.755.800 domicilios y 16.541.700 individuos en la región de la Grande Sao Paulo. Un punto de audiencia corresponde a 1% de estos respectivos universos.

31. Ver nota 19.

32. Ver cuadro 4

Cuadro 23. Participación de las firmas líderes en la industria de café tostado y molido en los países desarrollados

En sacos de 60 Kg.

Firmas Líderes	Nacionalidad	Market-share (1999)
Nestlé	Suiza	25
Philip Morris (Kraft Jacobs Suchard - KJS)	EUA	24
Sara Lee / Douwe Egberts	EUA	7
Procter & Gamble	EUA	7
Tschibo / Eduscho	Alemania	6
Grado de Concentración de las 4 mayores		63
Índice de Herfindahl-Hirshman - HH		1299

Fuente: Cankorell (2000: 29).

domina el mercado en tres de ellos. Las tres mayores empresas llegan a retener más del 60% del mercado en todos los casos.

Concentración del mercado en Alemania, Francia y Reino Unido

El mercado alemán es bastante concentrado, presenta un índice HH de 2304. En el cuadro 24 se puede observar cómo se distribuyó el mercado entre las empresas torrefactoras. Con la fusión de Tschibo y Eduscho en 1998, el mercado se concentró todavía más. La mayor parte de las

ventas de café al por menor es de tostado y molido, en lo que hace al soluble representa sólo el 10%.

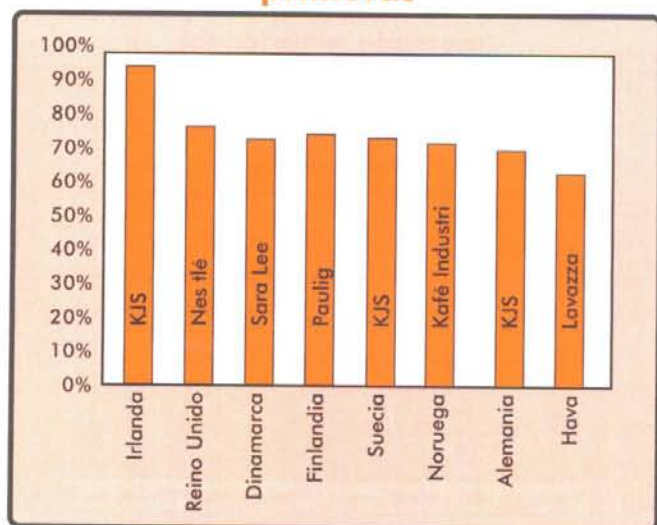
En Francia la participación del café tostado y molido en el total de las ventas es de 80%, comparado con el soluble. Dos empresas, Kraft Jacobs Suchard y Douwe Egberts, dominan el mercado de café tostado, con participación del 44% y 16% respectivamente. En el Cuadro 25 se presentan las principales marcas de café y sus respectivas empresas en el mercado francés.

La configuración del mercado en el Reino Unido difiere de la mayoría de los mercados europeos. En este país el consumo de tostado y molido representa solamente el 10% del mercado frente al soluble, aunque venía presentando un crecimiento superior al de este último. Además de eso, la industria de tostado y molido es todavía mucho menos concentrada. La firma líder, Sara Lee (Douwe Egberts), tiene apenas el 15% del mercado, seguida de cerca por la KJS (14%) (DOBSON CONSULT, 1999: 141).

La consolidación de la industria no ha sido afectada por acciones anti trust adoptadas contra las fusiones. Al contrario, de acuerdo con CANKOREL (2000), la concentración deviene en el aumento de los márgenes de las torrefactoras.

El Gráfico 20 muestra la evolución de los precios del café: materia prima (promedio OIC) y menudeo en el mercado americano. El comportamiento del índice de precios ilustra el argumento del autor. La baja de las cotizaciones de la mate-

Gráfico 19. Industria de café, tostado, molido y soluble, según firma líder y participación de las tres primeras



Fuente: Seymour Cooke O&C Análisis, en Cotteril, 1999.

Cuadro 24. Participación de las firmas líderes en el mercado de café en Alemania - 1998

En sacos de 60 Kg.

Firmas Líderes	Participación
KJS	30%
Tschibo / Eduscho	28%
Albrecht (Aldi)	18%
Nestlé (Dallmeyer)	10%
Otros	14%
Grado de Concentración de 4 mayores	86
Índice de Herfindahl-Hirshman	2304

Fuente: Dobson (1999:110).

Cuadro 25. Participación de las marcas líderes en el mercado de café en Francia - 1998

Marcas	Participación	
	1996	1997
Maison du Café (Douwe Egb.)	14,9%	16,5%
Carte Noire (KJS)	17,0%	16,5%
Jacques Vabre (KJS)	14,2%	13,8%
Grand Mère (KJS)	13,2%	13,2%
Lavazza	7,0%	6,2%
Segafredo	5,8%	5,4%
Legal	5,6%	4,5%
Malongo	3,0%	3,1%
Marcas Propias	15,9%	17,3%
Otros	3,3%	3,4%
Grado concentración 4 mayores	72,1	71,6
Índice de Herfindahl-Hirshman	2580	2573

Fuente: Dobson (1999:110).

ria prima tuvo un efecto muy pequeño sobre las cotizaciones del mercado minorista. Se constata también, con la corroboración de análisis econométricos, que la elasticidad de transmisión de los precios de la materia prima es mayor para los incrementos que para movimientos a la baja, lo que explica la asimetría y aumento de los márgenes. (MORISTE apud CANKOREL, 2000: 3).

Oportunidades de exportación

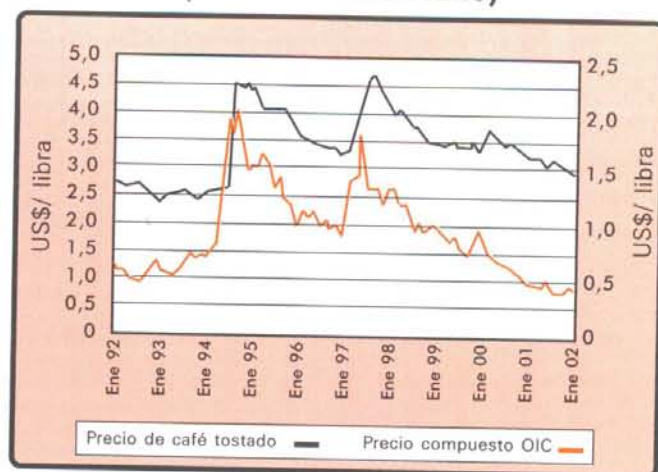
Si por un lado todo el movimiento de consolidación de la industria torrefactora internacional

representa un obstáculo a la penetración de las torrefactoras brasileras en los mercados consumidores, por el otro, los altos márgenes de ganancia recibidos por ellas pueden viabilizar la exportación de café tostado y molido brasileros directamente al mercado minorista internacional, aplicando las tarifas cobradas sobre el producto en la Unión Europea. Esta es la opinión de LAGO (2002), analista de mercado y exportador de café tostado y molido al mercado americano.

El ingreso en este mercado podría darse avanzando sobre las reexportaciones de los países consumidores, que se han acrecentado en los últimos años. El cuadro 26 presenta el total exportado por los Estados Unidos, la Unión Europea y Brasil en los años 1999 y 2000. Como puede verificarse, además de que Brasil exporta un volumen pequeño, los precios promedio que reciben los otros países, son muy superiores. Hay que tener en cuenta que los precios presentados en el Cuadro son FOB (free on board), o sea, sin tarifa. Eso no invalida el análisis, pues si igualmente se considera la tarifa de 7% en la Unión Europea, los precios de las reexportaciones son muy superiores y aumentan de 1999 al 2000.

El ingreso de café tostado y/o molido brasileros en el mercado internacional con marca de empresa exige una serie de prerequisites no muy fáciles de cumplir. Una alternativa podría ser el

Gráfico 20. Índice de precios de café En grano (promedio OIC) y al por menor (mercado americano)



Fuente: US Department of Labor e OIC

Cuadro 26. Exportaciones de café tostado
Volumen (equivalente en sacos) y Valor (US\$ mil)

	Tostado		Precio
	Volumen	Valor	Promedio
UE			
1999	3.675.550	973.414	265
2000	4.364.283	987.012	226
EUA			
1999	817.733	218.523	267
2000	704.617	190.545	270
Brasil			
1999	10.050	2.057	205
2000	18.783	3.076	164

Fuente: FAO

ingreso vía grandes cadenas multinacionales de supermercados con sede en Brasil. O sea, por medio de las marcas de esas cadenas. Se observa que las marcas propias de los supermercados han sido capaces de captar una gran porción del mercado en los últimos años y que cuatro grandes cadenas mundiales están en el mercado brasileño: Carrefour, Ahold, Casino y Wal Mart.

El presidente de Sindicafé, Herszkowicz (2001), sugiere que las torrefactoras brasileñas deberían adoptar la misma estrategia que las empresas internacionales cuando entran al Brasil, esto es, adquiriendo las marcas de las empresas ya establecidas. Eso permitiría la pronta entrada en los canales de distribución y eliminaría la necesidad de invertir en una nueva marca. En el sentido de facilitar el ingreso de las torrefactoras en el mercado internacional, Sindicafé envió un proyecto a APEX con el objeto de hacer investigaciones de mercado en el exterior, preparar a las empresas para exportar y llevar a cabo eventos de promoción del café brasileño (ferias y degustaciones).

Entre las exigencias para el ingreso al mercado internacional con marcas de las empresas, Lago cita las siguientes: *a.* Financiación con plazo más largo que el del café verde. Para el ingreso en los supermercados, las empresas, generalmente,

deben pagar un peaje o aval, que puede llegar a ser de más de 100 mil dólares, para obtener el derecho de disponer su producto en las góndolas. Esto significa que el cálculo del ciclo de recuperación de la inversión es mucho mayor; *b.* investigación sobre el funcionamiento del mercado internacional, orientada a recoger información sobre el proceso de negociación para conocer la lógica y las necesidades de inversión en este mercado.

La integración de alianzas con las redes comerciales en el sentido de salvar la principal dificultad de ingreso en el mercado internacional es una vía propuesta por algunas empresas brasileñas. Un ejemplo de este tipo de estrategia puesta en práctica es el acuerdo suscrito entre Coimex y Walt Mart en el 2002, que prevé el suministro de 350 mil sacos de 60 kilos de café tostado y molido al mercado norteamericano con carácter exclusivo.

Otros ejemplos son los de Cáncer y de la Hacienda Lambari. El primero hizo sociedad con lonjas de interés y lonjas de café (coffee houses), que permitieron una rápida percepción de las tendencias del mercado e identificar con mayor precisión las necesidades del consumidor. Lanzamientos como "El café con sello Kosher", producido exclusivamente con granos del Cerrado por la torrefactora Goiania Vascafé, ilustra los ajustes que todos los integrantes de la cadena deben hacer para atender a los diversos nichos del mercado. En el mismo sentido, la Hacienda Lambari firmó contrato con la torrefactora inglesa Unión Coffee Roasters para el lanzamiento de un producto con el nombre de la hacienda para explorar el nicho de fair trade. La hacienda exportó, también, para la Cadena Sutton Place Gourmet (Balducci's), que posee 12 tiendas en el eje Washington/Nueva York en los Estados Unidos. Por tanto, fue necesario hacer inversiones en maquinaria importada de Italia, con el objeto de mejorar el empaque y la preservación del producto, a partir de empaque y envasado con nitrógeno. Además de eso, la empresa implementará un programa de divulgación en cada una de las tiendas de la cadena norteamericana, con sesiones de degustación y debates con gerentes.

Desde el punto de vista de las empresas multinacionales con sede en el Brasil, la estrategia de exportación de café brasileño sólo será viable cuando se logre la ecuación de los dos problemas principales: *a.* institucional –que haya reglas claras de tributación y comercialización, pues existe una gran incertidumbre generada por la inestabilidad y definiciones casuísticas de reglas institucionales; *b.* permiso de importación de café de otros orígenes, bien sea para conformar las mezclas o para garantizar la estabilidad del abastecimiento. A pesar de la gran ventaja que da la proximidad al mercado consumidor, particularmente cuando la mezcla se hace a partir de un complejo de materia prima de diversos orígenes, hay que considerar que las empresas en la Unión Europea y en los Estados Unidos confrontan costos muy altos en mano de obra industrial y fuertes presiones con relación a la contaminación ambiental, que beneficiarían la producción en Brasil. Cada año aumentan las demandas de cierre de las industrias torrefactoras próximas a las áreas urbanas en los países desarrollados.

La importación de café verde de otros orígenes ha tenido dificultades en el Brasil por tres motivos: *a.* lobby del segmento productor que no quiere deprimir los precios internos cuando hay escasez del producto; *b.* defensa de la producción brasileña contra las enfermedades y plagas de otros países productores; *c.* restricciones burocráticas por parte del gobierno federal y de los gobiernos estatales que hacen inviable la importación de esta materia prima. La importación se desestimula, una vez que el aumento en el costo de la transacción obliga a los agentes interesados a usar la vía judicial, extremadamente pesada y lenta. En cuanto al problema de plagas, se sugiere que el café importado se someta a una primera tostión, lo que evitaría ese tipo de peligro. Una segunda sugerencia sería la acreditación de algunos países por el gobierno federal, de la misma forma en que se da para la importación de cacao. De cualquier manera, se deben tener reglas claras y normas para importación de café verde, lo que no existe hasta el momento. Hay un miedo justificado de la producción rural de que el ingreso de café importado podría convertirse

en financiación barata para las industrias. Es decir, se debe tener cuidado de garantizar condiciones similares de plazo y derechos para compra de café importado y de producto nacional.

Parejamente con el equilibrio de estos puntos de conflicto, algunas multinacionales, como la Straus Elite y Segafredo Zanetti, estudian la posibilidad de mantener al Brasil como base de exportación de café, especialmente para América Latina. Para el 2002, el grupo israelí prevé inversiones entre los 65 y los 90 millones de dólares en activos, con el objeto de crecer en la América Latina, teniendo como plataforma las operaciones brasileñas. El grupo italiano Segafredo, también pretende avanzar en la región, desde el Brasil como base. Ya abrió, por ejemplo, una filial de comercialización en Buenos Aires. Como se vio anteriormente, una de las diferencias de la empresa es el actuar también en la producción y exportación de café verde, lo que garantiza parte del abastecimiento de la tostadora, además de garantizar un mayor poder de negociar en la compra de café. En el 2001, Sagafredo exportó cerca del 10% del total de café industrializado (4000 toneladas), con empaques y marca registrada en el Brasil, de acuerdo con datos suministrados por la propia empresa (INACIO, 2002b).

Otra estrategia de ingreso en el mercado internacional es la adoptada por Coopinhal (Cooperativa de Caficultores de Espírito Santo do Pinhal), que hizo sociedad con empresarios rusos para la instalación de una tostadora en ese país. La inversión inicial es de cerca US\$ 1,5 millones. Los brasileños aportaron el 10% del capital, además de proveer la tecnología. El producto final podrá ser una mezcla con base en el café del interior de San Pablo, para ser vendido en empaques de 250 gramos, con el logotipo de la cooperativa. De acuerdo con el presidente de la Cámara de Comercio e Industria Brasil-Rusia, el café brasileño se aprecia mucho en aquel país, pero choca el precio elevado que se cobra al consumidor final, entre veinte y treinta dólares por kilo. Esta nueva estrategia, por lo tanto, reduce una de las principales dificultades que enfrenta el café brasileño en Rusia, al eliminar la presencia

del exportador intermediario, en general, comerciantes alemanes (SERRANO,2002).

PARTE C

Síntesis comparativa: Abismo entre la competitividad brasilera y el Benchmark mundial

Brasil tiene un gran potencial para aumentar su participación en el mercado en todos los segmentos de la agroindustria del café. En la producción agrícola los logros competitivos alcanzados, principalmente en términos de productividad, confieren condiciones propicias a su crecimiento.

Para mayor eficacia en las relaciones comerciales con café verde, la agroindustria debe enfrentar aún dos problemas: el crecimiento de la producción de robusta en Vietnam, con costos inferiores a los del café brasilero y la valorización, en términos de calidad de los cafés suaves. Los dos entabes están directamente relacionados una vez que el café arábica brasilero acaba compitiendo con el robusta más barato.

No puede negarse que el mercado internacional empieza a tener una mejor percepción de la calidad del café brasilero, principalmente con relación al descerezado. Pero eso es muy poco todavía dada la capacidad real de la agroindustria brasilera.

El mayor obstáculo para romper con la imagen negativa del café brasilero es la forma tradicional de comercialización, en la que las relaciones de compra y venta se dan con agentes que buscan maximizar sus ganancias en el corto plazo. La falta de compromiso entre las partes crea, de un lado, fuerte desestímulo a la producción de calidad y, de otro, induce a que las negociaciones se hagan en la esfera de mayor ventaja posible en términos de precio. Es por eso que el café brasilero se usa apenas para conformar mezclas o dar volumen. Los cafés brasileros de calidad son, por lo tanto, comercializados por medio de otras formas en que la identificación de los agentes comprometidos y el formato de los contratos a largo plazo hacen parte de las negociaciones.

El segmento torrefactor pasa actualmente por un fuerte proceso de consolidación con el ingreso de empresas multinacionales. La disputa por el espacio en el mercado ha llevado a la adopción de nuevas estrategias, entre las cuales sobresale la búsqueda de nichos de mercado. Mientras tanto, de modo general, las torrefactoras nacionales se caracterizan por su bajo patrón tecnológico y gerencial. Costo financiero alto, comparado con las empresas extranjeras e ineficiencia del sistema tributario que facilita la evasión, se anotan como factores importantes en la configuración del segmento.

En el segmento de solubles, la cuestión tecnológica a escala de producción de las empresas internacionales. Los mayores problemas competitivos corren por cuenta del mayor costo de la materia prima y las barreras tributarias, como se discutió atrás. El Cuadro 4 sintetiza los principales problemas de competitividad y sus factores determinantes.

PARTE D

Desafíos competitivos en un ambiente de intensificación de la liberalización comercial

Metodología aplicada en el análisis de acceso al mercado

Esta nota técnica tiene un detallado análisis tarifario de los diversos productos que componen el sector del café y sus derivados, con el objeto de presentar el patrón definido para la ejecución del análisis tarifario presentado en el transcurrir de este ítem.

En primer lugar, se observó que en la agroempresa cafetera las barreras de orden tarifario constituían la principal fórmula de protección empleada en los mercados compradores. Por esta razón, se optó por profundizar la discusión de las barreras al comercio dirigida a las estructuras tarifarias de los principales mercados en cada sector. Se adoptó como meta analizar las tarifas aplicadas por los principales países compradores de café y sus acuerdos de prefe-

rencia que no incluían al Brasil. En el caso de los Estados Unidos los principales acuerdos son el NAFTA (USA-Canadá y USA México) el Acuerdo Anti Drogas (Bolivia, Colombia, Ecuador y Perú) y el CBI (países del Caribe). En la Unión Europea se seleccionaron el SGP (Sistema General de Preferencias), el SGP específico para países subdesarrollados y el ACP (países africanos excolonias de Europa).

La primera etapa consistió en la conversión de las líneas a los 8 dígitos del Sistema Armonizado Internacional (SA) que definen los productos de transacción en la cadena del café. En esta etapa, fue fundamental el contacto con el sector privado para comprender mejor las descripciones de las líneas tarifarias y los productos manejados por el mercado. La nota técnica presenta un listado de las líneas que comprenden el sector de café. Se incluyeron los siguientes productos: café verde, tostado y soluble. Para cada línea tarifaria se recolectaron los datos de tarifas, incluyendo la TEC del MERCOSUR, y las cifras de flujo de co-

mercio (importaciones y exportaciones) hacia el Brasil, Estados Unidos y Unión Europea, teniendo por separado las cifras intra y extra Unión Europea.

La segunda etapa sería la conversión de las tarifas en el equivalente ad valorem a partir de la selección de un precio de importación. Ese procedimiento no se empleó en este estudio porque los productos que integran la cadena apenas tenían tarifas ad valorem (con excepción del producto "sustituto de café que contienen café").

En la tercera etapa se llevó a cabo la integración de los datos de tarifas y flujos de productos. El SA está armonizado en los países solamente hasta el sexto dígito. Esto significa que el cruce de los datos de tarifas de un país con los flujos de otro debe hacerse solamente a 6 dígitos. De esa manera, los datos de flujo a 8 dígitos se deben sumar para componer el total a 6 y los datos de tarifas se deben retornar a promedios simples entre todas las líneas a 8 dígitos que son iguales a 6 dígitos. Este procedimiento no se

Sinopsis de la competitividad brasilera y el benchmark mundial

Segmentos	Principales problemas de competitividad Brasil versus competidores	Factores relevantes
CAFÉ VERDE		
Robusta	- Costo mayor comparado a la producción de Vietnam	- Mano de obra - Productividad
Arábica	- Menos valorización en términos de calidad en el mercado internacional	- Preparación y forma de comercialización
TOSTADO	- Heterogeneidad gerencial o tecnológica - Baja capacidad financiera - Cuestiones tributarias - Bajo desarrollo de la industria de empaques.	- Profesionalización de la gestión - Costo financiero - Sistema tributario
SOLUBLE	- Mayor costo de materia prima cuando hay problemas de clima en el Brasil - Restricción al ingreso en la Unión Europea y Japón - Problemas tributarios - Bajo desarrollo de la industria de empaques	- Costo de Robusta - Barreras tarifarias - Sistema tributario

necesitó cuando el flujo se analizó por las cifras de importación del país de destino porque, en ese caso, las informaciones estaban armonizadas a 8 dígitos.

Los datos referentes a TEC y las exportaciones brasileras se recolectaron en las bases de datos del Ministerio de Desarrollo, Industria y Comercio. Para las demás informaciones, se utilizaron las siguientes bases de Datos: Hemisferio Data Base-FTAA versión 1.0a de 2002, Eurostat Comext Base, versión 4.10.1998, DataIntal versión 3.1, TRAINS versión 8.0 de 2001 (Trade Análisis and Information System) y bases de datos de la United States International Trade Comisión.

Fue necesario, también, analizar el mecanismo de cuota tarifaria (TRQ) teniendo en cuenta que la Unión Europea creó, en el 2001, una cuota tarifaria para el café soluble (OJEC, 2001). En ese mecanismo de protección, conforme a lo definido en el Acuerdo Agrícola de Rodada Uruguay (AARU), se fija una tarifa baja intra-cuota, que en el café soluble es de 0% y una tarifa extra-cuota alta para impedir importaciones que superen el volumen definido.

Café Verde

Como se observa hasta el momento, en lo que se refiere al café verde, el Brasil comparado con sus competidores, tiene ventajas significativas, que podrían ser mejores expuestas en términos de posicionamiento en el mercado. Las reexportaciones de café verde con mayor valor agregado realizadas por los países consumidores, constituyen una evidencia de eso, como se ve en el Cuadro 27. Las reexportaciones de grano verde son, en verdad, sólo una reclasificación del café exportado por los países productores. Alemania, que se convirtió en el principal mercado del producto brasilerero, aparece como líder en las reexportaciones de café verde. Esta podría ser una oportunidad para el Brasil de actuar en este mercado, que recibe un reconocimiento mayor por el producto.

Como el café verde no afronta barreras tarifarias, tanto en la Unión Europea como en los Estados Unidos y Canadá, la desgravación no tendrá ningún impacto sobre las exportaciones

brasileras de grano verde. Hay que considerar, por otra parte, que la liberación hace posible el ingreso de café verde de los países productores miembros del ALCA en el Brasil. Con relación al café verde de los países del Asia y Africa, se debe definir una norma de origen, que impida la práctica de la triangulación. Los países del bloque quedarían, así, para reexportar productos de naciones que no hacen parte de la zona de libre comercio, sea en ALCA, sea entre MERCOSUR y Unión Europea. La tarifa de importación de café verde adoptada en MERCOSUR (TEC) para los países que no forman parte del bloque es de 11.5%

Las amenazas que pueden surgir para la agroempresa con la liberación del café verde son : a- el mercado brasilerero de ja de ser cautivo de la producción nacional y el consumidor puede llegar a valorizar más el café importado por la propia tradición del mercado interno de no tener acceso a los cafés de calidad; b- la importación de café de baja calidad que podría deprimir los precios en el mercado interno.

La primera amenaza no debe ser motivo de grandes preocupaciones. Eso por las cotizaciones de los cafés suaves tienen premios de calidad, lo que significa que la adquisición de café de otros orígenes no debe darse en forma significativa ya que el mercado de café es muy competitivo y las tostadoras tienen como norma comprar barato para poder competir. Solamente un nicho muy pequeño explora cafés diferenciados con precios muy superiores. Es decir, puede esperarse que una porción pequeña de cafés suaves entrara en el mercado . Además de eso, los cafés suaves son más ácidos y tienen menos cuerpo que el café brasilerero, de modo que también se puede esperar que el ingreso de cafés de otros orígenes se de más para mezclas con cafés brasileros que para sustituirlo.

En lo que se dice respecto a la segunda amenaza, reglas claras de importación del producto, teniendo en cuenta patrones acordes con normas técnicas mínimas de clasificación y observando temas relativos a los controles fitosanitarios, pueden anular efectos adversos a la agroempresa. Se debe tener en cuenta que el café robusta originario de Vietnam es el que podría generar

Cuadro 27. Exportaciones brasileñas y reexportaciones de países consumidores

Café verde y total general (incluyendo verde, soluble y tostado)

	GRANO VERDE			TOTAL GENERAL	
	Volumen Sacos 60 kg	Valor 1000 US\$	Precio Medio	Volume Sacos 60 kg	Valor 1000 US\$
UE					
1999	4.289.683	595.165	139	9.288.517	2.303.344
2000	5.303.383	643.031	121	11.383.000	2.429.291
EUA					
1999	701.750	109.124	156	1.795.367	406.152
2000	678.433	101.085	149	1.692.250	365.173
Brasil					
1999	21.196.200	2.230.844	105	22.066.950	2.463.779
2000	16.117.367	1.559.614	97	17.028.383	1.784.452

Fuente: FAO

mayores impactos sobre la producción nacional, ya que los costos de producción y la productividad dan ventajas al competidor brasileño. Mientras tanto, la exigencia del cumplimiento de la norma de origen aleja esta amenaza. Políticas dirigidas a la industria de soluble pueden generar logros competitivos sin causar impactos importantes al sector productor³³.

La oportunidad que puede provenir de la liberización y el ingreso de café de los países productores del ALCA es la de hacer posible que tostadoras brasileñas aderecen mezclas variadas, lo que puede aumentar sus oportunidades de ingreso en el mercado internacional.

Otro tema que se debe considerar es el relacionado con el entendimiento sobre el nivel de nacionalización de un determinado producto después de su transformación industrial. Para la agroempresa cafetera sería interesante la defensa de que el origen se conceda a los países productores de la materia prima en su estado natural o con proceso que no altere sustancialmente

el valor de mercado. Eso significaría que la descafeinización y la torrefacción no conferirían nuevo origen. La estrategia de certificación de origen adoptada por determinados grupos estratégicos de productores brasileños traería avances en la defensa de esta posición. Los Estados Unidos son contrarios a esta tesis. No obstante, hay que considerar que el mercado, privadamente, ya adopta mecanismos de identificación de origen. Particularmente en el caso de productos orgánicos, la rastreabilidad y certificación sustituyen eficientemente normas de carácter público.

En lo que toca con el café verde, todavía se deben considerar las barreras técnicas³⁴. Para el Brasil es importante exigir la implementación de acciones que apunten a la armonización de las normas de sostenibilidad y preservación del medio ambiente, ya que las normas brasileñas tienden a ser más rigurosas que las de los demás productores y competidores. La armonización mira no perjudicar al Brasil por adoptar dichas prácticas, que se traducen en mayores costos, frente

33. Conforme a lo comentado, la isonomía en cuanto a la financiación del café importado y el brasileño, también se debe tener en cuenta.

34. El gobierno americano ha tomado precauciones para cerrar la entrada de café contaminado por insectos, hongos o residuos químicos que representen riesgos para la salud humana. Todo café que llega a los Estados Unidos, es analizado por los inspectores de la Administración de Alimentos y Medicamentos (FDA). El FDA operará a partir de 20 puestos distritales, la mayoría ubicados en puertos y fronteras. Como ejemplo, café que contenga más de 0.2 ppm de Diazinon (insecticida) o más de 2.0 ppm de Dalapon (herbicida), se le impide la entrada.

a los competidores que no las adoptan. La importancia de la regla de origen y/o valorización de las características intrínsecas del café se pueden entender mejor mediante el esquema presentado por FITTER y KAPLINSKY (2001), en el gráfico 21. Los autores argumentan que cuanto más grande fuere la capacidad de los consumidores de reconocer y apreciar atributos de diferenciación por factores organolépticos intrínsecos (que dependen del clima, suelo o prácticas culturales adoptadas por los productores) mayor será la ganancia de los productores.

Por otro lado, cuanto mayor fuere la importancia que le den los consumidores a la marca y la mezcla, mayor será el potencial de ganancias para los tostadores. Eso porque hay una reducción de importancia de cafés específicos, que disminuye el costo para las empresas al permitir la sustitución de diferentes tipos de materia prima. Es en ese sentido que el Brasil tiene que posicionarse, de modo que el consumidor valore los cafés del Brasil.

Café industrializado: Tostado, Molido y Soluble

En el caso del café industrializado (tostado y molido y soluble), la desgravación tarifaria o la expansión del principio de Nación Más Favorecida a los Sistemas Generales de Preferencia, practicado ya por Estados Unidos y la Unión Europea en todas las naciones que integran el bloque, aumentaría mucho la competitividad del café soluble y tostado y molido brasileño. Se debe, por lo tanto, negociar el derecho al mismo tratamiento tarifario que tienen los países que hacen parte del SGP.

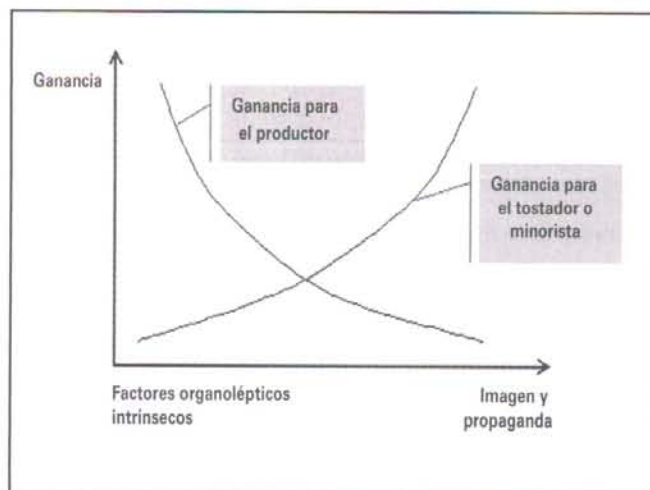
Con otras palabras, en el caso del ALCA y del mercado de la Unión Europea, la apertura tarifaria significa extender las reglas de preferencia adoptada para los países del Pacto Andino incluyendo a Venezuela y a los del Mercado Común Centroamericano, en función de combatir la producción y el tráfico de drogas y a los países africanos signatarios del Tratado de Lomé. En los Estados Unidos el café soluble y tostado y molido brasileño no enfrenta este tipo de barrera.

Una segunda alternativa sería incluir el café industrializado en la categoría de productos que sufren el proceso más rápido de desgravación tarifaria. Con la perspectiva de consolidación del ALCA y del acuerdo Unión Europea MERCOSUR y teniendo a la vista que el café industrializado es objeto de SGP, el producto podría integrar el grupo de desgravación inmediata en el momento en que se firmen los acuerdos. Ese grupo, no obstante, todavía, requiere definición en los métodos y modalidades de ambas negociaciones.

Los cuadros 28, 29 y 30 muestran las tarifas de importación vigentes para las exportaciones brasileras de café y de los países productores.

Vale subrayar que cualquier tentativa brasilera de entrar en los mercados internacionales con productos preparados con la adición de azúcar o leche está sujeta a las reglas tarifarias vigentes para los grupos azúcar y leche, que presentan altas tarifas y cuotas tarifarias. Productos tales como el capuchino y otros derivados estarían enmarcados en estas categorías. La discusión sobre la apertura de mercados, en ese caso, debe integrarse a las cadenas agroindustriales de azúcar y lácteos. Para el café soluble, en el 2001, el Brasil logró obtener de la Unión Europea, cuota libre de impuesto, después de haber recurrido a la Organización Mundial de Comercio (OMC) para

Gráfico 21. Quién gana con estrategias de mercado diferentes



Fuente: Fitter e Kaplinsky (2001)

Cuadro 28. Tarifas de importación incidentes sobre las exportaciones brasileñas de café - café en grano

Países	CAFÉ EN GRANO			
	No descafeinado		Descafeinado	
	Brasil	Preferencia	Brasil	Preferencia
EUA	0%	0%	0%	0%
Canadá	0%	0%	0%	0%
UE	0%	0%	8,3%	0% (ACP) 5,8% (SGP)*
Japón	0%	0%	0%	0%
Chile	9%	9%	9%	9%
México	23%	23%	23%	23%
Argentina	0%	11,5% (TEC)	0%	11,5% (TEC)

* Tarifas de preferencia: ACP (preferencia con países de África) y SGP (Sistema General de Preferencias), que representa 70% de NMF.

Notas: 0% Intra Mercosul e tarifa aplicada para Chile

Fuente: Hemisferic Database/FTAA, versão 1.0, TRAINS e OJEC

Cuadro 29. Tarifas de importación incidentes sobre las exportaciones brasileñas de café - café tostado

Países	CAFÉ TOSTADO			
	No descafeinado		Descafeinado	
	Brasil	Preferencia	Brasil	Preferencia
EUA	0%	0%	0%	0%
Canadá	0%	0%	0%	0%
UE	7,5%	0% (ACP) 2,6% (SGP)*	9,0%	0%(ACP) 3,2% (SGP)*
Japão	20%	10% + 0% ++	20%	10% + 0% ++
Chile	9%	9%	9%	9%
México	72%	50%**	72%	50% **
Argentina	0%	11,5% (TEC)	0%	11,5% (TEC)

* tarifas de preferencia: ACP (preferencia com países da África) y SGP (Sistema General de Preferencias), que representa 35% da NMF (productos semi-sensibles)

+ tarifa SGP. ++ tarifa LDC. ** Tarifa intra-TRQ 12 mil toneladas/ano

Fuente: Hemisferic Database/FTAA, versão 1.0, TRAINS e OJEC

reducir barreras tarifarias incidentes sobre el producto brasileiro. La cuota se fija en 87,4% sobre los siguientes volúmenes importados por la Unión Europea sin tarifa: 10 mil toneladas en el 2002; 12 mil en el 2003 y 14 mil en el 2004. Fuera de esta cuota, el producto brasileiro es sometido a

tarifa de 9% -era 11% hasta 1999 (OJEC:2001). Conforme a lo mencionado ya, competidores como Colombia y Ecuador entraban libres de tarifa desde 1991, gracias al principio de tratamiento preferencial a los países del Pacto Andino y del Mercado Común de la América Central que ejecutan programas de lucha contra la producción y el tráfico de drogas.

En Rusia y en Ucrania, mayores importadores europeos de soluble brasileiro, la tarifa de importación es de 10 y 30% respectivamente. En Rusia existe un movimiento articulado en el sentido de elevar los impuestos de importación, con el objeto de estimular la formación de una industria de soluble y tostado y molido en aquel país. En la China la tarifa de importación es de 30%, en Polonia de 19% y en Rumania de 15,5%. Vale la pena observar que, en Polonia, el Brasil paga impuestos más altos que otros países. En el caso de los países que se consideran menos desarrollados la tarifa es de 10%, mientras que el producto de la Unión Europea paga 7%

Uno de los grandes desafíos para el sector será el de negociar la uniformación de las tarifas para todas las naciones del bloque. El Brasil es el único país productor que gana mientras los otros pierden. Es también uno de los países cuya economía está en menor dependencia de las ganancias que genera la exportación de café, Además de eso, por tradición, la Unión Europea tiende a favorecer a los países que fueron sus colonias en Africa (Tratado de Lomé). El tema de las drogas también tiene un papel importante en las negociaciones. Las oportunidades y riesgos de la agro empresa considerando las posibilidades de expansión de las exportaciones, el crecimiento del mercado doméstico en los tres mercados relevantes de la agro industria cafetera: café verde, tostado y molido y soluble.

Escenario para la agroindustria del café

Se puede pensar en tres escenarios: a. continuidad de la situación actual b. integración Unión Europea y MERCOSUR y c- ALCA.

Cuadro 30. Tarifas de importación incidentes sobre las exportaciones brasileñas de café - café soluble

Países	CAFÉ SOLUBLE					
	Extractos, esencias o concentrados no adicionados de sabor		Preparaciones con base en esos extractos, esencias o concentrados de café		Sustitutos de café que contienen café	
	Brasil	Preferencia	Brasil	Preferencia	Brasil	Preferencia
EUA	0%	0%	10%	0% +	0,20% ++	0% +
Canadá	0%	0%	0%	0%	0%	0%
UE	9,0%	0% (ACP) 3,2%(SGP)*	11,5%	0%(ACP) 8,1%(SGP)*	11,5%	0%(ACP) 8,1%(SGP)*
Japón	12,3%	12,3%	16,0	0% **	-	-
Chile	9%	9%	9%	9%	9%	9%
México	141%	141%	141%	141%	72%	72%
Argentina	0%	17,5% (TEC)	0%	17,5% (TEC)	-	-

+ Bolivia, Colombia, Ecuador, Perú (Acuerdo Anti-Drogas) y CBI (Caribe). ++ Equivalente Ad Valorem (específica = \$0,015/kg)

* tarifas de preferencia: ACP (con países da África) y SGP (Sistema General de Preferencias), que representa 35% da NMF en caso de productos semi-sensibles (extractos) el 70% da NMF en caso de productos semi-sensibles (como las preparaciones e sustitutos de café). ** tarifa SGP. Fuente: Hemisferic Database/FTAA, versão 1.0, TRAINS e OJEC

Situación actual

En la continuidad de la coyuntura actual, el Brasil es un país bastante competitivo en la exportación de café verde, considerando también que las cuestiones tarifarias no tienen influencia sobre el producto. En el caso del café tostado y molido, la pequeña participación en el mercado internacional está más relacionada con la baja capacidad gerencial de las empresas que con el clima de regulación internacional. El problema queda para la industria de soluble, que se discrimina en el mercado externo.

Integración Unión Europea MERCOSUR y ALCA

Considerando tanto la integración con la Unión Europea como con el ALCA, el Brasil ganaría si negociara favorablemente la baja de las tarifas que inciden sobre el tostado y molido y soluble. Hay que ver, conforme a lo dicho, que también hay necesidad de implementar otras acciones para obtener mayores logros competitivos, como veremos luego, al analizar los impactos sobre la agroempresa que tienen la desgravación tarifaria y los acuerdos de libre comercio.

PARTE E

Conclusiones y propuestas de políticas

La agroindustria cafetera es heredera de un patrón de política marcado por la centralización con el propósito de la valorización de los precios del café. Los resultados de la política de precios de contingencia son bien conocidos: protegidos por precios significativamente por encima de los costos de producción (que no se transferían integralmente al productor nacional), otros países expandirían la producción, en tanto que el market share brasileiro declinaba. Todo financiado por los caficultores brasileños.

Al finalizar la regulación, el sistema pasó a cuestionar la necesidad, las ventajas y desventajas de la implementación de una política sectorial. Las dificultades competitivas del sistema y las disputas por los fondos heredados del período de intervención (Funcafé) se canalizaron hacia la institucionalización del CDPC. En el nuevo escenario de cambios de la economía brasileira, ese órgano ha intentado buscar el consenso entre los segmentos y definir la política cafetera.

En esas circunstancias, la agroindustria cafetera adquirió un patrón de organización extraño en otros sistemas agroindustriales que, pese a exigir mecanismos de negociación que todavía

son precarios dentro del CDPC, proporciona al sistema una gran libertad de decisión en cuanto a su aplicación. Amerita destacar que la transferencia del poder de mando del Estado al CDPC

Evaluación de las perspectivas de desempeño, oportunidades y riesgos con base en la situación actual

TOTALIDAD DE LA AGROINDUSTRIA	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
	<ul style="list-style-type: none"> - Crecimiento del consumo de cafés especiales. - Crecimiento del consumo de nuevas bebidas a base de café. - Surgimiento de cafeterías. 	<ul style="list-style-type: none"> - Agresividad de las industrias de bebidas que compitan - Escasez de agua - Dificultades de coordinación en el sistema para llevar al consumidor el café de calidad.
SEGMENTOS		
CAFÉ VERDE		
<ul style="list-style-type: none"> -Robusta -Arábica 	<ul style="list-style-type: none"> - Mercado interno en crecimiento y nuevos productos en el mercado interno y externo. - Crecimiento del consumo de café de calidad. - Producción de cereza descascarado en regiones no propicias para la producción de cafés de calidad. 	<ul style="list-style-type: none"> - Precios muy bajos que hacen inviable la producción - Competencia de Vietnam. - Precios muy bajos que no hacen viable la producción - Falta de coordinación para explorar el crecimiento del mercado de cafés especiales - No lograr que se deshaga la imagen negativa del café brasilero - Alcanzar a mostrar la calidad, pero no lograr apropiarse de los premios.
TOSTADO Y MOLIDO		
	<ul style="list-style-type: none"> - Aumento del consumo interno - Posibilidad creciente de segmentación y diferenciación. - ingresar en el mercado internacional. 	<ul style="list-style-type: none"> - Baja capacidad gerencial - No permitir la importación de café verde –falta de conocimiento del mercado internacional - Sistema tributario - Dificultades de exportación por falta de líneas de financiación específicas - Inestabilidad en la calidad del café tostado - imagen negativa del café brasilero.
SOLUBLE		
	<ul style="list-style-type: none"> - Disminución de las barreras tarifarias - Nuevos mercados. - Aumento del consumo de cafés preparados. 	<ul style="list-style-type: none"> - Inestabilidad del consumo en los países emergentes - Sistema tributario - Inestabilidad en la oferta de verde - No permitir la importación de café verde - Falta de desarrollo de la industria de empaques.

no significa que el Estado no tenga un papel que cumplir. De un lado, el Estado todavía goza de una situación de poder en el ámbito del CDPC, inclusive mucho mayor del que se había previsto. En ese sentido el papel del Estado dentro del CDPC debería ser el de mediador entre las partes en la solución de conflictos y en la eliminación de privilegios. De otra parte, en la implementación de una política estratégica para el sector, ciertos bienes públicos acaban siendo prerrogativas del Estado, una vez que su previsión por las asociaciones puede desembocar en un proceso demorado y de alto costo para la toma de decisiones, no siempre eficiente. Algunas medidas tienden a producir efectos positivos para la competitividad general de la economía brasilera, tales como mejora de la infraestructura, reforma tributaria y estabilidad macroeconómica y solamente son provistas o coordinadas por el Estado.

Acciones colectivas pueden ser implementadas, también, por asociaciones de interés privado de los segmentos representativos del sector, tal como se vio a lo largo del trabajo. Hay que destacar, igualmente, el surgimiento de una nueva categoría de asociaciones: las ONGs, que se preocupan por la sostenibilidad económica y social de los productores rurales. Estas pueden constituirse en socios importantes para la proposición de políticas colectivas. Es bueno señalar, mientras tanto, que el camino sugerido por la Oxfam, conforme ya se discutió, no parece ser adecuado, ya que medidas similares resultaron inocuas a lo largo de la historia.

En el curso del trabajo quedó claro que el Brasil tiene condiciones para atender a todos los mercados, desde el de Commodities hasta los más finos. También se constató, que la competencia vía precios y bajos costos sigue siendo importante. De otra parte, se puede observar que la competencia no está tanto en el bajo costo, sino también en la calidad a menores costos. Por lo tanto, el no participar del mercado de especialidades, además de perder la oportunidad de agregar valor al café brasilero, significa pérdida de participación en el mercado (interno y externo) en el largo plazo.

Este ítem tiene por objeto sugerir un conjunto de políticas públicas y privadas, divididas por segmento, con miras a brindar condiciones de sobrevivencia y crecimiento a la agroempresa en el largo plazo mirando hacia una mayor penetración internacional. Tales propuestas se discutieron en dos workshops, con la presencia de agentes de la agroempresa.

Para toda la cadena cafetera

Creación de un Centro de Información de Café, con el objeto de centralizar y analizar la documentación, la investigación, y la información estadística y servir de instrumento para coordinar la generación de estudios, investigaciones y entrenamiento sobre la agroindustria del café. El sistema de inteligencia constituye el área que debe monitorear el ambiente de los negocios para identificar oportunidades o amenazas, tanto en el mercado interno como en el externo. El sistema puede aumentar la capacidad de procesamiento de información ayudando en la toma de decisiones dentro de un patrón y con mayor rapidez, en busca de mejorar la competitividad y la introducción brasilera en el mercado internacional.

Fomentar investigaciones que busquen el uso alternativo de cafés de baja calidad, como la utilización en la producción de aceites y esencias. Al contrario de la medida de destrucción de esos cafés conforme a lo propuesto por la OIC y Oxfam, el uso alternativo aumenta la demanda global de café en dos aspectos. Primero por el desarrollo de un nuevo mercado (industria de cosméticos, por ejemplo) y segundo por el aumento de la calidad del café ofrecido en el mercado internacional, puesto que el consumo es bastante sensible a este factor.

Adoptar una política de eliminación de las distorsiones tributarias, mejorando la competitividad del Brasil en el mercado internacional. En el caso de las empresas que exportan café industrializado, se debe facilitar la utilización de créditos acumulados. Cuestiones como la acumulación de crédito de ICMS por las empresas y las dificultades para la obtención de los créditos

de IPI distorsionan de competición de las empresas brasileras en el mercado externo.

Grano Verde

Incentivar la utilización de BM & F, con el objetivo de fortalecer la bolsa brasileña en el mercado internacional de forma que permita el aumento de liquidez y la reducción de costos para los agentes. De acuerdo con LAZZARINI et al. (2000), la liquidez constituye el factor que más influye en la elección de agentes en el Brasil por contratos en la CSCE, en detrimento de la BM&F, pese a que existieran evidencias de que la efectividad de (hedging), con base en el mercado físico brasiler, es mayor para el contrato de BM&F que para el de la CSCE. Agroindustrias, Cooperativas, comercios y otras organizaciones de mayor envergadura podrían incentivarse a participar de este mercado. Además de eso, las asociaciones de productores se podrían encargar de orientar a los productores para que utilicen tales mecanismos. La necesidad de capital de circulación significativo para cubrir márgenes ha sido también una traba a la difusión del uso del mercado de futuros entre los productores.

Negociar la inclusión del café descerezado brasiler en la Bolsa de Nueva York, con el objetivo de mejorar la imagen del café brasiler en el mercado internacional, y hacer posible, inclusive, la reducción del diferencial de precio entre el café brasiler y los suaves en el mediano plazo. Vale subrayar que no se trata de la creación de un contrato exclusivo para el café del Brasil.

Incentivar el uso del mercado de futuros, CPR y Contratos de Opción. Como en otras commodities agrícolas de exportación, la tendencia del gobierno brasiler es restringir su actuación en el mercado creando mecanismos de protección de precios para que los agentes privados adopten las mejores estrategias. Para el café, el hecho de que el sector cuente con el Funcafé y con liderazgos familiarizados con acciones intervencionistas, el camino hacia el mercado libre ha tenido etapas de retroceso. Hay que tener en cuenta, también, que las características del

producto, con ajuste de ciclo largo y contando con las presiones de antiguos socios de cartel (como Colombia), el discurso del intervencionismo acaba por dominar no solamente a los líderes, sino también a los productores que están bajo un cierto patrón productivo.

En lo que se refiere a las necesidades de costo y comercialización se deberían incentivar, por ejemplo, la utilización de mecanismos como CPR y Contratos de Opción. Tales mecanismos son instrumentos modernos que ayudan a minimizar crisis con menor grado de intervención. Aunque estos mecanismos todavía dependen en gran medida de la acción del gobierno y muestran un volumen reducido de negocios con relación al total de la producción brasiler. Los recursos utilizados en la agroindustria han provenido, básicamente, de Funcafé, fuente que no se ha capitalizado. En el caso de las subastas de Contratos de Opción, los recursos provienen, solamente, de Operaciones Oficiales de Crédito (O2C).

Fomentar la investigación para el desarrollo de procesos físico-químicos en el análisis sensorial, orientados a ajustar los patrones de clasificación a las exigencias del mercado, al darle mayor objetividad a la clasificación del café tostado y molido. También, se debe divulgar su utilización correcta, además de promover organizaciones independientes de intereses para efectuar acuerdos de clasificación.

Negociar la reglamentación técnica, las normas técnicas y las reglas de origen. La reglamentación técnica posibilita el reconocimiento de la certificación de origen y es una estrategia que precisa su consolidación con acciones en la OMC para que se dé el reconocimiento a esa reglamentación en el ámbito internacional. La certificación de origen es una buena herramienta para agregar valor al café brasiler, más, por ser un bien que genera externalidad, debe tener un monitoreo adecuado y permanente para que pueda crear una reputación. Es decir, se requiere una definición clara de cómo se implementará la legislación de origen y cómo se fiscalizará el café para evitar el problema de "carona". Las normas

técnicas y las reglas de origen pueden evitar el ingreso de café verde de baja calidad proveniente de otros países productores, en el caso de la liberación comercial. Reglas claras de importación del producto, que contemplen patrones de acuerdo con normas técnicas mínimas de clasificación y observen cuestiones relativas al control fitosanitario, pueden anular efectos adversos sobre la agroindustria. Con respecto al café verde de países de Asia y Africa, la exigencia en el cumplimiento de la regla de origen aleja la amenaza de la práctica de la triangulación.

Defender la armonización de las reglas de autosustentabilidad y divulgar las buenas prácticas que se adopten en las plantaciones brasileñas, con la finalidad de brindar condiciones de igualdad de costos a los caficultores brasileños. Esta regla deberá negociarse con los demás países productores y consumidores para que no se perjudique al Brasil en la consolidación de la integración comercial al adoptar reglas de sostenibilidad más rigurosas y, por lo tanto, de mayor costo en la utilización de mano de obra, uso de la tierra y del agua. En el caso de Vietnam, por ejemplo, los costos de producción más competitivos son consecuentes, principalmente, los bajos costos de la mano de obra. En Colombia, el proceso de beneficio del café exige utilización intensiva de agua, además de contaminar el medio ambiente.

Incentivar la adopción de prácticas de irrigación economizadoras de agua. La escasez de agua es uno de los problemas que deben enfrentar los productores brasileños. El desplazamiento de la producción brasileña hacia áreas más sometidas al stress hídrico ha generado grandes inversiones en irrigación y muchos de ellos con desperdicio de consumo, ya que el agua es un recurso barato. Ha sido creciente la disminución de la capacidad hídrica de las fuentes naturales en las regiones donde se ha intensificado la irrigación³⁵.

Dar continuidad a las asociaciones entre gobierno/sector privado/instituciones, para la realización de investigaciones, que mantengan al Brasil como país líder de los procesos de innovación tecnológica. En el área de ingeniería genética, investigación para la producción de variedades resistentes al nemátodo, gusano minero y cultivables más resistentes a la deficiencia hídrica podría traer reducciones de costo. Investigación en la producción de variedades más productivas y de mejor calidad o con atributos deseables, tales como el café descafeinado, atenderían mercados específicos.

Incentivar la diversificación de la producción rural y la buena gestión administrativa de las fincas es una estrategia que se puede estimular con acciones colectivas e incentivada por asociaciones de productores y cooperativas. Principalmente entre los medianos y pequeños productores, tal estrategia permite mantener un ingreso más estable a lo largo de los años. Naturalmente el cálculo de los rendimientos de la producción de café se debe realizar teniendo en cuenta el período de ajuste durante el ciclo del cultivo, que permita una gestión adecuada. Pocos caficultores tienen en cuenta tal característica del cultivo y no hacen reservas para los períodos de baja. Además de eso, la estrategia de diversificación se adecua a las tendencias del mercado de calidad, que exige que la producción esté concentrada en áreas con condiciones edafológicas y climáticas propicias para este mercado. En las áreas restantes se podrán adoptar otras alternativas de producción.

Tostado

Negociar la inclusión del Brasil en el SGP (Sistema General de Preferencias), con el objeto de reducir barreras tarifarias, proporcionando una mayor competitividad del producto brasileño en el mercado internacional.

35. En 1997 se aprobó en el ámbito federal la Ley 0433 que versa sobre los recursos hídricos y prevé su cobro. Por ello su reglamentación está a cargo de los gobiernos estatales. La previsión es que el cobro se inicie solamente después de siete años de haber sido aprobada la reglamentación.

Divulgar líneas de financiación para la exportación de café tostado y molido, ofreciendo condiciones de igualdad a las empresas brasileras que participen del mercado internacional, en competencia con empresas locales. Esta sería una de las maneras de facilitar el acceso directo de marcas brasileras en el mercado internacional. Esta alternativa tiene un costo elevado, que exige desembolsos de las empresas no sólo para el ingreso en las redes comercializadoras, sino también en promoción publicitaria.

Divulgar líneas de financiación para la importación de maquinaria para empaque y embalaje y mejorar la exención tarifaria, con el propósito de mejorar la capacidad competitiva de las industrias brasileras. Hay un cuello de botella tecnológico que dificulta la actuación de las empresas, especialmente, en el mercado internacional, como es la utilización de empaques PET para nuevos productos, proyectado para el control atmosférico en lata y empaque al vacío. Como ejemplo puede citarse el caso de la Hacienda Lambari, que invirtió recursos propios para la importación de maquinaria de Italia como parte de su estrategia para exportar café tostado y molido. Estos equipos permitirán el perfeccionamiento de los empaques y de la conservación del producto, a partir de la empacada y envase con nitrógeno. Paralelamente se puede incentivar la investigación para el desarrollo de este tipo de maquinaria en el Brasil.

Adquirir marcas de empresas ya establecidas en el mercado internacional, como forma de acortar el camino a la introducción del producto brasileiro en el mercado externo al facilitar el ingreso a los canales de distribución. Esta se puede constituir en una estrategia colectiva importante, con costos más bajos que en la alternativa de creación y consolidación de una marca nueva en el mercado internacional.

Posibilitar la importación de café verde con destino a la industria de tostado en la conformación de mezclas para exportación. Se sugiere

que el café importado se someta a una pretostión, para evitar el problema de plagas. Conforme se ha destacado, se deben tener reglas claras y normas para la importación de café verde, lo que no existe hasta el momento. Es preciso, aún, tener el cuidado de garantizar condiciones similares de plazo y derechos para compra de importado y de producto nacional.

Dar continuidad al programa Sebrae de capacitación técnica y gerencial para las empresas tostadoras y crear un centro para la exportación, a fin de que las empresas puedan ofrecer producto de calidad al consumidor brasileiro y de otros países.

Soluble

Posibilitar la importación de café verde para la industria de soluble, con la intención de evitar la pérdida de participación del mercado cuando hay problemas de oferta interna de materia prima. Vale resaltar que tal instrumento debe utilizarse sólo en situaciones específicas, de comprobada falta de competitividad del soluble brasileiro en el mercado exterior, en función de los costos internos de la materia prima. Fuera de eso, este mecanismo no se puede erigir en estrategia de financiación para las industrias, con plazos y derechos que pongan en desventaja al sector agrícola. Otra recomendación es la de que el café importado se someta a una pretostión, para evitar plagas.

Divulgar líneas de financiación para la exportación de café soluble, creando condiciones para las empresas brasileras que compitan en pie de igualdad con empresas locales en el mercado internacional.

Divulgar líneas de financiación para importar maquinaria de empaque y embalaje y mejorar la exención tarifaria, con miras a mejorar la capacidad competitiva de las industrias del Brasil. Citamos como ejemplo, el empleo de embalajes PET para café soluble.

Remove barreras tarifarias, con el objetivo de facilitar el acceso del producto brasilero al mercado externo.

Finalmente, se debe tener en cuenta que en el caso de una política para el tema café, hay que buscar la consistencia entre acciones internas y externas, reconociendo que todos los segmentos se afectan, no obstante que algunos operen solamente en el mercado local. En una economía abierta, la competitividad internacional no es una exigencia limitada a las empresas exportadoras. Si el mercado interno ofrece oportunidades de lucro, atraerá el interés de empresas que operan fuera del país. Si escasea el café en el mercado interno brasilero y, como consecuencia, el precio doméstico llegara a ser mayor que el internacional, el redireccionamiento del producto para el mercado interno con la importación de café, debe ser un hecho normal.

Se ve, por lo tanto, que la adopción de instrumentos de política, puede generar tres tipos de efecto: a- beneficia a todos los segmentos; b- beneficia a algunos segmentos y es neutral con relación a otros; c- beneficia a algunos segmentos y genera pérdidas para otros.

Por eso, el éxito de las políticas sectoriales depende no sólo de la adhesión de los implicados en ella sino de la capacidad de negociación y el direccionamiento de conflictos de manera que involucre los segmentos del sistema. Considerando que ninguna política está exenta de costos y fallas, la escogencia tiene que considerar los beneficios y costos relativos de cada instrumento dentro de un arreglo factible.

Se pueden identificar ocho grandes grupos de intereses en la agroindustria brasilera del café: productores de insumos; productores rurales divididos en productores de robusta, arábica Commodities y arábica diferenciado; exportadores; industria de torrefacción y molida; industria de soluble y mercadeo interno. Para cada política se señalaron sus efectos en cada uno de los segmentos, de la siguiente forma: +(efecto positivo); - (efecto negativo) y 0 (indiferente).

En la última columna, se clasifican las políticas en cuatro categorías: a- prioritarias (****); b- muy relevantes (***) ; c- relevantes(**) ; d- poco

relievantes (*). La jerarquización de las políticas se basó en los criterios siguientes: a. equidad, que no resulte en el empeoramiento de la distribución de la renta y la riqueza; b. eficiencia, afecta positivamente las relaciones entre un gran número de segmentos de la agroempresa en vez de restringirse a un único o a pocos segmentos; c. relevancia para la sobrevivencia en el corto plazo de las actividades del segmento; d. capacidad de adaptación a los cambios en los ambientes competitivo y tecnológico; e. efectos positivos sobre exportaciones líquidas en el largo plazo.

La creación de un centro de información el mercado de café es la acción que más beneficia a todos los segmentos. Por lo tanto, en términos de jerarquización, esta debe ser la acción de mayor importancia. La política de eliminación de las distorsiones tributarias también se convierte en mayor competitividad para todos los segmentos de la agroindustria.

Entre tanto, algunas acciones que puedan repercutir en pérdidas para algunos segmentos, son muy importantes en términos de competitividad para todo el sistema. Es el caso del estímulo a la adopción de procesos físico químicos en análisis sensorial. La objetividad del análisis puede perjudicar agentes que ganan de la asimetría de la información, más no es por eso que ella no sea importante. Programas de capacitación, por ejemplo, así no reporten beneficios para todos los segmentos, pueden apalancar mayor competitividad en las exportaciones.

Más allá de eso, algunas acciones pueden revertir en logros para todos los segmentos solamente en el largo plazo. Es el caso de las investigaciones que hagan viable el uso alternativo de café de calidad inferior, lo que podría perjudicar la industria de tostado y soluble con la elevación de los costos de la materia prima. En el largo plazo, no obstante, tal innovación podría resultar benéfica, al subir la calidad del café ofertado en el mercado y consecuentemente la demanda global del producto.

Es bueno subrayar que la implementación de la regulación técnica, normas técnicas y reglas de origen tienen un efecto nulo sobre los pro-

dutores de robusta y arábica Commodities. Sin embargo, la falta de implementación de estas medidas puede generar impactos negativos importantes para esos dos segmentos en un ambiente de liberación, como ALCA y acuerdo Unión Europea- MERCOSUR.

Bibliografia

ABIC – ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA DE CAFÉ. Relatório Interno, 14 de dezembro de 2002a.

_____. Jornal do Café, março de 2002b.

BACHA, E. L. Política Brasileira do Café in Marcelino Martins & Johnston Exportadores Ltda., eds. 150 Anos de Café, Rio de Janeiro.

CANKOREL, T. "Industrial Organization Analysis of Coffee Markets: Does Increasing Market Concentration Impact the Spread between World Prices and Domestic Retail Prices?", August, 2000.

CAFÉ – Análise & Perspectivas. Rio de Janeiro: Valorização Empresa de Café, janeiro de 1998: 5.

COTTERILL, R.W. "Food Marketing Policy Center", 1999.

DEFIM NETTO, A. "O café fez o Brasil e o Brasil fez o café". Revista do Café, 100 Anos do Centro do Comércio de Café do Rio de Janeiro. Ano 81, nº 800, dezembro de 2001, pag. 20-24.

DOBSON CONSULTING. "Buyer Power and its Impact on Competition in the Food Retail Distribution Sector of the European Union". Prepared for the European Commission – DGIV, May 1999.

ELAM, S. "Coffee retailer serves up plans to grow in 60 countries". Financial Post, 26 de julho de 2002.

HERSZKOWICZ, N Entrevista realizada em 20 de agosto de 2002.

ILLY, E. "Coffee Consumption depends from physiology and pleasure", 22, fevereiro de 2002.

INÁCIO, A. "Mais concorrência no mercado de café". Gazeta Mercantil, 17 de junho de 2002: B16.

INÁCIO, A. "Consumo de solúvel na Rússia deve crescer". Gazeta Mercantil, 27 de maio de 2002: B16.

KASTEEL, A.V. & ZELDENRUST, I. "Controlling the coffee supply chain?". Outline for the discussion on the development of a sectoral code on behalf of the Netherlands Working Group on a Code of Conduct in the Coffee sector, January 2000

LAGO, M.C. Entrevista realizada em 13 de março de 2002.

LAZZARINI, S. G.; SAES, M.S.M.; NAKAZONE, D. "Competição entre bolsas de futuros: o caso da BM&F e da CSCE no mercado de café". Economia Aplicada, V.4, N.2, 2000.

LEMOS, M. "U.S. Coffee Consumption Rises in 2002, Led by Gourmet Sector – NCA". OsterDowJones Essential Coffee, March 2002.

MARRA, R. et al. "Cadeia Produtiva do Café em Minas Gerais", Capítulo 6 in Cadeias Produtivas no Brasil: Análise da Competitividade. Brasília: Embrapa, 139-154p., 2001.

NAJBERG, S. & IKEDA, M. "Setores Intensivos em Mão-de-obra: Uma Atualização do Modelo de Geração de Emprego do BNDES". Informe-se, nº31, novembro de 2001.

NATIONAL COFFEE ASSOCIATION. "National Coffee Drinking Trends", 1999.

OBSERVATÓRIO SOCIAL. "Café do Brasil. O Sabor Amargo da Crise", Setembro de 2002.

La política más polémica y con mayores dificultades de implementación es la de la posibilidad de importación de café. Para que los efectos negativos de esta política se minimicen es fundamental que se adopten algunas medidas de protección, según lo discutido ya en esta sección.

OIC. Informações disponíveis no site da Organização Internacional do Café. Disponível em <<http://www.ico.org>>. Acesso em 05 de agosto de 2002.

OFFICIAL JOURNAL OF THE EUROPEAN COMMUNITIES. Council Regulation (EC) No 2165/2001. L 292, p. 1-2.

PEREIRA FILHO, J. "Produtor Investe em Café Especial e Lucra Mais". Gazeta Mercantil, Por Conta Própria, 23 a 29 de maio de 2001: 6.

PONTE, S. "The 'Late Revolution'? Winners and Losers in the Restructuring of the Global Coffee Marketing Chain". Working Paper, June 2001.

PROGRAMA CAFÉS DO BRASIL. "Programa de Educação do Mercado para o Café – PEM". Anteprojeto Completo: Conclusões do Programa Final de sua Primeira Fase, versão I, 14 de novembro de 2000.

RIBEIRO, M. "Sara Lee Quer Ganhar Mercado com Café Pilão". Gazeta Mercantil, Administração e Marketing, 9 e 10 de junho de 2001: C6.

ROTTA, A. "Cafeterias Vivem 'Boom' nos EUA". Gazeta Mercantil, Latino-Americana Negócios, 4 a 10 de junho: 5.

SAES, M.S.M. "A Racionalidade Econômica da Regulamentação no Mercado Brasileiro de Café". Annablume, Fapesp, 1997.

SAES, M.S.M. & FARINA, E. M. M. Q. O Agribusiness do Café no Brasil, IPEA/PENSA, São Paulo: Editora Milkbizz, 1999.

SCAA documento elaborado pela Specialty Coffee Association of America, 2002. Disponível em <<http://www.scaa.org>>. Acesso em 05 de agosto de 2002.

SEBRAE-MG. "Diagnóstico sobre o Sistema Agroindustrial de Cafés Especiais e Qualidade Superior do Estado de Minas Gerais. SEBRAE-MG/PENSA, junho de 2001.

SERRANO, A. "Cooperativa paulista vai torrar café na Rússia". Gazeta Mercantil, 12 de abril de 2002: B16.

SINDICAFÉ informações disponíveis em <<http://www.sindicafesp.com.br>>. Acessado em 10 de julho de 2002.

THE ECONOMIST INTELLIGENCE UNIT. "Coffee Without Crutches", Special Report n.º 2116, 1996, p 96.

TICOULAT, R. Entrevista realizada em 7 de agosto de 2002.

TROCCOLI, I. R. A tímida renovação do café. Agroanalysis, Rio de Janeiro, Instituto Brasileiro de Economia – Centro de Pesquisas Agrícolas, v. 17, n. 12, 15 de dezembro de 1997.

VEGRO, C.L.R. (coord.) O Prazer e a Excelência de Uma Xícara de Café Expresso: Um Estudo de Mercado. Editora Agronômica Ceres Ltda. São Paulo, 2002.

VIEGAS, C. A. S. "Empresas Multinacionais na Indústria de Alimentos do Brasil". Dissertação de Mestrado. Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade, Universidade de São Paulo - FEA/USP, 2002.

VIEIRA, M. & CARVALHO, G. "Perceptivas para Cafés do Brasil" In Café: Produtividade, Qualidade e Sustentabilidade L. Zambolim (editor), Universidade Federal de Viçosa, 2000: 75-90.

Región centroamericana

La crisis cafetalera: Efectos y estrategias para hacerle frente

**Panos Varangis, Paul Siegel, Bryan
Lewin y Daniele Giovannucci**

Agradecimientos

El presente informe fue preparado por Panos Varangis (Jefe de Proyecto, RDVCG), Paul Siegel (HDNSP/LCSER), Bryan Lewin (RDVCG) y Daniele Giovannucci (consultora). Los autores desean agradecer muy encarecidamente las importantes contribuciones en la preparación de este informe por parte de sus colegas del Banco Interamericano de Desarrollo y, en particular, a Robert Kaplan, Juan Carlos Martínez, Kleber Machado, Ari Skromne y Bente Christensen, así como a sus colegas de la USAID, principalmente, a Carol Wilson y Lawrence Stoddard. Asimismo, los autores desean agradecer a sus contrapartes en el BID y en la USAID por poner a su disposición los estudios de países individuales que ambas instituciones habían encargado en noviembre de 2001. Esos estudios y el documento de trabajo del BID/BIRF/USAID "*Managing the Competitive Transition of the Coffee Sector in Central America*" (Transición competitiva del sector cafetalero en Centroamérica), preparado para el taller "La Crisis Cafetalera y su Impacto en Centroamérica: Situación y Líneas de Acción", que se celebrara en Antigua, Guatemala, del 3 al 5 de abril, 2002, constituyeron la base para el presente informe. El vínculo al sitio en Internet que contiene el resumen del mencionado taller celebrado en Antigua es: <http://www.iadb.org/regions/re2/coffeeworkshop/>

Los autores desean además expresar su gratitud a Martin Raine, Carlos Felipe Jaramillo, Humberto López, Helena Ribe e Ina-Marlene Ruthenberg por sus valiosos comentarios y sugerencias a versiones anteriores de este informe. Por último, pero no por ello menos importante, los autores desean reconocer los aportes y recomendaciones de los tres revisores, Steven Jaffee, Norman Piccioni y Donald Larson.

RESUMEN EJECUTIVO

Los países centroamericanos productores de café se encuentran en una encrucijada. Los precios del café en 2002 han alcanzado niveles históricos mínimos. La continua sobreproducción mundial y el estancamiento en el consumo han producido una acumulación de inventarios y se ha intensificado la competencia entre los orígenes. Para muchos productores, los precios del café se han desplomado por debajo de sus costos de producción, lo cual ha provocado penurias económicas a este sector en todo el mundo, incluyendo la región centroamericana. De hecho, la actual crisis cafetalera parece ser de carácter estructural: el aumento en la producción de Brasil y Vietnam (dos productores con bajos costos) aunado a una mayor flexibilidad en el procesamiento del café por parte de los tostadores (emplean métodos a vapor para disimular imperfecciones en la calidad) están creando un nuevo entorno para los países centroamericanos. Al mismo tiempo, la producción de café de calidad en ocasiones puede imponer recargos significativos en los costos, y los mercados para los cafés especiales (gourmet, sostenibles, de Comercio Justo, orgánicos, etc.) están en expansión.

Los caficultores centroamericanos enfrentan nuevos desafíos que exigen estrategias novedosas, siendo el eje principal un amplio desarrollo sostenible de la economía rural. El presente informe aborda los efectos y las estrategias formuladas para encarar la crisis.

Una valoración inicial del efecto de la crisis en los países centroamericanos aporta las observaciones siguientes:

- El impacto de la crisis sobre la situación macroeconómica no es tan significativo en comparación con los efectos específicos al sector. Aunque los ingresos por concepto de exportaciones han disminuido considerablemente (en casi un 44 por ciento), la pérdida representa únicamente un 1,2 por ciento del PIB. Por otro lado, la crisis ha contribuido a agudizar el déficit en la balanza de pagos de Centroamérica, que alcanzó el 6 por ciento del PIB.
 - La crisis es más pronunciada en términos de desempleo, pérdida de ingresos para los pequeños productores y morosidad en el pago de las deudas de los medianos y grandes productores. El empleo en el sector cafetalero representa un porcentaje significativo de la mano de obra rural que, en promedio, ronda el 28 por ciento para toda la región, y hasta un 42 por ciento en algunos países como Nicaragua. Se calcula que debido a la crisis, la pérdida de empleo permanente es de un 54 por ciento, mientras que la pérdida de empleo estacional es de un 21 por ciento.
 - Los problemas de los cafetaleros en el pago de sus préstamos son evidentes en todos los países centroamericanos, principalmente en El Salvador y Nicaragua, lo cual acentúa las dificultades para algunas instituciones financieras.
 - Aunque en Centroamérica, a excepción de El Salvador, la producción total de café y los rendimientos aumentaron durante el decenio de 1990, entre los años 2000 y 2001 se observó una disminución tanto en la producción como en el rendimiento, lo cual obedece en parte a los bajos precios del grano.
- Los estudios realizados en Centroamérica señalan algunas fortalezas que poseen estos países productores de café, a saber:
- Los costos de producción se han equiparado con los de grandes países cafetaleros, pero son mayores en comparación con los de algunos de los productores más dinámicos (como Vietnam e India). En la mayoría de los países centroamericanos, estos costos también se redujeron en los años noventa.
 - Un alto porcentaje del café producido puede clasificarse en cultivos de altura (*High Grown*, HG) y estrictamente de altura (*Strictly High Grown*, SHG). Esto pone de relieve un importante potencial para mejorar la calidad y penetrar mercados especializados (gourmet y otras especialidades).
 - Hasta la fecha, Centroamérica ha hecho un buen trabajo en penetrar los mercados nicho

y gourmet del café. En particular, Costa Rica y Guatemala logran vender gran parte de su café (entre un 35-50 por ciento) a mercados diferenciados y de especialidades. Las exportaciones a mercados orgánicos y de Comercio Justo son limitadas (menos del 1 por ciento) pero están en aumento. Otros países, sobre todo Honduras y Nicaragua, poseen un gran potencial para vender más a mercados diferenciados y de especialidades. Y todos los países centroamericanos pueden aumentar significativamente sus exportaciones a nichos de café orgánico y de Comercio Justo.

En gran medida, Centroamérica ha respondido a la crisis cafetalera, pero de una manera muy tradicional. El énfasis de las respuestas ha sido principalmente, si no exclusivamente, apoyar los precios a los productores de café y reestructurar la deuda del segmento que goza de acceso al crédito formal. Estos programas tienden a ser regresivos en el sentido que, por lo general, benefician proporcionalmente más a los grandes productores. Se han registrado demoras en la introducción de los cambios estructurales necesarios para reposicionar el sector cafetalero en estos países, mejorar la comercialización del café (gourmet y mercados especializados), mejorar la calidad y reducir los costos, y apoyar la diversificación en zonas marginales (no competitivas). El énfasis ha sido mantener a los agricultores produciendo café, apoyando los precios y solucionando sus problemas de deuda. Si bien este tipo de solución podría mitigar el problema inmediato, no allana el camino para la viabilidad a largo plazo del sector cafetalero en estos países.

¿Qué se debe hacer para procurar la viabilidad a largo plazo del sector cafetalero en Centroamérica? Como se mencionara *supra*, la solución de largo plazo yace dentro del contexto del desarrollo económico rural sostenible de estos países. Empero, también existen algunas soluciones muy específicas al café que pueden adoptarse en forma paralela. Algunas de estas soluciones ya se han aplicado en varios países de la región, pero todavía se puede hacer más y de manera más sistemática.

Las estrategias específicas se concentran en dos áreas principales: soluciones para los productores que pueden mantenerse competitivos con el café y soluciones para los productores que no pueden mantenerse competitivos. En el caso de los primeros, las soluciones se enfocan en mejorar la calidad, la comercialización y la tecnología. Para los últimos, las soluciones están dirigidas a idear estrategias para diversificar sus cultivos y dejar de producir café. Al lado de estas soluciones existe la necesidad de hacer frente a la problemática social y ambiental que presenta la actual crisis cafetalera. Además, las soluciones destinadas a mejorar la competitividad e introducir programas de diversificación repercuten en los problemas ambientales y sociales.

Mejoramiento de la competitividad: calidad y comercialización del café. La ventaja centroamericana en el mercado cafetalero radica en contar con muchas zonas de cultivo con las condiciones agroecológicas adecuadas para producir café de buena calidad. Si bien algunos países de la región han logrado avances explotando esta ventaja (sobre todo Costa Rica y Guatemala) otros han hecho poco. En general, la región tiene un potencial significativo para mejorar la calidad y penetrar segmentos de mercado de alta calidad y de cafés especiales. Los programas de mejoramiento de la calidad deben abocarse a mejorar la calidad en la producción primaria y también en el beneficiado del café (beneficio seco y húmedo).

Trabajos anteriores del BID/BIRF/USAID han identificado cuatro elementos clave que deben estar presentes en una estrategia para promover la calidad, a saber:

- Comprender y evaluar la calidad del café,
- Identificar los principales problemas que afectan la calidad,
- Definir las alternativas para superar estos problemas,
- Determinar las políticas gubernamentales y las inversiones (públicas y privadas) que facilitarán la adopción de dichas alternativas.

Para que sea efectiva, una estrategia de mejoramiento de la calidad deberá ser integral y aplicarse a lo largo de toda la cadena de producción del café –cosecha y poscosecha– y, además, deberá prestar especial atención a cuatro áreas:

- Identificar y apoyar las zonas geográficas con las condiciones agroecológicas adecuadas para una producción de calidad.
- Garantizar la producción de granos de calidad, diseñando y poniendo en práctica programas amplios para el manejo del grano de café y la prevención de defectos.
- Desarrollar estrategias de comercialización y de valor agregado destinadas a crear asociaciones y vínculos de largo plazo con el mercado, que permitan recibir primas más altas por la buena calidad y penetrar segmentos del mercado de altos ingresos.
- Explorar algunas estrategias publicitarias útiles como el comercio electrónico y las subastas, la Taza de la Excelencia (*Cup of Excellence*), campañas para fomentar el consumo interno y sistemas de información de mercados. Las políticas promocionales también deberán concentrarse en los caficultores e intentar divulgar información sobre los beneficios ambientales del café y la utilización de prácticas óptimas.

Asociado al aspecto de mejoramiento de la competitividad se encuentra el mejoramiento de la capacidad para enfrentar sacudidas en los precios. El uso de instrumentos de gestión de riesgos puede reducir la incertidumbre con los precios y proteger a los caficultores contra las perturbaciones negativas en los mismos. Esto puede mejorar el acceso al crédito y aumentar la flexibilidad a la hora de tomar decisiones sobre comercialización.

Diseño de una estrategia de diversificación para caficultores no competitivos. El desarrollo de una estrategia exitosa para la diversificación agrícola debe seguir un enfoque sistemático, que tome en cuenta tanto condiciones agrícolas como comerciales, así como problemas ambientales y sociales. Los factores a considerarse deberán incluir servicios de apoyo agrícola confiables; investigación y extensión para la producción,

comercialización y promoción; crédito; infraestructura; asistencia técnica y capacitación en administración empresarial y gestión de riesgos; e inteligencia y regulación del mercado. A pesar de que algunos caficultores no serían competitivos, es importante que los gobiernos resistan la tentación de seleccionar ganadores o perdedores. Las condiciones propicias para la diversificación son, en muchas circunstancias, similares a aquellas necesarias para fomentar una mayor competitividad; y ambas exigen de una estrategia amplia de desarrollo rural sostenible.

Tratamiento de la problemática social. La vulnerabilidad social también deberá reducirse, tanto a corto como a largo plazo. A fin de ayudar a los caficultores, a los trabajadores y a sus familias, es necesario contar con una mejor atención social (en particular, acciones a corto plazo como medidas de protección social y redes de seguridad alimentaria). Para proteger a los pequeños caficultores, que son vulnerables a las variaciones en los precios, es necesario desarrollar y adoptar mecanismos de cobertura de riesgos en los precios y otros instrumentos similares. Es importante realizar más investigaciones para evaluar los efectos de la crisis del café sobre los ingresos y el consumo de productores y trabajadores, así como sobre los agentes económicos directa e indirectamente relacionados con el sector cafetalero. Estas investigaciones cuantificarían los efectos y ayudarían a identificar estrategias adecuadas, grupos meta e instrumentos para ejecutar programas de protección social orientados a enfrentar la crisis.

Mayor conocimiento ambiental en la producción de café. Finalmente, una estrategia sostenible para el sector cafetalero debe proteger el ambiente. Un acertado manejo ambiental puede contribuir a mejorar la calidad, la productividad, la viabilidad económica, la competitividad y la sostenibilidad de las explotaciones cafetaleras. Además, puede ayudar a mantener la productividad de la tierra y ofrece oportunidades de mercado con valor agregado (como cafés especiales y servicios ambientales). Las estrategias adoptadas

deben trabajar con los programas ambientales, explorando las posibles externalidades positivas entre la sostenibilidad ambiental y las acciones tendientes a promover el mejoramiento de la calidad y la diversificación. Como mínimo, cualquier estrategia que se ponga en práctica para mejorar la calidad del café y fomentar la diversificación no deberá tener efectos negativos en el ambiente, especialmente en cuanto a la biodiversidad y al uso del agua. De igual forma, deberán considerarse los efectos sociales de cualquier estrategia. Crear asociaciones activas con las ONG, así como trabajar con centros de investigación y de extensión que cuenten con capacidad y experiencia en gestión ambiental, ayudará a alcanzar estos fines.

Aspectos institucionales. Las instituciones públicas y privadas que trabajan en el sector cafetalero en Centroamérica pueden jugar un papel clave promoviendo la competitividad del sector. Un primer paso fundamental será que el país defina su estrategia cafetalera para responder a los nuevos desafíos y cambios en el mercado mundial del café. Las medidas adoptadas deberán ser coordinadas y reflejar una mezcla de prioridades sociales, capacidad económica y decisión política. Estos elementos deberán encauzarse hacia programas de más largo plazo, pero esto también podría arrojar resultados tangibles en el corto plazo. Entre las áreas y programas específicos que pueden fomentar las instituciones públicas y privadas en Centroamérica figuran: (a) promover la producción, el procesamiento, la comercialización y promoción de cafés de calidad, (b) apoyar la agrupación de pequeños productores, (c) prestar una efectiva asistencia técnica, información de mercado, investigación y extensión a los caficultores y (d) facilitar la constitución de alianzas y relaciones de colaboración entre aliados locales y extranjeros.

INTRODUCCIÓN

El declive de los precios del café en los mercados internacionales a menos de 60 centavos de dólar por libra (véase el Gráfico 1) ha generado

una crisis significativa en el sector cafetalero de los países centroamericanos. Debido a la importancia que reviste el café para la región, la crisis está teniendo repercusiones económicas, sociales y ambientales negativas en estos países.

Como respuesta a las inquietudes expresadas por varios gobiernos en la región, el Banco Mundial realizó un estudio a fin de examinar el efecto de los bajos precios en las economías en general y en los sectores cafetaleros en particular, pero principalmente para ofrecer ideas sobre la forma en que los países centroamericanos productores de café podrían lidiar con la crisis. Paralelamente, el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y la USAID realizaron estudios similares. En noviembre de 2001, el BID y la USAID dieron inicio a varios estudios de país para evaluar el impacto de la crisis y buscar posibles soluciones. En enero de 2002, las tres instituciones, BID, USAID y el BIRF, decidieron unir fuerzas y preparar un documento de trabajo sintetizando los principales resultados de los estudios individuales pero, sobre todo, haciendo énfasis en las posibles soluciones. En particular, este documento, por un lado, presenta alternativas relativas al mejoramiento de la calidad, la comercialización y la exploración de mercados nicho y, por otro, expone posibles estrategias de diversificación para las zonas cafetaleras marginales. También examina aspectos ambientales y sociales relacionados con el café en Centroamérica. Este documento de trabajo conjunto fue presentado y discutido en una reunión de partes interesadas convocada por los tres organismos en Antigua, Guatemala (3-5 de abril, 2002). La reunión contó con la presencia de autoridades gubernamentales, productores, ONGs, comercializadores/exportadores y grandes tostadores internacionales, y generó animadas discusiones. El vínculo al sitio en Internet que contiene un resumen del taller "La Crisis Cafetalera y su Impacto en Centroamérica: Situación y Líneas de Acción" celebrado en Antigua, Guatemala, del 3 al 5 de abril es: <http://www.iadb.org/regions/re2/coffeeworkshop/>

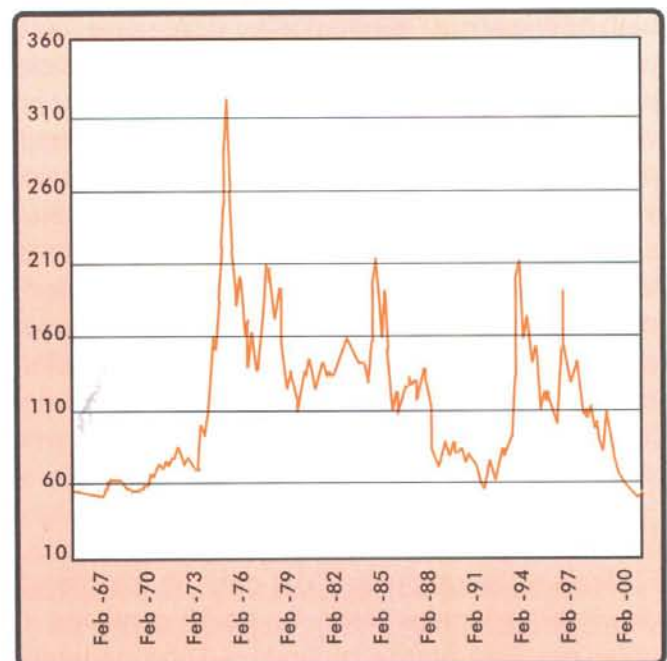
El presente documento se sustenta en las conclusiones de los informes que consultores prepararon para el BID y la USAID, así como en el

documento de trabajo y las discusiones sostenidas durante la reunión de abril en Antigua. Este informe también presenta información adicional sobre la problemática social y ambiental relativa al sector cafetalero en Centroamérica. Asimismo, se ha beneficiado de manera significativa de un informe reciente de la CEPAL, "Centroamérica: El impacto de la caída de los precios del café", publicado en México, D.F., en abril de 2002, y de un estudio realizado por LMC sobre la crisis cafetalera, publicado en febrero del mismo año.

Este informe examina en primer lugar los efectos de la crisis y luego sugiere estrategias para hacerle frente. El documento está organizado de la siguiente forma. Después de la presente introducción, el capítulo II estudia la naturaleza y magnitud de la crisis mundial del café y sostiene que se trata de un cambio estructural, tanto en la demanda como en la oferta a escala mundial, que exige de cambios estructurales y del reposicionamiento de los sectores cafetaleros de las naciones centroamericanas. El capítulo III analiza el efecto macroeconómico de la crisis para los cinco países centroamericanos y examina el impacto sobre el empleo, la producción/exportaciones y, por último, presenta algunos indicadores de competitividad de los sectores cafetaleros en la región. El capítulo IV presenta el proceder de los gobiernos centroamericanos para enfrentar la actual crisis y señala que la mayoría de estas medidas abordan los problemas de corto plazo de deuda y apoyo de precios en lugar de ocuparse de los cambios estructurales. El capítulo V expone en términos generales las opciones relativas al mejoramiento de la competitividad y la diversificación. El capítulo VI presenta las opciones para mejorar las estrategias de calidad, valor agregado, comercialización y promoción para los cafés centroamericanos, incluyendo el uso de métodos basados en el mercado para lidiar con la volatilidad e incertidumbre en los precios. Además, este capítulo menciona los parámetros clave para el éxito de los proyectos en estas áreas y presenta la posición de las naciones centroamericanas en los mercados especializados y gourmet del café. El capítulo VII aborda las posibles alternativas en términos de diversificación para los caficultores de la región que no pueden com-

petir en el actual mercado cafetalero. Esta sección señala elementos esenciales de una estrategia de diversificación, los desafíos que enfrentan los programas de diversificación y las lecciones derivadas de experiencias en diversificación rural en todo el mundo. El capítulo VIII examina el impacto social de la crisis para los pequeños productores de café y los trabajadores, y ofrece algunas sugerencias para establecer medidas de protección social. El capítulo IX aborda la importancia del café para la biodiversidad centroamericana, destaca los efectos ambientales de la actual crisis y formas para enfrentarlos, y concluye presentando las lecciones aprendidas de algunos proyectos recientes del Banco Mundial en Centroamérica y México que toman en cuenta las externalidades ambientales del café. Por último, el capítulo X menciona brevemente las principales instituciones involucradas en el sector cafetalero y se enfoca en la forma en que dichas instituciones y organizaciones pueden apoyar el desarrollo y la competitividad de cafés de buena calidad en Centroamérica. Este capítulo también presenta aspectos fundamentales relacionados con la política comercial del café.

Gráfico 1. Precio del café de 1967 a 2002 (precios en US\$ nominales por 100 lb)



NATURALEZA Y MAGNITUD DE LA CRISIS DEL CAFÉ

En los últimos cinco años, el mercado internacional del café ha experimentado cambios importantes en la oferta, reflejando un aumento constante en los niveles de producción y exportación mundiales. La actual crisis en los precios no es solamente parte de un fenómeno cíclico, sino también una consecuencia directa de la nueva estructura del mercado, lo cual exacerba el problema para los productores centroamericanos.

Las proyecciones de precios para el corto plazo no son alentadoras. Con una demanda en lento crecimiento y una producción mundial todavía en niveles altos y en proceso de expansión, la mayoría de los analistas pronostican que la recuperación del precio del café probablemente sea lenta, al menos en el corto plazo. Esto amenaza la sostenibilidad a largo plazo de la producción cafetalera en Centroamérica.

Cambios estructurales en el mercado cafetalero mundial

En los años noventa, los precios del café se vieron afectados primordialmente por variaciones en la producción en Brasil (causadas sobre todo por heladas), por ajustes realizados por los proveedores de café en respuesta a los cambios en los precios y por una lenta pero constante expansión de la producción en otros países, en especial en Vietnam. Este período contrastó con una tendencia generalmente decreciente en los precios desde los niveles altos alcanzados a mediados del decenio de 1970. La pérdida de aproximadamente 13 millones de sacos de café brasileño a mediados de los noventa disparó los precios a un nivel alto.

Sin embargo, para finales de los noventa la resiembra en Brasil después de las heladas –sin restricciones gubernamentales en cuanto a densidad de árboles y técnicas de siembra, así como la apertura de nuevas zonas de producción– aumentó la producción y, con ello, la oferta mundial. El costo de producción en Brasil también ha disminuido como resultado de la adopción de tecnologías mejoradas y, en particular, la recolecta

mecanizada. Asimismo, las nuevas inversiones (plantaciones) en Vietnam y un aumento en la producción de otros países tradicionales dieron como resultado excedentes considerables de café.

Durante los años 2000 y 2001, la sobreoferta mundial provocó una caída en los precios del café a sus niveles más bajos en treinta años –o a su nivel mínimo en 100 años, si se ajusta por la inflación. Para muchos caficultores, los precios del café cayeron por debajo de sus costos de producción, ocasionando penurias financieras y sociales a productores y trabajadores.

La producción total actual de café verde ronda los 115 millones de sacos (de 60 kg netos), lo cual supera el consumo en unos 105 millones de sacos (80 millones en los países importadores y 25 millones en los países productores). La sobreproducción ha provocado la acumulación de inventarios en las naciones productoras y consumidoras, y la caída de los precios mundiales.

Además de la sobreoferta, dos factores primordiales subyacen a la actual crisis: cambios estructurales en la demanda y cambios en la naturaleza del abastecimiento de cafés de calidad de Brasil y Vietnam.

Cambios en la demanda

En general, la demanda mundial se ha recuperado del leve descenso generado por el aumento en los precios en el período de 1994/1995. Como resultado de la liberalización y del crecimiento económico en países emergentes, sobre todo en el este de Europa, partes de Asia y América Latina (especialmente Brasil), la demanda mundial ha alcanzado alrededor de 105 millones de sacos. Este total esconde varias tendencias:

- La demanda global en los grandes países importadores crece lentamente, si es que crece del todo. Esto sugiere que los aumentos en el mercado de alta calidad son contrarrestados parcialmente por pérdidas en otras partes. Mientras tanto, están surgiendo y creciendo rápidamente nuevos mercados no tradicionales, impulsados por la disponibilidad de cafés baratos en forma soluble.

- Los tostadores han aprendido a incrementar la absorción de cafés naturales y robusta mediante procesos como el vapor para eliminar el sabor amargo.
- Los tostadores han aprendido a trabajar con menores inventarios. Esto ha elevado los requerimientos en la capacidad logística de los proveedores, lo cual, a su vez, ha favorecido a las grandes compañías comercializadoras y ha consolidado la cadena de abastecimiento en manos de menos comerciantes grandes.
- Los tostadores se han vuelto más flexibles en su habilidad para hacer cambios de corto plazo entre distintos tipos de café.
- La consolidación de los tostadores en las épocas de sobreabastecimiento ha provocado una situación en la que los precios al detalle no reflejan necesariamente las reducciones en los precios del café verde en los mercados internacionales.
- Ha surgido un segmento de mercado pequeño pero viable enfocado en la calidad y en la diferenciación de productos (cafés gourmet y especiales).

Además de estas tendencias, el ingreso se está convirtiendo en un factor importante en el consumo de café. Al norte de Europa, sobre todo en Alemania, el consumo está estancado pero está aumentando al sur de Europa y en la mayor parte del este europeo. No obstante, el incremento en el consumo en Europa oriental y en algunas partes de Asia que se recuperan de sus problemas económicos obedece a la alta disponibilidad de robusta barato, lo cual ha permitido a los tostadores ofrecer un producto a precios "accesibles". En Brasil, los tostadores han adoptado un enfoque contrario, concentrándose en el etiquetado y en la calidad para el mercado nacional, lo cual ha permitido al país aumentar la demanda interna y convertirse en el segundo consumidor más grande del mundo. Este ejemplo es pertinente para la estrategia centroamericana.

Cambios en la calidad

Si bien la oferta ha crecido, en algunas partes del mundo la calidad del café verde también ha mejorado. Los granos de más alta calidad de Brasil, derivados de mejores prácticas de lavado y controles de calidad, están intensificando la competencia con los cafés "Estrictamente Duro," "Prime" y "Extra Prime" de Centroamérica. Aunque la calidad del café de Vietnam todavía es baja, algunas mejoras en la calidad en este país —evidenciadas por ciertos resultados favorables en la valoración de los mercados de futuros de café— permiten a los tostadores usar más estos cafés (brasileño y vietnamita). Al mismo tiempo, los mercados para café gourmet y de especialidades (gourmet, de Comercio Justo, orgánico, ecológico, etc.) están expandiéndose y comportan un sobreprecio significativo.

EL CAFÉ EN CENTROAMÉRICA ANTE LA RECIENTE CRISIS

Esta sección presenta las características esenciales de los sectores cafetaleros en las cinco naciones centroamericanas (Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras y Nicaragua) y destaca el efecto de la reciente crisis del café sobre estos sectores y sobre las economías nacionales.¹

Los cinco países centroamericanos en conjunto constituyen el segundo productor más grande de café en el mundo, después de Brasil. La producción varía de un país a otro pero, en general, se caracteriza por estar en manos de pequeños agricultores.² El Cuadro 1 muestra las principales características de esta actividad en los distintos países.

Efecto macroeconómico de la crisis cafetalera

Durante el período de 1999/2000 el café en Centroamérica generó US\$1.700 millones, lo que correspondió a cerca del 11 por ciento de los ingresos totales por concepto de exportaciones. El café es una fuente importante de ingresos por

1. Panamá no se incluye debido al reducido tamaño de su producción cafetalera y al hecho que el café no es muy importante para su economía.
 2. Por lo menos, hay más pequeños agricultores que medianos y grandes productores. Por otro lado, los grandes productores normalmente contribuyen con una proporción significativa de la producción.

Cuadro 1. Principales características de la producción cafetera en Centroamérica

1999/2000

	Producción	Área	Cantidad productores	Rendimiento	Tamaño promedio finca	Exportaciones	% del total de exportaciones
	quintales	000 ha		quintales/ha	ha	mill US\$	
Guatemala	6.794.022	267	62.649	25,5	4,3	597,8	21,0
Costa Rica	3.608.940	115	73.707	31,4	1,6	308,7	5,3
El Salvador	2.982.157	162	23.597	18,4	6,9	311,5	11,0
Nicaragua	1.457.135	100	30.400	14,8	3,2	194,7	26,5
Honduras	3.913.460	260	90.000	15,0	2,9	345,2	26,1

Datos de 1999/2000. Manzana (mz) = 0,7 ha. Quintal (qq) = 100 lb ó 46 kg
Fuente: Estimaciones con base en datos de los informes de país preparados por el BID.

exportaciones en Guatemala, Nicaragua y Honduras, pero lo es menos en Costa Rica y El Salvador. Sin embargo, durante la cosecha 2000/2001 la participación del café en las exportaciones totales disminuyó a menos de la mitad del nivel para el período de 1999/2000 principalmente debido a la caída en los precios –que osciló entre el 3-4 por ciento para Costa Rica y el 14 por ciento para Nicaragua.

En el ámbito macroeconómico, los gobiernos y bancos nacionales también se ven afectados por una pérdida de ingresos provenientes del comercio. Los países centroamericanos han sufrido una disminución del 44 por ciento en sus ingresos por concepto de las exportaciones de café en un solo año (véase el Cuadro 2). Los ingresos por las exportaciones de café cayeron de US\$1.700 millones a US\$938 millones en las cosechas 1999/2000 y 2000/2001, respectivamente, y se prevé que bajen aún más, hasta unos US\$700 millones en el período 2001/2002. El descenso en las exportaciones perjudica la balanza de pagos y afecta considerablemente la actividad económica en general, sobre todo debido al generalizado impacto de los gastos de los caficultores y trabajadores. La deuda del sector cafetalero y los préstamos morosos dañan al sector financiero, limitando la actividad bancaria y el financiamiento de otros sectores económicos.

La baja en los ingresos por las exportaciones de café ha contribuido a un aumento en el déficit de la balanza de pagos en los países centroamericanos, a pesar del incremento en las remesas y a las menores tasas de interés para atender el servicio de la deuda externa. En el año 2001, este déficit para las cinco naciones alcanzó los US\$3.650 millones, lo que equivale a un 6% del PIB. Sin embargo, a pesar de la significativa caída en los ingresos por concepto de las exportaciones de café, la pérdida corresponde únicamente al 1,2 por ciento del PIB en promedio para los cinco países en conjunto. Aunque el impacto macroeconómico de la crisis puede ser limitado,

Cuadro 2. Baja en los ingresos por exportaciones de café

1999/2000 - 2000/2001 (US\$ millones)

País/campaña agrícola	1999/2000	2000/2001	Cambio (%)
Guatemala	598	400	-38%
Honduras	345	167	-33%
El Salvador	276	108	-61%
Nicaragua	170	85	-50%
Costa Rica	289	178	-52%
Total	1.678	938	-44%

Fuente: Estudios del BID/USAID/BIRF.

existe un efecto sectorial, especialmente en términos de la rentabilidad del sector, el empleo y el ambiente, aspectos que se examinan a continuación.

Efecto de la crisis cafetalera sobre los volúmenes de producción y exportación

Los menores precios suelen inducir a los productores, en particular a los menos competitivos, a reducir la producción. No obstante, comparando la producción de café con las exportaciones centroamericanas desde 1990 (véase el Cuadro 3) puede observarse que durante el período de 1990 a 2001 la producción cafetalera aumentó alrededor del 14 por ciento y las exportaciones, cerca del 22 por ciento. Se han observado variaciones entre los países. En este sentido, Nicaragua registró el mayor incremento tanto en producción como en exportaciones, seguido por Honduras y Guatemala. Por otro lado, la producción y las exportaciones en El Salvador han mostrado una baja

considerable, seguido por Costa Rica. Esta situación no cambia mucho si seleccionamos un período de tiempo distinto en el decenio de los noventa como punto de comparación. Empero, si se comparan la producción y las exportaciones entre 2000 y 2001, es claro que ha habido una disminución general cercana al 10 por ciento. La mayor parte de la baja ha sido en la producción de El Salvador y luego de Honduras. Varios informes indican que debido a los bajos precios los agricultores no atienden sus parcelas y aplican menos agroquímicos. La evidencia muestra que entre los años 2000 y 2001, los rendimientos globales de café disminuyeron en Centroamérica, y las más grandes reducciones se registraron en El Salvador (-25%), Nicaragua (-20%) y Honduras (-17%). En general, se sugiere que la mayor parte de la disminución obedece a menores precios, aunque es posible que sequías recientes y otros efectos relacionados con el clima también tengan algo que ver. No obstante, (a) es demasiado difícil derivar conclusiones con base

Cuadro 3. Producción de café y volúmenes de exportación en Centroamérica

	EXPORTACIONES (EN MILES DE QUINTALES)						% DE CAMBIO	
	1990	1997	1998	1999	2000	2001	1990-2001	1998-2001
Costa Rica	3.043	2.506	2.914	2.824	3.046	2.760	-10,3%	-5,3%
El Salvador	3.026	3.712	2.474	2.389	3.258	2.235	-35,4%	-9,7%
Guatemala	4.419	5.547	4.629	6.108	6.317	5.886	24,9%	27,2%
Honduras	2.995	3.796	5.137	4.379	6.415	5.515	45,7%	7,4%
Nicaragua	800	893	1.207	1.204	1.678	1.855	56,9%	53,7%
Total Centroamérica	14.283	16.454	16.361	16.904	20.714	18.251	21,7%	11,6%
	PRODUCCIÓN (EN MILES DE QUINTALES)				% DE CAMBIO			
	1990	1995	2000	2001			1990-2001	1995-2001
Costa Rica	3.308	3.306	3.391	3.263			-1,4%	-1,3%
El Salvador	3.132	3.040	2.798	2.091			-33,2%	-31,2%
Guatemala	4.200	4.700	5.516	5.500			31,0%	17,0%
Honduras	2.604	2.919	4.266	3.549			36,3%	21,6%
Nicaragua	932	894	2.083	1.800			93,1%	101,3%
Total Centroamérica	14.176	14.859	18.054	16.203			14,3%	9,0%

Fuente: CEPAL (2002), con base en cifras oficiales.

en solo dos períodos de datos (2000 y 2001) y (b) puede ser demasiado pronto para valorar el impacto total de los precios bajos, ya que normalmente la producción y las exportaciones tardan un poco en responder a las fluctuaciones en los precios.

Efecto de la crisis cafetalera sobre el empleo

El café es una fuente muy importante de empleo para el sector rural en la región. En promedio, más de una cuarta parte de la fuerza laboral rural se emplea en el sector cafetalero. Cabe mencionar que en Nicaragua el 42 por ciento de la mano de obra rural se emplea en la industria del café. El Cuadro 4 muestra el empleo total en la producción de café y como una proporción del empleo rural total.

Los bajos precios del café están provocando que el desempleo alcance niveles críticos en Centroamérica. En las dos últimas cosechas, el empleo temporal ha disminuido en más de un 20 por ciento, mientras que el empleo permanente ha caído en más de un 50 por ciento (véase el Cuadro 5). Más de la mitad de la fuerza laboral permanente está trabajando a menos del 50 por ciento de capacidad. Los sueldos también han bajado a medida que las fincas perciben menores ingresos por el café y la mano de obra desempleada ha aumentado. La CEPAL (2002) estima que la pérdida de empleo ha redundado

Cuadro 4. Empleo estimado en la producción de café en Centroamérica

País	Mano de obra económica activa en zonas rurales	Mano de obra empleada en el café	% de mano de obra rural empleada en el café
Costa Rica	725.000	200.000	28%
El Salvador	936.000	160.000	17%
Guatemala	2.286.000	700.000	31%
Honduras	1.152.000	300.000	26%
Nicaragua	672.000	280.000	42%
TOTAL			
C. América	5.771.000	1.640.000	28%

Fuente: CEPAL (2002, p.21)

en una pérdida de ingresos salariales de unos US\$140 millones para Centroamérica en general, de los cuales los trabajadores del café en Guatemala han perdido en sueldos US\$62 millones, seguido por los trabajadores de Honduras, quienes han dejado de percibir US\$37 millones. En el capítulo VIII se exponen mayores detalles sobre la situación del empleo en el sector cafetalero, la tipología de los productores y el impacto social de la crisis.

La situación es particularmente crítica debido a que, a diferencia de otros cultivos, la mayoría de los productores de café tiene pequeñas parcelas, vive en zonas rurales remotas y depende en gran parte de su propia cosecha y del dinero extra que obtiene recogiendo café por temporadas. Estos caficultores dependen de este ingreso en efectivo para costear su alimento y cubrir otras

Cuadro 5. Disminución de empleos en el sector cafetalero en Centroamérica, 2000-2002 (miles de trabajadores)*

Trabajador / campaña agrícola	2000/2001	2001/2002	Cambio (%)
Temporal	1.700	1.350	-21%
Permanente	350	160	-54%

* En Guatemala, Honduras, El Salvador, Nicaragua y Costa Rica

Fuente: Estudios del BID/USAID/BIRF.

necesidades esenciales, como educación y salud, y no poseen reservas de efectivo que puedan utilizar en tiempos difíciles. Una crisis en el sector crea un desequilibrio social, un descenso general en la economía rural, una emigración acelerada hacia las zonas urbanas y hacia otros países, y conlleva un potencial de inestabilidad.

El café es producido por muchos pequeños caficultores, quienes representan tan solo un pequeño porcentaje de la producción total. Por el contrario, los grandes productores, aunque sean un pequeño porcentaje de todos los productores, generan la mayor parte de la producción. La principal concentración de producción entre medianos y grandes caficultores es en Guatemala y

El Salvador, seguido por Nicaragua. En Costa Rica y Honduras, una parte significativa de la producción cafetalera está en manos de pequeños productores. El Cuadro 6 resume el aporte a la producción por tamaño de caficultor.

Problemas ambientales derivados de la actual crisis cafetalera

Para muchos productores que luchan por encarar la crisis en los precios del café, los problemas ambientales no son prioridad. En algunos casos, las dificultades imperantes para el ambiente han empeorado y, al mismo tiempo, se han intensificado algunos problemas nuevos, como la destrucción de bosques de sombra –seguido por una pérdida de biodiversidad– y la destrucción de ecosistemas y hábitats naturales. El capítulo IX aborda en detalle la problemática ambiental relacionada con la producción de café, así como posibles estrategias para lidiar con ella, pero a continuación mencionamos algunos aspectos esenciales derivados de la crisis:

Reducción en la aplicación de agroquímicos. La crisis ha provocado una reducción en la aplicación de agroquímicos en la mayoría de los países centroamericanos (Guzmán 2002). Esto puede generar algunos beneficios para el ambiente en el corto plazo (menor contaminación del agua y del suelo) pero también puede conducir a la propagación de enfermedades (como la roya de la hoja, etc.) y, en el largo plazo, la baja rentabilidad puede inducir a los agricultores a cambiar a otros cultivos.

Abandono de la finca o la siembra de otros cultivos en lugar de café. El bajo precio del café presiona a los productores a sembrar otros cultivos que les permitan suplementar o sustituir la producción de café para poder sobrevivir. Es probable que los nuevos cultivos no sean adecuados para los suelos e inclinaciones de las zonas cafetaleras, y que la introducción de cultivos no aptos cause serios problemas de erosión. Además, abandonar los cafetales y dejar las cerezas sin cosechar puede causar graves plagas e infestaciones el año siguiente, dificultando el reinicio de la producción agrícola.

Destrucción del bosque de sombra. La crisis cafetalera obliga a los caficultores tradicionales a cortar y vender el bosque que utilizaban como sombra para madera y leña. La introducción de nuevos cultivos para sustituir el café puede motivar el desbroce de los cafetos y de las áreas circundantes mediante técnicas de tala y quema.

Aplicación limitada de tecnologías limpias. En los últimos años, una cantidad creciente de beneficios húmedos ha aplicado medidas de conservación del agua y la energía, y se promocionan como establecimientos ecológicos o certificados ambientalmente. La crisis cafetalera podría evitar que otros beneficios inviertan en la aplicación de dichas medidas. Existen algunos indicios (véase Guzmán 2002) de que en los países centroamericanos, con la posible excepción de Costa Rica, la actual crisis del café podría haber conducido a una reducción de prácticas ambientales adecuadas a nivel del beneficiado húmedo.

Cuadro 6. Producción de café por tamaño de productor

	Menos de 100qq % producción	% de productores	Más de	% de la producción	% de los productores
Guatemala	20,0%	79,8%	2000qq	50,0%	5,6%
Costa Rica	38,2%	90,2%	800qq	23,0%	0,5%
Nicaragua	14,0%	89,6%	1500qq	36,0%	0,6%
El Salvador	9,6%	80,8%	1000qq	57,8%	4,0%
Honduras	44,7%	92,0%*	1000qq	10,6%	3,0%*

Fuente: Estimaciones con base en datos de los informes de país preparados por el BID.

Nota: * son cifras bastante aproximadas.

Posición competitiva de los cafés centroamericanos en el contexto de la crisis

Dos formas claras en que los países centroamericanos pueden competir es mediante la introducción de mejoras en la productividad (mayores rendimientos y menores costos), así como mediante un énfasis en la producción de cafés de mejor calidad, incluyendo la penetración de mercados de especialidades.³

Productividad y costos de producción. Los rendimientos promedios del café varían de un país a otro, pero Costa Rica y Guatemala registran los mayores rendimientos en comparación con los demás países. Si bien el tamaño promedio de las fincas en Costa Rica es de alrededor de 1,6 ha (ó 2,2 manzanas), los rendimientos promedio son bastante altos (uno de los más altos del mundo) debido a la adopción de tecnologías de alto rendimiento y al uso de agroquímicos. Los países centroamericanos han mejorado sus rendimientos durante el último decenio.⁴ El Cuadro 7 compara el rendimiento promedio del período 2000/2001 con los rendimientos durante 1990 y 1995, respectivamente. El cuadro también muestra que, a excepción de El Salvador, los rendimientos del café en la región han mejorado en todos los países, siendo Nicaragua, Guatemala y Honduras los países que han registrado los mayores incrementos. Con unos 18 quintales por hectárea, los rendimientos promedio en Centroamérica se comparan con los de los grandes países productores de café como Brasil (17qq/ha) y Colombia (18qq/ha), pero son inferiores a los de nuevos y dinámicos productores como Vietnam (48 qq/ha) e India (21 qq/ha).⁵

En términos del costo de producción, el Cuadro 8 presenta los costos de producción estimados por los consultores del estudio del BID/BIRF/USAID (2002), del estudio de la CEPAL (2002)

Cuadro 7. Cambio en los rendimientos del café

	1990-2000/ 2001	1995-2000/ 2001	2000-2001
Costa Rica	9%	4%	-4%
El Salvador	-20%	-19%	-25%
Guatemala	28%	13%	0%
Honduras	22%	23%	-17%
Nicaragua	40%	75%	-20%
Centroamérica	11%	9%	-11%

Fuente: Elaborado con base en datos oficiales de la CEPAL (2002).

y de LMC (2002). Los datos del BID/BIRF/USAID hacen referencia a la campaña agrícola 1999/2000, mientras que los de la CEPAL se refieren al año 2001. Las estimaciones de LMC se refieren a la campaña agrícola 2000/2001. En el caso de Nicaragua y Honduras, las estimaciones realizadas por los consultores locales para el estudio del BID/

Cuadro 8. Costos de producción

	Consultores US\$/ quintal	CEPAL US\$/ quintal	LMC US\$/ quintal
	51	74	74
	77	86	100
	48	57	84
		70	67
<i>Tradicional</i>	53		
<i>Semitecnificado</i>	58		
<i>Tecnificado</i>	70		
		62	65
<i>Tradicional</i>	36		
<i>Semitecnificado</i>	46		
<i>Tecnificado</i>	58		

Fuente: La primera columna "Consultores" presenta las estimaciones de costos obtenidas a partir de los distintos informes de los estudios de países preparados por consultores para el estudio del BID/BIRF/USAID. La segunda columna muestra las estimaciones de costos presentadas por la CEPAL (2002, p.30). Estas estimaciones se basan en información de costos producida por varios institutos del café. La tercera columna contiene estimaciones hechas por el informe de LMC, "Coffee in Crisis" (El café en crisis), 2002.

- La penetración de mercados de especialidades es una solución parcial que funcionaría para algunos, pero no para la mayoría de los caficultores.
- Cabe mencionar que una mayor productividad (en términos de rendimientos) no se traduce necesariamente en una mayor rentabilidad. Ser más productivo puede ser menos importante que mejorar la comerciabilidad de la producción. Además, el aumento en los rendimientos suele ir acompañado de mayores costos laborales y de insumos.
- Las cifras son quintales por hectárea (qq/ha) y provienen de estimaciones presentadas en el Cuadro A-2 del informe de la CEPAL (2002) para la campaña agrícola 2000/2001.

BIRF/USAID lograron distinguir tres niveles tecnológicos: tradicional (muy pocos insumos), semitecnificado y tecnificado. Aunque los datos presentados en el cuadro siguiente presentan algunas diferencias, pareciera existir una categorización bastante uniforme de los países en términos de costos de producción. El productor con mayores costos pareciera ser Costa Rica, seguido de Guatemala, luego Nicaragua, El Salvador y Honduras. Sin embargo, según el estudio de LMC, aparentemente El Salvador es el segundo productor con mayores costos en el grupo. Si se toma en cuenta esta categorización y se observa lo ocurrido con la producción, puede notarse que el productor con mayores costos (Costa Rica) contrajo su producción durante el decenio de los noventa, al igual que El Salvador.

Una posibilidad para explicar la situación de El Salvador es que esos costos (CEPAL y BID/BIRF/USAID) no toman en cuenta los costos financieros y, al parecer, el sector cafetalero salvadoreño está fuertemente endeudado. Si se consideran los costos financieros, El Salvador estaría entre los productores con mayores costos. Asimismo, durante los años noventa la producción de café en este país experimentó varias condiciones climáticas adversas, lo cual impuso costos de rehabilitación adicionales.

Por último, el informe de LMC (2002) presenta algunos indicios sobre la posición competitiva de Centroamérica en cuanto a los costos, en comparación con otros productores de café en el mundo. El estudio comprende 22 países productores de café de América Latina, Asia y África. Al analizar los costos de cada país, puede observarse que Nicaragua y Honduras se encuentran entre los productores con menores costos en el grupo de los 22 principales productores de café, Guatemala estaría más o menos en el medio, y Costa Rica y El Salvador formarían parte del grupo con mayores costos. Cabe señalar que Vietnam figura como el productor con menores costos, seguido por Indonesia.⁶ Según el informe de LMC, los rubros "onerosos" que categorizan a los países centroamericanos como los productores con

los mayores costos son: mano de obra (Costa Rica), capital/financiamiento (El Salvador) e insumos (Guatemala).

Tipos de café y calidad del café. La mayor parte del café centroamericano puede clasificarse en café de altura (HG) y estrictamente de altura (SHG). Esto corresponde al café cultivado a más de 800 metros de altura. Los cafés cultivados entre 800-1.200 metros normalmente se clasifican como duros (HB) y por encima de los 1.200 metros, se clasifican como estrictamente duros (SHB) y suelen generar sobrepuestos significativos en el mercado. El Cuadro 9 presenta la cuota de la producción de café cultivado en tierras altas. Cabe destacar que la mayor parte de la producción clasificada como de grano estrictamente duro, se origina en Nicaragua, luego Guatemala seguida por Costa Rica, y la menor se localiza en El Salvador. La mayor parte del café producido en alturas superiores a los 800 metros proviene de Honduras, seguida por Nicaragua, luego Guatemala y Costa Rica, mientras que la proporción menor procede de El Salvador. Sin embargo, mientras que los cafés guatemaltecos y costarricenses suelen recibir sobrepuestos considerables por su calidad, Honduras es penalizada (vende a precios reducidos) a pesar de que la mayor parte de su

Cuadro 9. Porcentaje del café clasificado como de altura (HG) y estrictamente de altura (SHG)

	Estricta. duro (SHB)	Duro (HB)	Estricta. duro y duro (SHB y HB)
Costa Rica	39%	24%	63%
Guatemala	45%	19%	64%
El Salvador	15%	32%	47%
Nicaragua	85%	ND	85%
Honduras	19%	67%	86%

Nota: Estrictamente duro es el grano producido a 1.200 metros y más, y duro es el grano producido entre los 800 y los 1.200 metros.

Fuente: Estimaciones con base en datos de los informes de país preparados por el BID.

6. Vietnam e Indonesia producen principalmente robusta y los costos de producción para este tipo de café suelen ser inferiores a los del arábico.

café puede clasificarse como de altura. Las fuentes comerciales a menudo aducen que el motivo para los precios reducidos del café hondureño es su inadecuada preparación durante y después de la cosecha.

Los datos anteriores señalan con claridad que los cafés centroamericanos tienen un gran potencial para ingresar a mercados de calidad y de especialidades. En particular, el potencial es alto en lugares como Nicaragua y Honduras, donde las condiciones climáticas, de suelos y altura son apropiadas para la mayor parte del café producido, aunque los cafés de estos dos países no gozan del mismo renombre que los cafés producidos por Guatemala y Costa Rica. El Salvador pareciera ser el menos apto del grupo para explotar mercados cafetaleros de muy alta calidad.

Centroamérica, como región, ha sido una de las principales exportadoras a mercados gourmet, de Comercio Justo y orgánico, junto con México y Colombia. El Cuadro 10 presenta algunas estimaciones de exportaciones reales en los distintos segmentos del mercado de cafés especiales (diferenciado, orgánico, de Comercio Justo), así como algunos cálculos de la capacidad potencial certificable para los cafés orgánicos y de Comercio Justo.

El cuadro anterior muestra que una cantidad importante de las exportaciones de Costa Rica y Guatemala se vende en mercados diferenciados.⁷ Incluso en estos países, existe un alto potencial para aumentar las exportaciones a mercados orgánicos y de Comercio Justo. En el caso de Nicaragua y Honduras, sus exportaciones a los mercados diferenciados son relativamente bajas pero, en relación con otros países centroamericanos, Nicaragua exporta una buena cantidad del grano a mercados orgánicos y de Comercio Justo. Específicamente, en cuanto a los mercados diferenciados, Nicaragua y Honduras, con su alto porcentaje de café de gran altura, variedades viejas, microclimas y métodos de producción tradicional, poseen considerable potencial de mejorar su producción y aumentar su participación en el mercado. Cabe mencionar que mientras que las exportaciones de cafés diferenciados en general registran una participación importante, las exportaciones a mercados orgánicos y de Comercio Justo son muy bajas (menos del 1% en la mayoría de los casos) e incluso si alcanzan su potencial en el corto y mediano plazo, las exportaciones de la mayor parte de las naciones centroamericanas a los mercados orgánicos y de Comercio Justo no sobrepasarán el 5 por ciento.

Cuadro 10. Exportaciones y capacidad potencial para mercados de especialidades

	Café vendido a mercados diferenciados	Exportaciones de café orgánico	Potencial de certificación de orgánica a corto plazo	Exportaciones de Comercio Justo	Cuota de Comercio Justo	Capacidad potencial de registro como Comercio Justo
	% exportaciones	000 sacos	000 sacos	000 sacos	% exportaciones	000 sacos
Costa Rica	35-40%	ND	ND	16	0,9%	41
El Salvador	5%	4,6	11	6 (2001)	0,5%	12
Guatemala	40-50%	10 (2000)	35	22 (2000)	0,7%	60 (2001)
Honduras	10-15%	ND	5	8-11 (2000)*	0,4%	51 (2001)
Nicaragua	10-15%	10 (2000)	ND	24 (2000)	2,0%	135 (2001)

Fuente: Estimaciones hechas por Daniele Giovannucci (consultora) de varias fuentes y de la Fair-trade Labeling Organizations International (FLO).

7. Los mercados diferenciados del café son los mercados de café gourmet, de Comercio Justo, orgánico, cultivado a la sombra y otras especialidades. Estos cafés poseen atributos específicos (calidad, social, ambiental, etc.) que los distingue del "grueso" de los granos básicos.

Sin embargo, aumentar las exportaciones a mercados cafetaleros diferenciados puede ser una de las vías para enfrentar la actual crisis del café.

Si se consideran los valores unitarios de las exportaciones, se podría tener una noción de los sobrepresios (o descuentos) por calidad que reciben los cafés centroamericanos.⁸ Aunque estos valores no constituyen una medida exacta de las primas por calidad, dan una idea del valor promedio del grueso de los cafés exportados por estos países. El cuadro 11 muestra los valores unitarios de las exportaciones de café centroamericano. Se puede derivar del cuadro que en los últimos once años los valores unitarios de las exportaciones de Costa Rica, El Salvador, Guatemala y Nicaragua han sido bastante similares, mientras que Honduras registra valores muy bajos. Es interesante advertir que –a pesar de su baja penetración en los mercados de especialidades de café– tanto Nicaragua como El Salvador se asemejan bastante a Costa Rica y Guatemala en términos del valor unitario de las exportaciones. Esto puede revelar algo acerca de la relativamente escasa homogeneidad en los grados de calidad del café en los dos últimos países. Otra observación importante es que los valores unitarios de las exportaciones de café estimados en el año 2001 para la región son bastante inferiores a los del decenio de 1990, el año siguiente al colapso del Convenio Internacional del Café.

Otro indicio de las primas y reducciones en los precios por calidad se presenta en el Cuadro 12 que resume las primas y descuentos para los cafés centroamericanos. Las primas y descuentos se reportan en el *Complete Coffee Coverage* (Cobertura total del café), una publicación diaria sobre los precios del café vigentes en el mercado. Estas primas/descuentos cambian día a día y el cuadro lo que muestra es una “foto instantánea” de los mismos durante la semana del 15 de julio, 2002. Por ende, si bien este cuadro refleja cómo valora el mercado cada uno de estos cafés en un momento dado, debe procederse con cautela al leerlo, ya que es solo un reflejo de lo que ocurre en un período de tiempo muy breve. El

Cuadro 11. Valores unitarios de las exportaciones de café en Centroamérica

Precio de las exportaciones (US\$/qq)	1990	1997	2000	2001
Costa Rica	81	166	90	67
El Salvador	81	136	96	59
Guatemala	73	112	92	65
Honduras	79	86	53	33
Nicaragua	85	136	101	59
Centroamérica	78	121	81	54

Fuente: CEPAL (2002)

cuadro muestra las primas y los descuentos (entre paréntesis) de los cafés centroamericanos con relación al precio del contrato C de Nueva York para entrega en setiembre. Además, divide los cafés en dos categorías principales: SHG (estrictamente de altura) de preparación europea y Prime. Para efectos de comparación, el Colombia Supremo se emplea para el SHG y el Santos brasileño, para el Prime. El cuadro también incluye precios

Cuadro 12. Diferencias en los precios del café a mediados de julio de 2002

	SHG	Prime
Nicaragua	\$3	ND
Honduras	(-\$4)	ND
Guatemala	\$5,5	(-\$3)
El Salvador	(-\$3)	(-\$5)
México	(-\$2) para HG	(-\$3) a (-\$4)
Santos 2/3 de Brasil		(-\$19)
Colombia Supremo	\$7,5 a \$8	

Fuente: Complete Coffee Coverage; 17 de julio, 2002

Nota 1: SHG=estrictamente de altura; HG=de altura; los precios SHG son para la preparación europea.

Nota 2: Todas las cifras son en US\$ por quintal (100 lb) y corresponden a primas (descuentos) en relación con el precio del contrato C de Nueva York para entrega en setiembre en la bolsa. Los números negativos aparecen entre paréntesis, lo que significa precios reducidos respecto al precio del contrato C de Nueva York.

8. El valor unitario de las exportaciones se calculan dividiendo el valor total de las exportaciones de café entre el volumen total de estas exportaciones.

para el café mexicano de altura (HG) y para los cafés Prime mexicanos. Durante el período de julio de 2002 en que fue elaborado el cuadro, no se disponía de cifras para los cafés costarricenses. El cuadro señala que el café Colombia Supremo posee una prima alta en el mercado, y que los cafés SHG guatemaltecos y nicaragüenses también se comercian con un sobreprecio. Los cafés SHG de El Salvador y Honduras se venden a precios reducidos, de hecho a niveles inferiores al café mexicano de altura. Si tomamos los descuentos de los cafés Prime, puede observarse que todos los granos Prime se venden con descuentos superiores en comparación con el Santos brasileño 2/3. No obstante, dada la posibilidad de sustituir algunos de los cafés Prime centroamericanos por Santos brasileño 2/3, las diferencias de precios son tales que los tostadores tratarían de usar la mayor cantidad posible de Santos 2/3 en detrimento de los Prime centroamericanos.

Se transmiten mensajes bastante similares para los valores unitarios de las exportaciones en 2001 (Cuadro 11) y las diferencias entre los mercados presentadas en el Cuadro 12. Los cafés hondureños al parecer están recibiendo menores precios en comparación con otros cafés centroamericanos, mientras que Guatemala y quizá Nicaragua obtienen mayores precios. Los cafés salvadoreños parecieran comerciarse a precios reducidos con relación a otros cafés mexicanos y centroamericanos, con la posible excepción de los granos hondureños.

RESPUESTAS A LA CRISIS

La actual crisis cafetalera es similar a la crisis acaecida con el colapso del Convenio Internacional del Café en 1989.⁹ El colapso de los precios a principios de los noventa fue cubierto mediante la creación de fondos de emergencia en Costa Rica y El Salvador, cuyo propósito era sostener los precios que recibían los productores.¹⁰ A fin de bregar con la crisis, los países centroamericanos han respondido de varias maneras. Las

medidas adoptadas descansan en planes similares de corto plazo: fondos de compensación para apoyar los precios de los productores y refinanciamiento de la deuda. De uso menos frecuente son los programas que promueven el cambio estructural de largo plazo de los sectores cafetaleros con el objeto de mejorar la calidad y la productividad, así como considerar posibles alternativas de diversificación para ciertas áreas.

Costa Rica tiene el Fondo Nacional de Estabilización Cafetalera (FONECAFE), creado en 1992 para responder a la crisis producida por el colapso del Convenio Internacional del Café en 1989. El objetivo de este fondo es compensar a los caficultores cuando el precio de liquidación es inferior a los costos de producción en más de un 2,5 por ciento, siempre y cuando haya fondos disponibles. La deuda (monto) máxima que el fondo puede asumir es de US\$50 millones. Durante 1994-1997, los productores no solo reembolsaron los fondos sino que también FONECAFE acumuló US\$23 millones adicionales. Estos dineros permitieron a la institución otorgar US\$6,38/fanega a los productores durante 1998-1999 y 1999-2000.¹¹ En el año 2001, FONECAFE otorgó a los productores de café US\$18,76 por fanega producida como apoyo para enfrentar la crisis. De estos pagos, US\$6,38 provenían de ahorros anteriores de FONECAFE, mientras que el resto tendrá que ser devuelto al fondo cuando los precios FOB excedan los US\$92 por quintal (100 lb). Para los nuevos fondos, FONECAFE hizo dos emisiones de bonos por \$25 millones, con un vencimiento a 10 años y a una tasa del 8 por ciento con tres años de gracia en el pago del principal.

Además, la Cámara Nacional de Cafetaleros, las cooperativas y la Unión de Pequeños y Medianos Productores Agropecuarios (UPANACIONAL) han acordado con el gobierno reestructurar la deuda de los cafetaleros –calculada en unos US\$120 millones– con los beneficiadores y bancos. La propuesta es crear un fideicomiso que

9. Véase Akiyama y Varangis (1990)

10. Para obtener más información sobre las respuestas de política en El Salvador, Costa Rica y México ante el colapso de los precios del café en 1989-1990, véase Jaramillo (1991).

11. Una fanega equivale a un quintal o a 100 libras.

emita bonos por un monto de US\$120 millones, de los cuales el gobierno avalará US\$25 millones, ICAFE US\$10 millones, INFOCOOP US\$10 millones y US\$75 millones serán garantizados por los beneficiadores, bancos y productores. Este fondo comprará la deuda de los productores y la sostendrá por diez años.

Finalmente, ICAFE está ejecutando dos programas para la cosecha 2001/2002. Uno es la retención del 5 por ciento del café de menor calidad y el segundo es un plan para mejorar la calidad general del café exportable de Costa Rica.

El Salvador estableció un Fondo de Emergencia para la Caficultura por un monto de US\$45 millones. Este fondo se creó en 1992 para responder a la caída en los precios del café después de 1989. El fondo se distribuyó a todos los productores independientemente de su nivel de endeudamiento, su capacidad de pago o disponibilidad de garantías. Los fondos se obtuvieron mediante un préstamo internacional y debían ser cancelados en su totalidad en 1999/2000. Durante el período de recuperación en los precios (1994 a 1997/1998), los productores lograron reducir su deuda de largo plazo. Sin embargo, en 1998 una grave sequía redujo en mucho la producción y la deuda de los productores volvió a aumentar. Por otro lado, después de 1999 los precios del café cayeron de nuevo, lo que obligó a crear un segundo fondo de emergencia, el Fondo de Emergencia II, en el año 2000. Este fondo recibió US\$80 millones mediante la emisión de bonos y los productores obtuvieron US\$25/qq tomando como base su producción promedio para 1998/1999 y 1999/2000. En este fondo, los productores tendrán que reembolsar US\$5/qq al año más un 11 por ciento de interés.

Asimismo, para el largo plazo se cuenta con el Programa Integral de Renovación del Parque Cafetalero, diseñado por el Ministerio de Agricultura y el Banco Multisectorial de Inversiones (BMI) y que consiste de US\$100 millones, financiados a través del sistema bancario, para renovar las fincas cafetaleras. El programa consta de dos componentes primordiales. El primero es un crédito a una tasa de interés del 9 por ciento, por 15

años con un período de gracia de cinco años, que se otorga a productores económicamente solventes que posean más de 25 manzanas situadas en zonas a 800 metros de altitud o más. El segundo componente es una donación no reembolsable para asistencia técnica.

A pesar de todas estas medidas, a finales de 2000/2001 la situación era bastante precaria. Los bancos redujeron sus préstamos para capital de trabajo de US\$40/qq a US\$20/qq mientras que el BMI estimó que las deudas en el sector ascendían a US\$250 millones, incluso después de los US\$80 millones en apoyo del Fondo de Emergencia durante el año 2000. Lo anterior condujo al establecimiento del Programa de Rescate Cafetalero, un plan integral dividido en cuatro componentes:

- Creación de un fideicomiso (FICAFE) para reestructurar la deuda de los productores.
- Concesión de crédito suplementario para la producción en el período 2001/2002, equivalente a US\$20/qq.
- Eliminación del 5 por ciento del café de menor calidad.
- Concesión de créditos para la cosecha de la campaña agrícola 2001/2002.

En Guatemala, el Congreso autorizó, con el apoyo del gobierno federal, el establecimiento de un fondo en fideicomiso para financiar a los productores por medio de los programas siguientes: (i) diversificación fuera del café (fondos para siembra, mantenimiento, cosecha), (ii) elaboración de productos agropecuarios (equipo, maquinaria, capital de trabajo, infraestructura física), (iii) comercialización y (iv) reestructuración de deudas. Se autorizó al fideicomiso recaudar US\$100 millones mediante la emisión de bonos ofrecidos en el mercado nacional a una tasa de interés del 8,5 por ciento. El fondo se estableció en octubre de 2001 y es administrado por el Banco de Desarrollo Rural (BANRURAL). Los muy pequeños y pequeños agricultores (alrededor de 50.000) recibirían cerca de US\$40 millones, mientras que los medianos y grandes productores (alrededor de 12.000) recibirían unos US\$60 millones.

En Honduras el gobierno, por intermedio del Fondo Cafetero Nacional suministró 330 millones de lempiras (alrededor de US\$20 millones) a los caficultores. Con estos dineros, cada productor de café recibió 100 lempiras por quintal de café verde producido. Durante la campaña 2000/2001 los productores recibieron 70 lempiras por quintal de café verde producido. Se espera que los caficultores reembolsen estos dineros al Fondo Cafetero por medio de un impuesto a la exportación, posiblemente ya para la campaña agrícola 2002/2003. Además, el gobierno ha reducido el costo de la certificación de exportación de US\$6 a US\$5 por quintal. Cabe mencionar que los costos, comisiones e impuestos de exportación hondureños han hecho que una cantidad significativa del café salga hacia Guatemala, El Salvador y Nicaragua para evitar esos cargos.¹²

En Nicaragua el proceso de apoyo al sector cafetalero ha sufrido importantes atrasos. La disminución de los precios ha impedido que muchos agricultores paguen sus deudas a bancos, exportadores y comerciantes. Se calcula que los caficultores adeudan alrededor de US\$70 millones, lo que corresponde a cerca del 2,7 por ciento del PIB. Los productores solicitaron la intervención del gobierno para diseñar un programa de contingencia que les permitiera hacer frente a la deuda y para promulgar una ley que prohibiera la ejecución de sus propiedades. La crisis no solo afecta a los productores sino también a los bancos, comerciantes, instituciones de microfinanciamiento, tostadores e incluso a las compañías internacionales. Finalmente el gobierno prometió ayudar a los productores con sus deudas con los bancos y exportadores, y concedió un préstamo de US\$25 por quintal que debía cancelarse en un plazo de ocho años. Se estima que para finales de 2001 esta medida haya beneficiado a un 15 por ciento de los caficultores, sobre todo a los grandes.

Para resumir, Costa Rica y El Salvador en el pasado utilizaron fondos de emergencia para apo-

yar el ingreso de los productores ante el desplome de los precios. Los fondos fueron reembolsados gracias a la recuperación de precios durante el período 1994-1997 pero sin esta recuperación temporal, el reembolso habría sido "dudoso". Para responder a la crisis cafetalera después de 1999, tanto Costa Rica como El Salvador, y ahora Honduras, están recurriendo nuevamente a los fondos de emergencia, cuyo reembolso dependerá otra vez de la recuperación de los precios mundiales del café. No obstante, si la recuperación es lenta y los precios se mantienen relativamente bajos, la capacidad de pago de los productores se verá afectada.

Asimismo, y como respuesta a la crisis cafetalera, Costa Rica, El Salvador, Guatemala y Nicaragua están empleando programas para reestructurar la deuda de los cafetaleros. Estos programas benefician principalmente a los medianos y grandes productores que reciben créditos formales. Al mismo tiempo, algunos de estos países están empezando a ejecutar proyectos de largo plazo para diversificar, renovar las plantaciones cafetaleras, y mejorar la comercialización y calidad de sus cafés exportables. Sin embargo, el énfasis primordial de la respuesta hasta la fecha continúa siendo una solución de corto plazo: mantener a los caficultores produciendo brindándoles apoyo con los precios y resolviendo sus problemas de deuda. Como se mencionará en el capítulo VIII, la mayoría de los pequeños productores y trabajadores no se han beneficiado directamente de los programas de asistencia al sector cafetalero.

ESTRATEGIAS PARA FOMENTAR LA COMPETITIVIDAD Y LA DIVERSIFICACIÓN: ASPECTOS GENERALES

Como se mencionara en secciones anteriores, el sector cafetalero es un importante componente de las economías de las naciones centroamericanas en términos del empleo y de

12. Se calcula que los costos totales y otros cargos para la exportación de café alcanzan los US\$17-20 por quintal.

las exportaciones.¹³ La gran dependencia de las economías regionales del café las hace vulnerables a los descensos en el mercado y a las presiones competitivas existentes en la industria. La crisis del café realmente se ha venido gestando desde hace algún tiempo, pero no fue sino hasta hace poco que ha permeado Centroamérica a medida que se ha reconocido la necesidad de introducir cambios estructurales de largo alcance en la producción y comercialización mundial del café.

La actual crisis cafetalera en Centroamérica presenta el enorme desafío de mejorar la competitividad general de los sectores agrícolas frente a la economía mundial. Si bien existen estrategias que la industria centroamericana del café podría emprender para mejorar su situación actual, es poco probable que las mismas logren una recuperación rápida en los precios mundiales o en la rentabilidad de las fincas. Para poder subsistir, los cafetaleros no competitivos tendrán que cambiar, total o parcialmente, a otras actividades agrícolas o no agrícolas. A la vez, sus empleados y otras personas involucradas en actividades económicas directamente relacionadas también tendrán que identificar medios de vida alternativos.

Los esfuerzos pasados de los gobiernos por ayudar a los productores mediante distintos programas dirigidos a apoyar y/o estabilizar los precios del café, están desapareciendo paulatinamente y las operaciones de rescate financiero (para los productores que reciben préstamos) también están cada vez menos disponibles. En consecuencia, los productores están expuestos más directamente a los cambios en los precios internacionales del café y ha crecido el interés por identificar medios para aumentar y/o estabilizar los ingresos relacionados con la producción de café (Giovanucci, 2002). El término "diversificación" a menudo se utiliza como una solución a los problemas de bajos precios y/o fluctuación en los precios del café. Sin embargo, cuando el término se emplea de forma general, realmente

significa que los productores deben "cambiar" sus actividades actuales. A fin de identificar estrategias apropiadas, es necesario comprender las diferentes formas en que los caficultores pueden "diversificar" o "cambiar" sus actividades para generar mayor rentabilidad y/o ingresos más estables.

Existen distintas maneras de aumentar y estabilizar los ingresos de los agricultores mediante la diversificación (véanse Barghouti, Timmer, Siegel, 1990; Barghouti, Garbas, Umali, 1992). Es posible diversificar *dentro* del café y *fuera* del café. Empero, para evitar confusión con este término, en este documento nos referiremos a la diversificación dentro del café como un "aumento de la competitividad" y a la diversificación fuera del café como "diversificación". Desde luego, también es posible que los caficultores opten por una estrategia diversificada que combine un aumento de la competitividad dentro del café junto con la introducción de otras actividades.

Un aspecto fundamental de las estrategias dirigidas a fomentar la competitividad y la diversificación es aumentar la flexibilidad de los sistemas de cultivo y ganadería, así como la división de la mano de obra y el capital en el hogar, de manera que los cambios en las actividades, tecnologías, base empresarial y mecanismos financieros y de comercialización respondan a las cambiantes condiciones del mercado y tengan costos de transacción relativamente bajos (Barghouti, Timmer, Siegel, 1990; Timmer, 1992). Como señala Timmer (1992, p.37), lograr una mayor competitividad y diversificación comporta un proceso de cambio paulatino y no se circunscribe al establecimiento de objetivos de producción específicos. Aumentar (y estabilizar) los ingresos de los agricultores es(son) la(las) meta(metas) –no elevar las estadísticas de producción. Los procesos para fomentar la competitividad y la diversificación deben estar dirigidos por la demanda, dado que el principal cuello de botella normalmente no son las limitaciones en la oferta. Por el contrario, estos procesos

13. En comparación con los otros países centroamericanos, en Costa Rica el sector cafetalero y el agropecuario son menos importantes en el PIB global y en el volumen de exportaciones.

dependen de actividades interrelacionadas en el campo del procesamiento y valor agregado logradas a través de mejoras en la calidad, el financiamiento y los planes de comercialización, así como mejores prácticas poscosecha. Por tratarse de un proceso de cambio paulatino,¹⁴ en el corto plazo es importante explotar las fortalezas de los sistemas agrícolas existentes e introducir cambios incrementales antes de efectuar cambios radicales de gran alcance.

También es necesario aclarar los términos diversificación y especialización. Uno de los postulados básicos de la teoría económica es la ganancia (es decir, los rendimientos crecientes) lograda por medio de la especialización, según la ventaja comparativa que se posea. No obstante, la especialización (y los mayores rendimientos) puede producir una mayor exposición a riesgos (por ejemplo, una mayor variabilidad de los rendimientos). Por ende, existe una posible compensación recíproca entre riesgo y rendimiento que podría incentivar algún grado de diversificación y/o uso de algunas estrategias de gestión de riesgos (véase Siegel y Alwang, 1999, p. 23-41). Otro punto de aclaración es que los costos y beneficios de la especialización y la diversificación deben considerarse en la finca/el hogar, así como en la comunidad/región y en todo el país. Es obvio que especializarse en una actividad bastante rentable económicamente tendría sentido, mientras que diversificar en actividades con una baja rentabilidad, no es una buena opción. Por último, es importante reconocer que las estrategias de especialización y diversificación pueden tener efectos sociales y ambientales considerables en todos los niveles. Desde hace tiempo se han reconocido los posibles peligros de especializarse en uno o pocos cultivos agrícolas básicos, y los esfuerzos por promover la diversificación no son nuevos para Centroamérica o para los caficultores. En los últimos treinta años, se han emprendido acciones tendientes a fomentar la diversificación en distintos niveles y, en este sentido, se han registrado distintos grados de éxito en la región.

En el presente informe, se destacan los esfuerzos de los productores por fomentar la competitividad y la diversificación (aunque se presta mayor atención al incremento de la competitividad). Dado el persistente énfasis en este documento en los diferentes tipos de productores y de condiciones agroecológicas donde se ubican, es esencial reconocer que los productores enfrentan diversas oportunidades y limitaciones, y que los efectos económicos, sociales y ambientales de sus decisiones también son variados. Además, habrá “ganadores” y “perdedores” entre los distintos agentes económicos, comunidades y regiones dentro de cada país y entre los respectivos países. Por ello, está claro que es necesario efectuar análisis adicionales acerca de los aspectos de mayor competitividad y diversificación que trascienden el alcance de este informe.

Aumento de la competitividad: esbozo de las distintas opciones

El aumento de la competitividad puede comportar actividades como las siguientes:

- Cambiar la forma en que se produce el café –adopción de mejores tecnologías de producción para incrementar la productividad y/o la calidad del producto. Además, aumento de los rendimientos generales derivados del aprovechamiento de la tierra por medio de la siembra intercalada con otros cultivos y animales.
- Cambiar las relaciones comerciales en el financiamiento y la comercialización del café –uso de esquemas alternativos de financiamiento y comercialización, incluyendo estructuras orgánicas alternativas (por ejemplo, cooperativas, asociaciones) para reducir los costos de transacción y aumentar el valor agregado que perciben los productores. Además, utilización de instrumentos de gestión de riesgos para mejorar los mecanismos financieros y de comercialización.

14. Al igual que en este documento se reconocen los “cambios estructurales” que ocurren en el mercado mundial del café, es menester reconocer que las respuestas a estos cambios estructurales exigen un “proceso de ajuste estructural” que puede resultar “doloroso”.

- Cambiar la forma del producto final del café –adopción de tecnologías poscosecha nuevas y mejoradas (por ejemplo, en el procesamiento, empaque, almacenamiento, transporte) que aumenten el valor neto del café para los productores.
- Identificar usos alternativos para el café – identificación de tecnologías de procesamiento que conviertan el café en nuevos “productos cafeteros” (por ejemplo, café helado, dulces de café y confituras), ecoturismo en zonas cafetaleras o nuevos productos no relacionados con el mismo café (por ejemplo, el uso de varios subproductos del café).

Por lo tanto, existen diversas opciones para aumentar la competitividad de los productores modificando la combinación de tecnologías y los mecanismos financieros/de comercialización, así como las prácticas poscosecha. Estas opciones no son fáciles de concretizar, pero tienen la ventaja de permitir a los productores continuar “especializándose” en la producción de café. En este informe, se hace énfasis en las distintas estrategias para aumentar la competitividad del café (Capítulo VI) en lugar de la diversificación (Capítulo VII).

Diversificación –esbozo de las distintas opciones

Diversificación significa cambiar lo que se produce en la finca –cambiar a actividades alternativas (cultivos o animales) en la explotación agrícola. Pero diversificación también significa cambiar la asignación de mano de obra/capital hacia actividades fuera de la finca –cambiar a actividades agrícolas y/o no agrícolas fuera de la finca en la zona o mediante la emigración (temporal o permanente).¹⁵

En consecuencia, la diversificación incluye cualquier actividad agrícola o combinación práctica de actividades no relacionadas con la producción de café que generen ingresos netos positivos en la finca. Para los cafetaleros no

competitivos, la diversificación puede ser una alternativa viable para lograr su sostenibilidad económica en el mediano o largo plazo. El término “no competitivo” se emplea aquí para describir las fincas cafetaleras que no pueden competir en los mercados internacionales, ya sea por poseer condiciones agroclimáticas inapropiadas o una estructura de costos que les impide ser rentables al competir en el segmento de “productos básicos” del mercado, o bien, porque no pueden producir cafés que compitan en el segmento de “alta calidad” del mercado.

La estrategia que se seleccione –ya sea fomentar la competitividad o la diversificación– para cualquier país dependerá de la estructura del sector cafetalero (por ejemplo, perfil de los productores, tecnologías, combinación de destrezas de los trabajadores agrícolas), de las condiciones agroecológicas de los distintos productores, de los servicios públicos de apoyo agrícola (por ejemplo, investigación y extensión), de la infraestructura de transporte y comunicaciones, del sector privado (por ejemplo, los entes financiero y de comercialización), del entorno reglamentario, etc. Es fundamental hacer hincapié en el peligro que implica adoptar una estrategia de “escoger a los ganadores” o, de forma equivalente, “escoger a los perdedores” (véase Barghouti, Timmer, Siegel, 1990). Por ejemplo, se ha hablado de tratar de eliminar gradualmente la producción de café en altitudes menores a los 800 metros o de intentar promover la producción de hortalizas y flores como una alternativa al café.

Es importante que los gobiernos establezcan condiciones propicias para que los productores puedan tomar decisiones “correctas” y, así mismo tiempo, que eliminen las señales distorsionantes que existan y mejoren el entorno competitivo general para los sectores agrícola y rural. Este es el mensaje trascendental que este informe desea comunicar.

Un aspecto a considerar es que en este momento puede resultar engorroso empezar a estudiar la posibilidad de sembrar cultivos alter-

15. Algunos caficultores podrían incluso decidir vender o abandonar su finca.

nativos que requieran de distintas destrezas, maquinaria y equipo, servicios de apoyo, etc. Por ende, parte de la estrategia deberá consistir en identificar mercados alternativos para el café y estudiar opciones para nuevos mercados, incluso transformando el café en productos con mayor valor.

Actualmente, podría ser más realista introducir cambios incrementales en las prácticas agrícolas y de poscosecha (para incrementar la productividad y la calidad de los productos), así como tomar acciones más sofisticadas en el ámbito financiero y de comercialización, incluso mejorando el procesamiento poscosecha y las tecnologías y las disposiciones de almacenamiento y transporte.

Al fomentarse la competitividad en el café o la diversificación fuera del café, el sector público puede jugar un papel importante suministrando bienes públicos como información (por ejemplo, investigación y extensión) e infraestructura. El sector privado –nacional e internacional– deberá tomar la iniciativa de identificar oportunidades, facilitar la adopción de tecnologías apropiadas y procurar buenos esquemas financieros y de comercialización. Podrían necesitarse promotores (por ejemplo, empresas que conozcan las condiciones locales y que tengan vínculos con empresarios nacionales y extranjeros) que identifiquen oportunidades y ayuden a empatar a empresas privadas con productores y grupos de productores.

El sector público debe asegurar que la situación macroeconómica y el marco jurídico sean favorables para las empresas nacionales y extranjeras. Además, el gobierno debe seguir invirtiendo en infraestructura de transporte y comunicaciones con el objeto de reducir los costos de transacción y aumentar la competitividad.

Parte de la inversión en este tipo de infraestructura podría coordinarse a nivel comunitario, así como las inversiones para mejorar la infraestructura de abastecimiento de agua y saneamiento, y los servicios de educación y salud, como parte de una estrategia integral de desarrollo rural generalizado.

ESTRATEGIAS PARA AUMENTAR LA COMPETITIVIDAD

Mejoramiento de la calidad, del valor agregado y de la comercialización del café

Al adoptar una orientación hacia la calidad para diferenciar sus cafés, los países centroamericanos pueden mejorar su posición general en los mercados internacionales aumentando su reputación y obteniendo mayores diferenciales con relación al contrato "C" de la Junta de Comercio de Nueva York, la cual establece el precio de referencia de mercado para estos cafés. Sin embargo, incluso mejorando un poco la calidad, no se puede garantizar el éxito ya que muchos países que luchan con el bajo precio del mercado –ahora intrínseco a su posición como proveedores de materias primas– tratan de avanzar en la misma dirección. Incluso Brasil, el más grande proveedor mundial de café como producto básico, invierte constantemente en mejorar la calidad de sus granos. Por lo tanto, cualquier estrategia que adopte un país deberá tomar en cuenta la dirección competitiva de los líderes del mercado.

Aunque la calidad puede ser el *sine qua non* del futuro cafetalero de Centroamérica, existen otras maneras para diferenciar el café y obtener ventajas competitivas. A fin de ingresar y desarrollar los nuevos segmentos de mercado de altos ingresos con cafés diferenciados, es necesario formular estrategias de valor agregado y comercialización que distingan los cafés centroamericanos de los de otras partes del planeta. Esto exigirá un compromiso serio para invertir y avanzar rápidamente, con el objeto de establecer una ventaja sobre los competidores antes que el espacio disponible se sature. Además, será importante contar con un compromiso sectorial amplio que incluya tanto al gobierno como al sector privado para mantener un enfoque coherente durante el tiempo que tome al país desarrollar una posición única o un reconocimiento de la "marca". Antes de diseñar tales estrategias, es necesario comprender las características y ten-

dencias de los mercados de consumo y hacia dónde se dirige la demanda.

Al presente, los mercados diferenciados o de especialidades importan aproximadamente 6-8 millones de sacos de café,¹⁶ lo que representa un 7-10 por ciento de los mercados desarrollados¹⁷ y un poco menos del consumo mundial total. Sin embargo, estos cafés constituyen un porcentaje más alto de las ganancias. En Estados Unidos, por ejemplo, los mercados de especialidades de café representan menos del 20 por ciento de las importaciones reales de grano verde, pero cerca del 50 por ciento de las ganancias del sector cafetalero, por lo que una buena parte de la producción centroamericana podría penetrar estos mercados. Aunque no todos los productores serían capaces de participar, para algunos caficultores, especialmente los más pequeños, el aumento en sus ingresos sería considerable – entre el 5 y el 100 por ciento por encima de los precios del mercado. Por otro lado, a los precios de hoy un productor que pueda vender café orgánico o de Comercio Justo certificado duplicaría sus ingresos, pero estos mercados todavía son relativamente pequeños y es poco probable que las ganancias adicionales se mantengan en ese nivel por más de unos años.

Por último, un aspecto importante relativo al mejoramiento de la competitividad es la capacidad de los agricultores para enfrentar incertidumbres de precios. Algunas maneras para reducir la incertidumbre de precios podrían ser procurar una mayor flexibilidad en la comercialización del café, mejorar el acceso al financiamiento y también quizás establecer términos de financiamiento más convenientes.

Mejoramiento de la calidad

La naturaleza estructural de la crisis cafetalera, la importancia relativamente alta del sector en Centroamérica y el efecto de la crisis en la situación de pobreza de millares de familias en las zonas rurales, hace que el desarrollo de la economía rural sea el eje principal de las estrategias

para superar la crisis. Por ende, apoyar las mejoras a la calidad en las regiones con potencial constituye un aspecto medular de cualquier estrategia para afrontar la crisis actual. Esto debe ser complementado con una promoción y una comercialización apropiadas, así como con instrumentos eficaces de política e inversión, inversión privada y el apoyo de la sociedad civil y de las ONG.

Una estrategia que apoye las mejoras en la calidad es crucial para Centroamérica por varias razones. Ante todo, merced a las condiciones agroecológicas favorables de las tierras altas centroamericanas, la región tiene una ventaja comparativa en este segmento del mercado cafetalero. En segundo lugar, la uniformidad en la calidad del café genera un sobreprecio. En tercer lugar, una mejor calidad también puede producir incrementos en el consumo. Finalmente, el aumento de la competitividad como, por ejemplo, el mejoramiento de la calidad del café, puede tener externalidades positivas en los sectores agrícola y rural.

El mejoramiento de la calidad también ofrece otros beneficios. Aumentar la calidad puede ayudar a los vendedores internacionales de café a desarrollar y fortalecer sus relaciones de largo plazo con exportadores, importadores y detallistas, así como a mejorar su capacidad para negociar precios, incluyendo la obtención de primas por calidad. Esto, a su vez, potenciará a los vendedores nacionales de café. Igualmente, el mejoramiento de la calidad puede ayudar a los vendedores de café a desarrollar vínculos y acceso directo a los mercados internacionales.

El documento de trabajo del BID/BIRF/USAID (2002) señala que una estrategia para promover la calidad del café en Centroamérica debe incluir cuatro pasos, a saber:

- *Entender y evaluar la calidad del café en términos de sus atributos y las preferencias del mercado,*
- *Identificar los problemas clave que afectan la*

16. Esta cifra representa una estimación de los cafés diferenciados, carentes de defectos evidentes y que quizá obtienen una prima en el origen.

17. Principalmente Norteamérica, Europa occidental y Japón que compran casi todos estos cafés

calidad y su uniformidad a lo largo de toda la cadena de producción,

- *Definir las alternativas para superar estos problemas,*
- *Determinar los instrumentos de política e inversión y la inversión privada que facilitarán la adopción de dichas alternativas.*

Según el citado estudio, cuando se habla de evaluar la calidad un aspecto fundamental es mejorar el nivel de educación de los productores y establecer laboratorios de catación en las regiones productoras. La evaluación física y la catación son procedimientos realizados por los importadores de café en las muestras que reciben antes del embarque. Un elemento clave para mejorar y mantener la calidad es desarrollar la capacidad de evaluar el café con los mismos estándares de los compradores. Además, es esencial fortalecer los factores comerciales como la uniformidad en los lotes y la confianza en la entrega, a fin de forjar relaciones de largo plazo con los compradores.

De conformidad con el estudio del BID/BIRF/USAID (2002), mejorar la calidad comporta dos actividades primordiales: (a) mejorar la calidad en la producción primaria y (b) mejorar la calidad en el beneficiado del café.

Los elementos principales para mejorar la calidad en la producción primaria son:

- Preparar adecuadamente el café antes y durante la cosecha. Esto involucra el uso de prácticas agronómicas y culturales apropiadas para asegurar la calidad.
- Desarrollar incentivos para cosechar café de buena calidad en términos de un sistema de retribución que reconozca y premie las diferencias en la calidad y que transmita eficazmente los precios a los productores.
- Mejorar el transporte a fin de evitar el deterioro de la calidad durante el transporte del café en cereza hacia los beneficios húmedos o del café procedente de estos beneficios.
- Fortalecer las agrupaciones de productores para que desarrollen métodos organizativos y cooperativos que hagan frente a los pro-

blemas administrativos y mejoren la calidad. Por ejemplo, las asociaciones de productores pueden divulgar estándares de calidad y prácticas óptimas en el cuidado y la cosecha del café.

- Apoyar la producción de cafés diferenciados favoreciendo la extensión, la capacitación y la certificación necesarias de estos cafés.

Los elementos principales para mejorar la calidad en el beneficiado del café son:

- Invertir en equipo y procedimientos apropiados que protejan y mejoren la calidad del café.
- Establecer laboratorios de catación e impartir sesiones de capacitación en los beneficios para aprender a evaluar mejor la calidad.
- Fortalecer las prácticas administrativas y de comercialización en los beneficios a fin de que promuevan el café de calidad y transmitan recompensas a los productores que entreguen una mejor calidad.

Aumento del valor agregado

Durante decenios, la mayoría de los países han aceptado pasivamente su papel de proveedores de granos verdes en los mercados internacionales de café. Mientras tanto, por el lado de la demanda, la industria tostadora ha mostrado una notable capacidad de añadir gran valor a los granos verdes, focalizando los mercados de consumidores cada vez más segmentados y fragmentados. Como resultado, las multinacionales y las empresas en los países consumidores han captado ganancias posteriores importantes. Mientras esto sucede, la participación de los productores en el valor total se ha reducido considerablemente: de alrededor del 30 por ciento al 10 por ciento en los últimos veinte años. Para incrementar la participación en el valor del café consumido y aumentar el valor agregado, los productores deben desarrollar simultáneamente vínculos en las cadenas de oferta y estrategias publicitarias que presenten las ventajas comparativas de su café. A continuación se presentan algunos enfoques y cuidados que los productores centroamericanos deben tomar en consideración:

Trabajar con detallistas. Ciertos países pueden trabajar directamente con detallistas. De hecho, la habilidad de los detallistas para crear etiquetas privadas y evitar los canales tradicionales de comercio se está convirtiendo rápidamente en un factor competitivo crítico. Dichas etiquetas están acaparando rápidamente una mayor proporción de las ventas a supermercados, incluso en el sector de mercado de precios más altos. Además, no requieren de introducciones costosas en los mercados ni enfrentan competencia directa con los compradores actuales. No obstante, imperan requisitos exigentes en términos de calidad, empaque y entrega "a tiempo" que podrían ser difíciles de cumplir. Por lo tanto, solo los grupos de productores y asociaciones más organizados tendrán la capacidad de tratar con ellos directamente.

Reducir la dependencia de intermediarios. Entre los diversos métodos para aumentar la participación en el valor agregado, uno de los más sencillos y discutidos con mayor frecuencia es la reducción de la intermediación, es decir, depender menos de los intermediarios. Aunque esto tiene un gran atractivo, los productores sin mucha experiencia lo deben meditar con cuidado. Los intermediarios, aunque a menudo son menospreciados, han demostrado realizar funciones valiosas y a veces muy eficientes en cuanto a los costos al proporcionar crédito, acumular volumen, encontrar compradores y suministrar el transporte; todo con mucha más eficiencia y mayor tolerancia al riesgo que muchos productores. Muchas asociaciones de productores carecen de las destrezas, el capital o el personal especializado para asumir la función orientada al mercado de los intermediarios. Aunque capacitar a las personas en dichas agrupaciones puede ser beneficioso en términos de lograr una transparencia en el mercado, para ellos suele ser un proceso engorroso pasar a ser eficaces en otros papeles de la intermediación en el mercado. Una alternativa podría ser combinar los recursos de más de una organización en un grupo de segunda instancia o grupo matriz que luego contrate a una o a varias personas con las destrezas, la dedica-

ción y el tiempo necesarios para realizar estas funciones como un negocio formal.

Captar el valor orientado al producto al comercializar café procesado o transformado (por ejemplo, soluble o tostado y molido) puede requerir de gran pericia e inversión, sobre todo si el mercado en mente es extranjero. El valor orientado al proceso (orgánico o certificado como ecológico) puede ser menos oneroso y, a la larga, proporcionar un porcentaje más alto de beneficios e ingresos directamente para el productor. Esto ocurre debido a que ya sea que un café se tueste localmente o en el extranjero, el precio que el productor recibe casi nunca cambia. Otra manera de captar el valor orientado al productor es explotar las Indicaciones Geográficas o Denominaciones de Origen que vinculan claramente la calidad y el valor a un cierto origen específico. A menudo las multinacionales y las grandes compañías realizan la transformación y distribución de productos procesados de café, por lo que una manera de aprovechar esta situación es formando alianzas apropiadas con dichas empresas. Algunas empresas en Centroamérica están incursionando en los mercados de productos procesados de café, como por ejemplo Café Britt de Costa Rica. El lanzamiento en Colombia de su café soluble y de refrescos también puede servir como un ejemplo valioso del proceso y de las inversiones necesarias para introducir de manera exitosa los productos procesados de café.

El reconocimiento de la marca es una ventaja valiosa en el mercado cada vez más competitivo del café. Las marcas son esencialmente un símbolo de reputación. De hecho, algunos países han tenido que emprender grandes esfuerzos para ser considerados una marca. Colombia es el ejemplo perfecto, y su logotipo y marcas registradas son internacionalmente reconocidas. No obstante, para Colombia no fue sencillo obtener este reconocimiento ya que le tomó 50 años de coordinación en los campos de la calidad, política nacional y promoción coherente; además de un compromiso de largo plazo con presupuestos publicitarios multimillonarios. Em-

pero, los programas no deben ser tan presuntuosos para ser exitosos ya que vemos varias marcas centroamericanas más pequeñas que ya han adquirido cierto grado de reconocimiento y éxito en el mercado.

Existen algunas reglas y lecciones claras a la hora de desarrollar una marca. Es necesario una inversión a largo plazo y un compromiso sólido de las partes interesadas involucradas en su desarrollo. Para los productores que ofrecen cafés con Indicación Geográfica de Origen, esto significa un firme compromiso con la calidad a través de la denominación que necesariamente nace de una estructura orgánica sólida. Dicha estructura es vital para proporcionar información adecuada y capacitación técnica a los productores en esa zona, así como para vigilar que se cumpla con las exigencias de calidad de la denominación o la marca.

El gobierno debe respaldar el trazado y desarrollo de indicadores geográficos adecuados y además, velar por la observancia de las regulaciones que los protegen.

Las marcas basadas en la denominación inicialmente requieren más trabajo desarrollarlas que una etiqueta o un logotipo diseñados por una agencia publicitaria. Por ejemplo, las denominaciones requieren de análisis del terreno, negociaciones entre las partes interesadas, definiciones y reglamentaciones jurídicas, todo lo cual implica paciencia, recursos y compromiso. Sin embargo, a la larga, también pueden ser más benéficas para los productores locales que comparten la propiedad de la marca.

Las etiquetas inventadas, a diferencia de una zona específica, se pueden copiar o mejorar fácilmente y, al igual que la moda, pueden aparecer y desaparecer. Por el contrario, las denominaciones son propiedad de sus dueños locales quienes pueden, en consecuencia, captar gran parte del valor, quizás incluso más que con cualquier otro método, y volverse más sostenibles. Guatemala ya ha definido siete denominaciones regionales para sus cafés (Antigua es la más conocida) lo que explica en gran parte los sobreprecios que recibe.

Formulación de estrategias publicitarias para el café

Dada la limitación de recursos para realizar promociones y los niveles cambiantes de competencia, los labores de mercadotecnia deben ser elegidas con criterio y ser creadas por profesionales. Los enfoques más eficientes se centran en desarrollar relaciones como visitas de tostadores y ferias, en vez de la publicidad al azar. Algunas estrategias publicitarias valiosas como el comercio electrónico, el desarrollo empresarial, las campañas de consumo interno y los sistemas de información de mercados, ya se están probando y utilizando en la comercialización del café.

Comercio electrónico, subastas y la "Taza de la Excelencia"

Las subastas de café basadas en Internet se han ensayado durante dos años con un éxito notable, aunque en una escala muy limitada. En la negociación más importante del B2B hasta la fecha, una empresa noruega pagó US\$11,00/lb por un lote pequeño de café verde Las Nubes (ganador de la Taza de la Excelencia, Guatemala 2001) y en la subasta de café nicaragüense en el año 2002 se obtuvo un precio aun mayor para uno de sus cafés. En Brasil, la subasta electrónica de 54 toneladas de sus mejores cafés obtuvo precios de hasta US\$2,60/lb el año pasado. Brasil, Colombia, Guatemala, Nicaragua, Panamá y Uganda son pioneros en este campo, que promete desarrollarse aun más. Empresas como Comdaq, proporcionan plataformas de solución para desarrollar el comercio electrónico del café. El programa "Taza de la Excelencia" (*Cup of Excellence*) es el más extenso y una de las plantillas actualmente disponibles para los países productores que desean mejorar la calidad y obtener reconocimiento por la calidad para sus caficultores.

La Taza de la Excelencia es reconocida internacionalmente como un evento de catación de café diseñado para identificar y promocionar los mejores cafés (dentro de un país) mediante una serie de cataciones a ciegas realizadas por jueces nacionales e internacionales. Los jueces

evalúan cada detalle del café, desde el aroma y la acidez hasta el cuerpo y el balance entre ellos. Estas competencias constituyen un testimonio de que el énfasis en la calidad del café, obtenida mediante mejores prácticas agronómicas combinadas con la instalación de laboratorios de catación modelo, puede producir cambios significativos en el comportamiento. Los competidores valoran la Taza de la Excelencia ya que puede ayudar a mejorar la imagen de un país en los mercados internacionales. A la fecha se han realizado tres Tazas de la Excelencia en Brasil, Guatemala (2001) y Nicaragua (2002), y hay otros países negociando para que la competencia también se realice entre sus fronteras.

El Internet se puede utilizar para otras cosas además de la comercialización tradicional. La habilidad de compartir nuevas formas de información puede ampliar las posibilidades de incluir sistemas de apoyo para controlar la utilización de la tierra, para la certificación y para la Indicación Geográfica o Denominación de Origen. Un programa piloto financiado por la USAID en Perú está ensayando con éxito estas posibilidades en línea. Su sistema de trazado de mapas sirve como prototipo para el proyecto conjunto de la SCAA sobre denominaciones de origen y mercadotecnia.

Sistemas de información de mercados

La información es el elemento vital de los mercados agrícolas eficientes. La disponibilidad del precio exacto y otra información sobre el mercado ayuda a reducir los riesgos y el costo de las transacciones, y habilita mejor a los participantes en el mercado para planear y coordinar su producción y las actividades de comercio. La inteligencia de mercado es un bien público y ofrece argumentos válidos para establecerse con fondos públicos. Sin embargo, alrededor del mundo, muchos esfuerzos por desarrollar sistemas de información de mercados para el sector público han fracasado. La mayoría de los sistemas de información de mercados han carecido de utilidad comercial y no han sido sostenibles (Giovannucci, 1999). Para evitar los factores más comunes

de los fracasos, deben considerarse cuatro aspectos clave: (a) se necesita financiamiento y capacitación para asegurar una gestión privada y no gubernamental, (b) deben diseñarse mecanismos de recuperación de costos, (c) los sistemas deben establecerse en una escala modesta, al menos al inicio y (d) se necesita un proceso participativo que sea definido por el usuario y que incorpore la retroalimentación recibida.

Un ejemplo excelente de un sistema de información de mercados sofisticado es un proyecto evolutivo que desarrolla información acerca de mercados "verdes", dirigido por el Centro de Inteligencia Sobre Mercados Sostenibles (CIMS), con sede en San José, Costa Rica, bajo los auspicios del Instituto Centroamericano de Administración de Empresas (INCAE)¹⁸, una de las principales instituciones académicas de América Latina. Todos los países centroamericanos pueden utilizar este sistema, pero incluso un sistema más sencillo, orientado hacia el café podría ser efectivo.

Organizaciones como las cooperativas y las asociaciones de comercio pueden ser excelentes vías de información especializada sobre mercados, en especial si están capacitadas para administrarla y diseminarla. En efecto, éste es un servicio de valor que pueden proporcionar a sus afiliados, pero es difícil de manejar y sostener si no se cuenta con organizaciones eficientes. La información valiosa del mercado también se transmite por medio de alianzas de mercado y es otra razón para apoyar el desarrollo integrado de las cadenas de abastecimiento.

Agroturismo y ecoturismo

Además de mejor sostenibilidad, los productores en algunas zonas también se podrían beneficiar al combinar la producción de café orgánico cultivado a la sombra con el ecoturismo. Se ha comprobado que estas zonas naturales de producción de café atraen una mayor cantidad de pájaros y vida silvestre; en algunas zonas rurales, el ecoturismo puede ser económicamente más importante que la agricultura. Las zonas ca-

fetaleras en El Salvador, México y Colombia ya están asociadas con parques nacionales. De hecho, recientemente El Salvador estableció un pequeño parque nacional dedicado a diversificar modelos de producción del café (sobre todo ecológicos) y a educar a las personas sobre su cultivo. Su intención es crear un paraíso turístico multipropósito que incluya instalaciones recreativas y ventas de comida. Asimismo, una tendencia europea que se ha esparcido a otras partes del mundo, sobretodo a Costa Rica, es el agroturismo. Las fincas cafetaleras diversificadas y bien manejadas, se prestan perfectamente para aplicar este concepto y podrían ser destinos turísticos importantes.

Aumento de la publicidad y del consumo interno

Una de las oportunidades que presenta un mercado de precios bajos es el desarrollo de los mercados nacionales. Con el estímulo adecuado, los resultados pueden ser significativos y un buen ejemplo es Brasil. Este país luchó durante años con modestas tasas internas de consumo per cápita pero, a principios de los años noventa, parte del café de menor calidad que se vendía normalmente en todo el país empezó a reemplazarse con café más suave y de mejor sabor. Hasta entonces, la mayor parte del café producido para consumo nacional se vendía principalmente según el precio y solía incluir impurezas, cáscaras y variados rellenos no derivados del café. Este cambio en la calidad del producto fue acompañado por una serie de campañas publicitarias dirigidas a varios segmentos de la sociedad, incluso a los jóvenes. Como resultado, el consumo doméstico ha respondido espectacularmente y ahora Brasil ha aumentado su consumo per cápita y sus mercados internos de manera tan exitosa que es el segundo consumidor de café en el mundo, después de Estados Unidos. El consumo de café per cápita en Brasil es de 4,6 kg, en comparación con 2,3 kg en Colombia y 2,1 kg para Centroamérica en promedio (aunque el consumo per cápita de café en Costa Rica alcanza los 3,7 kg).

Cuadro 13. Consumo de café en Centroamérica

	1991	1995	1999	2000
Consumo como un porcentaje de la producción				
Costa Rica	13,6	8	12,4	11,1
El Salvador	8,2	10,4	5,4	8,9
Guatemala	8,6	7,7	5,8	6,4
Honduras	11,1	8,4	5,6	8,6
Nicaragua	19,5	11,3	8,5	13,5
Centroamérica	10,9	8,8	7	8,9
Consumo per cápita de café en kg/persona				
Costa Rica	7,2	3,6	4,6	3,7
El Salvador	2,1	2,9	1,5	1,5
Guatemala	2	1,9	1,6	1,5
Honduras	3,1	1,7	1,6	2,1
Nicaragua	2,1	1,5	1,6	2,6
Centroamérica	2,9	1,9	1,9	2,1

Fuente: Estimaciones con base en datos de la OIC y la CEPAL.

Además, entre los distintos participantes directos e indirectos en la industria cafetera, el aumento en el consumo interno de café de mejor calidad puede mejorar la familiaridad con las características del buen café y contribuir a mejorar la calidad de la producción.

Las buenas noticias son que el consumo realmente puede aumentarse y existen indicios de que una mejor calidad aumenta las tasas de consumo. Desafortunadamente, algunos intentos exiguos por aplicar este modelo en Colombia no han resultado muy satisfactorios. Esto podría obedecer a que el café colombiano para consumo interno ya goza de una calidad relativamente alta y a que los limitados intentos se realizaron en un período de recesión económica y durante una época en que los precios mundiales del café eran altos y la mayoría de las actividades se encauzaban a movilizar el café fuera del país.

Promoción orientada al productor

Mejorar los precios del mercado y tener un mayor acceso no son las consideraciones más importantes a la hora de decidir si se opta por métodos de producción mejorados o diferenciados.

Es más, es fundamental que las políticas promocionales se enfoquen en los beneficios locales –y no en obtener sobreprecios o beneficios de mercado que podrían ser efímeros. Los cafés orgánicos, de Comercio Justo y ecológicos pueden ofrecer bastantes beneficios ambientales, sociales e incluso para la salud de los productores y sus comunidades. Entre los beneficios se incluyen: (a) los árboles de sombra, el uso de fertilizantes orgánicos y el abono orgánico ayudan a conservar la estructura del suelo y, por ende, a evitar la erosión y proteger las cuencas, (b) la agronomía orgánica ayuda a la biodiversidad, especialmente a la vida microbiana que controla de manera natural plagas y patógenos, (c) los métodos orgánicos mejoran el reciclaje de nutrientes y la calidad/fertilidad del suelo y (d) el manejo de suelos y las técnicas de aplicación localizada de insumos ofrecen una muy valiosa herramienta de gestión de riesgos, sobre todo para los pequeños productores rurales pobres.

Gestión del riesgo y volatilidad de los precios

Los caficultores encaran por lo menos dos tipos distintos de problemas asociados con los precios: el nivel de los precios y la volatilidad. Históricamente, los precios del café han sido los más volátiles de todos los productos básicos. La inestabilidad de los precios fue bastante pronunciada, sobre todo durante los años noventa y se prevé que continúe, junto con una tendencia descendente. La volatilidad es el resultado de una curva de demanda inelástica y de fluctuaciones marcadas en la oferta, causadas principalmente por variaciones en la producción en Brasil (en especial a causa de las heladas), ajustes en la producción en respuesta a las variaciones en los precios y cambios en las políticas (como la eliminación de las cláusulas económicas del Convenio Internacional del Café).

La inestabilidad cíclica de los precios, particularmente durante la temporada de cosecha, se puede reducir mediante instrumentos de gestión del riesgo en los precios. Sin embargo, la tendencia a muy largo plazo de los precios exige de

otras alternativas duraderas, como la diversificación o mejoras en la calidad y productividad del café.

También es necesario abordar las conductas especulativas, ya que han sido una de las causantes del problema bancario. En el pasado, muchos productores prefirieron no fijar los precios del café, incluso después de que su cosecha se había exportado, y más bien, mantuvieron sus posiciones especulativas a futuro con los exportadores. La falta de cobertura en un período de precios decrecientes, redujo su capacidad para cancelar sus préstamos.

Ya existen herramientas para manejar la volatilidad de los precios. Sin embargo, los pequeños y medianos productores agrícolas en los países en desarrollo generalmente no tienen acceso a ellas. Los impedimentos para que los productores las utilicen incluyen instrumentos inadecuados que respondan a sus necesidades, altos costos de transacción y el poco conocimiento sobre cómo utilizarlas. Además, en los países en desarrollo, muchos productores con frecuencia carecen de acceso directo a los instrumentos de gestión del riesgo y tienen que buscarlos indirectamente a través de los procesadores y comerciantes. A continuación se describen algunas opciones para manejar precios menores y volátiles.

El tema central de estudios que se realizan en El Salvador y Nicaragua son los medios alternativos a través de los cuales los caficultores pueden tener acceso a los mercados de gestión de riesgos. Dos temas clave son desarrollar agregadores competentes de los instrumentos de gestión del riesgo y examinar las formas en que dichos instrumentos pueden mejorar el acceso al crédito. Los agregadores locales de la demanda para la gestión del riesgo podrían ser las asociaciones de productores, cooperativas, instituciones de crédito rural y los comerciantes. Los resultados preliminares señalan que es esencial reforzar la capacidad de las organizaciones de productores y de las cooperativas para bregar con los riesgos en los precios y mejorar la capacidad para comercializar el café. Los enfoques que se están explorando son:

- *Incluir un seguro de precios en los contratos de préstamo.* Un productor que solicita un préstamo y utiliza un seguro de precios, debe ser un mejor sujeto de crédito que uno que no lo utiliza. Desde el punto de vista del prestamista, una cartera de deuda que esté asegurada deberá fortalecer a la entidad crediticia y también mejorar el flujo del crédito para los productores que aceptan comprar un seguro de precios. Esta disposición puede ser de utilidad para los países que intentan mejorar el flujo del crédito al sector cafetalero (y a otros sectores agrícolas).
- *Adoptar técnicas de administración de ventas,* como las estrategias de cobertura, para cooperativas que administran las ventas de sus afiliados. Estas técnicas podrían tener un beneficio doble ya que, por un lado, habilitan a la cooperativa para que pague inicialmente una proporción más alta del valor de mercado del café a los productores y, por otro, también protegen la capacidad de la cooperativa para realizar pagos futuros.
- *Utilizar la administración de inventarios.* Puede ser que las cooperativas y otras asociaciones de productores no deseen vender todo su café inmediatamente después de la cosecha. Mediante la administración de inventarios, ellos pueden distribuir sus ventas más uniformemente a lo largo de la campaña agrícola y aprovechar aumentos posteriores en los precios. Esto proporciona cierto nivel de flexibilidad en la venta. La gestión del riesgo del precio permitiría que los productores protejan el valor de sus inventarios ante bajas inesperadas de los precios durante el año agrícola.
- *Agrupar cantidades para tener cobertura,* para que incluso aquellos productores con una cantidad relativamente pequeña de producto puedan celebrar contratos de compra. A este respecto, los procesadores, comerciantes y las cooperativas pueden desempeñar una tarea útil. Herramientas como estas han

surgido en los países desarrollados, junto con contratos de compra sofisticados que incluyen herramientas de gestión del riesgo. Las entidades capaces de ofrecer estos arreglos de compra son muy escasas en los países en desarrollo. Es necesario discutir el potencial para desarrollarlos.

- *Utilizar contratos garantizados.* Existen arreglos entre asociaciones de productores y usuarios que brindan protección de precios a los productores; el Comercio Justo es uno de ellos y garantiza un precio que no solo es el más alto (alrededor de US\$1,2-1,3 por libra, cuando los precios son de US\$0,5-0,6 por libra), sino también fijo. Esta es otra manera efectiva de proporcionar protección de precios a los caficultores.

Los programas se deben vincular a paquetes de asistencia técnica diseñados para ayudar a los productores a comprender el papel y el funcionamiento de los mercados de futuros y físicos, así como también el impacto positivo de los instrumentos de gestión del riesgo en los precios. El Banco Mundial trabaja actualmente en dos proyectos piloto en El Salvador y Nicaragua, que ensayan formas en que los caficultores pueden tener acceso a mercados de gestión del riesgo en los precios. Al respecto, se están explorando dos ideas básicas. En primer lugar, se intenta trabajar con cooperativas que administran las ventas de sus afiliados –algunas veces también ofrecen a los productores comprar el café a un precio mínimo– a fin de desarrollar estrategias de ventas y cobertura diseñadas para reducir el riesgo en sus actividades. En segundo lugar, se explora incluir seguros de precios en los contratos de préstamo.

En el primer caso, la adopción de técnicas de gestión del riesgo permite a una cooperativa pagar a un productor una proporción más alta del valor de mercado del café y, al mismo tiempo, proteger su capacidad para hacer los pagos siguientes. En el segundo caso, el productor que pida prestado con un seguro de por medio será un mejor sujeto de crédito que uno que solicite

un crédito sin utilizar un seguro. Desde la perspectiva del prestamista, una cartera de deuda que esté asegurada deberá fortalecer a la institución, pero también deberá propiciar una situación en la que los productores que acepten comprar un seguro tengan un mejor acceso al crédito. Además del riesgo del precio, existen otros riesgos relativos a la producción de café, a saber:

Gestión de riesgos provocados por el clima. El clima tiene a menudo un impacto en los rendimientos del café. Los desarrollos recientes en seguros contra el mal tiempo podrían permitir que los caficultores obtengan protección contra eventos naturales severos como huracanes, derrumbes, exceso de lluvia o sequía. El seguro ajustado contra el mal tiempo se basa en la ocurrencia de cierto evento que se puede medir y verificar de manera independiente. Esto reduce los costos administrativos y los problemas de "riesgo moral" y selección adversa que a menudo se asocian con el seguro tradicional de cosechas (véase Skees y otros, 2002).

Gestión del riesgo y sostenibilidad ambiental. Los métodos de producción sostenible que incorporan el manejo del suelo y técnicas de aplicación localizada de insumos también pueden ayudar a la gestión de riesgos, especialmente para los pequeños productores rurales pobres. Estos métodos disminuyen la dependencia de los agroquímicos, reducen los efectos de la sequía y alientan la diversificación de la finca para mejorar la seguridad alimentaria y proteger los ingresos.

Parámetros para desarrollar con éxito iniciativas cafetaleras en Centroamérica

Muchas iniciativas cafetaleras exitosas tienen tres elementos en común: logran alguna medida de éxito en el mercado, facultan a los agricultores para que reduzcan sus niveles de pobreza y, a la vez, mejoran el manejo rural de los recursos naturales. Además, comparten un enfoque orientado al proceso que, de alguna manera, es innovador en los proyectos rurales. Las últimas

experiencias en proyectos relacionados con el café arrojan luz sobre prácticas óptimas viables, así como sobre aspectos importantes de costos y administración que podrían aplicarse a nuevas iniciativas. El Banco Mundial ha dirigido cuatro proyectos cafetaleros financiados por el GEF en Uganda, El Salvador, México y Nicaragua. Además de estos proyectos, el Grupo del Banco Mundial ha apoyado el establecimiento de mecanismos financieros innovadores para ayudar en la transición a métodos de producción ecológicos y, actualmente, está desarrollando un proyecto de fijación de carbono que, en el largo plazo, podría realmente incentivar a los pequeños productores a participar en la producción ecológica del café (véase el capítulo IX para obtener mayores detalles). Otras iniciativas financiadas por donantes o por los gobiernos en Costa Rica (*cacao orgánico*, *CIMS*, *certificación gubernamental del café*), El Salvador (*conglomerados cafetaleros y programas de la GTZ*), México (*varios*) y Nicaragua (*laboratorios de catación y un Préstamo para Aprendizaje e Innovación Competitiva de la USAID*) también han aportado lecciones valiosas sobre lo que funciona y lo que no.

Tres características básicas distinguen a las iniciativas más exitosas: orientación al mercado, fortalecimiento de organizaciones y conciencia ambiental.

Orientación al mercado

Aunque este es un elemento bastante conocido para la mayoría de los formuladores de proyectos, pocas veces se concibe adecuadamente. Si bien algunos proyectos incorporan disposiciones para fomentar la comercialización, suelen carecer de los conocimientos necesarios para orientar a) el desarrollo de mercados, b) la planificación y c) la ejecución. Una de las vías rápidas más eficaces en esta categoría es la integración de compradores de café privados.

Fortalecimiento de organizaciones

Los costos unitarios de llegar de forma directa a los productores son sencillamente prohibitivos; por ello, es necesario contar con organizaciones creíbles y representativas que reduzcan los cos-

tos de transacción. Existen ejemplos de proyectos que han creado organizaciones de productores para el proyecto y han tendido a desaparecer una vez concluido el mismo. La calidad y capacidad de las agrupaciones y asociaciones locales es un factor esencial del éxito de cualquier proyecto. Lastimosamente, la mayoría de las agrupaciones de productores no son valoradas de manera adecuada en cuanto a su capacidad para participar eficazmente. Como resultado, los proyectos se paralizan, los costos de seguimiento se disparan y, a la larga, se improvisan atajos para salir del paso y continuar. Probablemente tan solo exista un puñado de cooperativas en Centroamérica que no requieren de apoyo institucional y capacitación para ser socios eficaces. En consecuencia, los proyectos deben incorporar apoyo institucional en la forma de: a) mejoramiento de la capacidad administrativa, b) establecimiento o fortalecimiento de los sistemas contables internos, c) fortalecimiento del proceso democrático por medio de la representatividad, el flujo de información y la legitimidad formal.

Conciencia ambiental

En una región donde la agricultura es considerada la principal amenaza a la biodiversidad, el café representa una de las maneras más fáciles de combinar ganancias agrícolas con ganancias ambientales. De hecho, el mercado está recompensando los procesos ecológicos como, por ejemplo, la producción orgánica. Empero, una plétora de sellos ambientales, agencias certificadoras y pretensiones de comercialización puede resultar confusa. Por ello, elegir y dirigir los procesos de certificación apropiados constituyen factores importantes para garantizar el éxito; y también es necesario conocer los costos iniciales y los costos y requisitos ordinarios de mantenimiento. A menudo, la certificación es importante para generar el incentivo de mercado que asegure que los productores sigan siempre las directrices establecidas. Si bien la certificación puede ser el gancho inicial que asegure la observancia de los principios ambientales por parte de los productores, existen indicios de un método más sostenible que sería involucrar al

agricultor en un proceso de educación interactivo acerca de los beneficios reales y localizados que comporta un adecuado manejo de los recursos naturales. Esto bien podría ser una mejor inversión en el largo plazo.

La oferta centroamericana en relación con los mercados diferenciados

Los países centroamericanos hace mucho tiempo vislumbraron un panorama competitivo diferente. En Guatemala, la estrategia de diferenciación ha funcionado bastante bien ya que cerca de la mitad de su producción se exporta como un producto no básico diferenciado. Por su parte, Costa Rica diferencia alrededor del 40 por ciento de sus exportaciones. Ambos países son capaces de aumentar estos porcentajes. Aunque a los demás países les tome algunos años convertir proporciones similares de su producción en productos diferenciados, varios de ellos poseen un potencial considerable para hacerlo.

Costa Rica

Costa Rica ha desarrollado una percepción especial en el mercado de ser un país ecológico, lo que puede representar una ventaja significativa, sobre todo si ésta se multiplica para incluir otros productos agropecuarios. Su reputación está tan bien establecida que sorprende ver que el porcentaje de productos agrícolas certificados como orgánicos o ecológicos que exporta realmente es muy pequeño. Por otro lado, muchos de sus beneficiadores ya usan tecnologías relativamente limpias. El ICAFE busca promulgar una ley que permita a los beneficiadores diferenciar cafés de manera más efectiva y que premie la calidad del café que reciben. El gobierno anterior también había anunciado la introducción de un sello de café «sostenible» que se otorgaría a los productores que aplicaran técnicas ecológicas semejantes a las pautas establecidas en el Programa de Proveedor Preferencial de Starbucks (*Starbucks' Preferred Supplier Program*).

Costa Rica tiene un alto porcentaje de producción de café de calidad y aproximadamente

el 43 por ciento del cual se vende en los canales gourmet. El país ya ha establecido una credibilidad importante en el mercado gourmet con marcas como La Minita y denominaciones como Tarrazú. Aunque es uno de los pocos exportadores de chocolates orgánicos, exporta relativamente poco café orgánico, no certificado como café ecológico, y 16.000 sacos de café de Comercio Justo que representan cerca del 1 por ciento de sus exportaciones totales. Sin embargo, tiene una capacidad registrada para exportar más de 41.000 sacos de café de Comercio Justo. Existen ventajas claras para que Costa Rica procure café gourmet de alta calidad, así como certificaciones de café de Comercio Justo, orgánico y ecológico.

El Salvador

El Salvador ostenta la cuestionable distinción de ser el país más deforestado en la región, dado que conserva menos del 10 por ciento de su cubierta forestal original. Casi todos los bosques restantes forman parte o se encuentran contiguos a las fincas cafetaleras, por lo que mantener a estos caficultores es casi sinónimo de mantener los escasos bosques existentes del país. Un proyecto financiado por el GEF, focalizado en este aspecto, no solo ha logrado sensibilizar al país sobre este dilema sino que también ha influenciado la política cafetalera nacional de manera que incluya opciones más ecológicas como la certificación de la Alianza para Bosques (*Rainforest Alliance*) que el proyecto está ensayando. Este proyecto de certificación ecológica ha brindado a algunos de sus cafés una primera ventaja para incursionar en el mercado estadounidense, japonés y taiwanés. Empero, las cantidades son pequeñas (1.000-2.000 sacos) y todavía tienen un crecimiento moderado ya que la aceptación por parte del mercado es limitada.

Solamente alrededor del 5 por ciento de su producción de café es diferenciado y se destina al mercado de especialidades; la mayoría fluye por los canales de productos básicos ordinarios. Durante años, el país ha promovido su oferta de café gourmet de alta calidad e incluso desarrolló una denominación y una marca global (Itzalco). Al menos 11.000 sacos de su producción son in-

mediatamente certificables como orgánicos y, en 2001, exportó 4.600 sacos. Aunque tiene la capacidad de exportar unos 12.000 sacos como café de Comercio Justo, no lo ha hecho en los últimos años debido a problemas de baja calidad; se informó de la exportación de 6.000 sacos de café a precios de Comercio Justo en el año 2001, pero el movimiento no se registró oficialmente.

Guatemala

Sus extraordinarios avances en los rubros de calidad y promoción han sido bastante reconocidos con sobrepuestos normalmente superiores a los de la mayoría de los otros orígenes; por ejemplo los promedios para abril de 2002 superan en más de un 5 por ciento los precios colombianos para entrega inmediata. Aproximadamente el 40-50 por ciento de sus exportaciones se canaliza a mercados diferenciados, se promueven siete cafés regionales distintos y varias subcategorías diferenciadas, y su participación en una pequeña subasta por Internet le registró precios récord a nivel mundial a un productor. En el año 2000 Guatemala exportó más de 10.000 sacos de café orgánico y tiene al menos 35.000 sacos de producción que son certificables inmediatamente como orgánicos. Entre sus exportaciones para ese año, 22.000 sacos se destinaron al mercado de Comercio Justo (también a algunos orgánicos) pero se calcula que su capacidad de producción de café de Comercio Justo en el año 2001 es de 60.000 sacos. La industria también tiene cerca de 23.000 sacos de café certificado como ecológico pero no está claro qué porcentaje se exportó como tal. Asimismo, Guatemala aventaja a los demás productores centroamericanos en la exportación de cafés sostenibles, los cuales representan menos del 2 por ciento de sus exportaciones totales.

Honduras

Menos del 15 por ciento de la producción hondureña es diferenciada con respecto al grueso de su producción de café como producto básico. No obstante, sus variedades más antiguas, microclimas y métodos de producción tradicional le permitirían mejorar de manera importante

su situación pero, aunque se está valorizando cada vez más la utilización de métodos de cultivo orientados a la calidad, su difusión es bastante limitada. Por otro lado, el manejo y el procesamiento poscosecha también son deficientes y, en conjunto, contribuyen a castigar el precio de mercado para el café hondureño.

Se calcula que menos de la mitad de los caficultores utilizan fertilizantes o agroquímicos regularmente. En algunas partes del país han funcionado durante varios años proyectos orgánicos en pequeña escala que produjeron al menos 5.000 sacos de café certificable inmediatamente como orgánico. En el año 2001, la capacidad de producción de café de Comercio Justo se calculó en 51.000 sacos; un año antes la exportación fue de tan solo 8.000 sacos y, combinando estas exportaciones con las de café orgánico, la cifra probablemente fue de menos de 11.000 sacos.

Nicaragua

120. Alrededor del 10 por ciento de sus exportaciones se destinan actualmente a los mercados diferenciados aunque muchos expertos consideran que el país cuenta con un enorme potencial. En años recientes la calidad ha mejorado y algunos productores han desarrollado una reputación en el mercado gourmet. La Asociación de Cafés Especiales de Nicaragua ya tiene seis años de fundada y se ha afiliado a la SCAA para promover la calidad de sus granos, además, algunas de sus regiones de cultivo de mayor altura poseen un significativo potencial aún inexplorado. En el año 2000, más de 10.000 sacos de su producción se exportaron como granos orgánicos certificados y 24.000 sacos como de Comercio Justo certificados. Para el año 2001 su capacidad de producción de Comercio Justo fue de unos 135.000 sacos o el 11 por ciento de su producción total.

En Nicaragua se ejecutan varios proyectos de desarrollo en pequeña escala, incluyendo un proyecto financiado por la USAID de mejoramiento de la calidad cuyo propósito es instalar laboratorios de control de calidad y catación en las zonas rurales, y un proyecto de desarrollo cooperativo. A finales de mayo de 2002, Nicaragua fue el ter-

cer país en celebrar una competencia por el mejor café, como la Taza de la Excelencia, y en julio del mismo año realizó una subasta de sus mejores cafés, los cuales obtuvieron precios bastante elevados. Sus sistemas de producción presentan una de las cifras más bajas de árboles de sombra en la región. Por ello, un proyecto reciente del GEF intentó abordar parte del problema de deforestación introduciendo secadores solares de café para evitar la tala de árboles que ocurría para alimentar los secadores de café que utilizaban gran cantidad de leña. Solo en una reserva (BOSAWAS) se talaban 200 hectáreas de bosque al día para la industria agrícola y maderera. Otros programas de desarrollo importantes en el sector cafetalero son financiados por Suecia, Finlandia y Noruega, y tienen como meta mejorar el sistema de microfinanciamiento, evitar la contaminación de cuencas y educar a los productores sobre prácticas de manejo integrado de plagas, respectivamente.

ESTRATEGIAS DE DIVERSIFICACIÓN

Elementos de una estrategia de diversificación

En el capítulo V, se esbozaron los aspectos generales relativos al fomento de la competitividad y la diversificación. En este capítulo nos referiremos específicamente al rubro de la diversificación. Una de las metas de la diversificación es ofrecer alternativas a los caficultores que no serán competitivos produciendo café –alternativas que les permitan seguir operando la finca como una empresa agrícola o, incluso, agregar algunas actividades no agrícolas y/o actividades fuera de la finca. Las alternativas, especialmente aquellas apoyadas por fondos públicos, también deberán considerar la creación de empresas que brinden oportunidades de empleo a la mano de obra cafetalera desplazada y que promuevan el uso de prácticas y modelos de aprovechamiento de la tierra (y de otros recursos naturales, como el agua) ambientalmente sostenibles.

Además, deberán promoverse actividades económicas no agrícolas en el sector rural para

los productores de café, sus trabajadores y otros. Algunas ideas podrían incluir la industria liviana, el turismo de aventura, los servicios sociales (salud, educación, transporte) y la capacitación técnica (mecánica, artesanía en madera, fontanería). Otra estrategia de diversificación es la emigración fuera de la zona, hacia otra zona rural, una zona urbana o fuera del país. En la mayoría de los cinco países centroamericanos, la emigración y la recepción de remesas enviadas por los emigrantes se han convertido en una realidad importante de las economías rurales.

Cabe destacar que la diversificación puede generar beneficios potenciales, sin embargo, en la práctica solo algunos se han concretizado y otros continúan siendo ideas subjetivas (Tabora, 1992, p.100). Algunos de los posibles beneficios son: a) expansión y ampliación de la base de actividades económicas, b) contrapeso de las fluctuaciones en las economías de libre mercado, c) mejor utilización de los recursos, d) establecimiento de un entorno competitivo entre los diferentes sectores que aumente la eficiencia, e) expansión de las oportunidades de empleo en la economía rural y e) aumento de las oportunidades comerciales para el desarrollo empresarial. Un programa de diversificación que también pretenda reducir la pobreza debe ser diseñado para este objetivo específico. Deberán emprenderse estudios *ex ante* para identificar a los beneficiarios previstos, así como a los posibles perdedores y/o grupos excluidos.

Es claro que algunos de estos beneficios potenciales trascienden los fines de lucro de los agricultores individuales, por lo que se justifica que el sector público apoye su consecución. Sin embargo, un programa de diversificación para las zonas cafetaleras debe empezar abordando los objetivos particulares de los agricultores como, por ejemplo, un aumento y/o mayor estabilidad en los ingresos y una mayor seguridad alimentaria. Un programa de diversificación deberá ayudar a los productores a valorar estos aspectos:

- Ubicación: condiciones agroecológicas, proximidad a infraestructura de transporte/comunicaciones y a mercados,

- Mercados potenciales para los posibles cultivos diferentes,
- Necesidades financieras y fuentes disponibles de financiamiento,
- Capacidad de gestión del riesgo e instrumentos disponibles,
- Barreras a la entrada (costos de inversión, requisitos de infraestructura),
- Destrezas y recursos necesarios (información, capacidad técnica, financiamiento),
- Ventajas económicas y ambientales para la producción,
- Desafíos inherentes a la comercialización (logística, calidad, cantidad).

Diversificación agrícola en Centroamérica

La diversificación fuera del café no es un concepto o una estrategia novedosa para muchos de los países centroamericanos. Una publicación del Banco Mundial, *"Trends in Agricultural Diversification: Regional Perspectives"* (Tendencias en la diversificación agrícola: perspectivas regionales) (véase Barghouti, Garbus, Umali, 1992), contiene un capítulo sobre las experiencias en Centro y Sudamérica (véase Tabora, 1992). Por ejemplo, en respuesta al declive de los precios a principios de los ochenta, Costa Rica incursionó en otros cultivos como macadamia, flores y bosques como alternativas al café. El Salvador emprendió el Programa Nacional de Frutas como una alternativa al café para las zonas productoras entre los 600 y los 800 metros. En el año 2001, el IICA efectuó un estudio analizando las condiciones apropiadas para cultivar frutas (agroclimáticas, de suelos, tecnológicas, de mercados, etc.). En Guatemala, el Ministerio de Agricultura y la asociación de exportadores de productos no tradicionales, AGEXPRONT, realizaron un estudio en 2000 para identificar cultivos que pudieran sustituir al café en las zonas más bajas. AGEXPRONT está formulando una estrategia y proyectos concretos para avanzar en este sentido. Además, existe un Programa de Incentivos Forestales (INFOR), promovido por el Instituto Nacional de Bosques (INAB), para ayudar financieramente a

los productores que deseen diversificarse hacia actividades forestales.

En el análisis realizado por Tabora (1992) sobre experiencias de diversificación agrícola en Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras y Nicaragua (junto con Chile y Colombia) se determinó que los distintos países tomaron diversos caminos y han tenido diferentes grados de "éxito". Algunos de los aspectos y lecciones más importantes son:

1. **Desarrollo tecnológico en contraposición a transferencia de tecnología.** Las nuevas empresas agrícolas deben probar sus capacidades de adaptación, manejo de cultivos, proceso poscosecha, empaque, almacenamiento, etc., y requieren de tecnologías y técnicas específicas a cada lugar. ¿Los gobiernos deberán apoyar la investigación y la extensión nacional o, más bien, depender de centros de investigación internacional o de compañías extranjeras para prestar estos conocimientos especializados? En este sentido, se han aplicado distintos modelos (y enfoques mixtos) que han tenido diversos grados de éxito y fracaso. El éxito o fracaso dependerá de la empresa agrícola en particular, de la capacidad de investigación y extensión nacional (pública y privada) y de otros factores.
2. **Inversiones públicas o privadas.** Ambas son necesarias pero podrían focalizarse de manera diferente. Muchas empresas de capital extranjero ayudaron a expandir la producción y exportación de hortalizas, plantas ornamentales y frutas no tradicionales. Sin embargo, se determinó que existían pocas alternativas más rentables o con mercados tan extensos y accesibles como los de los productos básicos tradicionales que se pretendía sustituir. ¿Cuáles son los objetivos de diversificación del sector público en contraposición a los del sector privado? ¿Existen incentivos para que el sector público ayude a los pequeños agricultores y trabajadores pobres?
3. **Desarrollo de infraestructura.** Cerca de las áreas urbanas y en zonas aledañas a sitios con importantes actividades agrícolas y de exportación se observa una considerable diversificación de cultivos (por ejemplo, fincas cafetaleras). Las zonas de exportación para las principales hortalizas, plantas ornamentales y tubérculos, a menudo se ubicaban cerca de las ciudades capitales (y/o puertos). Lo anterior muestra de qué manera se puede aprovechar mejor la integración con servicios e instalaciones preestablecidas, sin tener que incurrir en nuevas inversiones que representan una carga adicional. Asimismo, señala un sesgo potencial en contra de zonas más rurales y remotas, y de agricultores menos comercializados (que es el caso de muchos caficultores).
4. **Falta de conocimientos especializados.** Incluso si la tecnología está disponible y es apropiada, y las instalaciones y servicios de apoyo están funcionando, persiste la necesidad de contar con capital humano en la forma de administradores y trabajadores que posean la combinación adecuada de destrezas y capacidad emprendedora. La falta de capital humano ha sido una importante limitación y, a todas luces, pone en desventaja a los pequeños agricultores con menos educación.
5. **Dificultades con el mercado de exportación.** La comercialización para la exportación es más compleja que la comercialización para el mercado nacional en términos del idioma, la logística, el sentido de oportunidad, y las perspectivas técnicas, empresariales y culturales inherentes al comercio. Esto ha complicado la expansión de las ventas al exterior y constituye un sesgo en favor de agricultores más grandes y orientados a la comercialización, que podrían tener experiencia en los mercados de exportación.
6. **Incentivos financieros inadecuados.** A menudo, las nuevas empresas agrícolas requie-

ren de períodos de gestión más prolongados, instalaciones nuevas y un tiempo de prueba antes de ser viables. Lo anterior exige un financiamiento de más largo plazo y tasas de interés adecuadas. Asimismo, es necesario garantizar que se disponga de suficientes fondos que reúnan las condiciones apropiadas para diferentes tipos de agricultores y asociaciones de agricultores.

7. **Sostenibilidad de las iniciativas de diversificación.** Es necesario emprender esfuerzos de diversificación sostenidos, pero no solo como respuestas de corto plazo ante las crisis. El sector privado ha dirigido iniciativas exitosas y sostenidas aunque, de muchas maneras, siempre ha sido con el pleno respaldo estatal, incluso cuando ha habido cambio de gobierno. La diversificación es un proceso, no un sistema de respuesta ante emergencias.

Tabora (1992) concluye que la diversificación es, en realidad, un salto de fe para muchos inversionistas en productos no tradicionales. Este salto puede ser amortiguado por un gobierno que brinde apoyo o por un programa amplio del sector privado, que pueda aportar los conocimientos especializados, recursos físicos y otras facilidades necesarias para nutrir los proyectos en sus etapas iniciales.

Continúa señalando que, si bien el sector privado posee los recursos para involucrarse en agronegocios como desarrollo de la diversificación, el gobierno puede ser un importante apoyo al formular políticas favorables para que esto pueda ocurrir. Los productos nuevos podrían necesitar incentivos y los privilegios especiales que suelen caracterizar a las industrias nacientes. Finalmente, manifiesta que, en vista de que los nuevos productos involucran a inversionistas extranjeros –y locales– que puedan suministrar la tecnología, el financiamiento y los mercados necesarios, los gobiernos tendrán que crear un entorno empresarial atractivo.

Oportunidades y limitaciones para la diversificación

En el caso de Centroamérica, existen muchas oportunidades potenciales para la diversificación, así como muchas limitantes, las cuales, obviamente, difieren de un país a otro, de una región a otra dentro de un mismo país, así como según el tipo de productores dentro de cada país. Este mensaje, claro y preciso, aparece en un informe muy informativo y detallado concluido recientemente por la USAID con el título *“Diversification Options for Coffee Growing Regions in Central America”* (Opciones de diversificación para las regiones cafetaleras en Centroamérica, véase Chemonics, 2002). Existen oportunidades potenciales, tanto en el mercado nacional como en el de exportación, para una amplia gama de cultivos hortícolas, agrosilvícolas, ganaderos, etc.

No es el objetivo del presente documento describir las diversas opciones que existen para la diversificación –algunas de las cuales ya se conocen– sino señalar las limitaciones y destacar algunas lecciones aprendidas de esfuerzos pasados en el área de la diversificación. No existen estrategias ni opciones fáciles.

Entre las limitaciones destacadas en el informe financiado por la USAID (Chemonics, 2002) en los países respectivos (que fueron considerablemente menores en Costa Rica) se incluyen las siguientes:

- Terrenos difíciles y poca fertilidad de los suelos.
- Falta de agua y/o electricidad para el riego.
- Derechos sobre la tierra y regímenes de tenencia inciertos y/o en disputa.
- Crisis financieras que limitan y/o generan altos costos para los créditos destinados a la agricultura y a empresas rurales.
- Infraestructura rural de transporte, comunicación y energía mal desarrollada.
- Falta de instalaciones portuarias y aeroportuarias.
- Bajos niveles de alfabetismo y de destrezas en la población rural.
- Sistemas de investigación y extensión con poco personal y poco financiamiento, que carecen de las destrezas apropiadas.

Obviamente, no todas estas limitaciones se pueden eliminar de manera inmediata. Sin embargo, es necesario abordarlas, en especial si la estrategia de diversificación ha de incluir la reducción de la pobreza como uno de sus principales objetivos. Por el contrario, en ocasiones los agricultores más grandes y con mayor orientación comercial pueden eludir algunas de estas limitaciones aprovechando sus propios recursos y conexiones.

Posibles iniciativas de diversificación respaldadas por el gobierno

El desarrollo de una estrategia para la diversificación agrícola debe ser sistemático, considerando simultáneamente las limitaciones agrícolas y del entorno empresarial. Como tal, es claro que existe un importante traslape entre los esfuerzos por promover la diversificación y una mayor competitividad. Lo que en realidad necesitan los países centroamericanos es una estrategia de desarrollo rural de base amplia, que impulse tanto una mayor competitividad como la diversificación, y que proporcione medidas de protección social a los individuos y familias pobres para ayudarlos durante este proceso de ajuste. Al analizar los elementos que se han combinado para fortalecer los sectores agrícolas y rurales en los países desarrollados, destacan varios factores:

- *Investigaciones de mercado.* Se necesitan investigaciones bien sustentadas para identificar mercados y estudiar la demanda de productos agrícolas de poco abastecimiento, ya sea para los mercados nacionales o de exportación. Muchas veces las organizaciones especializadas son aptas para esta tarea. Un ejemplo es el nuevo Centro de Inteligencia sobre Mercados Sostenibles (CIMS) del INCAE.
- *Asistencia técnica.* Es necesario diseñar nuevos paquetes tecnológicos integrados para los productos considerados prometedores (a fin de tratar los problemas agronómicos, ambientales, sanitarios y fitozoosanitarios, así como las exigencias de calidad que el agricultor podría enfrentar). Esto se puede llevar a cabo en asociación con diversas entidades, gubernamentales y no gubernamentales, en alianza con el sector privado. Asimismo, se podría ofrecer asistencia técnica a través de servicios de extensión administrados y financiados por las autoridades locales, asegurando así su activa participación.
- *Normas de inocuidad agrícola.* Los principios básicos de un programa de comercialización agrícola tienen que fundamentarse en medidas sanitarias (salud animal y humana) y fitosanitarias (sanidad vegetal) de base científica. Por consiguiente, es esencial que cualquier programa de apoyo a la comercialización de productos agrícolas incorpore los principios establecidos en las medidas (o regulaciones) reconocidas internacionalmente para proteger la vida y salud humana, animal o vegetal: en especial, los Acuerdos de la Organización Mundial de Comercio sobre la aplicación de Medidas Sanitarias y Fitosanitarias y las Barreras Técnicas al Comercio. Los países latinoamericanos signatarios de la OMC consideran que las normas de comercio basadas en la ciencia y la transparencia promoverán una competencia justa y proporcionarán un acceso previsible y creciente a los mercados.
- *Comercialización y logística.* Para facilitar la comercialización eficaz de los productos agrícolas habrá que identificar obstáculos y proponer y aplicar soluciones. Un esquema que tiene considerable potencial para aumentar los ingresos de los pequeños caficultores es la producción por contrato. Los procesadores ofrecen a los productores crédito y asistencia técnica, a cambio de que éstos entreguen un producto a la hora de la cosecha, a un precio fijo.
- *Mejor acceso a los mercados internacionales.* Los gobiernos centroamericanos deben trabajar juntos para reducir y eliminar las barreras al comercio entre sus países respectivos

y en mercados internacionales importantes, como es el caso de Estados Unidos, Europa y Japón. Aún persisten importantes restricciones al libre comercio de productos agrícolas y/o subsidios (directos o indirectos) para ciertos productos, lo que constituye un serio obstáculo para la diversificación.

- *Mejor acceso a los mercados laborales:* la movilidad laboral es importante, tanto dentro de los países como entre ellos. La migración temporal y permanente, así como el envío de remesas, son un componente importante de la economía rural en los países centroamericanos. En consecuencia, es fundamental reducir las barreras a la movilidad laboral y mejorar el acceso a los servicios financieros para la transferencia de remesas.
- *Apoyo crediticio.* Programas de apoyo dirigidos a grupos específicos pueden financiar las inversiones necesarias para iniciar la producción. Podría ser necesario crear algún mecanismo para apoyar los ingresos del productor individual temporalmente durante la fase no productiva. No obstante, este apoyo debe ser mínimo y no debe distorsionar los incentivos necesarios para la diversificación orientada al mercado.
- *Organizaciones comunitarias.* Poco a poco, estos grupos locales pueden apoyar organizaciones de productores o comerciantes. Estos grupos podrían asumir el control de los procesos arriba descritos y tender los vínculos necesarios con los mercados.

Desafortunadamente, es posible que todas estas formas de apoyo no estén disponibles a la vez. Entre más factores estén presentes en un momento dado, mayores serán las posibilidades de éxito de una estrategia amplia de diversificación agrícola.

Tratar un solo factor a la vez no promoverá el avance de la diversificación lo suficientemente rápido como para mantenerse a la par de las tendencias y los requisitos cambiantes de los

mercados nacionales e internacionales para los productos agrícolas (y para los productos no agrícolas y servicios).

Aparte de los factores socioeconómicos, existen factores culturales que también se debe considerar. Puede ser difícil convencer a los productores cafetaleros de que produzcan algo más.

En términos generales, los productores tienen una larga tradición de producción cafetalera, que puede ser difícil de superar. Cualquier estrategia de diversificación tiene que considerar este tipo de resistencia, así como otros aspectos culturales, al diseñar los programas —especialmente para las zonas que no pueden producir café competitivamente.

No a todos los agricultores se les puede ayudar con una alternativa agrícola no cafetalera. Es necesario encontrar otras opciones para los productores marginales o para quienes no existe una solución agrícola, es decir, aquellos que enfrentan algunas o todas las limitaciones siguientes: el terreno es demasiado escarpado, o la capa de suelo es demasiado delgada e infértil; la finca es demasiado pequeña o queda demasiado retirada; no hay suficiente lluvia para la agricultura de secano ni lluvia para el riego. Estos productores quizá tengan que buscar empleo en la industria liviana asociada con actividades no agrícolas, las cuales requerirían de un desarrollo industrial en las zonas de producción o en sus cercanías que ofrezca alternativas de empleo a los productores desplazados. Este tipo de actividades generalmente exigen de mano de obra capacitada, a fin de que esté lista para trabajar una vez instalada la industria.

Finalmente, los programas de desarrollo rural no serán equitativos ni exitosos si no incluyen a los trabajadores agrícolas, en particular a los trabajadores migratorios y temporales —quizás el sector más abandonado y marginado en la región. De hecho, los pequeños productores, no importa cuán pobres sean, tienen más opciones y apoyo que los pobres sin tierra, quienes trabajan por temporadas en las fincas de otros. Es importante que cada país considere diferentes tipos de programas de protección social que puedan ayu-

dar a los individuos y a las familias pobres que tienen dificultades para ajustarse a la nueva situación.

Para concluir, la diversificación es parte de un proceso de transformación de la economía rural. Muchas lecciones se han aprendido del pasado (véase el recuadro en la página siguiente), pero cada país, región, comunidad y agricultor, necesita evaluar las condiciones actuales (y futuras) y su ventaja comparativa relativa. Se debe prestar más atención a los objetivos de una estrategia de diversificación y a la evaluación de los impactos económicos, sociales y ambientales. En vista de los importantes cambios económicos y políticos acaecidos en los países centroamericanos en los años noventa, es necesario revisar de nuevo el tema de la diversificación, a fin de desarrollar algunas prácticas óptimas que se puedan aplicar caso por caso.

Lecciones aprendidas de esfuerzos pasados de diversificación agrícola:

1. El incremento de la *calidad* del producto es tan importante como el aumento en la *cantidad* –y posiblemente sea más importante.
2. Toma tiempo lograr una competitividad basada en la calidad. Este proceso recibe mucho apoyo de asociaciones y alianzas estratégicas con el sector privado (incluyendo compañías extranjeras). Las instituciones nacionales pueden ofrecer apoyo a los agricultores en la forma de tecnologías apropiadas, asistencia técnica y servicios financieros y de comercialización.
3. Tener experiencia en la comercialización nacional de nuevos productos agrícolas muchas veces es el primer paso hacia el desarrollo exitoso de la comercialización orientada a la exportación.
4. Los gobiernos pueden apoyar la diversificación facilitando inversiones extranjeras y de empresas conjuntas, así como apoyar la transferencia de tecnologías de producción y procesamiento desde el extranjero.
5. Los programas de diversificación exitosos que apoyan la producción sostenida y la expansión de las exportaciones incluyen nuevos tipos de esquemas financieros y comerciales (tales como empresas conjuntas, integración vertical y programas de incentivo a las inversiones). Se necesitan también inversiones públicas en capital humano y estructuras de apoyo (educación y salud, agua y sanidad, infraestructura rural e investigación y extensión).
6. Los programas de diversificación exitosos comienzan por considerar las características agroecológicas de las zonas que se van a diversificar. También es necesario realizar una extensa investigación del mercado y planificar la comercialización de los cultivos potencialmente exitosos antes de escoger algún cultivo.
7. Uno de los métodos más exitosos en la diversificación de la capacidad agrícola ha sido agregar valor a un cultivo conocido: uno que ya se ha cultivado en la zona y cuyas prácticas agrícolas y requisitos de manejo poscosecha sean conocidos por los productores locales. Agregar valor a un producto puede aumentar su éxito comercial y los ingresos de los agricultores.
8. La producción, el financiamiento, el procesamiento y la comercialización deben quedar principalmente en manos del sector privado.
9. Los agricultores no pueden asumir todos los riesgos que acarrearán los nuevos cultivos. El gobierno debe brindar incentivos para la investigación y el análisis conjunto, la asistencia técnica y de mercadotecnia, y para financiar el inicio de la producción, pero no la producción misma.
10. El sector público debe enfocar sus esfuerzos en proveer infraestructura de transporte y comunicaciones, infraestructura de comercialización (como mercados de subas-

ta/terminales y almacenamiento en frío), servicios de estándares y de control de calidad (tales como la inspección de productos y fábricas, y la certificación), servicios de información de mercado y asistencia en la promoción de nuevos productos y del comercio.

11. Una fuerte capacidad institucional dentro de las cooperativas es esencial para el éxito de un programa de diversificación. En general, las compañías agroempresariales privadas han sido más exitosas que las cooperativas en la diversificación de su producción. El éxito limitado de las cooperativas campesinas se podría atribuir a la falta de flexibilidad, sofisticación y respuesta rápida, además de los costos excesivos. Cuando se trabaja con un producto perecedero, se requiere una respuesta rápida para corregir problemas y reaccionar a cambios en el mercado. Las cooperativas tienen que llegar a un consenso antes de responder al cambio, mientras que los empresarios individuales quizás solo tengan que decidir por sí mismos.
12. Las iniciativas de diversificación han enfrentado problemas serios y a veces insuperables de sostenibilidad a nivel del agricultor. La investigación y la extensión enfocadas en el agricultor son importantes para la adopción de métodos apropiados de producción sostenible por parte de los pequeños caficultores.
13. Un entorno de política macroeconómica adecuada es esencial para dar sostenibilidad a todo el programa de diversificación.
14. Donde los programas de diversificación lograron aumentar las exportaciones agrícolas, también lograron atraer inversión extranjera a los sectores agrícolas y de alimentos del país.

Véanse Barghouti, Garbus, Umali (1992); Jaffee (1993); Chemonics (2002).

IMPACTO SOCIAL DE LA CRISIS CAFETALERA

Vistazo general a la situación laboral en el sector cafetalero

Muchas personas derivan al menos parte de su empleo y de sus ingresos de la producción de café. De acuerdo con un informe reciente de la CEPAL¹⁹ (2002) la cifra es superior a 1,6 millones de habitantes en las zonas rurales de Centroamérica. El foco de atención tradicional en el sector cafetalero en época de crisis son los productores de café y las instituciones financieras que otorgan préstamos a productores, comerciantes y exportadores. En especial, el enfoque se ha centrado en los productores de café, generalmente medianos y grandes, con deudas pendientes. Sin embargo, en la actual crisis cafetalera, se tiene mayor conciencia de los impactos negativos generalizados sobre los pequeños productores y trabajadores –tanto a tiempo completo como temporales– y otros vinculados a actividades en el sector del café y a ingresos y gastos relacionados (por ejemplo, comercio, transporte, almacenamiento y procesamiento, servicios financieros y ventas al detalle).

Tipología de los productores de café

En los cinco países centroamericanos, habitan aproximadamente 300.000 caficultores, de los cuales 200.000 son considerados “micro-productores”. Si bien representan casi un 70 por ciento de todos los productores, solo producen un 11,6 por ciento del grano. Estos microproductores tienden a emplear variedades y tecnologías tradicionales, mano de obra familiar, no compran ningún insumo, obtienen bajos rendimientos, desarrollan otros cultivos –a menudo intercalados con el café– en especial alimentos básicos, y muchos laboran como trabajadores temporales (algunos trabajan a tiempo completo) en fincas cafetaleras más grandes y/o de otro tipo. De los 300.000 productores, casi 50.000 son “pequeños productores” y cultivan más café que los 200.000

Cuadro 8.1. Tipología de los productores en Centroamérica

	Micro	Pequeños	Medianos	Med.-grandes	Grandes	Total
Tamaño de la finca	< 3,5 ha	3,5-13ha	14-34 ha	35-70 ha	> 70 ha	—
Cantidad de productores	200.000	47.900	33.000	7.300	2.900	291.000
Total de tierra	162.000ha	170.000ha	126.000ha	133.000ha	301.000ha	892.000ha
Rendimiento promedio (qq/ha)	11,7	14,1	20,6	26,0	19,8	18,3
% de productores	68,7%	16,4%	11,3%	2,5%	1,0%	100%
% de tierra	18,2%	19,1%	14,1%	14,9%	33,7%	100%
% de rendimiento	11,6%	14,7%	15,9%	21,3%	36,5%	100%

Nota: Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua.

Fuente: CEPAL (2002, p.29), con base en estimaciones de las asociaciones cafetaleras de los respectivos países.

“microproductores”. Muchos de los pequeños caficultores utilizan variedades y tecnologías mejoradas, contratan algo de mano de obra, utilizan pocos insumos y podrían tener acceso al crédito mediante una cooperativa.

Además, por lo general, cuentan con otras fuentes de ingreso provenientes de la finca y posiblemente, con un empleo fuera de la finca. Los “medianos productores” tienden a ser tecnificados, empleando insumos comprados y mano de obra contratada, y muchos tienen acceso al crédito. Gran parte del ingreso se deriva del café. Los medianos-grandes y los grandes productores representan cerca del 3,5 por ciento de los productores y generan casi el 60 por ciento de la producción de café. Estos productores compran la mayoría de los insumos y contratan la mayor parte de la mano de obra utilizada en la producción y la cosecha del café. Casi todos tienen acceso al crédito formal y muchos se han integrado verticalmente con las actividades de procesamiento y comercialización del café.

Trabajadores en el cultivo del café

Se calcula que existen ocho veces más trabajadores en el cultivo del café que productores. Algunos son empleados “a tiempo completo” que viven en las fincas cafetaleras o en zonas aledañas, y muchos más son trabajadores temporales —en especial durante la época de cosecha. Muchos “micro productores” también buscan empleo con los productores de café más grandes. Durante la cosecha, gran cantidad de trabajadores

temporales emigran a las zonas donde se produce el café. Es posible que estos trabajadores migratorios posean sus propias parcelas pequeñas, donde cultivan productos básicos y que busquen otras fuentes de empleo temporal en la agricultura o en otros sectores.

Como puede observarse en el cuadro que presentamos más adelante, cerca del 28 por ciento de la mano de obra rural económicamente activa en los países centroamericanos derivan parte de su trabajo y de sus ingresos de la producción y la cosecha de café.

En Nicaragua, un 42 por ciento y en Guatemala un 31 por ciento de la mano de obra rural trabaja con el café.

En Costa Rica, es interesante observar, donde el café es menos importante en términos de su participación en el PIB y en las exportaciones, una alta proporción de la fuerza laboral rural (28 por ciento) participa en actividades relacionadas con este cultivo.

Como se puede observar en el cuadro, los jornales oscilan entre US\$2,3/día en Nicaragua, US\$3,0-3,6/día en Honduras, Guatemala y El Salvador, y US\$7,6/día en Costa Rica. Si bien existen leyes que estipulan un salario mínimo en estos países, numerosos informes indican que los salarios para estos trabajadores son inferiores al salario mínimo establecido. También existe evidencia de que muchos individuos y familias que son trabajadores temporales en el sector del café, se clasifican como “pobres”.

Cuadro 8.2. Empleo estimado en la producción cafetalera en Centroamérica

País	Mano de obra rural económicamente activa	Mano de obra empleada en el café (a tiempo completo y temporal)	% de mano de obra rural empleada en el café	Sueldo promedio por día laboral (US\$/día)
Costa Rica	725.000	200.000	28%	\$7,6
El Salvador	936.000	160.000	17%	3,6
Guatemala	2.286.000	700.000	31%	3,2
Honduras	1.152.000	300.000	26%	3,0
Nicaragua	672.000	280.000	42%	2,3
TOTAL Centroamérica	5.771.000	1.640.000	28%	–

Fuente: CEPAL (2002, p.21)

Efectos de la crisis cafetalera en Centroamérica

Es difícil aislar los impactos socioeconómicos de la crisis del café en los países centroamericanos debido a que se han presentado una serie de crisis negativas que se traslapan y exacerban mutuamente. Estas crisis incluyen el huracán Mitch, que ocasionó una gran destrucción en 1998, lluvias erráticas y sequía persistente en los últimos años, así como la caída de los precios de las principales exportaciones en el mercado internacional (por ejemplo, café, banano, aceite de palma y cítricos). Además, en enero-febrero de 2001 El Salvador sufrió los embates de un fuerte terremoto, y la tormenta tropical Michelle afectó Honduras y Nicaragua en el otoño de 2001. En consecuencia, la drástica caída de los precios del café desde 1990 es solo una de las tantas fuerzas negativas que azota las zonas rurales, en una época en que las familias rurales pobres son sumamente vulnerables a crisis adicionales –en vista de que sus bases de activos y sus capacidades de gestión del riesgo han mermado. La actual crisis del café es, en realidad, parte de una crisis de pobreza rural más generalizada que afecta a estos países.

Evaluaciones recientes de la USAID sobre la situación en los respectivos países destacan reducciones generalizadas en el empleo –“Muchos cientos de miles de trabajos permanentes y temporales en el sector cafetalero se están perdiendo”. Las familias rurales pobres han perdido empleo e ingresos debido a que hay una menor demanda de trabajadores, las cosechas son más

pequeñas y los sueldos, más bajos. Las reducciones en el empleo y en los ingresos han agudizado la inseguridad alimentaria y la malnutrición, algunas fincas han sido abandonadas y ha aumentado la migración fuera de las áreas rurales –tanto a nivel nacional o entre las fronteras. Para empeorar las cosas, la USAID concluye que la crisis del café está rebajando los ingresos del gobierno, debilitando los sistemas financieros nacionales y contribuyendo a la inestabilidad social y económica en general. Es decir, la crisis cafetalera está creando una situación en donde faltan recursos nacionales para mitigar la crisis y sus efectos socioeconómicos, y la crisis se agudiza.

Un informe reciente elaborado por la CEPAL (2002) indica que la crisis cafetalera ha tenido un efecto considerable y generalizado sobre las economías de Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras y Nicaragua. No solo los productores y trabajadores en este sector se han visto afectados, sino que también las actividades económicas relacionadas en las áreas del comercio, transporte, almacenamiento y procesamiento, servicios financieros y ventas al detalle han sido afectadas mediante un efecto multiplicador negativo.

Sin embargo, de acuerdo con el informe de la CEPAL, los efectos más serios han recaído en los productores y trabajadores cafetaleros y se han concentrado en las zonas rurales. La situación financiera de los productores de café en Centroamérica ha sufrido considerablemente, lo mismo que las instituciones financieras prestarias. Las moras y los incumplimientos en los

pagos están aumentando y el acceso a nuevos préstamos es limitado. Lo anterior ha generado una crisis financiera para muchos productores e instituciones crediticias. Para disminuir los costos y las pérdidas, muchos productores han reducido o eliminado diversas prácticas de cultivo (por ejemplo, desmalezado y poda, aplicación de fertilizantes, tratamientos contra plagas y enfermedades), y han disminuido la cantidad de recolectas de la cosecha. Asimismo, muchos productores están bajando los salarios y/o pagando en especie. Algunas fincas han sido abandonadas o descuidadas. La merma en las actividades de producción ha disminuido los gastos en insumos y mano de obra y, en muchos casos, ha tenido como resultado menores rendimientos y/o calidad del café, en especial al reducirse las recolectas. Todas estas prácticas de ahorro en los costos se traducen en una menor demanda de mano de obra –tanto a tiempo completo como temporal. En la mayoría de los casos, la menor demanda ha conducido a excesos en la oferta de mano de obra, generando una presión hacia abajo en los precios. Sin embargo, hay informes que señalan que en algunas zonas cafetaleras actualmente falta mano de obra para la cosecha debido a que muchos trabajadores han buscado alternativas laborales ante la expectativa de tener menos ingresos y menos días laborales.

Según un estudio de la CEPAL (véase el Cuadro 8.3), se estima que, en comparación con los tres años anteriores, en 2001 la demanda de mano de obra se redujo en un 30 por ciento en Guatemala, Honduras y Nicaragua, en un 20 por ciento en El Salvador y en cerca de un 12 por ciento en Costa Rica. En total, para los cinco países, esto se tradujo en una pérdida de aproximadamente 42 millones de días laborales, o bien, el equivalente a 170.010 empleos permanentes (con base en 250 días laborales),²⁰ y una pérdida de ingresos de casi US\$140 millones.

Sin embargo, estos cálculos de la pérdida de ingresos no se traducen necesariamente en una disminución “real” de los ingresos y el consumo familiar. Esto obedece a que los trabajadores en el sector cafetalero intentan adoptar estrategias para enfrentar los riesgos, y los gobiernos, donantes y ONGs en cierto grado también han proporcionado medidas de protección social. De hecho, aún no se han investigado a fondo los efectos reales en el ingreso y el consumo familiar de trabajadores y productores, y un análisis de este tipo constituye una alta prioridad futura para el Banco Mundial. Actualmente, esta institución elabora propuestas para desarrollar este tipo de investigación utilizando las encuestas sobre hogares. Además, el BID contempla la posibilidad de realizar evaluaciones rápidas complementarias

Cuadro 8.3. Cálculos de la pérdida de empleo y de ingresos en la producción de café por país para 2001

País	(a) Cantidad promedio de días laborales por ha (con base en 3 años anteriores)	(b) Reducción en la cantidad de días laborales por ha	(c) = b/a % reducción en días laborales por ha	(d) Reducción total de días laborales	(e) Reducción en unidades de empleo permanente (250 días laborales = 1 empleo tiempo completo)	(f) Jornales por días laborales en US\$	(g) = d*f reducción total en ingresos por trabajo en millones de US\$
Costa Rica	128,7	15,6	12%	1.675.000	6.700	7,8	12,7
El Salvador	141,4	28,4	20%	4.540.000	18.155	3,8	16,3
Guatemala	221,0	71	32%	19.380.000	77.530	3,2	62,0
Honduras	163,0	50	31%	12.250.000	49.000	3,0	36,7
Nicaragua	147,0	43	29%	4.660.000	18.625	2,3	10,7
TOTAL	—	—	—	42.505.000	170.010	—	138,6

Fuente: CEPAL (2002, p.31)

20. En realidad, gran parte de la mano de obra es temporal y sólo una pequeña proporción trabaja a “tiempo completo”. De manera que es obvio que mucho más de 170.010 asalariados se vieron afectados.

para mejorar el entendimiento sobre el efecto de la crisis cafetalera en los hogares.

A pesar de la falta de análisis detallados sobre los efectos de la crisis cafetalera en los pobres, existe gran cantidad de indicios de que muchas familias rurales pobres que derivan parte de sus ingresos y empleos del café, de hecho, están siendo perjudicadas.

Medidas de protección social – La respuesta institucional

Como se mencionara anteriormente, cuando los gobiernos han intentado responder a la “crisis del café”, han enfocado su atención en los productores, en especial en aquellos con deudas morosas, que típicamente son productores medianos o grandes. No obstante, en ocasiones, los productores pequeños también se han beneficiado de la asistencia estatal. Un ejemplo de ello es un programa en curso en México diseñado para compensar a los pequeños caficultores por los bajos precios. Este programa brinda apoyo especial a los ingresos de los productores de café con áreas de cultivo inferiores a 5 hectáreas (con base en el censo del café de 1992) de hasta 750 pesos por hectárea (cerca de US\$75/ha).²¹

Los trabajadores del café no suelen beneficiarse de la asistencia directa del gobierno y muchos de ellos se clasifican como “pobres” en diversas evaluaciones de la pobreza. De hecho, los trabajadores del café tienden a ser ignorados. Esto es importante porque, en tiempos de crisis económica, los medianos y grandes productores tienden a reducir la compra de insumos y la contratación de mano de obra. Ante una menor demanda de mano de obra, los salarios tienden a caer, lo cual puede tener serias consecuencias en los trabajadores pobres, gran parte de los cuales son pequeños productores.

Dado que muchos pequeños caficultores y trabajadores en el sector cafetalero también cultivan productos básicos para el consumo doméstico, cualquier riesgo relacionado con el clima, como las sequías, pueden exacerbar los impactos sociales negativos de los bajos precios

del café. Actualmente, este es el caso de muchos países centroamericanos, donde las pérdidas de rendimiento como consecuencia de la sequía están complicando aun más la situación de deterioro para productores y trabajadores.

Asimismo, otros en la economía rural –incluyendo los proveedores de insumos, beneficiadores y proveedores de bienes y servicios de uso doméstico– también se han visto afectados por los bajos precios e ingresos generados por la industria cafetalera. Al igual que los trabajadores del café, ellos no suelen beneficiarse de la asistencia directa del gobierno en momentos de crisis.

Reconocer la existencia de una crisis en cuanto a pobreza rural es un primer paso importante para poder sugerir posibles estrategias y opciones de protección social. Las respuestas institucionales dirigidas a abordar los problemas sociales derivados de la crisis del café, podrían incluir las siguientes:

- *Brindar asistencia de emergencia focalizada y auto focalizada a los pobres de las zonas rurales.* La crisis de pobreza producida por los bajos precios del café han aumentado la inseguridad alimentaria y la malnutrición. La USAID ha respondido a la crisis movilizando diversos programas de ayuda alimentaria administrados a través de las ONGs. Esta rápida respuesta tiene el mérito de haber evitado un desastre de mayores proporciones. Por ende, es necesario mejorar los sistemas de alerta temprana y los mecanismos para proporcionar ayuda de emergencia con la cooperación de los gobiernos respectivos (nacionales y locales), junto con donantes y ONGs.
- *Brindar asistencia a los trabajadores del café desempleados y a sus familias.* En este respecto, Nicaragua ofrece un ejemplo. Recientemente se instituyó un programa de alimentos a cambio de trabajo, en asociación con los productores de café. Los participantes son empleados en fincas cafetaleras

21. Véase el Diario Oficial, miércoles 31 de enero de 2001.

privadas, reciben un pago parcial y alimentos para completar la diferencia. Los sueldos reducidos permiten a los productores de café emplear a más trabajadores de los que ellos podrían tener de otro modo en esta situación de crisis. Este programa se propone ayudar tanto a los trabajadores del café como a los productores más grandes. En México, un programa de empleo temporal (PET)²² y un fondo para desastres naturales (FONDEN) protege a los habitantes rurales en situaciones de crisis externas, principalmente las relacionadas con desastres naturales (como sequías, inundaciones, terremotos, etc.).

- *Mejorar los programas de protección social.* Se necesitan programas de protección social para los trabajadores del café, pequeños productores y otros empleados en la economía rural, tanto focalizados como autofocalizados. Estos programas podrían incluir ayuda alimentaria, trabajo por alimento y empleo temporal. También deben incluir asistencia para las familias y los niños. Además, cabría la posibilidad de movilizar fondos sociales. Tales programas requerirán un análisis en cada país y región y, donde sea posible, deberán ser integrados a los programas existentes de protección social para los pobres en las zonas rurales. Un asunto clave en el diseño de las medidas de protección social será el hecho de que muchos trabajadores del café son emigrantes temporales, lo que puede dificultar la focalización geográfica.
- *Ayudar a los trabajadores del café y a los pequeños productores en el desarrollo de habilidades y en la capacitación* para mejorar su movilidad, ya sea dentro del sector cafetalero como hacia otros sectores. La elevada oferta de mano de obra rural no calificada reduce los niveles salariales; el desarrollo de destrezas puede compensar esta situación. Además, probablemente los trabajadores necesiten adquirir nuevas habilidades como parte del proceso de diversificación.

- *Promover el uso de instrumentos de gestión del riesgo en los precios.* Para proporcionar seguro de desempleo a los trabajadores y/o financiar empleos alternativos, se podría incentivar a los productores medianos y grandes para que utilicen instrumentos como los seguros de precios de productos básicos (véase la sección anterior sobre la gestión del riesgo en los precios). También se podrían explorar las posibilidades de que los gobiernos utilicen instrumentos de gestión del riesgo en los precios para ayudar a financiar los programas de protección social para los trabajadores del café y otros. Sin embargo, si los precios permanecen bajos durante varios años, los instrumentos de gestión del riesgo tendrán un uso muy limitado en el financiamiento de programas de protección social, ya que estos instrumentos son más aptos para las crisis temporales que para las persistentes.
- *Brindar asistencia para vincular las asociaciones de trabajadores con las asociaciones de productores* a fin de ayudar a identificar temas y capacidades comunes que permitan responder mejor a las crisis.

CONSIDERACIONES AMBIENTALES

Las dimensiones ambientales de la producción cafetalera y del procesamiento poscosecha, son sumamente complejas. La selección de tecnología y otras decisiones tomadas por los productores afectan la calidad ambiental en la finca, y también pueden tener importantes efectos ambientales en el plano regional y mundial. Los vínculos entre las actividades agrícolas y la calidad del ambiente (es decir, las externalidades ambientales) no son exclusivos del café. Sin embargo, los efectos ambientales de la producción y el procesamiento poscosecha son sorprendentes porque a menudo tienen lugar en zonas ambientales sensibles que influyen en la salud general de los grandes ecosistemas, incluyendo la biodiversidad,

22. PET es un programa permanente de alivio de la pobreza rural que se puede ampliar en época de crisis económica o desastres naturales.

la erosión del suelo y del agua, patrones de lluvia y temperatura, flujo hídrico y calidad de las cuencas, fijación de carbono, etc. (Halweil, 2002; Fleischer, 2002).²³

Mesoamérica, que incluye todo Centroamérica (Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras y Nicaragua, junto con Belice, Panamá y partes del sur de México) ha sido nombrada como uno de los puntos críticos de biodiversidad a nivel mundial –un área de gran biodiversidad que se encuentra bajo seria amenaza (Pagiola y Ruthenberg, de próxima publicación). Asimismo, muchas zonas cafetaleras son ecosistemas particularmente frágiles en vista de que se ubican en tierra altas y en pendientes montañosas.

El café es un componente importante de las zonas forestadas y protegidas en los países centroamericanos. En El Salvador, la zona cafetalera es diez veces más grande que todo el sistema de áreas protegidas. El papel potencial del café ecológico reviste mayor trascendencia cuando se toma en cuenta su ubicación. Muchas zonas cafetaleras están cerca de áreas protegidas, expandiendo su área y conectándolas entre sí, por lo tanto, el café ecológico podría extender las áreas protegidas de manera considerable. Este papel es particularmente esencial en países como El Salvador, donde las áreas protegidas son pequeñas y están aisladas.

Economía del café y aspectos ambientales

Al referirse a las dimensiones ambientales de la producción y del procesamiento poscosecha del café, es necesario destacar dos puntos fundamentales:

a) Los aspectos medioambientales en la producción y el procesamiento poscosecha del café son importantes en todos los niveles de tecnificación, desde los pequeños productores que usan métodos tradicionales de producción y procesamiento con pocos insumos,

hasta los productores grandes que emplean cantidades sustanciales de insumos para lograr un alto rendimiento, así como para las grandes empresas de procesamiento poscosecha. Por lo tanto, no es posible generalizar diciendo que los pequeños productores son “buenos administradores” y que los grandes productores son “malos administradores” del ambiente. Todos los productores de café pueden influir positiva y/o negativamente en el ambiente, dependiendo de las condiciones agroecológicas iniciales, de la selección de tecnologías y de otras decisiones.

b) En años recientes, tanto los altos como los bajos precios han afectado la selección de tecnologías y otras decisiones tomadas por los caficultores en Centroamérica y, por ende, el potencial de generar efectos ambientales negativos. Este punto es significativo, ya que el enfoque actual está en el efecto ambiental negativo de los bajos precios del café. En consecuencia, es importante considerar formas de propiciar prácticas ambientales sostenibles, sin importar los niveles de precios.

El café puede cultivarse en condiciones cuyas funciones asemejen un bosque natural y, por ello, pueden ofrecer muchos de los beneficios ambientales de un bosque natural.²⁴ La manera tradicional de producir café en Centroamérica, utilizando árboles nativos que proporcionan sombra e intercalando productos básicos y otros cultivos perennes o anuales, no solo conserva el suelo y el agua al igual que un bosque, sino que además sustenta una diversidad de plantas y animales, y sirve de moderador natural del microclima. Asimismo, con los métodos tradicionales de producción del café, los agricultores tienen un medio natural de diversificar los ingresos e, incluso, de ayudar a manejar los riesgos en el

23. La reciente nota sobre tecnología agrícola del RDV redactada por Gerd Fleischer (y los documentos de antecedentes preparados para la nota) proporciona un examen de la literatura sobre las dimensiones ambientales del café.

24. Debido a las tierra altas y las zonas de alta precipitación donde se cultiva gran parte del café en Centroamérica, las condiciones de funcionamiento a menudo se asemejan a las de un bosque húmedo natural.

Cuadro 9.1. El café y las áreas protegidas en Centroamérica (en km cuadrados)

	Área total	Área forestada	Área protegida	Café	Cacao
Costa Rica	51.100	12.480	7.006	1.000	200
El Salvador	21.040	1.050	102	1.650	4
Guatemala	108.890	38.410	18.277	2.600	45
Honduras	112.090	41.150	11.120	2.490	58
Nicaragua	130.000	55.600	9.638	941	13

Fuente: Banco Mundial, 2001

precio y rendimiento del café (por ejemplo, plagas y enfermedades relacionadas con el clima) en vista de que la madera, los alimentos y las plantas medicinales, etc., se pueden derivar ingresos adicionales y/o contribuir con el consumo doméstico. Además, los métodos tradicionales eran formas efectivas de generar fertilizantes orgánicos y brindar protección natural contra la mayoría de las plagas y enfermedades. De hecho, según Halweil (2002), el café, si se cultiva adecuadamente, puede ser una de las pocas industrias humanas que, de hecho, restablecen la salud de la tierra.

En Centroamérica, el café cultivado en la sombra, –en contraposición al café cultivado sin sombra (café de ‘sol’ o ‘tecnificado’) –ofrece la mejor oportunidad de producir de manera ecológica, en especial en la forma de producción más tradicional (denominada ‘rústica’) con copas de diversas especies de árboles nativos. Una gran proporción de la producción cafetalera de mesoamérica se cultiva bajo sombra. Las áreas extensas también cumplen con los criterios básicos para la producción orgánica –principalmente por omisión, debido a la incapacidad de los agricultores de costear insumos modernos.

En toda Centroamérica, la producción de café cultivado en la sombra ha estado bajo presión. La conversión a variedades de café de sol de mayor rendimiento se promovió intensamente en los años setenta, con el propósito de aumentar los ingresos de los agricultores y reducir el riesgo

de propagación de la roya del café, una enfermedad causada por hongos. Los precios relativamente altos en los ochenta y noventa, también incentivaron la conversión de la producción de café con sombra a tecnologías intermedias y a café tecnificado con menos sombra y mayor uso de agroquímicos, a fin de aumentar la productividad de la tierra cultivada con café.²⁵ En algunos casos, la introducción de variedades de café de mayor rendimiento en densidades más altas de árboles/tierra y el mayor uso de agroquímicos ha llevado a los caficultores tradicionales a talar los árboles y abandonar la biodiversidad y los cultivos intercalados. Asimismo, se expandió la producción de café en áreas con una cubierta de bosque natural. Por otro lado, los bajos precios del café prevalentes en años recientes han impulsado a algunos productores a abandonar el cultivo del café cortando los cafetos y los árboles de sombra, alentando así la deforestación de bosques adyacentes en un intento por aumentar las fuentes de ingreso (Pagiola y Ruthenberg, de próxima publicación).²⁶ En el Cuadro 9.2, se presenta la asignación estimada de tierras cultivadas con café para diferentes niveles de tecnología a principios de los noventa, por país.

Con base en datos de principios de los noventa, podemos observar en el Cuadro 9.2, que cerca del 25 por ciento del área total de café en los países centroamericanos fue producida con métodos tecnificados, en comparación con un 44 por ciento producido mediante métodos tradicio-

25. En muchos casos, los servicios estatales de apoyo, como los programas de asistencia técnica y extensión, así como los programas de crédito, brindaban incentivos a los productores para que cambiaran a niveles de tecnología superiores.

26. En decenios recientes, se ha observado un cambio en la producción cafetalera a café de ‘sol’, cultivado sin sombra, o a cultivos anuales o pastizales, todo lo cual proporciona beneficios ambientales considerablemente menores que los del café cultivado a la sombra.

Cuadro 9.2. Área cultivada con café (en miles de hectáreas) y nivel tecnológico

NIVEL TECNOLÓGICO

Pais	Área tradicional cultivada	Área intermedia cultivada	Área "tecnificada" cultivada	Área total de café	Porcentaje tradicional	Porcentaje tecnología intermedia	Porcentaje "tecnificado"
Costa Rica	11	54	43	108	10%	50%	40%
El Salvador	152	0	13	165	92%	0%	8%
Guatemala	110	86	49	245	45%	35%	20%
Honduras	30	100	70	200	15%	50%	35%
Nicaragua	53	14	27	94	56%	14%	29%
TOTAL	356	254	202	812	44%	31%	25%

Fuente: Rice y Ward (1996)

Notas: Datos para 1993, salvo los datos de Nicaragua que corresponden a 1984.

nales y un 31 por ciento con tecnologías intermedias. Sin embargo, existen considerables diferencias en cuanto a los niveles de tecnología empleados en los diferentes países. Por ejemplo, en Costa Rica cerca del 40 por ciento de la producción estaba tecnificada y aproximadamente un 50 por ciento usaba tecnología intermedia y solo un 10 por ciento empleaba tecnologías tradicionales. En el otro extremo, en El Salvador cerca del 92 por ciento del área cafetalera empleaba métodos tradicionales. Es importante recordar que, como se señaló anteriormente, debido a la tendencia hacia una baja productividad por área de terreno con tecnologías tradicionales, en comparación con niveles tecnológicos superiores, la producción de café mediante las diversas tecnologías está sesgada en favor de métodos más tecnificados. Por lo tanto, aunque casi la mitad del área cultivada podría dedicarse a tecnologías tradicionales, es posible que esto represente menos de la cuarta parte de la producción cafetalera.

Las condiciones ambientales específicas al sitio, incluyendo el suelo y el microclima, determinan si el uso de las nuevas tecnologías de variedades de café y agroquímicos es apropiado. En casos donde la adopción de nuevas variedades y agroquímicos se introdujo como un "paquete", sin la debida consideración por la sostenibilidad ambiental, se ha logrado aumentar la producción. Desafortunadamente, la deci-

sión de "tecnificar" la producción ha sido a veces una propuesta en la que todos pierden; las nuevas variedades y el mayor uso de agroquímicos no ha dado como resultado rendimientos más altos. El uso de las nuevas tecnologías ha alterado el ecosistema natural, forzando a los caficultores a aumentar constantemente la cantidad de agroquímicos que aplican. Estas prácticas no solo han sido dañinas para el medio ambiente, sino que también han reducido la competitividad de las empresas cafetaleras.

Consideraciones ambientales generales en torno a la producción de café

Las principales consideraciones ambientales relativas a la producción del café, desde la cereza hasta el café tostado, son la administración del cafetal, la preservación de la biodiversidad, la conservación del suelo y del agua, el uso de agroquímicos y el consumo de agua durante el procesamiento poscosecha. Los problemas ambientales más notables ocurren en estas áreas y se relacionan con la falta de conocimiento ambiental y de sostenibilidad de la actividad.

Administración de fincas y uso de la tierra. Sin importar el método utilizado para la producción del café, la buena administración del cafetal es clave, incluyendo:

- El uso apropiado de agroquímicos para el control de plagas (plaguicidas) y para mejorar el rendimiento (fertilizantes),
- El mantenimiento no solo de los cafetos, sino también de los árboles de sombra y el uso de tipos y densidades adecuadas de árboles,
- La conservación del suelo y del agua a través del control de la erosión con siembra de contorno y cubierta de tierra adecuada,
- El manejo de desechos en los cafetales, incluyendo el reciclaje de residuos (pulpa, agua).

Sin embargo, muchos pequeños caficultores tienen otras prioridades y se dedican a otras actividades. Por lo tanto, los esfuerzos tienden a enfocarse en la cosecha, dejando los cafetales olvidados el resto del año.

Biodiversidad. Los cafetales tradicionales solían tener niveles de biodiversidad parecidos a los bosques naturales. A medida que la cantidad de agroquímicos ha aumentado con la "tecnificación" de la producción cafetalera, los niveles de biodiversidad naturales han disminuido lentamente. La preservación de la biodiversidad es una parte fundamental de la sostenibilidad, ya que la cobertura provee abrigo a los animales y mantiene un equilibrio en las plagas y enfermedades que se encuentran naturalmente en el ecosistema. Por otro lado, la producción intensificada del café considera a cualquier otro cultivo como un competidor potencial. En algunos casos, el café se produce en zonas más apropiadas para otros cultivos o bosques, con consecuencias negativas para la biodiversidad y el ecosistema.

Conservación del suelo y del agua. La producción cafetalera "tecnificada" con el uso intensivo de agroquímicos deja el suelo en un estado de desequilibrio ecológico, sin capacidad de reciclar los nutrientes necesarios y limitando su habilidad de retener el agua. Aun más, el riesgo de erosión aumenta al no haber suficiente cubierta de tierra para fijar el suelo y ayudar al agua a infiltrarse al acuífero y mantener húmedo el suelo. Dado que muchas veces el café se cultiva

en pendientes, existe un riesgo aun mayor de perder la fértil capa superior de humus, la cual es esencial para la buena calidad del café.

Uso del agua. El beneficio húmedo del café requiere grandes cantidades de agua (de 200 a 500 litros para producir 46 kg de granos verdes). El proceso es el mismo si se lleva a cabo en una central de beneficiado grande o en pequeña escala, a cargo de los caficultores individuales. Dada la gran cantidad de agua utilizada, los beneficios tienden a ubicarse cerca de ríos (y en algunos casos en el río). El agua que se usa en el procesamiento del café es altamente contaminante, contiene azúcar de la pulpa y residuos de la fermentación. La descarga del agua directamente a la corriente o al río no solo contamina el agua, destruyendo la flora y fauna acuática además del entorno, sino que también contamina el agua potable de las comunidades río abajo. Durante el pico de la cosecha, el productor individual vuelve a utilizar la misma agua para acelerar el proceso de fermentación del próximo lote. Sin embargo, reciclar el agua de fermentación puede afectar la calidad del café.

Aspectos ambientales de las estrategias dirigidas a mejorar la crisis cafetalera

Para decidir si se debe apoyar o no una estrategia de mayor competitividad en la producción de café o la diversificación fuera de este sector, los productores hacen una elección indirecta con respecto al efecto en el entorno. Es difícil determinar con precisión cuáles serán las consecuencias ambientales de cada estrategia, ya sean positivas o negativas. A continuación se abordan algunos vínculos potenciales entre una mayor competitividad, la diversificación y el entorno.

En el caso de suelos que no son aptos para ningún otro uso agrícola, y de cuencas y bosques importantes, el pago por servicios ambientales puede convertirse en una alternativa de medio de vida viable o, al menos, una fuente de ingresos complementaria por el uso sostenible de la tierra. La tierra puede ser protegida para conservar los bosques, para aislar agua y carbono, para crear

parques públicos o para otros usos de beneficio para el ambiente.

Si bien el Banco Mundial y otras instituciones de desarrollo podrían estar prestando gran atención a los pequeños caficultores, es importante incluir a los medianos y grandes productores en los programas cafetaleros sostenibles. Su participación es fundamental para cualquier estrategia con énfasis ambiental y para cualquier plan de desarrollo rural integral. Muchos de estos grandes productores tienen importantes contactos para la comercialización, destrezas y experiencia, e incluso podrían estar en mejores condiciones para adoptar tecnologías alternativas. Los pequeños caficultores de las zonas circunvecinas podrían aprovechar estas condiciones para llegar a los mercados de café con primas. Finalmente, los grandes productores son una importante fuente de empleo.

Efectos ambientales de una estrategia dirigida a mejorar la competitividad

- *Biodiversidad.* Cambiar hacia cafés especiales implica el manejo del bosque de sombra y la adopción de un método proactivo para mejorar la biodiversidad y el ecosistema, así como la conservación del suelo y del agua. Aparte de beneficiar el medio ambiente, esta estrategia puede generar beneficios económicos para el productor si le abre acceso a mercados que venden productos ecológicos con sobrepuestos.
- *Uso de tecnologías más limpias.* Las medidas de conservación y reciclaje de agua aplicadas tanto en beneficios grandes como pequeños, se pueden asociar de manera indirecta con el control de la calidad.
- *Administración de la finca.* Los buenos procedimientos de administración incluyen el control de la erosión, el uso racional de agroquímicos, y el manejo de la sombra y de los desechos, junto con el uso de variedades resistentes, la cosecha de cerezas maduras, y la preparación y limpieza adecuada del cafetal después de la cosecha. Un ca-

fetal bien administrado desde la perspectiva medioambiental se asocia directa y positivamente con la calidad: por ejemplo, a través de la prevención de defectos y la uniformidad de las cerezas cosechadas.

- *Café orgánico.* La producción de café orgánico comprende varias actividades con efectos positivos para el ambiente. La disminución en el uso de agroquímicos y el enfoque en el manejo de la sombra, aumenta el nivel de biodiversidad. Además, eleva la conciencia ambiental del consumidor.
- *Conocimiento e información.* El mejoramiento de la calidad del café requiere de conocimiento e información. Esto se puede suministrar a través de la asistencia técnica al pequeño productor en zonas retiradas, y se puede ofrecer a través de ONGs y otras instituciones científicas de investigación de la producción del café.

Efectos ambientales de una estrategia de diversificación

- *Biodiversidad.* El principal efecto negativo de la diversificación a otros cultivos o a actividades no agrícolas incluye la posibilidad de destruir el bosque de sombra existente. Si no se adoptan las medidas de mitigación necesarias, el desbroce de tierras para el desarrollo de actividades no agrícolas tendrá un efecto negativo en el ecosistema, la biodiversidad y la conservación de suelos y agua. Una evaluación del impacto ambiental en cada caso puede asegurar que solo se realicen actividades sin *ningún* impacto ambiental negativo.
- *Condiciones agroecológicas.* La combinación de cultivos con el café y/o con los nuevos cultivos posiblemente no sea adecuada para las condiciones agroecológicas, y podrían afectar negativamente el ambiente.
- *Asistencia técnica.* El acceso a la asistencia técnica es el elemento clave para tomar una decisión calificada sobre la introducción de nuevos cultivos u otras actividades no agrícolas. Esto reviste especial importancia si se está diversificando con cultivos poco conocidos por los agricultores.

Experiencia en América Latina con el café cultivado a la sombra²⁷

El Banco Mundial y el Fondo para el Medio Ambiente Mundial (GEF) se han interesado en el café cultivado en la sombra debido a su potencial para abordar de manera simultánea los aspectos de desarrollo local y los aspectos más generales relacionados con el ambiente. En América Latina, el GEF y el Banco Mundial han financiado dos proyectos²⁸ por medio de su ventana de donaciones de mediano tamaño, a fin de promover el café de sombra como parte de una estrategia de conservación de la biodiversidad: el proyecto de promoción de la conservación de la biodiversidad dentro de las zonas cafetaleras, en El Salvador, y el proyecto de la Reserva de la Biosfera El Triunfo: para el mejoramiento del hábitat en zonas productivas, en Chiapas, México. Ambos proyectos tienen objetivos similares, pero utilizan enfoques diferentes y están siendo ejecutados en diversos contextos, brindando una valiosa oportunidad de ver el mecanismo en funcionamiento. El proyecto de El Salvador concluyó recientemente, y el de Chiapas está en su último año de ejecución.

Los resultados y las lecciones derivadas de estos dos proyectos incluyen:

La conservación de la biodiversidad, la producción de café y la reducción de la pobreza, pueden combinarse.²⁹ El proyecto de Chiapas ha demostrado que la innovación y un mecanismo sostenible de mercado permite a las comunidades pobres mejorar significativamente su medio de vida al aumentar los ingresos derivados del cultivo del café y proteger la biodiversidad de valor mundial. El enfoque del proyecto descansa en tres pilares del desarrollo sostenible:

- Sostenibilidad económica: los caficultores locales y sus comunidades están ganando

más que nunca antes (cerca de un 20 por ciento de aumento en el ingreso) produciendo y comercializando café ecológico.

- Sostenibilidad ambiental: en lugar de talar árboles para expandir la producción, el incentivo del pequeño agricultor ahora es protegerlos porque son el elemento clave del aumento en sus ganancias.
- Sostenibilidad social: las comunidades locales están mejor organizadas y sus organizaciones son mejor administradas al fortalecerse la capacidad de aplicar herramientas participativas y técnicas a planes de manejo de los recursos naturales de la comunidad y planes de desarrollo, la ejecución y la evaluación de los planes.

El resultado es que un proyecto pequeño con poco presupuesto ha cambiado la dinámica amenazante de la deforestación y la pobreza persistente. Se ha demostrado que en un área sumamente marginal, pobre, remota pero rica en biodiversidad, los pequeños agricultores han mejorado su medio de vida de manera tangible, contribuyendo a la vez con el entorno local, regional y mundial. Por estos resultados, el proyecto ha sido seleccionado para incluirlo en una crónica en el Informe sobre el Desarrollo Mundial 2003.

Prestar atención a los mercados y a la comercialización es clave al promover el concepto de café cultivado a la sombra. Ambos proyectos tuvieron que ser 'reconvertidos' después de iniciados, a fin de incorporar mejor estos aspectos y fortalecer la capacidad de las asociaciones de productores de evaluar y tener acceso a los mercados. En el diseño original de los proyectos se contempló un estudio de mercadotecnia bastante sencillo y modesto, pero en una situación donde aun no se ha desarrollado mercado para un producto y, en consecuencia, no existen

27. Redactado por Ina-Marlene Ruthenberg

28. Un proyecto en Uganda y otro en Nicaragua incluyeron estudios sobre algunos aspectos de la producción de café sostenible en el contexto de proyectos más grandes, con objetivos más amplios.

29. El proyecto de El Triunfo, en Chiapas, México, aparece en el Informe sobre el Desarrollo Mundial 2003 por haber combinado exitosamente la sostenibilidad económica, ambiental y social. La siguiente información ha sido extraída de una nota de antecedentes preparada por el Informe sobre el Desarrollo Mundial. Si desea más información sobre el proyecto, sírvase visitar la página electrónica: http://wbi0018.worldbank.org/me_eltriunfo/me_eltriunfoar.nsf

datos sobre este mercado, este enfoque resultó ser insuficiente. Luego de un año de ejecución, el proyecto de Chiapas reorientó sus recursos para enfocarse en los aspectos de comercialización y fortalecimiento institucional de las organizaciones de productores, a fin de que tengan acceso y pongan a prueba el naciente mercado para café ecológico. El trato negociado por Conservation International y Starbucks sin duda alguna dio impulso a la posibilidad de vender este café, pero el desafío ha sido mantener la relación con Starbucks y diversificar sus ventas con otras compañías para evitar depender de una sola empresa. Sin embargo, para poder entregar siempre un producto de alta calidad, de manera oportuna, en mercados internacionales exigentes, es necesario que las agrupaciones campesinas de productores tengan conocimientos especializados sobre el negocio y destrezas administrativas. Tres años después, es obvio que parte del beneficio económico que pudieron obtener los caficultores mediante el proyecto de Chiapas se debió a que vendieron directamente a los tostadores de café en el país importador, que reconocieron la alta calidad del producto. Por lo tanto, el proyecto demuestra que es posible desarrollar esta capacidad, pero que se trata de un proceso que involucra un apoyo enfocado y diseñado a la medida.

¿El mercado otorga primas por el café ecológico? Los dos proyectos financiados por GEF/BIRF en el Corredor Mesoamericano, promovieron el café cultivado a la sombra bajo la hipótesis de poder aprovechar la disponibilidad de los consumidores de pagar por la conservación induciéndolos a pagar una prima por el café ecológico cultivado a la sombra. La creencia de que los consumidores estarían dispuestos a pagar un sobreprecio por el café ecológico, se basa en el rápido crecimiento del mercado de café gourmet y especial, y en el éxito de otros cafés 'relacionados con la causa' o de otras 'historias', incluyendo las del café orgánico y de Comercio Justo (Rice y McLean, 1999). Las ventas de café

especial superaron los US\$5 mil millones en 2000 tan solo en Estados Unidos, y se espera que continúen aumentando a un ritmo del 5-10 por ciento anual (Giovannucci, 2001). Existen señales inequívocas que indican que tratar de aprovechar la anuencia de los consumidores a pagar por la conservación de la biodiversidad, puede ser una alternativa viable. El café del proyecto de Chiapas se ha logrado vender en repetidas ocasiones con un sobreprecio, sin embargo, esa prima se derivó principalmente de la certificación del café como orgánico. Las ventas no han recibido ninguna prima adicional por el café de sombra certificado, proceso que aún está en desarrollo. El proyecto de El Salvador ha avanzado más en la cantidad de fincas que han sido certificadas por cultivar café a la sombra, pero las ventas han sido más limitadas en vista de que el mercado no estaba pagando una prima tan alta. Contrario a la 'certificación del café de sombra' en el proyecto de Chiapas, la certificación en El Salvador no incluye el aspecto orgánico como un principio y permite un uso limitado y bien específico de agroquímicos, enfoque que no representa ningún problema en el marco de las consideraciones sobre biodiversidad, pero que actualmente no tiene tanta demanda en el mercado.

La certificación ecológica tiene muchas caras. Si bien existe un conjunto de criterios para el café de sombra³⁰ –muchos actores, muchos conceptos y diversas situaciones locales dificultan la aplicación de los criterios en cada microclima. El Salvador, con la etiqueta ECO-OK de la Alianza para Bosques, promueve un Manejo Integrado de Plagas que permite aplicar de manera limitada algunos agroquímicos sintéticos. Este enfoque fue escogido para El Salvador en vista de que la mayoría de los agricultores participantes eran de mediano tamaño y ya estaban aplicando algunas sustancias químicas, por lo que una conversión a lo orgánico habría tomado mucho tiempo. En Chiapas, la situación era muy distinta. La región donde se ejecutó el proyecto es remota y los pequeños agricultores son muy marginales y pobres. Los servicios agrícolas y la asistencia técnica

30. Criterio del Smithsonian Migratory Birds Center para el café cultivado a la sombra.

aun no han llegado ahí, y ellos producían su café sin químicos ni fertilizantes. Sin embargo, entre estos agricultores surgió la tendencia de copiar el sistema de producción 'tecnificada' de algunas fincas de mayor tamaño en el área, a fin de aumentar los rendimientos. En su lugar, el proyecto aprovechó el movimiento del café orgánico en Chiapas, que recibió apoyo, entre otros, de una cooperativa sólida, bien establecida, auspiciada por la iglesia católica.

Se tomó la decisión considerando principalmente el reconocimiento que le otorga el mercado a las primas para los cafés orgánicos. La misma ha permitido a tres de los siete grupos de productores incluidos en el proyecto obtener sobrepuestos de hasta un 100 por ciento en la mayor parte de su cosecha para el año 2001, aunque lo más típico ha sido el 40 por ciento. El enfoque de México de un 'super sello', desarrollado en el marco del proyecto El Triunfo, en Chiapas, combina elementos de tres tipos de certificación –orgánica, de Comercio Justo y ecológica. Este enfoque de la certificación se está convirtiendo en el primer criterio a nivel nacional, en vista de que el Consejo Mexicano del Café lo avala y lo promueve.

Calidad, calidad, calidad. Ni la certificación de café orgánico o de Comercio Justo ni la mejor historia sobre el ambiente logrará vender café con una prima si la calidad no es buena. Esta es la dura lección que aprendieron los productores de café en ambos proyectos, así como conservacionistas bien intencionados. Por lo tanto, una asistencia técnica permanente, eficiente y oportuna para producir y procesar café de alta calidad, es un elemento importante para promover el cultivo de café 'a la sombra' si los agricultores desean vender su café con una prima en el mercado.

La participación de la sociedad civil y las alianzas desarrollan el entorno propicio necesario para promover e incorporar el concepto del café cultivado a la sombra. El proyecto de El Salvador logró desarrollar un claro entendimiento sobre el café ecológico en el país informando

a la sociedad civil y fortaleciendo la política cafetalera del gobierno a fin de integrar aspectos del café de sombra. Asimismo, el país ha identificado el café de sombra como un patrimonio nacional, con la creación de un Parque Nacional de Café. El proyecto de Chiapas también ha invertido fuertemente en las alianzas, iniciando una Mesa Redonda de El Triunfo para reunir a entidades estatales, instituciones académicas y ONGs locales e internacionales. Al compartir información y conceptos se ha mejorado la coordinación y se han creado nuevas áreas de colaboración, por ejemplo, en materia de acceso al crédito y a la asistencia técnica. Tanto la Asociación Nacional de Café como el Ministerio de Agricultura (SAGARPA) de México han manifestado su interés en promover el concepto del café cultivado a la sombra con base en el trabajo realizado en Chiapas, y contempla la posibilidad de integrar elementos del concepto a los sistemas nacionales de apoyo a la producción cafetalera.

ASPECTOS INSTITUCIONALES Y DE POLÍTICA COMERCIAL

Desde los noventa, el sector cafetalero mundial ha experimentado cambios estructurales importantes, que definirán el curso de la industria durante el próximo decenio y más allá. Para apoyar la industria en el futuro, las instituciones cafetaleras en Centroamérica deben reexaminar su papel y sus estrategias, y ayudar a identificar nuevas oportunidades.

Muchas instituciones y organizaciones operan en el sector cafetalero en Centroamérica, desde ministerios, institutos y consejos nacionales del café, asociaciones privadas, centros de investigación y extensión, hasta ONGs y organismos regionales. Los grupos del sector privado también juegan un papel importante en áreas como la exportación, el procesamiento, la banca, la transferencia de tecnología y la información del mercado.

En la región se observan claras diferencias en cuanto al alcance y la fortaleza de las instituciones existentes. Algunos países poseen una sólida capacidad institucional, con estrategias

claras y programas técnicos, sociales y económicos bien definidos; otros, poseen instituciones públicas con papeles bien definidos pero una débil capacidad institucional. Las instituciones en algunos países han comenzado a modernizar sus procesos y a desarrollar una orientación hacia el mercado y los servicios. Sin embargo, en algunos casos, regulaciones obsoletas imponen costos de transacción excesivos. En muchos países, las asociaciones de productores fragmentadas contrastan con asociaciones de beneficiadores y exportadores sólidas. La mayoría de los países carecen de políticas y estrategias nacionales coherentes, que guíen y controlen la gran cantidad de instituciones involucradas en el sector cafetalero.

El objetivo de esta sección *no* es presentar un examen exhaustivo del desempeño de las instituciones y organizaciones cafetaleras en el pasado, sino enfocarse en el futuro: para identificar áreas en las cuales estas entidades puedan jugar un papel clave facilitando una transición competitiva para el sector cafetalero y el desarrollo sostenible de la economía rural. La sección comienza con una breve presentación sobre las principales instituciones cafetaleras en Centroamérica, para luego concentrarse en cómo las instituciones y organizaciones pueden apoyar el desarrollo y la competitividad del café de calidad, con un enfoque especial en políticas comerciales adecuadas.

Breve descripción de las instituciones cafetaleras en Centroamérica

Tradicionalmente, los sectores cafetaleros en Centroamérica han estado en manos del sector privado. Durante la época de las cuotas, en el marco del Acuerdo Internacional del Café, se necesitaban instituciones locales para administrar las cuotas de exportación. Desde la suspensión de estas cuotas, en 1989, las instituciones públicas y privadas siguen jugando un papel importante en el sector.

Las principales instituciones públicas en este sector son:

- Costa Rica: ICAFE
- El Salvador: Consejo Salvadoreño del Café

(CSC); PROCAFE

- Guatemala: ANACAFE
- Honduras: IHCAFE; Consejo Nacional del Café (CNC); Fondo Cafetero Nacional (FCN)
- Nicaragua: Ministerio de Agricultura (MAGFOR)

Existen diferencias en cuanto a las funciones y la efectividad de estas instituciones. Tanto en Guatemala como en Costa Rica, se considera que las instituciones públicas son sólidas y que tienen estrategias claras para sus programas técnicos, sociales y económicos. En El Salvador, la función de la institución pública está dividida entre el CSC y PROCAFE, siendo el primero más un ente de coordinación política, comercialización y contabilidad, mientras el segundo se ocupa de los aspectos técnicos y de extensión. En Honduras, si bien las instituciones públicas actualmente han definido mejor su papel y son más transparentes, aun tienen que probar su efectividad. En Nicaragua, los asuntos relacionados con el café están a cargo del Ministerio de Agricultura. Dado que muchas de estas instituciones públicas obtienen gran parte de su presupuesto de operación de un gravamen a las exportaciones de café, actualmente enfrentan considerables dificultades financieras debido a los muy bajos precios internacionales.

Además de las instituciones públicas en los países centroamericanos, existen entes privados involucrados en el sector cafetalero. Se trata principalmente de asociaciones del sector privado que, por lo general, están fragmentadas, con la posible excepción de las asociaciones de exportadores. Existen varias asociaciones de productores bien organizadas que permiten un equilibrio a los productores más grandes y a las compañías de procesamiento y exportación. Típicamente, estas organizaciones se desarrollan en el ámbito de las ONGs y de entidades cooperativas de desarrollo. Existen además algunas organizaciones de productores exitosas, incluyendo FEDECOCAGUA en Guatemala, UCRAPROBEX en El Salvador, PRODECOOP en Nicaragua y COOCAFE en Costa Rica, entre otras. Estas organizaciones han nivelado el campo de juego para

los agricultores más pequeños y han obtenido acceso a los mercados internacionales.

Las asociaciones e instituciones han desarrollado alianzas con otros actores en la economía nacional e internacional del café. El propósito y enfoque de estas alianzas varían, aunque todas persiguen el objetivo general de mejorar los servicios y, con suerte, generar mayores ingresos para sus miembros. Algunos ejemplos de tales alianzas son los siguientes:

- ANACAFE, IHCAFE e ICAFE han negociado con instituciones financieras a fin de brindar la asistencia técnica requerida para otorgar préstamos a sus miembros.
- Las asociaciones cafetaleras en Centroamérica han firmado cartas de entendimiento con la Asociación de Cafés Especiales de Estados Unidos (SCAA) para obtener capacitación y asistencia técnica, y tener voz en la industria del café especial.
- Algunas cooperativas han negociado contratos de largo plazo con los tostadores para garantizar el uso del café producido por sus afiliados en las mezclas y marcas del tostador.
- Algunas cooperativas han tenido mucho éxito al vender su producto a organizaciones de Comercio Justo y promover las exportaciones de café orgánico con primas considerables. Algunas incluso han obtenido financiamiento de fuentes externas vinculadas con la producción y exportación de cafés de Comercio Justo y orgánico.

Apoyo a la competitividad del café de calidad

El papel de los ministerios nacionales, institutos cafetaleros, consejos y asociaciones de apoyo a la competitividad del sector cafetalero, comienza con la definición de una estrategia y la obtención de un consenso en torno a ella. Muchos aún tienen que desarrollar medidas coordinadas en todo el sector que reflejen una combinación de prioridades sociales, capacidad económica y determinación política. Éstas deben ser aprovecha-

das en programas de largo plazo que produzcan algunos resultados claros en el corto plazo.

La falta de políticas coherentes en el sector cafetalero a menudo impide el desarrollo de una estrategia sectorial unida. Al no poder desarrollar esta estrategia, se tiende a desperdiciar recursos, a duplicar esfuerzos, a confundir o alienar a los participantes en el sector y, en consecuencia, a reducir la competitividad de las exportaciones de café del país. En vista de que las instituciones ayudan a determinar y a ejecutar las políticas, una evaluación y un análisis institucional integral sería de gran utilidad para muchos países. La clave del éxito de todas estas instituciones gira en torno a tres factores:

1. Una política cohesiva y una estrategia posterior que sean determinadas mediante un proceso participativo que involucre a todos los actores clave del sector.
2. Una gestión firme, orientada a los negocios por objetivos para una operación simple y eficiente.
3. Procedimientos de seguimiento y evaluación claramente establecidos, que garanticen la rendición de cuentas y la transparencia.

Para ser efectiva, cualquier estrategia sectorial requiere un enfoque sistémico que se adopte por completo en toda la cadena de producción, procesamiento y exportación de café. Las instituciones son fundamentales para alentar la adopción generalizada de estrategias que reciban el apoyo de todo el sector. Las mismas desempeñan funciones clave y, con respaldo del gobierno, podrían:

- *Definir estándares e incentivos para la producción de calidad y la competitividad.* Identificar, evaluar y apoyar la producción de café de calidad requiere, ante todo, un consenso entre las principales instituciones cafetaleras sobre lo que significa producir café de calidad. Esto puede incluir el reconocimiento legal de normas y estándares definidos por el mercado. Una vez definida la calidad, se puede proceder brindando apoyo institucional

a la producción y al procesamiento competitivos de café de calidad. También es necesario promover en el mercado cafés de calidad. En este sentido, establecer y poner en práctica los incentivos adecuados para reconocer la calidad en las diferentes fases de la cadena productiva, impulsará una producción de mejor calidad.

- *Promover la certificación de calidad:* Con el tiempo, el apoyo se puede extender para crear un sistema verosímil, imparcial e independiente para la certificación de calidad: uno que responda a los requisitos del mercado con respecto a la preferencia de los consumidores y los atributos ambientales y sociales del producto. Se pueden aplicar otros incentivos que fomenten la producción y el consumo de café de calidad en el mercado nacional. Un ejemplo positivo es el de Brasil. Sus programas de certificación del café para el mercado interno han promovido el consumo nacional e incrementado la calidad del producto.
- *Apoyar la organización y consolidación de operaciones pequeñas de producción.* Las instituciones pueden apoyar la consolidación e integración de la industria cafetalera, en especial, al trabajar con pequeños y medianos productores para habilitarlos a lograr mejores economías de escala, un volumen adecuado, un mejor control de calidad y un mayor acceso al mercado.
- *Brindar asistencia técnica y servicios de investigación y extensión a productores y beneficiadores.* Estas actividades deben ser dirigidas por el sector privado y responder directamente a sus necesidades, ya que pueden ser un elemento clave para potenciar a los pequeños productores y mejorar la calidad. Se puede brindar apoyo en dos áreas: adopción de prácticas óptimas para producir con calidad y evitar defectos, y desarrollo de capacidades para medir la calidad, a través de la catación y la evaluación física. Entidades como el IICA, CATIE, CIRAD, el programa regional para la caficultura (PROMECAFE), asociaciones e institutos nacionales cafetaleros y ONGs, además de expertos independientes, han estado trabajando en estas áreas.
- *Constituir alianzas.* Instituciones nacionales y asociaciones privadas han desarrollado alianzas con organizaciones nacionales y mundiales. Éstas varían en cuanto a propósito y enfoque, aunque el objetivo es proveer mejores servicios y asegurar ingresos más altos para sus miembros y para la industria cafetalera en general. Por ejemplo, ANACAFE, IHCAFE e ICAFE han diseñado esquemas individuales con instituciones financieras a fin de brindar la asistencia técnica requerida para suministrar crédito a sus miembros. Finalmente, las asociaciones cafetaleras y la Asociación de Cafés Especiales de Estados Unidos (SCAA) han firmado cartas de entendimiento para capacitación y asistencia.
- *Mejorar el acceso a los mercados.* También es importante crear alianzas para mejorar el acceso a los mercados. Por ejemplo, las asociaciones cooperativas han negociado cuotas para el café producido por sus afiliados en mercados alternativos con precios más altos, como el de Comercio Justo, además de contratos de largo plazo con tostadores, garantizando el uso del café de sus afiliados en las mezclas y marcas del tostador. El desarrollo de un marco jurídico en el cual se puedan sustentar las leyes internacionales que gobiernan los contratos de café, puede facilitar e impulsar el desarrollo de contratos a largo plazo y asegurar alianzas entre compradores y vendedores por medio de los cuales ambas partes puedan garantizar el desempeño. Otros pasos podrían incluir el desarrollo de sistemas de información de mercados para los productores de café con respecto a precios y mercados potenciales, y facilitar la asistencia técnica para el desarrollo de marcas, alianzas estratégicas y acceso al mercado.

Promover la competitividad del café también incluye definir y aplicar políticas de comercio adecuadas e incentivos para su inclusión en el mercado. El efecto indirecto de una mayor competitividad y mejores mecanismos de producción y certificación será un producto de mayor calidad lo que, a su vez, podría aumentar la demanda. En los países centroamericanos, una mayor apertura en el comercio del café podría incentivar a las industrias nacionales a mejorar, forzando así a los proveedores no competitivos –quienes típicamente son protegidos– a salir o pasar a otros sectores.

Política comercial

Las barreras al comercio afectan directamente la competitividad del café y debilitan indirectamente el potencial para el mejoramiento de la calidad. Tradicionalmente, las políticas de comercio e intercambio han discriminado en contra del café. El marco político actual ha sido mejorado mediante reformas políticas, particularmente en los años noventa, pero todavía existen importantes asuntos pendientes (véase el Cuadro X-1).

La región aún experimenta los efectos de las cuotas de exportación establecidas por la Organización Internacional del Café, las cuales requerían una fuerte intervención de los mercados de café al momento de su aplicación, estas cuotas se eliminaron en 1989. Los países centroamericanos han tratado las importaciones y exportaciones de manera asimétrica por lo que, mientras las importaciones solían estar protegidas, las exportaciones eran objeto de discriminación. Como parte de este tratamiento asimétrico, el café siempre ha sido discriminado a través de políticas comerciales y cambiarias lo que, en muchos casos, ha generado una tasa de protección negativa para este cultivo.

Los complejos procesos de exportación y sistemas tributarios no sirven como incentivos para la producción de calidad, la competitividad y la rentabilidad del café de calidad. Es importante examinar y corregir las políticas que reducen la competitividad y rentabilidad de las exportacio-

nes de café centroamericano. Las políticas podrían incluir la definición de estándares regionales y protocolos que establezcan criterios para el reconocimiento de las regiones cafetaleras (como café Antigua); la extensión de los beneficios fiscales para la importación de tecnologías limpias, como las de procesamiento del café, que no dañan el medio ambiente; la justificación o eliminación gradual de los impuestos de exportación que aún existan para el café;³¹ y la reducción de los costos de transacción y las barreras a través de la modernización de los procesos de exportación.

Finalmente, es importante incluir el café en las negociaciones comerciales, en especial en los mercados nuevos y en los mercados internos latinoamericanos. Además, es necesario estudiar los aranceles a la importación de café de la región. Mientras más bajos los aranceles, mayor competitividad e ingresos, y mayor potencial de aumento en la calidad.

Problema Consecuencia

El café fue excluido del libre comercio en el Acuerdo del Mercado Común Centroamericano suscrito en 1960. Los mercados nacionales para el café son pequeños, y las compañías cafetaleras no tienen la posibilidad de beneficiarse del más amplio mercado centroamericano concebido en el acuerdo de unión aduanera. El comercio cafetalero interregional se trata como importaciones de terceros países, restringiendo así el comercio del café y la inversión en la región. Esto también inhibe la coordinación de respuestas regionales a la crisis del café.

Las naciones cobran impuestos a la exportación y para los institutos y fondos cafetaleros. Los ingresos en divisas se pagan a la tasa de cambio oficial. Los impuestos y derechos, así como el castigo en la tasa de cambio, reducen la competitividad del precio del café. Estos impuestos y cargos alcanzan la suma anual de US\$25 millones para toda la región. Sin embargo, podría justificarse la imposición de un pequeño gravamen sobre las exportaciones para financiar los institutos cafetaleros estatales.

31. Podría justificarse cierto nivel de gravámenes a las exportaciones para financiar las instituciones públicas involucradas en el sector cafetalero, como están haciendo muchos países centroamericanos actualmente.

Se exige a los exportadores registrarse y depositar una fianza. Asimismo, previo al envío deben presentar un contrato de exportación ante las instituciones públicas. También se requieren certificados de exportación, además de un permiso de exportación del banco central para cada envío. Se erigen barreras a la entrada y los costos de transacción pueden ser considerables. Estos costos se disminuyen en alguna medida a través de las "ventanillas únicas de exportación", pero aun así, pueden seguir siendo onerosos. Lo anterior tiende a concentrar el mercado y a fortalecer la posición negociadora de comerciantes y exportadores, quienes ya participan en el negocio de la exportación y el comercio, restringiendo aún más la participación que el productor recibe por el valor de su producto.

Las cuotas nacionales de exportación eran comunes en los acuerdos anteriores de la OIC. La OIC actual no incluye cuotas. No obstante, aquellas cuotas dejaron un legado que incluye

leyes del café y organizaciones cuasi-públicas, que, entre otras responsabilidades, administraban las cuotas. Estas organizaciones se dedicaban a cobrar derechos e impuestos y a vigilar por el cumplimiento de regulaciones incómodas, sin prestar suficiente atención a la promoción del comercio, la facilitación del comercio y el mejoramiento de la calidad.

Todos estos controles, en gran parte sin un propósito constructivo, existen en una industria compuesta principalmente por agricultores pobres, quienes no pueden sobrellevar las crisis de precios o climáticas, y que aún deben mejorar la calidad. Las agencias y los consejos cafetaleros no deben interferir en la regulación del comercio, y deberían recaudar los impuestos y derechos con un mínimo de distorsión del mercado (en particular, se podría separar el aporte a los fondos cafetaleros del requisito regulador de la exportación y de los costos onerosos de transacción).

Referencias

- AGEXPRONT. (2002). "Programa de Diversificación Agrícola a Nivel Nacional", Asociación Gremial de Exportadores de Productos no Tradicionales, Programa Nacional de Recoversión Agrícola, Guatemala, febrero 2002.
- Akiyama Takamasa y Panos. Varangis. (1990). «The Impact of the International Coffee Agreement on Producing Countries», *The World Bank Economic Review*, Vol. 4, No. 2, mayo, pp. 157-173
- Banco Mundial (2001) World Bank Indicators 2001. Banco Mundial: Washington, D.C.
- Banco Mundial. (2001). El Salvador: Coffee Price Risk Management. Informe Fase 2. Washington, D.C.: Banco Mundial.
- . (2002). Nicaragua: Coffee Price Risk Management. Informe Fase 2. Washington, D.C.: Banco Mundial.
- Barghouti, Shawki, Carol Timmer y Paul Siegel. (1990). "Rural Diversification: Lessons from East Asia", Documento técnico 117. Banco Mundial: Washington, D.C.
- Barghouti, S. L. Garbas, D. Umali, editores (1992). "Trends in Agricultural Diversification: Regional Perspectives". Documento técnico 180. Banco Mundial: Washington, D.C.
- BID, USAID y BIRF. (2002). Managing the Competitive Transition of the Coffee Sector in Central America. Documento de trabajo preparado para el taller regional: La Crisis Cafetalera y su Impacto en Centroamérica: Situación y Líneas de Acción, Antigua, Guatemala, 3-5 abril, 2002.
- Chemonics International, Inc. (2002) "LAC Bureau: Diversification Options for Coffee Growing Areas in Central America". Presentado a LAC/USAID el 26 de marzo. *Mimeografía*
- Fleischer, G. (2002) "Sustainable Coffee". Rural Development (RDV) Agricultural Technology Nota No. 31. Banco Mundial: Washington, D.C.
- Flores Margarita, Adrian Bratescu, Jose Octavio Martinez, Jorge Oviedo, and Alicia Acosta. (2002). "Centroamérica: El impacto de la caída de los precios del Café", CEPAL, estudios y perspectivas, México, D.F., abril de 2002.
- Giovannucci, Daniele. (2000). "Food Quality Issues: Understanding HACCP and Other Quality Management Techniques". En *The Guide to Developing Agricultural Markets and Agro-enterprises*, Banco Mundial. http://wbln0018.worldbank.org/essd/essd.nsf/Agroenterprise/agro_guide
- . (2001). Sustainable Coffee Survey of the North American Specialty Coffee Industry. Montreal, Canadá: Commission for Environmental Cooperation and Long Beach, Calif.: Specialty Coffee Association of America.
- , ed. De próxima publicación. How Markets Influence Poverty and the Environment: The Transformative Power of Coffee.
- Giovannucci, Daniele y T. Reardon. (1999). Understanding Grades and Standards— and How to Apply Them. *Perspectives Quarterly* 16 (5).
- Giovannucci, Daniele. (1999). Market Information Services. En *The Guide to Developing Agricultural Markets and Agro-enterprises*. Página electrónica del Departamento de Desarrollo Rural, Banco Mundial.
- Giovannucci, D., P. Varangis y B. Lewin (2002) "Who Shall We Blame Today: The International Politics of Coffee". *Tea and Coffee Trade Journal*. Vol. 174, No. 1, enero.
- Giovanucci, D., P. Brandriss, E. Benes, I-M. Ruthenberg y P. Agostini (2002) "Engaging Civil Society to Create Sustainable Agricultural Systems: Environmentally-Friendly Coffee in El Salvador and Mexico". *Mimeografía*. Banco Mundial: Washington, D.C.
- Guzmán, Julio. (2002) "Impactos Ambientales de la Producción e Industrialización de Café", documento preparado para el Banco Interamericano de Desarrollo por ACDI/VOCA, enero 2002, Washington D.C.
- Halweil, B. (2002) "Why Your Daily Fix Can Fix More Than Your Head". *Worldwatch*. mayo/junio 2002, p.37-40. Worldwatch Institute: Washington, D.C.
- Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura. (2001). "Programa Nacional de Frutas, Estructuras de Costos e Ingresos de los Cultivos", San Salvador, El Salvador, mayo.
- Jaffee, S. (1993) **Exporting High-Value Food Commodities: Success Stories from Developing Countries**. Documento de trabajo 198. Banco Mundial: Washington, D.C.

Jaramillo, Felipe. (1991). "Policy Responses to the Collapse of World Coffee Prices: the cases of El Salvador, Costa Rica and Mexico", Documento de trabajo, Región de América Latina y el Caribe (LAC), Banco Mundial, Washington, D.C.

LMC. (2002). "Coffee in Crisis", un estudio para clientes múltiples, febrero.

Pagliola, S. e I.M. Ruthenberg (de próxima publicación) "Selling Biodiversity in a Coffee Cup: Shade-grown Coffee and Conservation in Mesoamerica". En *Selling Forest Environmental Services: Market-Based Mechanisms for Conservation*. Editado por S. Pagliola, J. Bishop y N. Landell-Mills. Earthscan: Londres.

Rice, R.A. y J.R. Ward (1996) "Coffee, Conservation, and Commerce in the Western Hemisphere". Natural Resources Defense Council y Smithsonian Migratory Bird Center: Washington, D.C.

Rice y McLean (1999) *Sustainable Coffee at the Crossroads*. Consumer's Choice Council: Washington, D.C.

Siegel, P.B. y J. Alwang (1999) **An Asset-Based Approach to Social Risk Management: A Conceptual Framework**. Documento de trabajo sobre protección social 9926. Banco Mundial: Washington, D.C.

Siegel, P.B., T.G. Johnson, J. Alwang (1992) "Diversification of Production Agriculture Across Individual States: A Comment". *Journal of Production Agriculture*. 6(3):445-447.

Skees, J., P. Varangis, D. Larson y P. Siegel. (2002). "Can Financial Markets be Tapped to Help Poor People Cope with Weather Risks?" Documento de trabajo sobre investigación de políticas 2812. Banco Mundial: Washington, D.C.

Tabora, Jr., P.C. (1992) "Central America and South America's Pacific Rim Countries: Experience with Export Diversification". En *Trends in Agricultural Diversification: Regional Perspectives*. Editado por S. Barghouti, L. Garbus, D. Umali. Documento técnico 180. Banco Mundial: Washington, D.C.

Timmer, C.P. (1992) "Agricultural Diversification in Asia: Lessons from the 1980s and Issues for the 1990s". En **Trends in Agricultural Diversification: Regional Perspectives**. Editado por Barghouti, Garbas, Umali. Documento técnico 180. Banco Mundial: Washington, D.C.

Varangis, Panos, Donald Larson, Jock Anderson. (2002). "Agricultural Markets and Risks: Management of the Latter, Not the Former". Documento de trabajo sobre investigación de políticas 2793, Banco Mundial, febrero.

Estándares, comercio y equidad: Lecciones de la industria de los cafés especiales

Stefano Ponte *

RESUMEN

Basado en el estudio del caso de los cafés especiales, este documento examina el papel de los diferentes tipos de estándares que determinan las características que gobiernan el comercio internacional. La industria de los cafés especiales es el segmento de mayor crecimiento en el mercado mundial de café, que hoy se encuentra inmerso en una profunda crisis. ¿Ha sido benéfico este crecimiento para los productores de café?; ¿En que medida?; ¿Para qué grupos de productores y en qué países?; ¿Cuál ha sido el papel de los estándares en este proceso?; ¿Que clases de cafés especiales tienen mayor potencial para lograr una mejor distribución del valor agregado a lo largo de la cadena de comercialización?

INTRODUCCION

Una de las características más sobresalientes de la economía mundial en las últimas dos décadas, ha sido la expansión del comercio internacional. Entre 1983 y 2000, el valor mundial de las exportaciones de bienes casi se ha cuadruplicado. El comercio es una fuente importante de rentas para los países en desarrollo, que genera ingresos por exportaciones, treinta veces más de lo que reciben por ayudas (Oxfam 2002a, 47). Esto es de particular importancia, si se considera que los flujos de ayuda han caído 25% entre 1990 y 2000¹. Algunos países de ingreso medio, como Corea

del Sur, México y China, han podido incrementar sus flujos de exportaciones, no solamente en bienes intensivos en mano de obra, sino también en los de alta tecnología. La dependencia de la mayoría de los países de bajos ingresos en exportaciones de bienes primarios y manufacturados, ha retrasado su crecimiento del ingreso, respecto al promedio mundial (UNCTAD 2002); como consecuencia de esto, los países de bajos ingresos participan con sólo un 3% del ingreso derivado de las exportaciones globales. Incluso dentro de la categoría de commodities, el éxito de incrementar las exportaciones con valor agregado, ha sido desigual entre países y grupos de productores de un mismo país.

Por medio del ejemplo de los "cafés especiales", este documento examina el papel que juegan los diferentes tipos de estándares como barreras al comercio, para productores, procesadores y exportadores localizados en países en vías de desarrollo. Se analiza, igualmente, cuáles regiones y/o países se benefician y cuáles pierden debido a los estándares establecidos, así como los efectos distributivos que origina este mercado dentro del grupo de participantes.

La industria de cafés especiales nació en Norte América, como reacción a la disminución de la calidad del café ofrecido por los tostadores comerciales, en el periodo posterior a la Segunda

* Stefano Ponte, Investigador Senior de la Unidad de Economía Política de la Globalización en el Centro de Investigaciones para el Desarrollo, Copenhague, spo@cdr.dk.

1. Ver base de datos estadísticos de OECD/DAC, disponible en www.oecd.org.

Guerra Mundial, corriente que se expandió durante los 80's y 90's. El café especial se enfoca en percepciones de alta calidad y originalidad, y se define, por algunos agentes de la industria como, "buena preparación de un único origen y sabor distintivo".

Detrás del concepto "original" de los cafés especiales, se encuentra la geografía de los microclimas, que permiten la producción de granos de café con sabor único y con características peculiares, que preservan su identidad. En años recientes, como complemento a los cafés de alta calidad, los cafés especiales han incluido el término de cafés "sostenibles", los cuales se caracterizan porque la producción y las prácticas comerciales, suponen la protección del medio ambiente y mejoran las condiciones socioeconómicas de productores y trabajadores. La industria de cafés especiales norteamericana es el segmento más vibrante y de mayor crecimiento en el mercado mundial de café, hoy en crisis (Oxfam 2002b; Ponte 2002^a). En el mercado estadounidense, entre los años 1999 y 2001 este sector ha experimentado tasas de crecimiento cercanas al 30% anual. En el 2001, los cafés especiales representaron el 17% del total de las importaciones de café verde por volumen en este país, y sus ventas representaron, aproximadamente 40% del total del mercado (Giovannucci 2001, 7). ¿Ha sido benéfico este crecimiento para los productores de café?; ¿En qué medida?; ¿Para qué grupos de productores y en qué países?; ¿Cuál ha sido el papel de los estándares en este proceso?; ¿Qué clases de cafés especiales tienen mayor potencial, para lograr la mejor distribución del valor agregado a lo largo de la cadena de comercialización?; ¿Cuál es la pista a seguir en la industria de los cafés especiales?

El material presentado en este documento es el resultado de un proyecto de investigación de tres años llamado "Globalización y Agricultura Africana: la reestructuración en el sistema de comercialización de café en el Este Africano" (COMASEA). Este proyecto es parte del programa de investigación "Globalización y Reestructu-

ración Económica en África" (GLAF), realizado por un equipo de investigadores del Centro para la Investigación y Desarrollo, en Copenhague, y el Instituto de Geografía de la Universidad de Copenhague. El objetivo del programa GLAF, es precisar el papel de África en la economía mundial, basándose en el análisis de un grupo de commodities (café, cacao, frutas y vegetales, cítricos, ropa y algodón). Estos proyectos se fundamentan en un grupo común de metodologías y lineamientos teóricos, tomando en consideración aspectos como el de la Cadena Mundial de Valor (o Cadena Mundial de los Commodities).² El proyecto COMASEA apunta a interpretar y comprender cómo ha sido el desarrollo histórico de la cadena de valor del café, desde el productor hasta el consumidor. Este involucra un análisis de la estructura y las características de cada uno de los "nodos" de la cadena de valor, en función del tipo de actividades y funciones llevadas a cabo, cómo se hacen, en qué medida son afectadas por la regulación, quiénes son los agentes implicados, y cómo se distribuye el valor agregado a lo largo de la cadena (Ponte 2002b; 2002c).

Este proyecto de investigación involucra tanto a países productores, como a países consumidores. Para los países productores se hizo un detallado estudio metodológico, que incluye un trabajo de campo (diez meses en total), realizado en Etiopía, Kenia, Tanzania y Uganda. Este trabajo consistió en la recolección de material secundario y estadísticas, discusiones de grupo sobre aspectos particulares, discusiones con los productores, entrevistas con importantes agencias reguladoras de café, instituciones y representantes industriales. En los países consumidores, las entrevistas fueron realizadas a los importadores, "traders" y tostadores –tanto en el sector comercial como en el de cafés especializados–. Algunas de las fuentes utilizadas para elaborar el material aquí presentado, fueron tomadas de Internet, de algunas revistas especializadas del sector, y de la Decimocuarta Conferencia Anual y exhibición de la Asociación de Cafés Especiales de América (SCAA) en el año 2002.

2 Sobre las características esenciales en el análisis de las cadenas de valor mundiales de Commodities, ver entre otros, Gereffi (1994; 1995; 1999; 2001), Gibson (2001; 2002; forthcoming); Humphrey y Schmitz (2001); Raikes et al. (2000), y Sturgeon (2001).

El presente documento se estructura de la siguiente forma: en la sección 2 se discuten los méritos y limitaciones de varias aproximaciones teóricas sobre los estándares y el comercio (directas e indirectas) y se suministra una tipología general de estos estándares, aplicables al estudio de los cafés especiales. En la sección 3, se describen las características esenciales de los cafés especiales. En la sección 4, se demuestra cómo, el no pagar a los productores un alto precio por una alta calidad, ha venido deteriorando los cimientos de los cafés especiales, y cómo la industria está tratando de responder a estos desafíos. En la sección 5, se analizan los estándares del sector que solucionan las preocupaciones ambientales y socioeconómicas. En la sección 6, se examina el impacto de los estándares sobre los diferentes agentes y sobre las áreas geográficas, a lo largo de la cadena de valor de los cafés especiales. En la sección 7, se muestra la contribución del caso de los cafés especiales, a la comprensión teórica de la gobernabilidad en las cadenas de valor mundiales. En la sección 8, se presentan las conclusiones generales.

EL PAPEL DE LOS ESTÁNDARES EN LA COORDINACIÓN DE LAS CADENAS DE VALOR

Experiencias Teóricas

Este documento toma el significado de los estándares en un sentido amplio. Algunos autores se refieren a los estándares como "reglas establecidas por la regulación o la autoridad" (Jones and Hill 1994), y que son de carácter obligatorio. Los estándares se entienden como reglas de medición, establecidas por la regulación o la autoridad (estándares obligatorios), a través de procesos formales coordinados, en donde los participantes de un mercado o un sector buscan consenso (estándares voluntarios), o realizan negociaciones individuales (estándares privados).

Los estándares transmiten información sobre los atributos del producto, y se clasifican de acuerdo a la facilidad con la que puedan medirse. En

el caso de los *Atributos de búsqueda*, son aquellos que pueden verificarse en el momento de la transacción (el color del grano de café). Los *atributos de experiencia* se determinan una vez se efectúa la transacción (el sabor de una taza de café). Los *atributos de confianza* no pueden verificarse objetivamente, y se basan en la autenticidad (si el café ha sido producido orgánicamente) (Jensen 2002; Reardon et al. 2001). Estos atributos son endógenos al *producto* (apariencia, sabor, limpieza, ausencia de plagas), o a *la producción y sus métodos de procesamiento*, e incluyen aspectos relacionados con la autenticidad de su origen (denominación geográfica), seguridad (residuos de pesticidas, niveles de toxinas) y asuntos relacionados con el medio ambiente y condiciones socioeconómicas (cafés orgánicos, comercio justo 'fair trade', cultivos de sombra 'shade-grown').

En los sectores agroindustriales, la evolución del papel de los estándares para acceder al comercio internacional, es una consecuencia de la evolución en las características de consumo. El consumo de alimentos se caracteriza cada vez más, por la necesidad de información sobre la seguridad del producto, enfocada particularmente en aspectos de salud y dieta, globalización del gusto de los consumidores, así como preocupaciones por condiciones ambientales y socioeconómicas.

De tal forma, que sumado a un mercado saturado de "commodities" con cierto tipo de peculiaridades, se ha dado paso a un proceso de proliferación y diferenciación de todo tipo de productos. Dando paso a su vez, a un proceso que ha tenido en cuenta de manera importante, aspectos como el control de calidad, control del cultivo de auto-consumo y el proceso de certificación.³ En el mundo del "consumo masivo" de commodities relativamente homogéneos, los estándares han construido economías de escala, que han facilitado la creación de los mercados de futuros (Daviron 2002). En la actualidad, los estándares se han venido difundiendo cada vez más y han comenzado a ser más específi-

3. Daniele Giovannucci, 'Producing Countries and the Flight to Specialty Coffee', presentación en la SCAA 14th Annual Conference & Exhibition, Anaheim, California, 5 de mayo de 2002.

cos. Igualmente, han tendido a enfocarse (algunas veces exclusivamente) en aspectos relacionados con la producción y los procesos productivos, más que en el producto en sí mismo (Giovannucci and Reardon n.d., Reardon et al. 2001).

Los consumidores de las economías de alto ingreso, demandan completa información, de tal manera que puedan elegir individualmente según sus creencias (por ejemplo en seguridad alimentaria y protección del medio ambiente), y preferencias. En esta situación, la protección al consumidor no es únicamente una cuestión de seguridad alimentaria, sino que, también se refiere al suministro de información relevante con el fin de facilitar su elección (Valceschini and Nicholas 1995, 18). Por lo tanto, el manejo de la calidad puede ser visto como un asunto de competitividad y/o cooperación entre los participantes de la cadena de valor, teniendo cada uno, acceso parcial a –y control de– la información del producto y sus métodos de procesamiento. Esto implica que los actores eligen formas específicas de coordinación en relación con la información disponible en los estándares de calidad. Las alternativas apuntan a solucionar los problemas de información que se presentan, específicamente en asuntos de calidad, los cuales son controlados por los participantes más importantes en la cadena de valor (o parte de ésta).

Se espera que la coordinación de mercado aumente a medida que la información sobre calidad no sea tan importante en una transacción, o donde la misma esté disponible a través de unos estándares comprensibles y de fácil verificación para ambas partes. Como la información sobre calidad es más compleja (sobre todo en atributos *de experimentación y confiabilidad*, más que en *atributos de búsqueda*; y/o en lo referente a

aspectos de producción y procesos productivos, más que en el producto en sí mismo), las estrategias de coordinación tienden también a ser más complejas. Si esta toma la forma de interacciones repetitivas entre los diferentes participantes que no poseen obligaciones contractuales de largo plazo, contratos de largo plazo o integración vertical, dichas estrategias dependerán de la naturaleza del producto, o del buen desempeño de los estándares, para aliviar el problema de la información asimétrica. En general, mientras más difícil sea medir los atributos de un producto, mayor será el problema de información asimétrica entre compradores y vendedores (Stiglitz 1986). Esto es particularmente importante para algunas de las características intrínsecas del café (en lo relacionado con el sabor y aroma), las cuales solamente se pueden determinar después del tostado, molienda y preparación. Un costo de transacción económico en los sistemas de comercialización de café, puede enfocarse en los arreglos institucionales y formas contractuales que minimizan los costos de transacción para la búsqueda de información (Williamson 1979; Williamson y Masten 1995).⁴ No es de interés aquí, revisar la evolución de los costos de transacción ni el largo debate que trata acerca de sus limitaciones. Para el propósito de este documento es suficiente decir que los costos de transacción, no explican adecuadamente los aspectos de oportunismo en el direccionamiento de la información, ni los aspectos relacionados con el poder y la autoridad. Según Barzel (1979), mientras mayor sea el grado de asimetría que se presenta en una transacción, más probable es que alguna de las partes trate de tomar ventaja de la situación, apropiándose de alguna parte del valor de producto que no se haya medido adecuadamente. Por tanto, las instituciones no necesariamente se crean

4. De acuerdo con Williamson (1979), diferentes estructuras gubernamentales y formas contractuales surgen dependiendo de la frecuencia de las transacciones, del nivel de incertidumbre en el que se efectuaron dichas transacciones, y de las ventajas específicas. La gobernabilidad del mercado (caracterizada por la contratación clásica) se presenta en transacciones ocasionales y recurrentes, cuando las características de inversión no son específicas y la identidad específica de las partes no es importante. La gobernabilidad trilateral (caracterizada por un tipo de contratación neo-clásica) surge de una frecuencia ocasional, con la presencia de activos mixtos o idiosincráticos y el requerimiento de una asistencia por parte de terceros, en la solución de disputas y en la evaluación del funcionamiento. La gobernabilidad bilateral (caracterizada por una contratación relativa I) proviene de una frecuencia recurrente y presenta una mezcla de activos (no específicos y propios); en este caso, se mantiene una relativa autonomía entre las partes. Finalmente, una gobernabilidad unificada con integración vertical (también caracterizada por una contratación relativa II) proviene de una frecuencia recurrente y una extrema importancia de sus activos idiosincráticos. La transacción es entonces organizada dentro de la firma. El principal argumento de esta escuela del pensamiento es que (bajo supuestos neo-clásicos de eficiencia y competición) la elección de la estructura de gobierno se realiza con el fin de minimizar los costos de transacción.

con el propósito de minimizar los costos de transacción como lo sugiere North (1990), “la ineficiencia de las instituciones” puede ser mantenida por periodos de tiempo relativamente largos, cuando estas encajan en los intereses de poderosos grupos.

Establecer los estándares, es una de las rutas para solucionar el problema de información asimétrica en una transacción, aunque los estándares no están libres de manipulación, enfrentamientos de poder o comportamientos oportunistas. Los estándares permiten que las empresas o actores establezcan sus criterios, controlen la administración, puedan monitorear y/o certificar. Le confieren poder a las empresas porque (en el intento de solucionar los problemas de información asimétrica) crean situaciones de acceso asimétrico; de igual forma, quienes controlan los estándares de calidad tienen el poder sobre los usuarios. Así mismo, es posible que los usuarios de los estándares, participen su definición. Sin embargo, no todos tienen la misma influencia en el proceso de normalización o administración.

Los estándares son, por lo tanto, esferas políticas de acción, porque mientras obstruyen ciertos intereses, sirven a otros. También contribuyen en la determinación de la distribución del valor agregado a lo largo de la cadena y fijan los umbrales de inclusión y exclusión. Los estándares, más que un instrumento técnico para disminuir los costos de transacción asociados con la información asimétrica, deben ser vistos como un instrumento estratégico de coordinación en la cadena de valor. Esto implica que, las aproximaciones técnicas usadas frecuentemente para entender el impacto de los estándares en el comercio de un país en desarrollo, deben estar integradas por acercamientos de economía política, ya que, históricamente, tienen una mayor disposición y mayor sensibilidad. En este documento, se intenta hacer esto, a través de una combinación de elementos de la teoría de contratos y el análisis de la cadena de valor mundial.

La teoría de contratos se basa en el supuesto de que debe existir un “lenguaje común” entre los participantes de un mercado para que este funcione (Salais y Thévenot 1986; Boltanski y Thévenot 1989). La teoría de contratos indica que, a través del tiempo, los diferentes mercados incorporan una serie de criterios, bajo los cuales, los bienes se vuelven aptos para el comercio, de acuerdo con la dirección que tendrá el comercio⁵. Uno de sus principales preceptos es que, hasta la primera mitad de los 70’s, el criterio fundamental para caracterizar el intercambio de productos, relativamente homogéneos, era la cuantificación, mientras que en la actualidad, la economía dinámica está basada en “una obsesión por la calidad”. La teoría de contratos argumenta que el precio contiene toda la información de un mercado, sólo si se tiene certeza sobre la calidad. Estas características son denominadas por la teoría de contratos como “coordinación de mercados”. Cuando el precio por si solo no puede evaluar la calidad, los actores económicos crean “convenciones de calidad”, lo que conduce a otras “Formas de coordinación”: dogma origen

1. En la coordinación doméstica, la incertidumbre sobre calidad, se resuelve a través de la confianza (relaciones de largo plazo entre los agentes o el uso de marcas privadas que aumentan la reputación de los productos). En este caso, la definición de calidad se internaliza, y la identidad de un producto está garantizada o “institucionalizada en la repetición de la historia” de acuerdo a su región o país de origen (100% café de Colombia) o por un nombre de marca (Starbucks).
2. En la coordinación industrial, la incertidumbre sobre calidad se resuelve a través de un grupo externo que determina estándares comunes y los hace cumplir mediante instrumentos basados en pruebas, inspecciones y certificaciones (granos de café tipo AA).

5. Inicialmente, la teoría de contratos se desarrolló alrededor de temas como el “mercado laboral”, y el análisis de reglas, normas y convenciones que formaron la base de las “cualificaciones del mercado laboral” (Salais y Thévenot 1986). Más tarde este acercamiento fue extendido a otros mercados y al análisis de los cambios económicos en general. Ver Boltanski y Thévenot (1989), Valceschini (1939), Valceschini y Nicholas (1995), Sylvander (1995) y Sylvander y Biencourt (1999).

3. En la coordinación cívica, hay un compromiso colectivo de evitar conflictos, y la identidad de un producto está, a menudo, relacionada con el impacto que este tenga sobre la sociedad o el medio ambiente (cafés orgánicos y de comercio justo).

Cada una de estas formas de coordinación, implica asimetrías de información que beneficia a ciertos grupos de participantes, por encima de otros. De hecho, pueden existir diferentes formas, incluso al mismo tiempo, por el mismo producto. De acuerdo con Allaire y Boyer (1995), estas formas de coordinación pueden existir en un estado de tensión donde algún participante trata, bien sea de resistir o invadir otros mecanismos. Cuando se presentan diferentes criterios de caracterización sobre los productos comercializables, ocurre un cambio en el modo dominante de coordinación.

Un efecto importante de la teoría de contratos, es que no hay un concepto "universal" de calidad. Por tanto, aún bajo perfecta información, existen diferencias entre las diversas formas de coordinación en la cadena de valor, que dependen del conjunto de convenciones que determinan el "contenido" de calidad. De esta manera, la calidad está determinada por la opinión, más que por una perfecta información. Un ejemplo interesante de las diversas maneras de manejar los flujos de información sobre calidad, es la actual tensión entre países tales como Francia e Italia, cuyo soporte de garantía es vía denominación geográfica (por ejemplo la denominación francesa D'origine Controlée por vino), y los países anglosajones que aprueban esta marca. La primera aproximación, se basa en el manejo de la calidad a través de procesos de regulación y certificación que protegen las características regionales o locales específicas, dadas las características propias del producto. Esta aproximación se fundamenta en la idea de que no es suficiente

proveer la información de un producto por medio de una lista de ingredientes. Es necesario señalar la especificidad y/o calidad superior del producto.

Por otra parte, la utilización de marcas para los productos, se basa en el concepto de que los consumidores pueden obtener perfecta información a través de los ingredientes consignados en la etiqueta, y que la competencia puede asegurar el mantenimiento de un alto grado de calidad. Por tanto, las marcas, más que instrumentos de regulación, son "dispositivos de información", usados en la transmisión de esta información sobre calidad a los consumidores (Valceschimi y Nicholas 1995). Este ejemplo enfatiza que el manejo de la calidad es uno de los factores determinantes en la dirección de la cadena de valor. Aunque, al ubicar estas diferentes formas de manejar la información sobre calidad en la misma categoría de coordinación "doméstica", se debilita el poder explicativo del sistema de clasificación en la teoría de contratos. Se retornará a este aspecto, cuando se evalúe la contribución teórica en el caso del estudio de los cafés especiales en la sección 7.

La conexión explícita entre la teoría de contratos y el análisis estructural de la cadena de valor y/o la reestructuración, se puede realizar de dos maneras. En primer lugar, la cadena de valor se considera más o menos coherente o articulada, dependiendo del grado del que una sola convención de calidad predomine a lo largo de ella. Segundo, para cada convención de calidad se mantiene una correspondiente "forma de organización", la cual constituirá un agente económico dominante dentro de una cadena de valor específica⁶.

En el análisis mundial de la cadena de valor (GVC), la estructura internacional de producción, comercio, y consumo de commodities, se desagrega en varias etapas, que están encajadas dentro de una red de actividades controladas por

6. Estos participantes se diferencian por su dependencia en diferentes clusters de recursos. Los contratos de mercado, emergen cuando la forma determinante de una organización se basa en activos líquidos y recursos con costos variables. Los contratos de tipo industrial se asocian con la presencia de organizaciones con una mayor acumulación de capital fijo. Los contratos de tipo doméstico resultan de la presencia de organizaciones dominantes, fundamentadas en la propiedad de los llamados recursos "específicos" (reiterando el concepto de "activos específicos" en los costos económicos de transacción). Los recursos "específicos" pueden caracterizarse por ser de reputación (marcas, contactos de negocios) o estar relacionados con el aumento de la eficiencia (la adopción de prácticas específicas de negocios, como el manejo del justo a tiempo 'just-in-time'). Desafortunadamente, la teoría de contratos no indica una forma específica de organización relacionada con convenciones cívicas.

firmas y organizaciones. Gereffi identifica tres dimensiones importantes en la cadena de valor: (1) Su estructura insumo-producto y su alcance geográfico; (2) su marco institucional; y (3) sus estructuras gubernamentales (Gereffi 1994; 1995).

1. La estructura insumo-producto y el alcance geográfico de la cadena de valor, se usa principalmente para describir la línea de su configuración.
2. El marco institucional alrededor de la cadena, traza las condiciones bajo las cuales los agentes importantes (o líderes), incorporan agentes subordinados a través de su control de acceso al mercado y a la información -de tipo tecnológico-. En cuanto al tema del marco institucional, Gereffi también discute sobre cómo la participación de agentes subordinados, en la cadena de valor mundial, permite el acceso indirecto de mercados de bajos costos, así, los pequeños productores pueden participar, y sobre cómo la tecnología de la información y el aprender haciendo 'learning-by-doing, permite (lo que es más favorable), a los productores, escalar en la jerarquía de la cadena (esto se conoce como "upgrading"). Esto sugiere que la participación en una cadena mundial de valor, es una condición necesaria pero no suficiente, para que un agente subordinado logre una mejor posición en ella. La participación también implica, la aceptación de términos definidos por agentes importantes o instituciones, especialmente para aquellos dirigidos a lograr mejores posiciones "las más altas" (como la tecnológica y de valor agregado) (ver Gereffi 1999; Gibson 2001; Humphrey y Schmitz 2000). En este sentido, se puede decir que los estándares juegan un papel muy impor-

tante en la formación del marco institucional de una cadena de valor, puesto que ayudan a establecer el lenguaje y las formas de participación. Hasta ahora, la literatura ha hecho poca referencia al papel de los estándares en la GVC (Global Value Chain).

3. La estructura gubernamental de la cadena de valor global introduce importantes nociones sobre barreras de entrada y coordinación dentro de la misma. La literatura del GVC distingue entre "agentes productores" y "agentes consumidores", en la jerarquía de la cadena. Los "agentes productores" se encuentran usualmente en sectores con elevados requerimientos de alta tecnología y capital, donde el capital y la apropiación del "saber hacer" (know how), constituyen las principales barreras de entrada (es el caso de automóviles, aviones y computadoras). En estas cadenas, los productores tienden a mantener el control sobre aquellas operaciones intensivas en capital, y subcontratan aquellas funciones que son más intensivas en mano de obra, frecuentemente, en forma de integración vertical. Por otra parte, los "agentes consumidores" se encuentran, generalmente, en sectores intensivos en mano de obra, donde los costos de información, el diseño del producto, la publicidad y los avanzados sistemas de manejo de la oferta, crean barreras de entrada (es el caso de la industria del vestuario y el calzado). Generalmente en estas, la función de producción se realiza a través de servicios de out-sourcing, mientras que los agentes dominantes se concentran en las funciones de diseño, creación de marcas y mercadeo⁷.

Mediante la comprensión de la teoría de contratos y el análisis de la cadena mundial de valor,

7. Esta dicotomía, aunque útil como punto de partida, no debe ser interpretada estricta y estáticamente (ver Gereffi 2001; Raikes et al. 2000). En diferentes cadenas de agentes consumidores de commodities del sector primario, existen varias clases (minoristas, creadores de marcas, procesadores industriales, comerciantes internacionales) que pueden ser los actores dominantes. Las formas de coordinación (por tanto, el nivel de 'direccionamiento') tienden a ser más estrechas en cadenas lideradas por minoristas y "creadores" de marcas, (caso del vestuario, calzado, bananos, otras frutas frescas y vegetales), que en cadenas lideradas por procesadores industriales (café, cocoa/chocolate). Cadenas lideradas por comerciantes internacionales tienden a tener formas menos estrechas de coordinación (algodón, pescado, anacardos) (ver Fold 2001, 2002; Gibson 2001; Ponte 2002c). Por otra parte, algunas cadenas de commodities pueden mostrar la tendencia de pertenecer a una categoría u otra. En algunas cadenas de agentes productores, como las de automóviles, computadoras, y productos electrónicos, los productores tienden a incrementar cada vez más la cantidad de componentes vía out-sourcing. Algunas veces, se deja el servicio de out-sourcing y ensamblaje final, como parte de la cadena de logística, y se mantiene el control de promoción y comercialización de la marca, cualquiera que sea el mercado del producto -una peculiar cualidad de las cadenas de 'agente consumidor'.

este documento pretende determinar si (y en que medida) los estándares afectan el marco institucional y la estructura gubernamental de la cadena de valor mundial del café. ¿Son importantes en los procesos de exclusión e inclusión de patrones?; ¿Cómo se establecen las formas de coordinación?; ¿Pueden afectar las posibles trayectorias?; ¿Quién se beneficia y quién pierde con el establecimiento de unas estándares en lugar de otras?

Una tipología de estándares

Los estándares se pueden clasificar en tres grandes categorías: obligatorias, voluntarias y privadas. Un estándar es obligatorio, cuando lo impone un Gobierno en forma de regulación. Dichas estándares pueden afectar los flujos comerciales debido a la adopción de requerimientos técnicos, pruebas, certificados y procedimientos de etiquetado para mercancía importada (Wilson 2001). Los gobiernos pueden confiar en la eficacia del estándar a través de reglas de responsabilidad *ex post*, de forma que, los daños punitivos se transmitan al consumidor en caso de inconformidad, o se pueden adoptar medidas *ex ante*, -tales como requerir la información o prohibir los productos que no cumplan con los estándares técnicas de importación- (Caswell and Henson 1997).

Los estándares voluntarios tienen su origen en un proceso de coordinación formal, en el que, los participantes de un mercado o sector, buscan lograr un acuerdo. La Organización Internacional para la Estandarización (ISO) ha establecido más de 7,000 estándares voluntarios. Algunas de estas también están estipuladas como respuesta a las peticiones de los consumidores (por ejemplo las etiquetas ecológicas) (Grote y Kirchhoff 2001, 6), o como resultado de las iniciativas por parte de Organizaciones No Gubernamentales (NGO) (tal como el etiquetado de comercio justo). Las organizaciones sectoriales pueden igualmente establecer estándares voluntarios aplicables sólo a sus miembros. Los estándares de categoría voluntaria son usualmente vigiladas por un tercer grupo.

Los estándares privados son desarrollados y monitoreados internamente por organizaciones individuales. La diferencia de los estándares privados con las obligatorias y las voluntarias, radica en que no son vigiladas por una tercera parte, y, además, tienen un bajo grado de transparencia y participación de los afectados.

La diferencia entre los estándares obligatorios, voluntarios y privados, se está siendo cada vez menor. Aunque los estándares de categoría voluntaria no son, por regla, de carácter obligatorio, algunas de ellas (como los estándares ISO 9000 sobre manejo de calidad), se han convertido en estándares de este tipo, de forma tal, que si los productores desean competir mundialmente, deben cumplirlas. La diferencia entre estándares privados y voluntarios, es de algún modo, arbitraria, ya que muchas organizaciones adoptan tanto, características de los estándares voluntarios, como de los privados. La adopción de estándares voluntarios y/o privados es a menudo una pre-condición, para la aceptación de los productos por parte de los consumidores y/o distribuidores. Más aún, las compañías de seguros pueden exigir el cumplimiento de ciertos estándares, con el fin de reducir la responsabilidad sobre la exposición de un producto. Finalmente, los estándares de tipo obligatorio pueden ser incorporados como estándares de carácter regulativo (Zarrilli 1999). Una lectura general de estos cambios puede sugerir, que si la regulación privada no es de derecho —*por lo menos es de hecho*— sustituyendo, por tanto, a la regulación pública en la determinación de las características de los productos, los métodos de producción y los procesamientos necesarios para poder configurar el juego del comercio.

Los estándares pueden ser fijados hasta que se especifiquen las características técnicas propias de un producto, su producción específica, métodos de procesamiento, y diferentes tipos de calidad y seguridad. Cada vez más, estas incluyen especificaciones relacionadas con el impacto ambiental, la protección animal y el bienestar de los trabajadores. Esto es se hace más evidente cuando un análisis de certificados y etiquetas usado, es llamado "comercio ético" (también

conocido como comercio "sostenible" en la industria de café especial). El comercio ético se puede definir como "cualquier forma de comercio que busque el bienestar social y la protección ambiental, así como la responsabilidad económica" (Tallontire et al. 2001). El consumismo ético es un fenómeno creciente que ha motivado la práctica del comercio ético y el incremento en la vulnerabilidad de problemas de reputación de las marcas, lo cual puede traer pérdidas de valor en el stock de las empresas. Muchos negocios adoptan prácticas éticas debido a la creencia de que eso es lo que desean los consumidores. La Globalización de alimentos de diferentes procedencias y los viajes internacionales, han tenido como resultado un mayor número de consumidores aventureros que preguntan más sobre el origen del producto que compran, lo que ha llevado a la proliferación de sistemas y estándares reguladores de comercio ético. Algunos ejemplos de éstos sistemas son: el comercio justo, los códigos de práctica de las organizaciones, las etiquetas ecológicas, los certificados de protección forestal y fluvial y las iniciativas de procedencia ética por parte de minoristas importantes y dueños de marcas de fábrica. Desafortunadamente, muchos esquemas de comercio ético son manejados por consumidores y negociantes de países desarrollados, más que por opiniones o prioridades del productor.

El comercio ético se puede dividir en dos categorías amplias: (1) procedimientos de certificación y etiquetado; e (2) iniciativas empresariales. Estas cubren los estándares de tipo voluntario y privado, descritas anteriormente. Los procedimientos de certificación y etiquetado, se usan para transmitir información sobre las condiciones sociales y ambientales alrededor de la producción de bienes o provisión de servicios. Ejemplos de estos casos son: las etiquetas de comercio justo, certificación orgánica, y la iniciativa de Forest Stewardship Council (FSC), que certifica a los propietarios de la tierra, de acuerdo a una serie de criterios de administración sostenible de los bosques. Las etiquetas pueden servir para estable-

cer estándares comunes en ciertos sectores y ayudan a prevenir la confusión entre los consumidores. Estas, generalmente aseguran una mejor representación para los afectados en la negociación de estándares, que las iniciativas empresariales. Sin embargo, la participación en el ajuste de criterios, puede no aumentar mucho (ver du Toit 2002) - especialmente cuando el etiquetado es controlado por una asociación de industrias, o por una organización con vínculos muy estrechos hacia una compañía en particular (Blowfield 1999).

Mientras que los esquemas de comercio ético han creado nuevas oportunidades para sus beneficiarios, existe la evidencia de que se han presentado impactos negativos sobre aquellos incapaces o poco dispuestos a participar. En algunos casos, las preocupaciones del consumidor, incluso, han tenido consecuencias negativas sobre sus «beneficiarios»⁸. Es también claro, que estos esquemas han sido débiles cuando se trata de visualizar ciertos grupos con desventajas. Finalmente, los afectados, pocas veces, han podido influir en los criterios de certificación y etiquetado, dando como resultado, la incapacidad de dirigir todos los asuntos prioritarios correspondientes a trabajadores y pequeños propietarios (Blowfield and Jones 1999).

Entre las iniciativas empresariales, el instrumento más común para demostrar responsabilidad ética, es la adopción de "códigos de práctica", que definen los criterios de medición del funcionamiento de una compañía, con el fin de ser comparados con una serie de objetivos éticos. Estos códigos pueden ser desarrollados por compañías individuales o tomados de un modelo de códigos. Desafortunadamente, como lo argumenta Blowfield (1999, 758) "demasiados códigos son creados con publicidad de adorno del Oeste, aunque son 'desconocidos, inasequibles o no traducibles' en los sitios de operación de países en vía de desarrollo." Una concordancia es raramente reportada, y la verificación independiente, es más una excepción que la regla. También es frecuente que estas iniciativas sean ca-

8. Por ejemplo, King y Marcus (2000) muestran cómo las preocupaciones del consumidor, sobre el empleo infantil en la industria textil en el Este Asiático, condujeron a que muchos de estos niños perdieran sus trabajos y terminaran en ocupaciones aún más peligrosas en las calles. N.T En el texto original: "a launch, a lunch and a logo"

sos de “una creación, un almuerzo y un logotipo”^{N.T} (ibid). Aun más, las compañías que han desarrollado sus propios códigos, pueden escoger cuales estándares adoptar, sin necesidad de consultar a los beneficiarios. Finalmente, sí las iniciativas empresariales no obtienen una ganancia extra para los proveedores (productores), o para incrementar el salario de los trabajadores, estas simplemente se convierten en un requerimiento más para acceder a un segmento del mercado (du Toit 2002, 371).

¿QUÉ ES CAFÉ ESPECIAL?

El término “café especial”, es atribuido a la experta tostadora de café noruego, Erna Knutsen, quien usó por primera vez este término en un discurso para los delegados de la Conferencia Internacional de Café, celebrada en Montreuil (Francia) en 1978⁹. El concepto que ella introdujo, hace alusión a la geografía de microclimas, que permite la producción de granos de café con sabor único y de características peculiares que preservan su identidad. Por lo que, el café especial debe estar siempre bien preparado, recién tostado y apropiadamente elaborado. Cuando la Asociación Americana de Café Especial (SCAA) fue creada en 1982, sus miembros fundadores definieron café especial como “buena preparación de un origen único y sabor distintivo.”¹⁰ La SCAA se convirtió en depósito de café de alta calidad y promovió su expansión. Hoy por hoy, es la asociación más grande del mundo, con casi 2500 miembros, y proporciona “conferencias para el desarrollo, promoción y sostenibilidad de cafés de excelente calidad.”¹¹ La SCAA establece estándares de calidad para el café, certifica las habilidades profesionales, orienta las investigaciones sobre el café, por medio del Instituto de Cafés Especiales, y coordina o patrocina eventos educativos y redes

de trabajo - incluyendo la conferencia anual SCAA, que es la reunión anual de profesionales del café más grande del mundo.

El café especial en Europa, es más difícil de definir, así como las prácticas de consumo y el rango de clases de calidad varían de país a país. La Asociación Europea de Cafés Especiales (SCAE), inspirada por la SCAA, fue fundada, sólo hasta 1998 y es una organización mucho más pequeña. La definición de especialidad norteamericana, no puede aplicarse para Europa. Sí todas las bebidas tipo “espresso”, pertenecieran a la categoría de especiales (como en el caso en Norteamérica), todo el mercado Italiano las calificaría como tal.¹² Mientras que la industria de especiales de Norteamérica, nació como una reacción a la oferta de grandes cantidades de mezclas, relativamente homogéneas y poco diferenciadas de mediocre a pobre calidad, la gran mayoría del buen café en Europa, ha estado siempre disponible.¹³ Por esta razón, en este documento me centro en la industria norteamericana de los cafés especiales.

Otros asumen la definición de café especial, aplicable a través de continentes, para describir lo que no es. Como lo mencionaba un miembro de la SCAA “los compradores comerciales buscan el precio más barato posible, y quizás, un cierto tamaño de grano y fecha de cosecha. Las cualidades de una taza, sólo se incorporan en el cuadro comercial, sí el café se anuncia como dañino... La gran mayoría de compradores de café creen que el café es para vender y no para tomar.”¹⁴ La industria de cafés especiales cuenta con el 17% del volumen total de las importaciones de café verde dentro de los Estados Unidos. Sus ventas representan aproximadamente el 40% del mercado de café en los Estados Unidos (Giovannucci 2001, 7). En el 2000, las ventas al por menor de los granos de cafés especiales,

9. Don Holly, ‘The Definition of Specialty Coffee’, www.scaa.org/specialty.cfm

10. Presentación de la SCAA 14th Annual Conference & Exhibition, panel ‘Certified quality – An industry-wide initiative’ Anaheim California, 6 de mayo de 2002.

11. SCAA, http://www.scaa.org/about_scaa.cfm

12. Entrevista No. I0310011, Trieste, Italia, 3 de octubre de 2001.

13. Una excepción es el Reino Unido, el cual ha tenido, históricamente, una alta proporción de consumo de cafés solubles. La industria de especiales en el Reino Unido es la única en Europa, que se asemeja a la de Estados Unidos.

14. Hellen Nicholas, Royal Coffee, presentación en la ‘Presidential Conference on Poverty Alleviation through Export Competitiveness,’ Kampala, Uganda, 15 de febrero de 2002.

fueron de U\$2.5 billones, mientras que las ventas de bebidas de cafés especiales fueron de U\$5.4 billones (ibid). La última cifra oculta el hecho de que “el contenido de café” de estas ventas, es una menor proporción del total, ya que el resto es valor agregado en saborizantes, mezclas con productos lácteos, y la asignación de lugares con un “ambiente de consumo.” Aún más, los operadores de especiales argumentan que ellos son los únicos que incorporan nuevos bebedores de café, y no los operadores comerciales. Ellos también sostienen, que estos nuevos bebedores son atraídos, en primer lugar por las bebidas de café preparadas con leche (café en leche, capuchino), café frío y helado, y bebidas de café listas para tomar. Después, los consumidores tienden a desplazarse hacia el café caliente (primero, azucarado y con crema; más adelante negro), luego hacia el “espresso”, y finalmente a cafés de origen único (SCAA 1999, 7). Así como ellos tienen esta trayectoria, el contenido relativo de café en las bebidas especiales, aumenta junto con los niveles de interés, por parte del consumidor, en las características peculiares y en el origen del café.

De acuerdo con los operadores especiales, esto llega a ser cada vez más claro para los consumidores de cafés comerciales, que pagan más por la alta calidad y la frescura del café.¹⁵ Ellos también establecen que, mientras el consumo actual en Estados Unidos se ha mantenido, los consumidores están comprando productos con mayor valor agregado a través de la industria de cafés especiales. “Los consumidores de café han venido cambiando sus hábitos de compra: de compras basadas en el precio, a compras caracterizadas por la variedad y calidad del producto... [Esto] ha evolucionado el café, de una bebida con características de pseudo commodity, a una bebida con vínculos culturales y sensoriales.” (SCAA 1999, 4).

Sin embargo, el término “especial” se encuentra bajo creciente presión. Tal como en una in-

dustria de agentes principales, “cuando cada uno de los grandes tostadores en América es miembro de la Asociación de Cafés Especiales, incluso si el café que maneja es Robusta o cualquier otra combinación, necesitamos movernos más allá de una palabra que se ha convertido en un poco más que un estereotipo.”¹⁶ Más aún, la industria de especiales está bajo la presión de algunos oferentes comerciales, quienes han comenzado a ofrecer cafés de “alta calidad” y/o tostados “especiales”, en lugares con presencia de tostadoras de alta tecnología, en grandes almacenes de descuento. En este caso, no es la calidad lo que hace un “mejor” café, ya que estos cafés son mediocres y comprados en bultos. Su gancho de venta es que estos están recién tostados. Ellos también los venden a precios más bajos que los precios de venta de almacenes especializados (ICO, ITC & CFC 2000, 7). Los integrantes de la industria de especiales también están a la deriva, debido a la estricta insistencia sobre calidad, con el fin de ofrecer productos más “manipulados”, en los que, la calidad del café desprestigiado, a veces, toma un segundo lugar. El aumento de la venta de bebidas tipo “espresso” (las cuales tienen un alto margen de beneficio), implican una mayor importancia, de cafés baratos, como los Arábica fuerte y los Robusta, a expensas de los Arábica suave, que son más costosos (ibid., 6). Además, así como las cadenas de café (como Starbucks), consolidan y expanden la calidad *per se*, pueden llegar a ser poco importantes en el futuro, en algunos segmentos de la industria de especiales de Estados Unidos. Cuando las cadenas se hacen más grandes, tienden a simplificar las prácticas de sourcing. Un mayor volumen de ventas implica requerimientos más centralizados de compras, lo que dificulta aun más, la relación con los pequeños proveedores. Estas usualmente están acompañadas por una mayor importancia en las mezclas, que en los cafés originales.

Los productores de especiales puros, sienten la necesidad de adoptar estándares técnicos,

15. La regla de los tostadores especiales y comercializadores mayoristas, es entregar a sus clientes cada semana. El estante de café tostado vendido en latas, en el mercado comercial, varía entre 12 y 24 meses.

16. Hellen Nicholas, Royal Coffee, presentación en la ‘Presidential Conference on Poverty Alleviation through Export Competitiveness,’ Kampala, Uganda, 15 de febrero de 2002.

de tal forma que los tostadores comerciales y/o los "free riders" de los especiales, no las usen para obtener ventaja. Como resultado de esto, los afiliados de la SCAA, están desarrollando estándares para una marca de integridad: "certificado SCAA". Esto conducirá a la industria, a elaborar un producto de calidad estándar. Un sistema de clasificación de café verde Arábica ya ha sido adoptado, mientras que los procedimientos de descripción y preparación, se encuentran aún bajo estudio con el fin de lograr su correcta adecuación. Discretos lotes de origen, serán certificados individualmente por jueces locales y/o internacionales. La SCAA administrará el movimiento y bodegaje de las muestras, y hará seguimiento de los lotes hasta las tostadoras. De esta forma, la tostadora podrá recibir la etiqueta de la SCAA en el producto final.¹⁷ Sin embargo, defender el concepto de especiales, no es el único reto frente a la industria de los cafés especiales. Lograr disminuir la oferta de cafés de alta calidad, es un mayor reto. En la siguiente sección, analizo los factores que están detrás del problema y las soluciones ofrecidas por la Organización Internacional del Café (ICO) y la industria de los especiales.

SOLUCIONANDO EL PROBLEMA DE LA CALIDAD

La paradoja del mercado de café

El mercado de café mundial está experimentando una paradoja. El mercado "comercial", está siendo afectado por un lento crecimiento del consumo, y está inundado de cafés de baja calidad, con precios internacionales en sus más bajos niveles históricos. La producción estimada para la temporada 2001/2002, fue aproximadamente de 115 millones de sacos, mientras que el consumo

se estimó en 106 millones de sacos.¹⁸ El indicador del precio compuesto de la Organización Internacional del Café (ICO), cayó de un pico de U\$ 1.80/lb en mayo de 1997 a U\$0.82/lb en enero de 2000 y después a U\$ 0.48/lb en septiembre de 2002.¹⁹ Estas son malas noticias para los productores, pero no necesariamente para las grandes corporaciones que dominan el comercio de café tostado, las que han mostrado un récord en sus beneficios. Al mismo tiempo, la industria de cafés especiales, se encuentra en una seria escasez de cafés de alta calidad. En otras palabras, existe una crisis en los países productores de café debido a los bajos precios internacionales, lo que está afectado el sustento de millones de productores, mientras que los tostadores de especiales se pelean por encontrar cafés de buena calidad a cualquier precio.

La ICO y la industria de especiales, están tratando solucionar la crisis del café en general y la oferta deficiente de cafés de alta calidad. En septiembre de 2001, la ICO estableció un Comité de Calidad (Quality Committee), con el objetivo de recomendar estándares y procedimientos, para retirar el café de mala calidad de los mercados. El comité, está compuesto por doce expertos, miembros del sector exportador, del importador y del sector privado, los cuales formularon recomendaciones, que fueron aceptadas por la ICO en Febrero de 2002, bajo la resolución 407. Esta resolución establece el Programa de Mejoramiento de la Calidad de Café (Coffee Quality-Improvement Program), y dicta los estándares mínimos para la exportación de café, según la cantidad defectuosa y el contenido máximo de humedad. Una gran cantidad defectuosa es permitida para los Robusta, más no para los Arábica.²⁰ Esto implica que, cada miembro exportador deberá desarrollar e implementar medidas nacionales, con el fin de

17. La certificación de los granos tostados cubrirá pureza (la medición que se hará de acuerdo a los estándares ISO), sabor (los granos verdes se registrarán igualmente bajo los estándares ISO), frescura (los empaques tendrán que mostrar la fecha de "tostado"), y autenticidad (donde el 100% del empaque del producto debe registrar la información sobre origen(es), región(es) o denominación(es) geográfica.) En esta sección, se profundiza en la certificación de la calidad del producto. La SCAA igualmente ha iniciado un programa de certificación para las bebidas con café, el cual está diseñado con el propósito de evaluar sus parámetros técnicos. Este también certifica a los operadores de bebidas a través del "Premio a la taza de oro". Fuente: Presentaciones y apuntes, de la SCAA 14th Annual Conference & Exhibition, panel "Certified quality - An industry-wide initiative", Anaheim, California, 6 de mayo de 2002.

18. Alberto Hesse, 'A Historic Decision: Resolution 407 Is a Milestone in the Progress of International Agreements', *Planet Coffee*, No. 32, abril de 2002, p.12.

19. OIC, <http://www.ico.org/frameset/priset.htm>

20. Para mayor detalles, ver www.ico.org/frameset/activset.htm

asegurar el cumplimiento de dichos estándares. Lo anterior significa un cambio, particularmente importante en aquellos países que no poseen procedimientos de certificación para la exportación de café. El café que no sea exportable deberá ser usado para propósitos de consumo no humano.

El objetivo general del programa es que, a corto plazo, se reduzca la oferta exportable de café, y por ende, se aumenten los precios, y que a largo plazo, se logre elevar la calidad del total del café exportado. No es claro qué mecanismos se usaran para compensar a aquellos países y cultivadores que están más expuestos a ser afectados por el programa. El éxito del programa dependerá, en gran medida, de la cooperación de los países importadores. El problema principal radica en que el principal país consumidor (Los Estados Unidos), no es miembro de la ICO. El Departamento de Administración de Alimentos y Drogas de E.U., tiene reglas de importación muy permisivas, de forma que admite un promedio de importación de 10 a 12 millones de sacos de café de muy baja calidad al año –llamado en la industria “triage”.²¹ Sin la cooperación de Estados Unidos, es muy difícil que la iniciativa tenga éxito. Además, ha circulado el rumor de que Brasil (el mayor productor y exportador), está considerando la posibilidad de retirarse, lo cual explicaría por qué, por primera vez, se ha elegido a un Colombiano (Nestor Osorio), como director ejecutivo de la OIC, en lugar de un Brasileño. Sin embargo, el programa de calidad de la ICO, ha encontrado cierto respaldo por parte de los Gobiernos de los países consumidores, y de los operadores del sector privado. De esta forma, es más probable lograr una diferenciación en el mercado mundial de café, que a través de los intentos hechos por medio de esquemas de retención que estaban pactados en la ahora muerta Asociación de Países Productores de Café (APPC).

¿Pagar por calidad?

Existe una escasez de cafés de alta calidad en el mercado de especiales. El precio de Nueva York

(el precio de referencia en el mercado de futuros de los cafés Arábicas), no ha tenido relación con el actual sector de especiales. La mayoría de los “traders” no ha considerado esto como “benchmarck”. Mis clientes desean cafés específicos, y ellos pagan cualquier precio por obtenerlos. Algunas veces, el precio no se discute. Los tostadores de especiales están tan desesperados por conseguir los de buena calidad, que ahora ellos están comprando al precio justo, sin certificación alguna.²²

La mayor parte del café especial (junto con todos los cafés comerciales), se compra de acuerdo con el precio establecido en el New York Coffee, Sugar and Cocoa Exchange (CSCE). Si el café es Robusta, entonces el precio de referencia es el precio de mercado de la London International Financial Futures and Option Exchange (LIFFE). Las diferencias en calidad, están tasadas por fluctuaciones, por encima o por debajo del precio de mercado.

Para cafés de baja calidad (Robusta y Arábica fuerte), las diferencias en cuanto a calidad, se relacionan con el tamaño del grano, y el número de defectos encontrados en una muestra; éstas se pueden verificar fácilmente, a través de inspección visual o por medio de una evaluación específica para cada muestra. El café de esta clase se envía desde los países “por definición”, exportadores. Por el contrario, la mayoría de café Arábica suave, necesita ser preparado y catado por profesionales, con el fin de determinar la calidad intrínseca de los granos. Por tanto, además de los parámetros visuales, estos cafés necesitan sobresalir por sus estándares de aroma y sabor. En algunos casos, especialmente si se compran grandes cantidades de un producto relativamente homogéneo, los Arábica suave se pueden enviar “por descripción”. Sin embargo, los cafés de alta calidad, casi siempre son vendidos “conforme a la aprobación de la muestra” (subject to approval of sample, SAS). El exportador ofrece una muestra de un lote de café, que cree que se puede ajustar a la descripción del com-

21. Alberto Hesse, comunicado personal, 4 de octubre de 2002.

22. Entrevista No. UI 502021, Kampala, Uganda, 15 de febrero de 2002.

prador. El comprador lo analiza y luego decide si comprarlo o no (ver también Ponte 2002b). En una transacción, este será el objetivo de la aprobación de una muestra, ya que existe pleno conocimiento de la información acerca de la calidad intrínseca del café. Esto proporciona un sistema de comercialización, donde los compradores (importador, "trader" o tostador), y los exportadores pueden evaluar totalmente la información sobre calidad, y el comprador puede recompensar la mejor calidad con un mayor precio. El problema principal, es que dicho mecanismo de transmisión, rara vez llega hasta el productor, a menos que el exportador sea también el productor.

Antes de la liberalización de los mercados, muchos países productores de café, tenían un sistema de comercialización de una sola vía, lo que permitía valorar el café, basándose en calidad. Las cooperativas daban un anticipo fijo por Kg. de café a entregar, y una vez colocado el café en la planta de recibo o exportado, se pagaba el resto en uno o dos plazos. Usualmente, el último pago era proporcional a la calidad total del café vendido por la cooperativa a la mesa de comercialización, o también, proporcional a la calidad del café entregado por el productor a la cooperativa. Este tipo de tratos y sistemas de pago no fueron muy útiles, y redujeron el flujo de café de los productores hacia los importadores. Los costos generales asociados con estos procedimientos fueron altos, implicando que los cultivadores recibieran una menor proporción del precio de exportación, del que podrían obtener con un sistema más eficiente (permaneciendo constantes las consideraciones de calidad). Frecuentemente, los cultivadores recibían sus pagos tarde, y los recursos se malgastaban en un sistema de varios niveles. Sin embargo, la estabilización de precios se aseguraba en una temporada. Lo más importante, es que el sistema proporcionó incentivos de calidad a las sociedades cooperativas y a los cultivadores (indirectamente).

Uno de los resultados de esta liberalización de mercados, ha sido el alto nivel de competen-

cia entre compradores. Esto implica que, la proporción del precio de exportación, pagado a los productores, se ha incrementado, al igual que la prontitud en sus pagos. Por otra parte, los "traders" locales han tenido que movilizar rápidamente su café para minimizar los costos de capital, ya que ellos no pueden gastar demasiado tiempo evaluando pequeños baches de café, como tampoco, pueden preservar la identidad de estos baches, para pagos futuros relacionados con la calidad. Por tanto, ellos compran todo el café a un solo precio, realizando chequeos superficiales, para asegurarse de que el café no esté demasiado húmedo o con impurezas. Como resultado de esto, los cultivadores no tienen incentivos directos para producir café de alta calidad. Esto se ha evidenciado en un deterioro de la calidad de la cosecha de exportación en varios países, y en algunos casos, en la reducción del precio de los mercados internacionales y en una pérdida de reputación para ciertos orígenes.²³

Otro resultado de la liberalización del mercado, ha sido el debilitamiento de las cooperativas, ya que estas ahora tienen que competir con los "traders" privados, basándose en una guerra de precios. Si estas pagan un menor precio al de los "traders", no logran obtener café de los productores, pero si pagan un precio alto, se arriesgan a perder dinero en el caso de una caída en el precio de mercado. Como resultado, algunas han quedado arruinadas, y otras han tenido que competir al mismo nivel que los "traders" comerciales –pero sin su velocidad y flexibilidad–. El resultado es que todo el café, bueno y malo, es mezclado, y los exportadores sólo pueden realizar, parcialmente, el proceso de selección, con el fin de volver a separar los cafés de alta calidad de los especiales de exportación. En cualquier caso, los exportadores se quedan con el valor agregado, mientras que los productores no obtienen ningún premium. A largo plazo, la oferta de café de alta calidad se debilitará, por lo que los "traders" y exportadores tenderán cada vez más a buscar café de alta calidad en diferentes

23. Para recientes contribuciones sobre la liberalización de mercados en el sector cafetero (con especial énfasis en ciertos países productores Africanos), ver Akiyama (2001), Common Fund for Commodities (2000), Losch (1999), Love (2001, 2002), Ndjeunde et al. (2002), Pelupessy (1999), Ponte (2002b), Temu (2001), y Winter-Nelson y Temu (2002). N.T Traducción de: "We need to put our money where our mouths are, as an industry, by supporting coffee of high intrinsic value prices which make their continued existence possible"

lugares, por lo que ellos podrán aplicar diferentes chequeos de calidad, y estipular nuevas formas contractuales (Ponte 2002b).

La falla en el pago de altos precios por calidad en el nivel de fincas, está amenazando la oferta base de la industria de café especial, o la llamada "viabilidad económica", de los productores de café de alta calidad. Este problema, finalmente está siendo tratado por algunos agentes de la industria. Como lo expresa uno de los miembros prominentes del SCAA, "necesitamos dirigir nuestro dinero hacia acciones concretas, como una industria que somos, apoyando los cafés de alto valor intrínseco, con precios que hagan posible su continua existencia."^{N.T.}²⁴

RESPUESTAS DE LA INDUSTRIA DE ESPECIALES

La industria de especiales presenta por lo menos tres combinaciones de estándares y formas de coordinación que aseguran que, el valor agregado de los cafés de alta calidad, sea transmitido a todos los productores: (1) "relaciones cafeteras"; (2) eventos de competencia-subasta; y (3) sistemas de denominación geográfica.

Relaciones Cafeteras

"Excepcionalmente los cafés de origen único, logran un vínculo con lugares lejanos... [Estas] son historias en una taza (historias combinadas, que comparten su narrativa con el arte del tostador y el preparador)."²⁵ Los cafés de origen único, han sido uno de los elementos fundamentales de la industria de los cafés especiales, ya sea que provengan de una gran región o de una sencilla finca. Aún así, cualquiera de estos cafés, pueden adquirirse a través de una gran cantidad de intermediarios, o directamente de la fuente. La creciente tendencia de la industria de especiales de "vender una historia" junto con el café, ha llevado a varios operadores a involucrarse en relaciones directas con los productores. La literatura de mercadeo, de las compañías que reali-

zan estas prácticas, está llena de referencias sobre viajes y exotismo. Esto ha llevado a establecer una forma de coordinación llamada "relaciones cafeteras", basadas en una conexión directa entre el comprador final y el oferente primario. Una apreciación cada vez más común en la industria de especiales, es que los precios deberían basarse en consideraciones de calidad y costos de producción, lo que implica una desconexión con el precio de mercado de futuros de Nueva York. Es más, los compradores de especiales (importadores, "traders" o tostadores), deberían formular contratos de precios fijos para varios años con sus proveedores. Estos contratos permitirían a los pequeños tostadores, conocer el precio al comienzo de año, de modo que ellos pueden concentrarse en el tostado, en vez de dedicar parte de su tiempo y energía a la búsqueda. Obviamente, ellos obtienen ventajas sobre los productores, ya que pueden minimizar el riesgo, mejorar sus métodos de producción y procesamiento, e invertir en lograr una mayor confianza de sus productos. Finalmente, los banqueros, por ambos lados, estarán dispuestos a otorgar mayor financiación.²⁶

La filosofía que hay detrás de las relaciones cafeteras, está claramente ilustrada en la literatura de mercadeo de las compañías cafeteras involucradas en estas formas contractuales. Como lo ilustra el siguiente ejemplo:

Los tostadores, frecuentemente, compran sus granos a los "traders", quienes a su vez, los compran a otros "traders", quienes "mezclan" granos de variada calidad y de diferentes regiones. Esta forma no selectiva de comprar granos, ahorra una considerable suma para los tostadores, pero compromete el sabor para los amantes del café. Irónicamente, estos híbridos "aceptables" son a menudo, vendidos a consumidores desprevenidos a precio gourmet!... Nosotros creemos que sólo a través de un conocimiento íntimo en el proceso de crecimiento, estrechamente relacionado con la labor del productor, y una cuidadosa selección del producto no procesado, el tostador podrá estar seguro de la mejor calidad del café. Igualmente,

24. Kevin Knox, Allegro Coffee, pronunciado por David Griswold en 'Relationship Coffees,' www.scca.org/stories.cfm?st2=stories/110100.cfm

25. Mike Ferguson, 'Uncharted Territory: Exploring the Possibility of Specialty Coffee Appellations,' www.scca.org/stories.cfm?st2=stories/110501.cfm

26. Presentación en la SCAA 14 th Annual Conference & Exhibition, panel 'Economic viability for farmers: The roaster/retailer rde', Anaheim, California, 3 de mayo de 2002.

comprando directamente al productor, se disminuyen las ganancias del "trader", ajustando el precio, de forma ventajosa, para usted, el consumidor. Lo mejor de todo, es la seguridad de estar obteniendo un tostado gourmet 100%, catado por los mejores expertos y no mezclado por los "traders" del café. ²⁷

Solamente un pequeño número de compañías en la industria de especiales, están actualmente involucradas en las relaciones cafeteras. Sin embargo, esta forma de coordinación es de lenta difusión. Por ejemplo, la San Francisco Bay Gourmet Coffee, tiene estimado comprar aproximadamente 100,000 sacos de café de alta calidad cada año, de los cuales, el 70% se comprará directamente a la fuente. La Green Mountain Coffee Roasters, una compañía establecida en Vermont, compra alrededor del 35% de sus requerimientos, (aproximadamente de 100.000 sacos anuales de café verde) a través de relaciones cafeteras, basadas en contratos de largo plazo con precio fijo. La compañía paga por encima del precio de mercado, y algunas veces muy cerca del nivel de comercio justo. Un propietario grande declaró haber recibido U\$1.30/lb fob, cuando el precio de mercado para "otros suaves" en el mercado de futuros de Nueva York, oscilaba entre los U\$0.55 a U\$ 0.65/lb.²⁸ Las compras de estas dos compañías, por medio de relaciones cafeteras, equivalen solamente al 8% del total de exportaciones de la producción de países de alta calidad, como Kenia. Esto apenas es una pequeña proporción, pero no es, exactamente, una gota de agua en el océano.

Procesos de Competencia y subasta

Una segunda manera de recompensar la calidad es a través de "procesos de competencia-subasta". Un ejemplo de esto, es el programa "La Tasa de La Excelencia" (Cup of Excellence), organizado por la Alianza de Café Excelente "Alliance of Coffee Excellence" (ACE), que es una organización que coopera con la SCAA en algunas áreas

del programa. El programa de la tasa de la excelencia se basa en una serie de competencias por países, seleccionando los cafés de mayor calidad, para luego ser vendidos a través de subastas por Internet. La meta del programa es encontrar los mejores cafés de una temporada de cosecha, y recompensar a quienes los produjeron, no sólo con un trofeo, sino también con una mayor ganancia. El concurso comenzó en 1999, y ha tenido lugar en Brasil, Guatemala, Nicaragua, Panamá y Costa Rica.²⁹ Cualquier cultivador de café de uno de los países donde se realice el concurso, puede enviar sus muestras, aunque es obvio que los cultivadores políticamente mejor conectados y financieramente dispuestos, tienen una mayor probabilidad de enviar sus muestras, que los cultivadores más pobres y aislados. Los agentes y sus productos son examinados, como primer paso, para asegurarse de que cumplen con un mínimo de estándares. Después, los cafés son analizados, en secreto, por un jurado nacional, para seleccionar el mejor grupo. Finalmente, después de 3 días de competencia, un jurado internacional premia los mejores cafés. Después, estos cafés son vendidos a través de una subasta abierta en Internet. El ganador de la subasta, puede usar el premio de la tasa de la excelencia como logotipo en el mercado de café, pero solamente para la cantidad de sacos comprados. El comprador puede también utilizar el logotipo para indicar que la compañía fue el comprador que ganó el programa de la tasa de la excelencia, por un año en particular.

Este programa ha traído recompensas para los productores de café de calidad, y el reconocimiento en los mercados, por especificaciones de región y origen, que no necesariamente son conocidas como "especiales". Esto proporciona un puente entre productores y compradores de calidad, que les permite, a estos últimos, ahorrar tiempo y costos en la búsqueda de cafés de mejor calidad. Esto es costoso para los pequeños tostadores, ya que tienen que encontrar la calidad

27. San Francisco Bay Gourmet Coffee, http://www.gourmet-coffee.com/coffee/coffee_green_2.html

28. Presentación y apuntes de la SCCA 14th Annual Conference & Exhibition, panel 'Economic viability for farmers: The roaster/retailer role', Anaheim, California, 3 de mayo de 2002.

29. Un sistema similar, pero independiente del programa de la Tasa de Excelencia, está siendo implementado en Uganda a través de la Asociación de Cafés Finos del Este de África (EAFCA), con el apoyo de USAID.

correcta de café, año tras año. Entre mayor sea la dificultad, y mayor sea el costo, menor será el precio pagado al productor. Entre mayor sea la información sobre calidad (a través de muestras aún no subastadas) y entre menor sea el grado de riesgo (relacionado con calidad) en el que incurre un comprador, mayor será el precio pagado por un nivel certero de calidad. Más aún, la forma de competencia de este sistema de comercialización, permite un mejor entrenamiento en cuanto a calidad para los países productores. Igualmente, este permite facilitar el proceso de establecer sistemas de denominación geográfica (ver abajo). Los productores ganadores obtienen reconocimiento en el mercado, lo que les facilita generar relaciones de largo plazo con los compradores. Por su parte, los compradores ganadores de lotes de café en una subasta, ganan en imagen y obtienen herramientas adicionales de comercialización. Ellos también pueden distribuir folletos informativos sobre el lote comprado en La Tasa de Excelencia, y así, ayudan a educar a los consumidores. A través de las subastas, la información sobre calidad y precios se transmite directamente entre productores y tostadores. Lo que puede generar en un futuro, contactos directos y retro-alimentación de doble vía sobre calidad. Muchos de estos aspectos, vistos anteriormente, están perdidos en el mercado de café comercial, y más aún, en el mercado de café especial. En estos mercados, la calidad no se paga con precios más altos al nivel de fincas, existen muchos intermediarios entre el productor y el tostador, y poco o nada de información sobre la calidad, es retransmitida a los productores.³⁰

Denominación de Origen

La denominación de origen se refiere a la especificación de una región geográfica conocida por ofrecer un producto, cuyas características y calidad se deben, esencialmente al ambiente dentro

de la región. Las principales metas del sistema de denominación son: (1) facilitar la aplicación de los derechos de propiedad intelectual, relacionados con las indicaciones geográficas de origen y veracidad del etiquetado; (2) promover el reconocimiento regional o específico de un país; (3) crear en el consumidor confianza y lealtad; y (4) mejorar y mantener la calidad.

El área de denominación puede estar definida por límites pre-existentes, como los de una ciudad o un distrito, o pueden crearse específicamente por una nueva especificación de una denominación. Los sistemas de denominación para el café han sido desarrollados por "Jamaica Blue Mountain" y "100% Café Colombiano", y aun están bajo formulación en Kona (Hawái),³¹ Antigua (Guatemala), Veracruz (México), Perú y Uganda. Existen dos caminos básicos de desarrollar de un sistema de denominación. El más exclusivo, requiere un mínimo de estándares para la inclusión. Esto significa que, aunque una finca esté situada físicamente dentro de los límites de la denominación, puede calificar sólo si, una cierta variedad de sus plantas corresponde con ciertos métodos de procesamiento, o con un mínimo estándar de calidad. Ejemplos de estos sistemas son el francés "Denominación d'origine Controlée" (AOC) para vino y el "Jamaica Blue Mountain" para café. Un segundo y más inclusivo sistema, es uno que simplifica las definiciones y reconoce legalmente las áreas, tal como el "Sistema Americano de Áreas de Viticultura" (AVA). Sin embargo, existen también situaciones híbridas, donde dentro de una denominación genérica (i.e. Napa Valley en California), pueden existir estrictas sub-denominaciones.³² La regla general, es que, entre más grande sea el detalle y más interesante sea la historia, mayor será la barrera de exclusión.

Los procesos para el desarrollo de la denominación, usualmente empiezan con el registro de una institución o una asociación comercian-

30. Presentación de la de la SCCA 14th Annual Conference & Exhibition, panel 'Search & Reward for Quality: Competition-auction Process', Anaheim, California, 4 de mayo de 2002.

31. Los esfuerzos en el desarrollo de los programas de denominación, junto con el registro de certificación y marca registrada en los países consumidores, ganaron ímpetu en la industria de café, después del llamado 'escándalo Kona'. En el 2000, Michael L. Norton de Berkeley (California) fue procesado por el gran jurado federal de los E.U por fraude. Él vendió café bajo la marca "100% puro Kona" (de Hawái), cuando cerca del 87% de este, era café centroamericano, más barato (ver Stuart Adelson, 'Justice for Java: An Update on the Kona Coffee Fraud', <http://www.scca.org.cfm?st2=stories/032001.cfm>

32. Mike Ferguson, 'Uncharted Territory: Exploring the Possibility of Specialty Coffee Appellations,' www.scca.org/stories.cfm?st2=stories/110501.cfm

te/cultivador de un país productor. Los primeros pasos importantes, son la definición de la denominación geográfica (que a menudo implica mapas satelitales y trabajo de campo de recolección de datos), y el desarrollo de la certificación de parámetros. Otros pasos son el entrenamiento de catadores para propósitos de evaluación del café, (sí se requiere un mínimo de estándares de calidad), escoger la certificación y/o las marcas comerciales, identificar mercados objetivo (de forma demográfica y geográfica) y realizar actividades a nivel internacional. Generalmente, la institución encargada del sistema, también monitorea y hace cumplir las reglas de denominación, y (sí hay fondos disponibles para el propósito) busca protección de sus marcas en los países consumidores, a través de certificados y/o registros de marca.³³ Todos estos pasos (especialmente los de promoción y registro de marcas en los países consumidores) son costosos, y requieren asistencia técnica y/o ayuda financiera en varios puntos. Sin embargo, los beneficios para los productores pueden ser sustanciales. Los compradores de especiales son quienes están dispuestos a pagar mayores precios, a cambio de garantía en la veracidad del origen geográfico del café. Debido a que los sistemas de denominación a menudo son dirigidos por organizaciones de productores, estas también crean buenas "historias" de cooperación. Dichas historias, y el exotismo en el que se encajan, ayudan a los tostadores y minoristas a adicionar valor agregado al café, y dirigir parte de este valor de vuelta al productor.

CAFÉS SOSTENIBLES³⁴

*No quiero estar quieto en una suite, mientras mis proveedores se están muriendo de hambre.... Ni tampoco tomar un cohete científico para escapar de la responsabilidad y el beneficio social, que sin querer, está en conflicto.*³⁵

La sostenibilidad ha llegado a ser un tópico importante en la industria de café especial. Parte del discurso sobre sostenibilidad, toca aspectos identificados como "viabilidad económica para los cultivadores", como se ha visto en secciones anteriores. Estas historias, generalmente, encajan en un discurso orientado hacia el mercado, y se enfocan en formas contractuales y organizacionales, que permiten, que los productores reciban el precio más alto por un nivel cierto de calidad. En otros casos, sin embargo, la sostenibilidad abarca, no sólo la pregunta de viabilidad económica, sino también aspectos de "justicia", "conservación ambiental" y "responsabilidad social".

El punto de vista más común sobre café sostenible, es que su producción está creciendo en relación con los criterios de protección ambiental y justicia socioeconómica. Este se conoce como café "orgánico" certificado, "bajo sombra", y de "comercio justo".³⁶ El café orgánico es producido con métodos que aseguran un agroecosistema viable y sostenible. El café bajo sombra, crece bajo la protección de los árboles, por lo que preserva la biodiversidad y proporciona un hábitat apropiado para los pájaros migratorios. El café de comercio justo, está basado en una relación comercial entre representantes que tienen

33. Presentación en la reunión de planeación de la 'EAFCA Regional Coffee Appellation Programme & Cupping Competition,' Kampala Uganda, 17 y 18 de enero de 2002.

34. En este documento, uso los términos "ética" y "sostenibilidad" alternativamente. Ética es el término usado normalmente en la literatura, cubriendo aspectos de protección ambiental y justicia socioeconómica en el comercio. Sostenibilidad es un término equivalente usado en la industria de los cafés especiales.

35. Hellen Nicholas, Royal Coffee, presentación en la 'Presidential Conference on Poverty Alleviation through Export Competitiveness,' Kampala, Uganda, 15 de febrero de 2002.

36. La industria de café especial, también ha evaluado su vulnerabilidad en el uso de la mano de obra esclava infantil, teniendo en cuenta la presión de los medios de comunicación, acerca del uso de mano de obra esclava infantil, en plantaciones de cacao en Côte d'Ivoire (mayo de 2001). La industria afirmó que granos no especiales tienen su origen en ese país. Sin embargo, como se argumenta en un artículo de la distinguida revista ("Tea and Coffee Trade Journal", 'The Plight of Coffee's Children', 'El Plagio de los Niños del Café', Vol. 176, No. 1-2), puede que no sea suficiente para convencer a los consumidores. La industria puede que tenga que examinar la situación más profundamente. El artículo sugiere varias propuestas para la industria de los especiales en esta área: (1) Respalda el comercio justo, siempre y cuando el certificado FT (Fair Trade), incluya convenciones relevantes de la ILO (International Labor Organization), concernientes al trabajo infantil; más aún, pagar altos precios significa una baja probabilidad de que las familias tengan la necesidad enviar sus niños a trabajar para conseguir más ingresos; (2) Involucrarse en "relaciones cafeteras", que ofrecen oportunidades para verificar directamente, el empleo infantil; (3) Participar en proyectos de desarrollo enfocados en la educación, tales como "Niños Cafeteros" (ver abajo); (4) Establecer códigos de conducta que sean monitoreados puntualmente e independientemente; y (5) Hacer "lobby" en discusiones de política internacional a través de la SCAA.

elementos éticos, basados en el mercado, que apuntan a la sostenibilidad en el largo plazo. Las organizaciones sin ánimo de lucro, han implantado estándares y procesos de certificación para las tres clases de café. Sin embargo, no todo el café vendido usa estas etiquetas de sostenibilidad como certificado.

El tamaño estimado de ventas de café orgánico certificado, bajo sombra, y de comercio justo en Norteamérica, representa sólo el uno por ciento de los U\$20.7 billones del mercado de café, y aproximadamente, el dos por ciento del mercado de café especial. A nivel mundial, las ventas de café sostenible representan un poco menos de un uno por ciento del mercado mundial de café (Giovannucci 2001, 25).

De acuerdo con una encuesta de 2,098 firmas de café norteamericanas (importadoras, distribuidoras, mayoristas, tostadoras y minoristas), llevada a cabo en el 2001, existe nivel, relativamente alto de conocimiento sobre sostenibilidad de café en la industria (98.7% para orgánico, 76.4% para los de sombra y 82.5% para los de comercio justo), aunque la proporción ofrecida por parte de los operadores es más baja (78.6% de orgánico, 51.8% de sombra y 54% de comercio justo) (ibid.,9). Sin embargo, la problemática radica en el hecho de que "muchas firmas señalan o creen, que están vendiendo café sostenible, pero carecen de certificación o verificación independiente" (ibid.,13).

Los cafés sostenibles resultan del consumo establecido por los operadores. Ellos buscan una ganancia adicional promedio de U\$ 0.59 por libra de orgánico, U\$0.62 por los de comercio justo, y U\$0.53 por los de crecimiento en sombra (ibid., 11). Esta es, en promedio, la prima pagada por varios operadores a sus proveedores, lo cual no implica, necesariamente, que sean transferidas totalmente al productor. La encuesta también sugiere que la "sostenibilidad" y la "calidad" no pueden mantenerse por separado. El factor más importante para valorar un café sostenible para los negocios, es "la calidad especial del sabor" (indicado en el 92% de los casos), seguido por la ética

personal y la confianza acerca del comercio justo y el medio ambiente. De forma interesante, los cafés sostenibles no parecen ser llevados a los consumidores. La demanda de los consumidores, fue estimada como un factor importante, solamente en el 50.9% de las respuestas (ibid.,18).

Café orgánico

La agricultura orgánica es un sistema de manejo de producción, que promociona y promueve la biodiversidad y la actividad del suelo. Está basada en el uso mínimo de insumos fuera de finca y en el manejo de prácticas que restauran, mantienen y realzan la armonía ecológica. Los estándares orgánicos están establecidas por la "International Federation of Organic Agriculture Movements" (IFOAM) y sus asociaciones afiliadas. Las agencias acreditadas para la certificación, supervisan los estándares orgánicos sobre producción, procesamiento y manejo. Un cultivador o procesador de café orgánico, puede ser certificado por una compañía pública o privada de certificación, si entre otras, cumplen los siguientes estándares y procedimientos: (1) el café ha crecido sin el uso de agroquímicos sintéticos, por tres años anteriores a la certificación; (2) los cultivadores y procesadores deben guardar expedientes detallados, de los métodos y materiales usados en la producción de café; (3) una tercera parte certificadora, inspecciona anualmente todos los métodos y materiales; y (4) todos los cultivadores y administradores son requeridos para mantener un informe escrito detallado, sobre las prácticas realizadas en las plantas orgánicas.

Las exportaciones mundiales de café orgánico, certificados en 1999/2000, fueron de 15 a 18 millones de libras, con un valor al por menor estimado en U\$223 millones. Otro 20% de esta clase fue vendido como orgánico, sin tener certificación. La mayoría de los cafés orgánicos son producidos en América latina, especialmente en México. En Norteamérica, el café orgánico se vende más en tiendas de alimentos naturales, que a través de minoristas de café especial (Giovannucci 2001,23).

El café bajo sombra

El café bajo sombra (o café “amigo de los pájaros”), es el menos conocido de la familia de café sostenible. Bajo sombra se refiere a la manera como el café ha sido tradicionalmente cultivado, que es bajo la sombra de varias capas de árboles.

Los defensores del café bajo sombra argumentan, que la conversión de crecimiento “bajo sombra”, a “café bajo el sol”, ha tenido lugar en América Latina durante los últimos 20 años, lo cual ha amenazando el hábitat de los pájaros migratorios. El café cultivado bajo sombra proporciona un excelente ecosistema para varias especies de pájaros, y hogar para otras especies salvajes. Las diferentes capas de vegetación también reponen los nutrientes del suelo, a través de un proceso natural de abono y, además, protege las cuencas de agua, evitando la erosión del suelo.

Existen diferentes tipos de sombra, ya que el café puede ser cultivado en un rango de variadas situaciones: desde un sistema de sombra de monocultura (con sólo un tipo de sombra de árbol), hasta un sistema de múltiples sombras, con una alta diversidad de especies.

El principal certificado de café bajo sombra, es proporcionado por la Smithsonian Migratory Bird Center (SMBC), que certifica las fincas basándose en unas estrictas pautas, enfocadas exclusivamente en la sombra, y recompensa con el uso de la etiqueta “bird-friendly” (amigos de los pájaros). Para obtener esta certificación, la finca ya debe haber sido certificada como orgánica.³⁷ Estas pautas han sido desarrolladas en relación con un medio ambiente óptimo para las aves migratorias entre Norte América y América latina. Tal esfuerzo, aún no ha sido formalizado en relación con los pájaros migratorios que viajan entre Europa y África.

Comercio justo del café

El comercio justo (Fair Trade, FT), en el sector cafetero, fue creado por la Fundación Max Haavelar

en Holanda en los 80's. El comercio justo está basado en sociedades compuestas por las llamadas, Alternative Trade Organizations (ATOs) – como la Twin trading, Oxfan Trading, Equal Trading – y por productores particulares. Esta sociedad está definida como “una relación comercial entre negociantes, que tienen elementos éticos y de mercado y apuntan a ser sostenibles en el largo plazo” (Tallontire 1999,109).

La relación entre las ATO y los productores, son mediadas por las Fair Trade Guarantee Organizations (FGOs), tales como la Max Haavelar y la Fairtrade Foundation. Estas organizaciones certifican los productos, seleccionan, verifican y monitorean a los productores de café de comercio justo, y promocionan los productos de comercio justo entre minoristas y consumidores. Se han creado también organizaciones de protección para coordinar las actividades de la FGO y planear las pautas generales de las (European Fair Trade Association, Fair Trade Labeling Organizations International –FTO). Las ATO funcionan bajo el principio de que los cultivadores de café, estén siendo bien remunerados por sus productos. Esto significa que las organizaciones registradas de productores y las cooperativas reciben un precio mínimo base por el café que ellos venden a las ATO. Actualmente, el precio mínimo está en U\$1.06 por libra para el café tipo Robusta no lavado, U\$ 1.20/lb para el Arábica fuerte y U\$1.26/lb para el Arábica Suave. Se agrega una prima extra, sí el café también está certificado como orgánico.³⁸ Esta prima es muy importante, si sabemos que entre julio de 2001 y junio de 2002, el Robusta se negoció en promedio a U\$0.26 por libra y el Suave Colombiano (el más costoso de los Arábicas Suaves en la clasificación de la ICO) a U\$0.66 por libra.³⁹ Sí el precio internacional se sitúa sobre el precio mínimo (lo cual no ha sido muy frecuente durante los 90's), los productores reciben un cinco por ciento de premium sobre el precio de mercado, para café regular, y 15 por ciento para el orgánico. Las ATO

37. April Pojman, 'Shade-Grown Coffee,' *Fresh Cup*, mayo de 2002. Smithsonian Migratory Bird Center, 'Norms for the Production, Processing and Marketing of "Bird-Friendly" Coffee,' Washington, DC.

38. Fairtrade Labelling Organizations International (FLO), 'Fairtrade Standards for Coffee,' Bonn, 25 de abril de 2002.

39. ICO, www.ico.org/frameset/priset.htm

también proporcionan apoyo técnico y financiero a las organizaciones de productores, y juegan un papel de defensa para los productores en los foros nacionales e internacionales.

El café de comercio justo, sólo puede ser comprado a pequeñas organizaciones de cultivadores. Para vender café en el mercado de comercio justo, estas organizaciones necesitan calificar para ser registradas en la FTO. La FTO define una serie de estándares que deben cumplirse en términos de democracia, participación y transparencia, del buen uso de la prima de comercio justo, protección ambiental y condiciones de trabajo.⁴⁰ En el 2000, se vendieron 29.1 millones de libras de café de comercio justo en el mundo, por un valor al por menor, de US\$393 millones. La capacidad estimada de producción de las 300 cooperativas registradas como comercio justo, es de 165 millones de libras. Una gran cantidad de café de comercio justo es vendido también como orgánico (36% del total en el 2000). La mayoría del café de comercio justo es vendido en Europa. Las ventas de café de comercio justo en Norte América en el 2000, ascendieron a sólo 4.7 millones de libras, por un valor al por menor de US\$64.4 millones (Giovannuci 2001,24).

“ Super etiquetas”

La industria de especiales también se está esforzando por crear una “super etiqueta”, combinando los criterios de orgánico, comercio justo y bajo sombra. Esta es diferente a la iniciativa del “certificado de la SCAA”, de un mínimo de estándares de calidad, aunque, todavía no hay un acuerdo sectorial para las etiquetas de sostenibilidad. Por lo pronto, existen dos iniciativas que han intentado combinar algunos elementos de las tres “tradicionales”, referentes a sostenibilidad. Una es la certificación Eco-Ok, desarrollada por la Rainforest Alliance, la cual abarca varios aspectos

del sistema de cultivos, uso de agroquímicos, manejo del suelo y agua y condiciones laborales. Hasta ahora, sólo fincas de seis países Latinoamericanos han sido certificadas, en la mayoría de sus regiones.⁴¹ Otro es el código de conducta Utz Kapeh. Utz Kapeh (significa “una buena taza de café”, en uno de los lenguajes Maya), es el nombre de una fundación creada por guatemaltecos y holandeses. Esta ha desarrollado un código de conducta, para el crecimiento de un café sostenible, basado en las “buenas practicas agrícolas”, del European Retailer Group (EUREP). Este código contiene criterios sobre el manejo del suelo, uso de fertilizantes, manejo integral de plagas, manejo de la polución, salud del trabajador, seguridad y bienestar y otros aspectos socioeconómicos y culturales. Las metas de al Utz Kapeh, son garantizar el acceso a servicios básicos sociales, guiar a los productores hacia el mejoramiento de los estándares para el crecimiento del café sostenible y proporcionar asistencia para implementar estos estándares.⁴²

Iniciativas empresariales sobre sostenibilidad

Los operadores de café especial en los países consumidores, están involucrados en aspectos de sostenibilidad de tres formas: (1) pueden comprar y/o vender los cafés certificados por una tercera parte, tales como los orgánicos, de comercio justo y bajo sombra; (2) pueden contribuir con proyectos en favor del crecimiento de las comunidades cafeteras;⁴³ y (3) pueden desarrollar sus propios sistemas de seguimiento o estándares que incluyan parámetros ambientales y sociales.

Las compañías de café en la industria de especiales, que están involucradas en los esfuerzos de sostenibilidad, adoptan una mezcla de estas aproximaciones. La Green Mountain Coffee Roasters, además de su programa “farm-direct”,

40. Fairtrade Labelling Organizations International (FLO), ‘Fairtrade Standards for Coffee,’ Bonn, 25 de abril de 2002.

41. Rainforest Alliance, www.rainforest-alliance.org/programs/cap/index.html

42. Presentación y apuntes de la SCAA 14th Annual Conference & Exhibition, panel ‘Quality and sustainability. Cause & Effect’, Anaheim, California, 6 de mayo de 2002. Ver también Utz Kapeh, www.utzkapeh.org

43. Existen varias organizaciones sin ánimo de lucro, que nacieron dentro de la industria de los especiales y que son activas en ofrecer servicios de educación, micro-créditos y desarrollo comunitario, en las áreas productoras de café. La más famosa es el “Coffee Kids”, fundada por el propietario de una tienda de café en Providencia, Rhode Island. Coffee Kids es visto por su fundador ‘como una forma para que los consumidores de café y los negocios relacionados con éste, devuelvan algo a las familias que lo cultivan’ (ver www.coffeekids.org).

compra el 16% de sus requerimientos totales, en el mercado del comercio justo. También invierten parte de su "Fondo de responsabilidad social", en proyectos productivos, y está involucrada en algunos planes pre-pago y de financiamiento de los productores. Desde 1992, el programa "Stewardship Program" de la Green Mountain, se encarga de identificar a aquellos cultivadores que estén comprometidos con la calidad de su café, con la protección ambiental y con las condiciones de trabajo.⁴⁴

La compañía de café Thanksgiving, una tostadora y vendedora mayorista de California, reconocida por el eslogan "Not Just a Cup, But a Just Cup", vendió aproximadamente U\$5 millones de buen café en el 2001. La compañía ha funcionado, desde 1995, con un sistema de "rating" para la compra de café de los cultivadores, teniendo en cuenta criterios sociales y ambientales.⁴⁵ Thanksgiving Café, también comercializa "Song Bird Café", compartiendo el riesgo con la American Birding Association (ABA). Esta línea de cafés bajo sombra, es "verificada" por el dueño de la compañía de café (por lo que no se considera como un café certificado por una tercera parte). De acuerdo con la literatura de la compañía, la medida "permite que los amantes de los pájaros y del café, y todos los demás, apoyen la supervivencia del hábitat de los pájaros, mientras disfrutan de un magnífico café."⁴⁶ La ABA, patrocina Song Bird Coffee, mientras que Thanksgiving comercializa el producto y le reintegra 15 centavos por paquete.⁴⁶ Un proceso similar, también es realizado por la compañía Café "Bat Magic", que también comercializa café bajo sombra y se relaciona con la preservación del hábitat del murciélago. Un porcentaje de las ven-

tas de Bat Magic coffee, apoya a la "Bat Conservation International" y a la "Wildlife Trust", que son dos grupos ambientalistas sin ánimo de lucro, que colaboran con la conservación de la población de murciélagos, y en proyectos de educación pública en todo el mundo.⁴⁷

Starbucks también se ha involucrado en aspectos de sostenibilidad. En el periodo 2001/2002, proporcionó U\$1 millón al Fondo Calvert, de los \$2.6 billones (beneficio neto durante el 2001) que obtuvo, con el fin de financiar a los pequeños cultivadores. El 40% de los requerimientos de esta compañía, son de café bajo sombra, aunque no es claro cuanto está certificado.⁴⁸ Igualmente ha empezado a comprar café de comercio justo y Eco-OK café. El café de comercio justo certificado, ha estado disponible en Starbucks en Estados Unidos, desde octubre de 2000, y en el Reino Unido desde marzo de 2002. Desde mayo de 2002, el café de comercio justo se ha promocionado como el "Coffee of the Day", una vez por mes en todas las tiendas Starbucks de Norteamérica, aparentemente sin ningún costo adicional para el consumidor. Starbucks fue premiada con el "Humanitarian Award" del "Coffee Quality Institute", en la conferencia de la SCAA en mayo de 2002. También estuvo incluida en la lista de Negocios éticos "100 Best Corporate Citizens" en el 2002 (ocupando la posición 23).⁴⁹

Entre las iniciativas más importantes de Starbucks, se encuentra el desarrollo de un programa piloto para establecer un "preferred supplier system" (PSS), de compra de café verde. Este determina una serie de estándares y procedimientos de verificación, para el "mejoramiento de la producción de café sostenible". Starbucks, define sostenibilidad como "un modelo económica-

44. Entrevista No. S0505021, Anaheim, California, 5 de mayo de 2002. Ver también: Green Mountain Coffee Roasters, http://www.greenmountaincoffee.com/social_environmental/scripts/stewardship.asp. Green Mountain, se posesionó como la décimosexta compañía del rating 200, de las Mejores Pequeñas Compañías, elaborado por Forbes en el 2001. Sus ventas de café fueron de U\$ 84 millones en el 2000 (ver Luisa Kroll, 'Entrepreneur of the Year: Java Man', Forbes, 29 de octubre de 2001). Desde noviembre de 2000, esta ha sido el único proveedor, de las más de 1100 estaciones de servicio ExxonMobil, la cual no tiene un buen registro de protección ambiental.

45. Amy Satkofsky, 'Sustainable Coffee Is for the Birds – and Everybody Else,' Business Magazine, septiembre – octubre de 2001. NT Traducción literal de: "enable[s] bird lovers and coffee lovers and everyone to vote with pocketbooks for the survival of bird habitat while enjoying superb coffee"

46. Thanksgiving Coffee Company, <http://www.songbirdcoffee.com/sb-home.html>

47. Thanksgiving Coffee Company, http://www.thanksgivingcoffee.com/bats_pr.html

48. Presentaciones y apuntes de la SCAA 14th Annual Conference & Exhibition, panel 'Economic viability for farmers: the roaster/retailer role,' Anaheim, California, 3 de mayo de 2002.

49. Si esto significa algo positivo para los cultivadores de café, no es claro. Procter & Gamble, una de las más grandes corporaciones involucradas en el tostado comercial de café, estuvo posicionado en el quinto lugar de la misma lista.

mente viable, que soluciona las necesidades sociales y ambientales de todos los participantes de la cadena de oferta de café, desde el productor hasta el consumidor.⁵⁰ Este sistema se superpone a los estándares de calidad desarrolladas y aplicadas por Starbucks a sus proveedores.⁵¹ El PSS es un sistema de punto flexible, que recompensa el buen funcionamiento en un número de categorías de "sostenibilidad". Una escala de 100 puntos, incluye indicadores agrupados en tres títulos principales: impacto ambiental (50 puntos), condiciones sociales (30 puntos) y aspectos económicos (20 puntos).⁵² En su formulación actual, el galardón de proveedor preferido, se otorgará a quienes hayan registrado 100 puntos. Los proveedores preferidos, obtendrán una prioridad sobre todos los proveedores de café, durante un ciclo particular de compras. Los costos de transacción en los que incurren los proveedores, serán disminuidos por un programa de incentivos financieros. Este programa estipula que Starbucks pagará una prima de U\$0.10 por libra sobre el precio de contrato (aproximadamente un centavo por cada diez puntos ganados). Sin embargo, este sistema de incentivos, sólo es provisional, y se espera que termine al finalizar el segundo año del periodo piloto. Después de eso, sólo los criterios cualitativos (barreras a la entrada) operarán. Starbucks también tiene un esquema de verificación independiente para asegurar credibilidad. Igualmente se requiere que los proveedores proporcionen documentación confiable de una tercera parte. Se espera que el sistema de verificación sea permisible, flexible y accesible. La verificación independiente será proporcionada por organizaciones del sector privado o de

negocios, Organizaciones No Gubernamentales (ONG), instituciones académicas y de investigación, o agencias gubernamentales.

ESTÁNDARES, BARRERAS DE ENTRADA, Y EQUIDAD EN LA INDUSTRIA DE CAFÉ ESPECIAL: LECCIONES PASADAS Y PERSPECTIVAS FUTURAS

En secciones anteriores, examiné la variedad de estándares que se pueden encontrar en el comercio de café. Sus principales características están resumidas en las tablas 1 y 2, siguiendo ampliamente la clasificación de los estándares mencionadas en la sección 2 (obligatorias, voluntarias, y privadas). La tabla 1 incluye los estándares relacionadas, principalmente, con la calidad del café. La tabla 2 examina los estándares que pertenecen a los aspectos socioeconómicos y ambientales.⁵³ Las dos tablas incluyen algunos estándares relacionados con el mercado comercial de café, (estándares de calidad en los países productores de café, regulación de la seguridad alimentaria de los países consumidores, el programa ICO de mejoramiento en la calidad del café, y estándares fundamentales de los sistemas comerciales de compra de café). Estas han sido mencionadas levemente en este documento, y se han colocado en las tablas para propósitos comparativos. La siguiente discusión se centrará en los temas que se refieren al mercado de café especial. Una de las razones es que muchas, si no todas, son vistas por la industria como "iniciativas positivas", aunque parece haber cierto grado de polarización entre los operadores, que se enfocan en la calidad, y aquellos que se enfocan en causas am-

50. Fuentes: Starbucks, documento de prensa, 15 de Noviembre de 2001; 'Starbucks Green Coffee Purchasing program. Pilot Program for Preferred Suppliers', mimeo; y entrevista No. S0305022, Anaheim, California, 3 de mayo de 2002.

51. La demanda de calidad de Starbucks varía dependiendo del contrato. Sus preparaciones típicas ('Starbucks preparation' y 'European Preparation') incluyen los siguientes pre-requisitos: sólo granos Arábica, cero defectos de calidad, muy buen color, y un grano de tamaño consistente (arriba, cuadro 15). Los requerimientos para una taza de calidad incluyen: representatividad del sabor, característica única del origen, limpieza, tamaño, excelente aroma, y menor densidad de granos duros en los cafés lavados. Sin embargo, otros contratos, se pueden basar en grados establecidos por origen (denominación oficial del grado), o por otros géneros establecidos (descripciones comerciales).

52. La categoría de "impacto ambiental" incluye diez indicadores, cada uno de cinco puntos: manejo de la tierra, aguas residuales, agua limpia, zona de descontaminación de aguas, conservación de la bio-diversidad y forestal, uso de sombra, manejo de pesticidas, uso de agro-químicos aceptados, y manejo de desperdicios. La categoría de "condiciones sociales" incluye tres indicadores, cada uno de diez puntos: salarios y beneficios, salud y seguridad, condiciones de vida. La categoría de "aspectos económicos" es más genérica y sólo tiene un indicador llamado 'transparencia económica', que requiere que todos los oferentes, provean la documentación necesaria sobre los precios pagados a todos los participantes, a lo largo de la cadena.

53. La clasificación por el principal aspecto, no significa que todas los estándares cubren un aspecto dado en particular. En muchos casos, estas comprometen una variedad de casos específicos sobre calidad, medio ambiente y aspectos socioeconómicos. Sin embargo, una atenta lectura de esas normas, revela que algunas de ellas usualmente son más enfáticas que otras.

bientales y socioeconómicas (ver sección 8). Excepto por una creciente literatura que evalúa críticamente, la importancia de los cafés de comercio justo (Mace 1998; Schmidt 2002; Tallontire 1999, 2000; Waridel 2001), muy poco se ha hecho para considerar los estándares de los cafés especiales como un todo.

Comenzaré con las iniciativas relacionadas, en su mayoría, con la calidad del café. Cualquier estándar mínimo de calidad, enfrenta barreras de entrada y por lo tanto, tiene efectos distributivos. Por ejemplo, el "certificado SCAA" de café especial, establece una serie de estándares estrictos sobre la calidad de la tasa, para que se pueda usar su marca de integridad. El problema es que si un productor no conoce el estándar, no encontrará mecanismos dentro del sistema, para tener acceso a capital, o a las ayudas financieras y/o la asistencia técnica, necesarias para hacer inversiones futuras y "mejoras". En general, son los grandes propietarios los que tienen mejor acceso al financiamiento, a los mercados y a la infraestructura. Por tanto, ellos están más cerca de encontrar los recursos para afrontar la creciente demanda de nuevos estándares, que los pequeños propietarios y las cooperativas. De la misma forma, la mayoría de los grandes propietarios tienen habilidades y facilidades en el proceso que la mayoría de los pequeños propietarios (e incluso las cooperativas). Los grandes propietarios están mejor equipados, para formar enlaces directos con importadores y tostadores de especiales y pueden internalizar y retroalimentar mejor la información sobre calidad, por lo que están mejor situados en la "curva de aprendizaje de la calidad".⁵⁴

El programa "La Taza de la Excelencia" podría ayudar forjando contactos directos entre los productores y los operadores de café especial. Sin embargo, su actual configuración cubre una pequeña minoría de países productores (en toda

América Latina), dentro de los cuales se produce café de buena calidad. Igualmente, la mayoría de los participantes cafeteros de estos concursos (y los que fueron premiados), han sido grandes propietarios. Una importante excepción fue el concurso de Nicaragua, donde las cooperativas ganaron 13 de 25 nominaciones, incluyendo el ganador total.

Todas estas cooperativas poseen laboratorios de pruebas, que fueron otorgados a través del Fondo de Ayuda Norteamericano (USAID), por el lapso de dos años.⁵⁵ El programa de la Tasa de Excelencia, prevé un aumento del número de orígenes y una expansión del sistema de competencia-subasta entre los cafés de mejor calidad, dentro de un amplio segmento de cafés especiales. Esto podría tener un impacto positivo en las cooperativas y sobre los pequeños propietarios. Una medida más directa y favorable, podría ser la de organizar procesos especiales de competencia-subasta, exclusivamente para los pequeños productores de café.

Otra forma amigable para los pequeños propietarios (o por lo menos un proceso de "tamaño-neutral"), es el desarrollo de sistemas de denominación, especialmente en su configuración más genérica (donde todas las fincas de cierta área, califican para la participación). Más aún, se pueden establecer límites, que se pueden ajustar, con el fin de cubrir, las principales áreas productoras de pequeños propietarios. Sin embargo, sí se establece un mínimo de requerimientos de calidad, aquellos productores, relativamente bien conectados y que tienen acceso a asistencia técnica, pueden beneficiarse más, que los cultivadores marginados –incluso dentro de la misma categoría de pequeños propietarios.

Las iniciativas privadas, como las relaciones cafeteras, incrementan los problemas de equidad, ya que, es más fácil establecerlas con los grandes productores, que con los pequeños produc-

54. La distinción analítica entre "grandes propietarios" y "pequeños propietarios" puede ser algo extensa. Diferentes países tienen diversos sistemas de clasificación. Lo que caracteriza a un gran propietario en un país, puede que lo clasifique como un pequeño propietario en otro. Algunos países también diferencian entre pequeños propietarios (bajo 1 a 10 ha. dependiendo del país), de pequeño a mediano productor (de 2 a 10, hasta 50 ha.) y grandes productores (de 50ha. en adelante). En este documento hago uso de la distinción general entre pequeños propietarios (por debajo de las 10 ha.) y grandes propietarios (por encima de las 10 ha.). Esto no significa que todos los grandes productores sean iguales. El más pequeño de los grandes propietarios, será analizado con las necesidades y características de uno pequeño. Por tanto, mi opinión sobre la materia debe ser leída como una referencia de situaciones sucesivas, más que una división radical de dos extremos.

55. Paul Katzeff, comunicado personal, 24 de octubre de 2002.

tores o cooperativas. El principal aspecto de este caso, es no incrementar las barreras de entrada (las relaciones cafeteras han disminuido), ¿pero quién logra involucrase y quiéno?. Como un gran propietario señaló, "es más fácil trabajar con grandes propietarios que con cooperativas, ya que sólo tiene que negociar con una persona y con una opinión, y, además, consigue prácticas de cultivo homogéneas, consistente en calidad y con una toma de decisiones más rápida".⁵⁶ Como se argumenta antes, los grandes propietarios están mucho mejor equipados, para enfrentar los requerimientos de calidad del mercado de especiales, que los pequeños propietarios y las cooperativas. En otras palabras, ellos tienen mayor probabilidad de entregar mejor calidad y homogeneidad año tras año. Sin embargo, no todos están de acuerdo con este planteamiento. Lo importante hasta aquí, es que muchos compradores, "desean realizar su trabajo sin mayores complicaciones."⁵⁷

Estas consideraciones críticas, deben ser leídas de forma comparativa. Con el objetivo que estas iniciativas permitan canalizar el valor agregado hacia el productor (de cualquier tamaño), y que sigan operando de forma redistributiva (entre países consumidores y productores). Sin embargo, el principal objetivo debe ser que los productores obtengan un premium por la calidad, que es lo que nunca sucede en el mercado comercial, ni tampoco en los sistemas de compras de cafés especial. Ahora me traslado a los estándares que cubren aspectos de protección ambiental y socioeconómicos. Un problema general en el terreno de los cafés certificados es que la cantidad ofrecida, a menudo, es mayor que la demanda de mercado. Por tanto, los productores

no pueden estar seguros de que las inversiones hechas en certificación (y/o conversión a orgánicos), serán retribuidas. Por ejemplo, la sobre oferta de cafés orgánicos es un problema común en algunos países. En muchos ambientes agro-ecológicos y socioeconómicos, las prácticas agrícolas de los cultivadores de café, se asemejan mucho a las del modelo orgánico.⁵⁸ Sin embargo, la agricultura orgánica es más que el no uso de agroquímicos. El proceso de conversión es complicado, costoso y largo, que usualmente implica acceso a servicios de extensión y de asistencia técnica. Los costos de certificación para los productores, pueden ser aliviados, si se involucran las ONGs o las agencias de ayuda, o sí los poseedores de los certificados son compañías de exportación (sin embargo, en este caso, los exportadores terminarían controlando los flujos financieros y de información). El premium recibido por los productores depende del sistema de comercialización (si el que posee el certificado es una cooperativa o un exportador); de que porcentaje del total de ventas es orgánico certificado (versus el café que ha sido vendido como "convencional"); y de los costos de obtención y mantenimiento del certificado. Lo importante de la sostenibilidad económica, para la conversión a orgánico, es encontrar un mercado mínimo confiable año tras año.⁵⁹

Algunos de estos problemas se aplican a la certificación del café bajo sombra. Los productores certificados han dicho que ellos, no necesariamente quieren ganar un premium extra sobre los cafés de certificación orgánica (el cual es requerido por los estándares Smithsonian). En el periodo 2000/2001, 6.6 millones de libras de café fueron certificadas como bajo sombra, pero

56. Comentarios de la SCAA 14th annual Conference & Exhibition, panel 'Economic viability for farmers: The roaster-retailer role', Anaheim, California, 3 de mayo de 2002.

57. Paul Katzeff, expresión original utilizada en inglés: ... many buyers 'prefer soft toilet paper in their hotel rooms rather than an outhouse in the woods without running water.' Comunicado personal, 24 de octubre de 2002.

58. Esto es especialmente importante en los países productores de Suaves Arábica Africanos, después de la liberalización del mercado. Los agroquímicos han llegado a ser más costosos, que los precios del café, y el acceso al crédito para los pequeños productores se ha agotado (Ponte 2002b). Por el contrario, en las áreas productoras de cafés Arábicas Fuertes y Robustas, los cultivadores poco usan agro químicos, incluso antes de la liberalización.

59. Un reciente estudio de la conversión de robustas no lavados a orgánicos, en Uganda, muestra que una cooperativa o un grupo de productores hace una inversión inicial de US\$ 60,000 para los tres primeros años. Esta podría disminuir hasta US\$14,000 para los años cuarto y quinto, y de ahí en adelante de US\$1 a US\$2,000 cada año. El costo directo asumido por un productor individual para la implementación de prácticas orgánicas, está estimado en US\$50 en tres años. El total de la inversión debe ser sostenible, si se encuentra un mercado para 60 toneladas de café certificado, cada año (Belling 2002).

solamente 1.2 millones de libras fueron vendidas como tal (por un valor al por menor de U\$16.2 millones), principalmente en Norteamérica. Esto significa que en lugar de ganar un premium, la certificación puede asegurar que los productores certificados vendan su café más fácilmente (o más rápido), que los otros productores. Si este es el caso, entonces la certificación –más que dar incentivos– simplemente constituye una barrera de entrada. Otro aspecto problemático de la comercialización, es que muchos países consumidores, dominados por los operadores, usan el concepto de café “verificado bajo sombra”. Este café no está certificado por una tercera parte. Este concepto simplemente implica, que la finca ha sido visitada por alguien, para asegurarse de que allí hay “sombra”. Estas verificaciones no son *exhaustivas* y no son claras las pautas usadas. Algunos operadores de café, usan el término, bajo-sombra, aunque haya unos pocos árboles en la finca, o solamente de una especie. Esto crea confusión a los consumidores, que no conocen en qué términos, estos cafés son confiables, y proporciona, además, oportunidades de free-riding, a los operadores menos confiables (esto mismo se presenta para cafés orgánicos no certificados).

La certificación de comercio justo, está disponible sólo para pequeños grupos de cultivadores, organizaciones y cooperativas. El proceso usualmente toma seis o doce meses para ser realizado – o más tiempo si se busca también la certificación de orgánico. La certificación de comercio justo requiere establecer estructuras de organización formal, auditoria y con mecanismos de contabilidad transparente. Por tanto, su costo depende de sí los cultivadores de cierta área ya están organizados, además del tiempo que le toma a la empresa alcanzar el “status de comercio justo”. La recompensa en términos de premium es conocida y substancial (en la medida que haya un mercado para la oferta del café de comercio justo). Esta recompensa varía dependiendo del tipo de café que se venda (Robusta o Arábica, convencional u orgánico). Sin embargo, los aspectos de “justicia” en el comercio justo, aún no están completamente claros. Los mejores cultivadores están más involucrados, en un grupo de

productores u organizaciones, que los marginados. En una misma área, puede haber una cooperativa que sea escogida para trabajar conjuntamente en comercio justo y otra que no. Los compradores de comercio justo pueden seleccionar pequeñas cooperativas, que vendan la mayor parte de su producto, exclusivamente, por medio del canal de comercio justo, haciendo a un pequeño grupo de productores, relativamente más ricos. Alternativamente, ellos pueden comprar a una gran cooperativa, que venda un pequeño porcentaje al comercio justo, de lo cual resulta un pequeño premium para un gran número de productores. Los registros sobre contabilidad y transparencia de algunas cooperativas, especialmente reguladas por el Gobierno, han sido también cuestionados. Finalmente, algunos países ofrecen mucho café de comercio justo, otros no.

Cuando el mercado de comercio justo, ofrece un gran premium sobre el mercado comercial (este ha sido el caso desde finales de 1998 por los Arábica y desde principios de 1996 por los Robusta), estos puntos de contención son más difíciles de dirigir. La FLO está considerado una revisión descendente, del precio mínimo para los Robustas no lavados, que podría ser buena idea, si hace que el espresso de comercio justo, sea más barato al por menor, y si se traslada a una mayor parte del mercado. Obviamente, incrementar la parte del mercado, en general, de café de comercio justo, tiene un impacto positivo sobre los productores. Por esta razón, las organizaciones de comercio justo, después de lo logrado por Starbucks, han comenzado a montar campañas contra los grandes tostadores comerciales. Por ejemplo, la norteamericana Global Exchange, está tratando de convencer a la Folgers, la marca líder de Procter & Gamble, de que empiecen a ofrecer certificados de Comercio Justo de café, a sus consumidores. Oxfam también está ejerciendo presión sobre las “cuatro grandes” tostadoras, para incrementar el uso de café de comercio justo en sus mezclas (Oxfam 2002b).

Uno de los problemas relacionados con los intentos de crear una “super-etiqueta”, es el limitado alcance de tales iniciativas. Eco-OK ha otorga-

do 25 certificados en el sector cafetero,⁶⁰ la mayoría de estos, a grandes propietarios en toda Latinoamérica. Utz Kapeh ha certificado a ocho fincas y a dos grupos de cooperativas en cinco países latinoamericanos. En ambos casos, no se proporciona ningún fondo de inversión a los productores, para que puedan cumplir con los estándares (aunque Utz Kapeh “ayuda en la búsqueda de fondos”). Ambas tienen menos estándares ambientales y de sombra, que las certificaciones de orgánicos y los demandados por la Smithsonian, para café bajo-sombra. Finalmente, ninguna de las dos garantiza un precio base (como lo hace la de comercio justo), o un salario de sostenimiento (pagos justos de acuerdo con las leyes nacionales). Esto ha promovido la crítica por parte de los defensores de las certificaciones “tradicionales”, quienes temen que los principios ambientales y de comercio justo, pierdan consistencia, y que la multiplicación de etiquetas confunda a los consumidores.

En el área de iniciativas empresariales, las de Starbucks' Preferred Supplier System (PSS) son plausibles, aunque tienen sus limitaciones. Exceptuando el periodo provisional de la fase piloto, no hay un incentivo explícito, que proporcione cubrimiento a los costos extras, relacionados con el “criterio de sostenibilidad”. Los proveedores tienen que mejorar en su actividad, y pagar por una verificación independiente. Aún, no existe la garantía de largo plazo, que les permita recibir precios más altos, que los actualmente pagados por Starbucks. A menos que el sistema de incentivos de punto base se mantenga en el largo plazo, el PSS simplemente incrementará las barreras de entrada para los proveedores. Los requerimientos de “transparencia”, simplemente estipulan que los precios pagados en la cadena

de la oferta, deben ser publicados por Starbucks, pero no se ha establecido un precio mínimo o un salario de manutención. El sistema PSS también es más preciso en lo relacionado con aspectos ambientales, que con los sociales y económicos,⁶¹ lo cual es obvio desde el punto de vista de la categoría de ‘condiciones sociales’, ya que Starbucks tiene más en cuenta a los grandes productores que a los pequeños propietarios (las tres provisiones bajo esta categoría, son las genéricas y las relacionadas con los trabajadores de las fincas). Por el lado positivo, Starbucks ha anunciado un proyecto conjunto con la Fundación Ford, Oxfam América y CEPCO (una asociación de pequeños productores en Oaxaca, México). El proyecto piloto proporcionará a los cultivadores: asistencia técnica (incluyendo la introducción al refinamiento de habilidades de cateo, para la organización de productores), información sobre el mercado y la retro-alimentación necesaria para el mejoramiento de la calidad.⁶²

El problema de equidad, en la industria de los especiales, gira alrededor del hecho de que establecer estándares (en cuanto a calidad, protección ambiental o condiciones socio-económicas), incrementa las barreras de entrada en el comercio de los cafés especiales. Un primer aspecto es si los altos estándares son recompensados con altos precios para los productores. Este parece ser el caso relacionado con las iniciativas de calidad para comercio justo, analizadas en este documento, pero no siempre en el etiquetado de protección ambiental. Un segundo aspecto, es que si la distribución de beneficios en el ámbito regional es justa. Al respecto, Latinoamérica parece ser un claro ganador por encima de Asia y los especiales africanos, con excepción de los de comercio justo. Un tercer aspecto, es si un

60. La certificación Eco-OK es más frecuente en el sector bananero, pero aún solo se aplica en fincas latinoamericanas.

61. Las pautas adoptadas por Starbucks en la búsqueda de café, están principalmente enfocadas en los principios de conservación en la producción de café. Estas fueron desarrolladas por las compañías Consumers Choice International, Conservation International, la Rainforest Alliance y la Smithsonian Migratory Bird Centre. Esto es reflejado en la descripción, relativamente precisa, de los indicadores ambientales. A mi parecer, tales cooperativas no han tratado de desarrollar indicadores sociales y económicos, que pudo haberse beneficiado de la interacción entre el Comercio Justo y las organizaciones laborales.

62. Los objetivos de los grandes productores son: (1) Incrementar la oferta de café de alta calidad, con certificación de comercio justo, para el mercado de los especiales de E.U., proporcionado por cooperativas de pequeños productores; (2) aumentar las habilidades de los pequeños productores, otorgando recursos y entrenamiento, para mejorar y estandarizar la calidad post-cosecha; (3) proveer información y soporte, para que los productores cosechen un producto de alta calidad y obtengan precios premium por su café; y (4) animar a los productores para que promulguen su conocimiento a otras cooperativas de café (Joint Starbucks and Oxfam America press release, 29 de julio de 2002).

grupo de productores es desproporcionadamente recompensado en comparación a otro. Como lo he resaltado varias veces en este documento, los grandes propietarios obtienen mayores beneficios, del desarrollo del sistema de compras en la industria de especiales y de los nuevos estándares, que los pequeños propietarios y sus organizaciones. Esto no implica, que no se pueda trabajar con las cooperativas, pero siempre y cuando, se cumplan ciertas condiciones.

El jefe de compras de una organización compradora de especiales, quien primero trabajó con cooperativas, me contó que, cuando ellos empiezan a trabajar con una cooperativa, lo primero que se pregunta es que si ellos tienen acceso a asistencia técnica y en que nivel. También agrega que, las cooperativas necesitan una buena estructura organizacional para alcanzar una alta calidad, pero estas no pueden lograrlo sin apoyo.⁶³ La ayuda en asistencia técnica puede ser facilitada a través de sociedades, como las ONGs y otros donantes. Por tanto, el "Memorandum of Understanding" entre el SCAA's Specialty Coffee Institute, y la USAID, es una evolución positiva.⁶⁴ Sin embargo, mientras que la asistencia técnica es una de las formas de solucionar los problemas de acceso, la industria de los especiales debe ser consciente de que algunas de sus alternativas, aumentan las barreras de entrada que afectan a las cooperativas y los pequeños productores. La cobertura de asistencia técnica es desigual, algunas veces debido a motivaciones políticas y tiende a concentrarse en áreas con menos desventajas y más propensas a ser "exitosas". La asistencia técnica también tiende a ser "reactiva" (llenando los vacíos después que se presentan), mientras que la industria de especiales necesita ser "pro-activa", antes de que se convierta en una industria de grandes propietarios.

IMPLICACIONES TEÓRICAS

El estudio del caso de la industria de café especial en Norteamérica, sugiere tres tendencias en el área de los estándares: (1) los estándares voluntarios y privados están sustituyendo las reglas obligatorias – *si no es de derecho, por lo menos es de hecho*; (2) la medición de los atributos que pertenecen a los métodos de producción y procesamiento, se está volviendo tan importante (sino más), que la medición de las cualidades físicas de un producto; y (3) los atributos de experiencia y credibilidad del café, se están volviendo más importantes que los atributos de búsqueda; esto ha llevado a la proliferación de complejos procesos de certificación y sistemas de etiquetado y a nuevas formas de coordinación.

Una de las implicaciones de estos cambios es que, estándares se vuelven más complejos, y las instituciones las fijan y/o monitorean con el fin de incrementar su poder. Esto implica que, detrás de las aparentes discusiones técnicas acerca del contenido de los estándares, y de los sistemas de monitoreo, hay aspectos de acceso y control. Como se ha visto antes, los estándares establecen nuevas barreras de entrada, que tienen consecuencias en distribución, en cuanto a localización geográfica y condiciones sociales. Como los procedimientos de certificación se vuelven más costosos, los pequeños productores y las cooperativas de países productores que tienen menos acceso a ayudas para el desarrollo o para conseguir asistencia técnica, son los más afectados. Incluso quienes maniobran para sobre pasar las barreras, no necesariamente ganan en cuanto a mayor valor agregado. Las instituciones públicas, que en el pasado establecieron estándares de regulación, se están volviendo poco capaces para defender los intereses de los productores, especialmente aquellos de pequeña escala. El resultado es que, en muchos casos,

63. Entrevista No. S0505021, Anaheim, California, 5 de mayo de 2002.

64. Esta sociedad es particularmente importante, porque es la primera vez que USAID firmó un MOU, con un grupo de la industria privada. El MOU, apunta a la institucionalización de iniciativas por parte de las organizaciones públicas o privadas sin ánimo de lucro, en los países productores de café. Este surgió de la experiencia de un proyecto realizado en Perú, con patrocinio de la USAID, y la participación de la Seattle Best Coffee Company, organizaciones sin ánimo de lucro para el desarrollo rural, y la Winrock International, las cuales renovaron más de 2000 h.a de café. La Winrock trabajó a nivel local, mientras que la Seattle Best Coffee, otorgó acceso a los mercados. (Mike Ferguson, 'Impact at Origin: Specialty Coffee Takes the Lead', <http://www.scaa.org/stories.cfm?st2=stories/121400.cfm>)

los productores han sido sacados del juego de fijar estándares y monitoreo.

Si se emplean las categorías de la teoría de contratos, la cadena mundial del valor del café puede interpretarse como una inclinación diferente a una forma de coordinación "industrial" (basado en la compra de café a una escala comercial y en relación con el precio de futuros de Nueva York), y estaría, por el contrario, enmarcada en formas de coordinación "domésticas" y "cívicas" (depende de qué tanto la industria de especiales llega a ser importante). Sin embargo, como se mencionó en la sección 2, la categoría "doméstico", contiene formas de coordinación que involucran diferentes sistemas de manejo de calidad y dinámicas de poder. El caso de café especial, sugiere que los cambios dentro de las formas "domesticas", pueden ser tan importantes, como en otras formas. Por ejemplo, la información sobre la calidad del café, en el mercado al por menor, se asocia normalmente a la marca.

En el sector de la industria de especiales, la información sobre la calidad es difundida hacia los consumidores, por medio de otras formas, especialmente en relación con el origen del café –y algunas veces, basándose en la interacción personal entre los tostadores y los productores, y los tostadores y los consumidores. Los sistemas de denominación geográfica confieren más poder a los productores que a la marca, sin importar que, incluso, ambos pertenezcan a la misma categoría de "doméstico". También se presentan diferencias a lo largo de las cadenas de valor, no sólo entre los sub-tipos de cadenas. Por ejemplo, las relaciones contractuales entre tostadores e importadores, y entre importadores y exportadores, usualmente toman lugar en un ambiente de confianza y completa información sobre la calidad del café; la confianza del proveedor en este caso, se relaciona con la agilidad de entregar a tiempo, el manejo de la logística y la preparación del café con las debidas especificaciones. En los países productores, por el contrario, la mayoría de las transacciones, toma lugar con limitada información sobre calidad. Por tanto, la confianza del proveedor, se basa en la

expectativa de obtener un nivel requerido y consistente de calidad.

Un movimiento hacia una forma de coordinación "cívica", en la cadena mundial del valor puede ser –respecto al valor– más convincente, que el caso de la coordinación "doméstica". La industria de los cafés especiales se centra cada vez más en aspectos ambientales y socioeconómicos, y a la vez, se basa más en la información compartida sobre calidad, y en las formas de coordinación más cooperativas entre tostadores y productores, más que en el mercado comercial. Por otra parte, no es claro que el valor explicativo de esta categoría, visto desde la teoría de los contratos, no sea atribuible a una forma relacionada con la organización. Para complicar el cuadro, se puede también argumentar que existe una tendencia contraria para el cambio de formas de coordinación industriales, a cívicas. La adopción de un estricto estándar de calidad "objetivo", por parte de la SCAA, puede ser interpretada como un intento de volver a una forma de coordinación "industrial", con el fin de debilitar la necesidad de adquirir formas domésticas y cívicas.

En pocas palabras, no es claro si la teoría de los contratos puede proporcionar las herramientas, para entender el papel de los estándares, en los comportamientos de gobernalidad de la cadena mundial del valor. Me gustaría argumentar que, más que intentar "fijar" estas categorías, es más provechoso leer la relación entre los estándares y las formas de coordinación, a través de los lentes del análisis de la cadena del valor. Esto no significa que la teoría de los contratos sea inútil. Esto proporciona un marco de análisis para evaluar, cómo los estándares determinan las formas de gobernalidad en la cadena del valor, algo a lo que por ahora el análisis de la GVC no ha prestado demasiada atención. También es importante recordar que la teoría de los contratos, debilita las lecturas institucionales sobre estándares que no toman en consideración aspectos de poder y acceso. Finalmente, esto destaca que la perfecta información, no siempre se traduce en mayor eficiencia, y que cada configuración de calidad, tiene implicaciones en cuanto

a quiénes son los agentes dominantes en una cadena del valor y cuánto control tienen estos, sobre los otros agentes.

Como lo argumenté en otra parte (Ponte 2001; 2002a; 2002c), antes del colapso del Acuerdo Internacional del Café (ICA) de 1989, la cadena mundial del valor del café, no estaba, particularmente, dirigida por ningún agente, ni tampoco era posible establecer, claramente, que grandes productores o países consumidores la controlaban.⁶⁵ Las barreras de entrada en el cultivo y en el comercio doméstico, eran, frecuentemente, mediadas por los Gobiernos. Los Gobiernos también manejaban los sistemas de control de calidad, y en alguna medida, decidían los niveles de calidad aplicables al sector exportador. En el segmento de los países consumidores de la cadena del valor, los tostadores fueron incrementando su liderazgo, a través de la marca (y su "empeño" en la calidad), la publicidad y la consolidación. Sin embargo, su control de la cadena mundial del valor fue limitado por el sistema de cuotas, y el control gubernamental en el mercado de los países productores.

Por el contrario, el régimen post – ICA, exhibe muchas de las características de una cadena, claramente, "agente consumidor". Los acuerdos de poder entre los operadores de los países consumidores, han aumentado por encima de los operadores de los países productores, especialmente cultivadores y sus gobiernos. El marco institucional se ha alejado de un sistema formal y relativamente estable, donde los productores y los países productores tuvieron "voz y voto", hacia uno que es más informal y dominado por los compradores. En estos procesos, una proporción substancial del ingreso total generado en la cadena del café, ha sido transferida, desde los cultivadores hasta los operadores de los países consumidores.⁶⁶ Las opciones estratégicas hechas por los tostadores, en la última década, han formado barreras de entrada en el segmento de la

cadena de los tostadores, y en otros segmentos (cercanos al productor). Los tostadores han mantenido una posición dominante en la cadena del valor, en parte, debido a un manejo efectivo de la asimetría en la información referente a calidad.

En los sistemas de comercialización, pre-liberalización, los productores frecuentemente podían conseguir información sobre la calidad del café, que ellos entregaban a las sociedades cooperativas. Algunas veces ellos también recibían un precio premium por la alta calidad. En los regímenes post-liberalización, tal información no es compartida con los productores, y se paga un precio único por todo el café de un área. Esto incrementa la "brecha de información", entre los productores y los participantes más ventajosos (exportadores, importadores, tostadores y minoristas). Debido a la pérdida de información sobre calidad y su manejo débil, los agentes de los países productores, han perdido poder en la cadena de comercialización, y los importadores se han expuesto más al riesgo, ya que deben aumentar los requerimientos de calidad, ofrecido a los tostadores. Esto significa, que ellos tienen que garantizar volúmenes y calidades específicas a sus clientes durante todo el año, lo que los ha conducido a que se integren verticalmente, en aspectos de exportación, comercio y procesamiento (algunas veces en producción), en los países productores –especialmente cuando ellos manejan el café para el cual, la administración de la calidad es importante (por ejemplo el *Arábica suave*).

Los tostadores, por el contrario, tienen una menor exposición al riesgo causado por el manejo de la calidad. Cuando ellos compran café de los importadores, basados en contratos "sujetos a la aprobación de la muestra", ellos obtienen completa información sobre calidad. Una vez que el café es tostado y mezclado, el aspecto más importante sobre calidad, para los tostadores comerciales, es la homogeneidad. Cualquiera

65. El primer Acuerdo Internacional del Café (ICA) fue firmado en 1963 por la mayoría de los países productores y consumidores. Bajo el sistema de regulación ICA (1962-1989), se estableció un precio objetivo (o una banda de precios) para el café, y se determinaron las cuotas de exportación para cada productor. Cuando el precio indicador calculado por la Organización Internacional del Café (ICO) sobrepasaba el precio establecido, las cuotas se expandían; cuando caía por debajo del precio establecido, las cuotas se contraían. Si se daba un precio demasiado alto (como ocurrió entre 1975 y 1977), las cuotas eran abandonadas hasta que el precio caía dentro de la banda.

66. En aspectos de gobernabilidad e instituciones en el comercio mundial del café, ver también Bates (1997), Daviron (1993; 1993), Fitter and Kaplinsky (2001), Gilbert (1996), Ponte (2002c; 2002d), Talbot (1997^a; 1997b; 2002), y Van Dijk *et al.* (1998).

muestra necesita tener el mismo sabor todos los días y en todas las tiendas. Aunque los tostadores han venido incrementando el número de productos que ellos ofrecen al público, la homogeneidad de cada producto en el tiempo y el espacio, es todavía un aspecto clave. La mayoría de tostadoras de café son reconocidas. La composición de las mezclas reconocidas es un secreto muy bien guardado en la industria. En el mercado comercial, los consumidores no tienen las habilidades para identificar las sutiles diferencias en las mezclas de una u otra fábrica.

Como resultado, los consumidores utilizan la reputación de la marca, como una variable *proxy* en la variación de la calidad. Esto no significa que un precio alto conlleve a comprar un mejor café. El empaque, el lugar de venta, y la publicidad, juegan también un papel importante en las preferencias de calidad en los consumidores. Los tostadores tienen completa información sobre la calidad del café que ellos compran, y luego lo colocan, con poca o ninguna información, en manos de sus clientes. Este factor, junto con el aumento de la concentración de mercado, les ha permitido que ganen el asiento "conductor" de la cadena de valor del café. Mientras que las cadenas de supermercados, tienen una predominante posición de poder en otras cadenas agroalimentarias, como las frutas y los vegetales –y exigen estándares de calidad y logística para los participantes–, los tostadores de café, han sido capaces de utilizar la asimetría de la información sobre calidad para su ventaja. La situación paradójica, es que los productores y los consumidores, tienen muy poco conocimiento acerca de la calidad del café que ellos producen o consumen; y los tostadores tienen toda la información que ellos necesitan.

A este nivel, la industria de cafés especiales, puede debilitar este sistema de gobernalidad. Esto ha facilitado un cambio de ideas sobre calidad, entre un número creciente de consumidores. Algunos cafés especiales incluyen aspectos ambientales y socioeconómicos, sobre consideraciones de calidad. Algunos tostadores de especiales, buscan cafés que son muy específicos en lo referente a calidad, por lo que experimentan nue-

vas formas contractuales, que se supone, permitirán un mejor flujo de información sobre calidad, de y hacia los productores. El desarrollo de sistemas de denominación, puede dar a los productores mayor poder para controlar la información sobre calidad, y un conocimiento uniforme, en sus negociaciones con importadores y tostadores. Sin embargo, en otro nivel, la diferencia entre mercados de especiales y los comerciales, se está haciendo cada vez menor. También, sí los compradores eventualmente deciden sobre los estándares que deben ser incluidos, y sobre sus formas de medición, se facilitaría un mayor grado de participación por parte de los "agentes consumidores". Aunque algunos estándares y formas de coordinación emergen de la industria de especiales, se pueden generar beneficios sustanciales para los productores, pero no muchos cambios en las relaciones de poder, si los productores permanecen excluidos de los procesos claves en la toma de decisiones.

Finalmente, se puede argumentar que la industria de los cafés especiales está sobrecargando a los consumidores con demasiada información. El mercado de especiales, proporciona información sobre el origen, algunas veces incluso sobre la región, la finca, o la cooperativa de donde viene el café, de los sistemas de procesamiento, del contenido ambiental y socioeconómico, fecha de tostado, contenido de la mezcla, y saborizantes. Mientras que, la industria de los especiales mantiene una sobrecarga de información (que algunas veces es de "añadidura"), el mercado comercial tiene puesta, casi toda su confianza, en la bondad de su marca. Esto no significa que la marca no es importante en la industria de los especiales, ya que la demanda de información por parte de los consumidores sobre los productos alimenticios, la etiqueta y la marca, ha llegado a ser cada vez más importante. Por eso, los consumidores usarían atajos, confiando en la reputación de la marca. Si las marcas demandan más espacio, como una forma de gerenciar la calidad, entonces las relaciones potenciales entre los productores podrían verse afectadas. Pocas, pero claras, y con procesos de certificación universalmente conocidos (por su calidad intrín-

seca, por el impacto ambiental y socioeconómico, y el origen geográfico), ayudaría a evitar la necesidad de requerir más información sobre la calidad de las marcas.

CONCLUSIONES: ES EL CAFÉ ESPECIAL «SEC-C» O SÓLO “SEXY”?

Berkeley votará, en noviembre de 2002, sobre una prohibición del café que no es producido con estrictas protecciones para los trabajadores y el medio ambiente. Si esto pasa, se requerirá que todo el café elaborado (pero no los granos de café), para ser vendido en las ciudades, tenga certificados de Comercio Justo, orgánico o bajo sombra. Esto es lo que Rick Young, el abogado que está detrás de esta iniciativa, llamada cafés “SEC-C” (pronunciando en inglés “sexy”, que significa “socially and/or environmentally consciously cultivated coffees” ‘Cafés de conciencia social y/o que su cultivo protege el medio ambiente’). Esto se incorporaría como norma importante de la regulación existente desde 1999, que obliga al gobierno de la ciudad de Berkeley, a comprar solamente café de comercio justo.⁶⁷ Mientras esta iniciativa es eliminada, posiblemente, como “una política loca de Berkeley”, nos ayudará a entender la línea de fallos de la política dentro de la industria de los especiales, entre los partidarios de objetivos sociales y ambientales (los partidarios del “SEC-C”), y aquellos que están obsesionados en primera medida con la calidad y el ambiente de consumo (los partidarios “sexy”). Los “partidarios SEC-C”, soportan la iniciativa, tomando como ejemplo el hecho de las leyes sobre los cinturones de seguridad o la liberalización de precios de la gasolina, ya que su primer impacto fue de consternación entre las personas, pero ahora estos dos estándares son totalmente normales. Los “partidarios sexy” argumentan que la medida podría ser demasiado restrictiva e ilegal, significando mayores costos para los minoristas

y, por tanto, para los consumidores. Ellos también explican que, lo que realmente cuenta es la calidad, y que el café de comercio justo y orgánico, casi nunca son los mejores en el mercado (un argumento duramente discutido por los “partidarios SEC-C”).

En general, la posición de la “SEC-C”, es que la certificación (si es de comercio justo, orgánico, bajo sombra, u otros) permite seguimiento, transparencia, responsabilidad, manejo y credibilidad, para que el sistema pueda lograr sus metas socioeconómicas y ambientales. La posición “sexy”, es que la distribución continua de café de alta calidad, puede llevarse a cabo a través de relaciones cafeteras. Como lo anotaba un operador de especiales “[las relaciones cafeteras] es en verdad “comercio justo” ...en donde los cultivadores obtienen dinero y el reconocimiento directo, sin nada que se desperdicie.”⁶⁸ Una de las implicaciones del modelo de relaciones cafeteras, es que esto se puede llevar a cabo sin necesidad de certificaciones, ya que la calidad “permanece en sí misma”. Así como las mejoras de calidad, en los de comercio justo y orgánicos, incrementa cada día, puede que esta no se mantenga por mucho tiempo. Aún, la brecha filosófica permanece. El documento hace énfasis en el papel de las reglas y la verificación, para alcanzar la sostenibilidad (referentes a aspectos ambientales, sociales y económicos). El último intento se esfuerza por alcanzar un sistema basado en el mercado, que permita la transmisión de la información sobre la calidad al origen, y, por tanto, un pago con relación a esta. Si esto sucede, se beneficiarían las causas ambientales y sociales (esto ayuda a vender).

Como un mayorista de especiales correctamente resume, “ayuda y buenas causas son buenas para el negocio. Ellas nos traen crecimiento”.⁶⁹ Cuando Ben & Jerry, fue elegido como el negocio más famoso por su “responsabilidad social” en los Estados Unidos, se vendió a Unilever,

67. Charles Burrell, ‘A great city’s people forced to stop drinking swill? Berkeley ordinance would ban all but politically correct coffee’, San Francisco Chronicle, 21 de junio de 2002.

68. Kevin Knox, Allegro Coffee, pronunciado por David Griswold en ‘Relationship Coffees’, www.scaa.org/stories.cfm?st2=stories/110100.cfm

69. Douglas Zell, present ation at the SCAA 14th Annual Conference & exhibition, panel ‘Expanding into Wholesale’, Anaheim, California, 3 de mayo de 2002.

que después estuvo de acuerdo con apoyar a que la Fundación Ben & Jerry, mantuvieran el mismo nivel de fondos de antes (7.5% de los beneficios antes de impuestos) por 10 años, y colocar \$5 millones en un fondo separado, igualmente administrado por la fundación.

Como me lo contó Jerry Greenfield (uno de los fundadores de la compañía), la responsabilidad social (si es aceptada por todos), radica en que el negocio perdure tanto como pueda “lo cual crea negocios y beneficios”.⁷⁰ Esto ha llegado a ser parte importante en la construcción de una “imagen de marca”.

¿Es la “sostenibilidad”, en la industria de los cafés especiales, sólo un elemento de buenas

relaciones públicas y de comercialización? ¿Qué tan genuino es? ¿Finalmente, importa?. Si comparamos la industria de los especiales, con las prácticas de los gigantes importadores y tostadores en el sector comercial del café (que compran baja calidad, altos volúmenes a bajos precios, y liberan poca información del café), los prospectos para una distribución justa a lo largo de la cadena de valor agregado del café, permanecen (relativamente) en un nivel alto de concentración. Para el final del día, las razones no importaran tanto como los resultados de los productores, pero uno se pregunta que sucedería sí, (y cuando), el enorme crecimiento en el mercado de los especiales decae.

70. Conversación Informal SCAA 14th Annual Conference & exhibition, 3 de mayo de 2002

El papel del crédito en las instituciones cafeteras colombianas

Fidel H. Cuéllar Boada

El presente artículo resume algunos aspectos de una investigación que se publicará próximamente, orientada a entender cómo los cambios en la comercialización, la producción y la infraestructura física e institucional, es decir el lado izquierdo del balance de las empresas cafeteras, tuvieron un soporte, unas restricciones y una dinámica paralela en el lado derecho, esto es, en el financiamiento de recursos propios por capitalización de utilidades o por financiamiento de mercado, dirigido o subsidiado. Este estudio pretende contribuir a llenar un vacío, pues en la abundante bibliografía acerca de la historia de la economía cafetera colombiana no se encuentran estudios específicos acerca la estructura de financiamiento, capitalización y gestión de riesgos de los caficultores.

Es difícil encontrar en la historia de los congresos cafeteros y de las grandes negociaciones entre los representantes gremiales y el gobierno momentos en los cuales no se haya incluido una o varias decisiones de importancia en materia de crédito o financiamiento, con dosis mayores o menores de subsidio.

Se parte de la premisa de que el crédito cafetero no se puede estudiar de manera aislada, sino que es el reflejo o la copia en negativo de las fotografías de los fenómenos que sí han sido bastante estudiados hasta ahora. En otras palabras, entender el papel de la política crediticia cafetera se facilita a partir de un marco que muestre las necesidades y desarrollos de la industria del café, su contexto institucional y el marco de

la economía colombiana. En Colombia las políticas de crédito siempre resultaron de la intervención conjunta del Estado y de la Federación y los recursos en mayor o menor medida provinieron del gremio cafetero, a través de expedientes parafiscales. Se enfocarán las políticas de crédito cafetero con una perspectiva de economía neoinstitucional, es decir, mirando no sólo los resultados sino las reglas de juego, las relaciones principal –agente, las asimetrías de información y los costos de transacción.

Para tal efecto, los objetivos específicos corresponden a estas preguntas centrales: 1) cuál fue la fundamentación de las políticas de crédito de fomento agropecuario y cafetero y cómo evolucionaron las teorías acerca de los mercados financieros rurales; 2) por qué razones el crédito siempre tuvo tanta importancia dentro de la política de la organización gremial; 3) de qué manera la estructura del ingreso de los caficultores generó o no una restricción financiera que se tradujo en demanda de crédito; 4) cómo funcionaron los incentivos en los procesos de conformación de las políticas crediticias; y 5) a la luz de los objetivos planteados por las políticas de crédito cafetero y de los subsidios asociados a éste, cuáles fueron sus impactos y resultados.

El enfoque central es el siguiente: las políticas de crédito cafetero son un caso que permite apreciar las relaciones entre dos principales y un único agente en la provisión de una canasta de productos, dentro de los cuales algunos son bienes públicos de interés general, otros son bie-

nes públicos gremiales, otros bienes meritorios y otros meramente bienes privados. En la configuración de tales relaciones, el manejo de la información es fundamental para determinar la distribución del ingreso y de los riesgos entre los principales. Estos principales son, de un lado, el gobierno como representante del interés público, y del otro, los delegados de los productores. Entre los caficultores, a su turno, hay diferenciación entre quienes centran su actividad productiva en el café y hacen de esa ganancia su interés principal y quienes tienen otras formas de inserción en la producción, como trabajadores-campesinos, por ejemplo. La relación entre el número de productores de varios tipos y el tamaño de sus producciones correspondientes, frente al tamaño de las transacciones de las instituciones financieras formales (y ocurre lo mismo respecto del mercado internacional) hace que el análisis de los costos de transacción correspondientes resulte de gran relevancia. El presente ejercicio busca entender en qué medida las instituciones de financiamiento cafetero corresponden a la afirmación de North (1993), según la cual, “la función principal de las instituciones es reducir la incertidumbre estableciendo una estructura estable (pero no necesariamente eficiente) de la interacción humana”.

El análisis aquí desarrollado para las políticas de crédito es aplicable también a las políticas de comercialización, producción, internacional cafetera¹ y otras, que han sido más estudiadas desde otros enfoques.

Hasta finales de los años noventa la organización cafetera pudo manejar instrumentos propios de financiamiento, a diferencia del resto de la agricultura, lo cual determinó pautas de comportamiento bien definidas. La discusión de las políticas de crédito fue en general menos económica y más financiera y gremial, menos interesada en el funcionamiento de los mercados financieros rurales y más en la disponibilidad de recursos parafiscales, menos en el resultado final de impacto y más en la necesidad o las aspiraciones de los productores, expresadas a través de la organización gremial. Pero todavía

en el 2002, después de haber agotado esos instrumentos y de haber adoptado la decisión estratégica de que el Fondo Nacional del Café (FONC) no continuaría destinando recursos a políticas de crédito, el gremio cafetero esperaba del gobierno políticas activas y favorables de refinanciación y crédito fresco.

La reflexión sobre la historia del crédito cafetero puede ser relevante para el diseño de los instrumentos y las políticas que pueda todavía impulsar la Federación como respuesta a las expectativas de los productores.

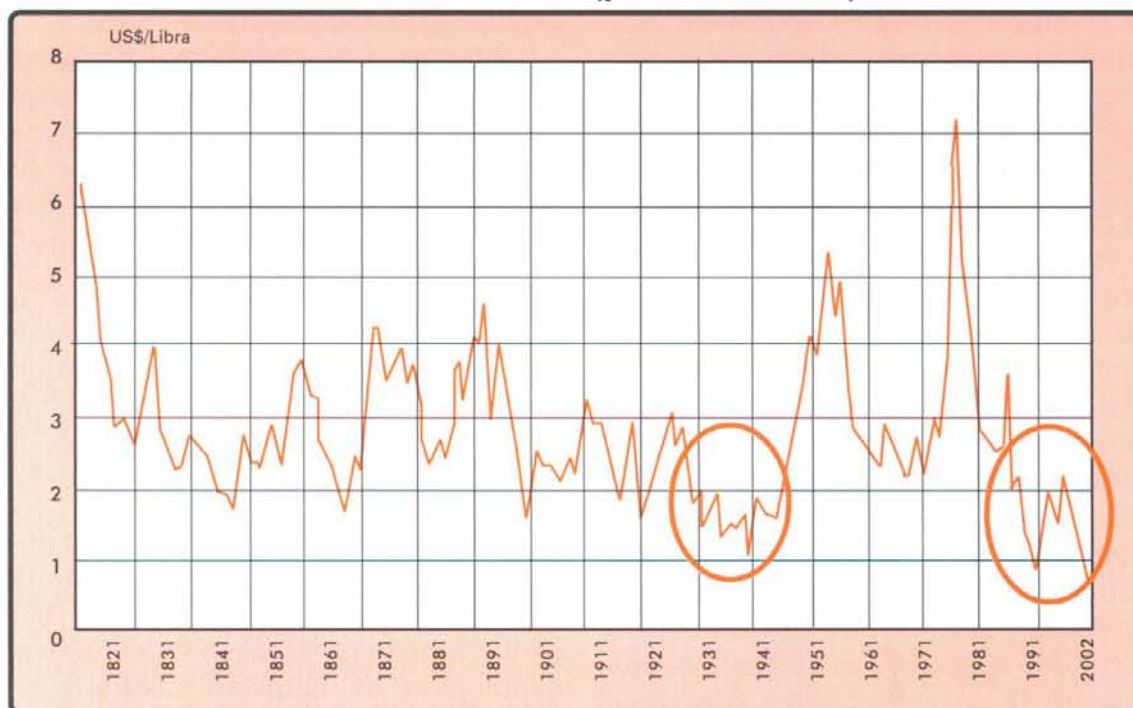
De 1900 a 1945: Políticas e instrumentos financieros para un negocio próspero y cíclico

Los historiadores del café han registrado la considerable expansión de la producción cafetera entre 1915 y 1932, como respuesta a la evolución favorable de los precios en el mercado internacional del café que terminó en la crisis de 1929. El Gráfico 1 muestra que, a pesar del conocido comportamiento cíclico del precio del café colombiano, durante casi todos los años entre 1870 y 1900, la cotización osciló entre dos y cuatro dólares por libra (a precios de 2002) y que entre 1902 y 1928 el precio se movió entre dos y tres dólares, también a precios equivalentes del 2002. Lo anterior facilitó el financiamiento bancario de las haciendas, el “principal” a la altura del cambio de siglo, en contraste con la ausencia de mercado interno de servicios financieros para la nueva caficultura que venía creciendo rápidamente en el occidente del país.

En la caficultura de haciendas predominante en el oriente del país a comienzos del siglo XX, el crédito para capital de trabajo se obtenía en buena parte con las casas comisionistas y bancos del exterior a tasas del 18% en Bogotá en 1906, del 36% en otras ciudades y hasta 60% a 120% en casos en los Santanderes.² Era crédito hipotecario en un mercado fragmentado y expuesto a los riesgos cambiarios como el de 1897, que

1. Ver por ejemplo Bates (1997)
2. Machado (1988), pp. 44-45.

Gráfico 1. Precio externo del Café Colombiano
Dólares Constantes (junio 2002 = 100)



Fuente: Ocampo (1990) y Estudios Especiales (2002). Tomado de Pizano, Diego. El Café en la encrucijada. (2001)

quebró al primer banco de exportadores luego de la Guerra de los Mil Días por haber tomado deuda en oro y haber otorgado préstamos en papel moneda.

McKinnon³ define un mercado de capitales fragmentado, característico del subdesarrollo, como aquel en el cual los empresarios con oportunidades potenciales de producción rentables carecen de recursos propios y de acceso a financiamiento externo, tal como fue el caso frecuente de los cultivos permanentes con economías de escala; y donde quienes tienen recursos pueden carecer de oportunidades de producción "internas" (en sus propios negocios) similares en rentabilidad a las de los primeros, y tampoco encuentran oportunidades "externas" a tasas de rendimiento que reflejen con precisión la escasez de capital existente. La dispersión resultante en las tasas reales de rendimiento refleja

la mala asignación del capital existente y reprime la nueva acumulación de capital.

Vino luego una década de precios al alza, llegando a 3.2 dólares constantes de 2002 por libra. Desde el comienzo de las instituciones cafeteras, el crédito fue considerado a la par por el gremio y por los gobiernos como condición necesaria para el desarrollo de la industria. En el primer Congreso Nacional de Cafeteros de 1920, dos de las cuatro proposiciones centrales, apoyadas por el ministro de Agricultura Jesús del Corral, se refieren a que el Congreso de la República expida una ley para la creación de Bancos Agrícolas Departamentales como sociedades anónimas y otra sobre prenda agraria para poder ofrecer garantías a los créditos⁴. Más aún, en las deliberaciones de ese Primer Congreso, dentro de las grandes motivaciones para crear una organización del gremio. La SAC* en la que los

3. McKinnon (1974). El capítulo 2 presenta una visión amplia del concepto -muy asociado al de restricciones a la movilidad de factores productivos que tanto trabajó el profesor Currie para Colombia-, tanto en su versión tradicional vigente en las economías de África, América Latina y Asia con enclaves coloniales de productos básicos hasta las primeras década del siglo XX, como en la fragmentación "moderna", ocasionada por los gobiernos mediante controles cuantitativos y de precios, generando así crecimiento hasta cierto punto artificial en algunos sectores a costa de pobreza continuada en otros por falta de acceso a capital, a pesar de presentar potencial de crecimiento significativo.

4. Pérez (1987), pp. 127-128.

* La sociedad de Agricultores de Colombia, SAC, fue fundada en 1871, con funcionamiento intermitente, Bejarano (1985, p 105, 143).

caficultores influían mucho, se llamó Sociedad de Productores de Café en 1904, y en la que actuaron hasta la creación de la Federación en 1927, José María Pinto se expresó así:

*“Otro de los aspectos por los cuales consideramos altamente benéfica esta unión, es su potencialidad para organizar el crédito agrícola, fundando Bancos destinados a servir preferentemente a los agricultores, y sobre todo a los productores de café. Industria, como la cafetera en Colombia, cuya producción anual importa como \$15 millones, a pesar de los calamitosos momentos actuales, bien puede aspirar a establecer una poderosa institución de crédito, con sucursales en los principales centros comerciales de café, con el fin de fecundar y fortalecer las fuentes mismas de esta industria, con recursos oportunos que libren al pequeño cultivador de tener que entregar a menos precio el fruto de un ímprobo trabajo. Podría organizar y agenciar, sobre bases más ventajosas que las de los comisionistas extranjeros, la exportación y venta del café y demás artículos exportables de los productores afiliados al Sindicato, nombrando agentes de reconocida honradez, para las ventas en el exterior y procurando desvirtuar la acción perturbadora de los trusts norteamericanos... Para ello bastaría hacer arreglos para la aceptación y pago de las letras en las plazas en donde necesita de fondos nuestro comercio”.*⁵

Ese primer congreso cafetero congregaba, según Machado, agricultores de gran poder económico y las propuestas seguramente reflejaban sus aspiraciones. Desde entonces se buscaba una organización bancaria para un propósito estratégico amplio que incluía un sistema de pagos relevante para la geografía cafetera, el mejoramiento del poder de negociación del precio por parte de los productores con base en el crédito, y una base de banca de comercio exterior. El precio del

café colombiano, en dólares constantes de junio de 2002, había descendido de 2.9 dólares por libra en 1919 a 2.0 dólares en 1920.

Intentos previos había habido muchos, como lo relata Morales⁶. En Manizales solamente, entre 1873 y 1916 se crearon once bancos, de los que emitían sus propias cédulas y bonos bancarios o billetes “de banco” de aceptación voluntaria por parte del público local y esa ciudad tenía el mayor número de cuentas corrientes del país. La bancarrota de 1920 acabó con buena parte de esa dinámica y con la pluralidad de bancos de emisión. Y el sistema bancario se reorganizó en 1923 (leyes 25 y 45) sobre las bases de la Misión Kemmerer con la rectoría del Banco de la República.

Según Machado⁷, con el estímulo de los buenos precios, el gran crecimiento de las áreas sembradas y de la producción entre 1915 y 1932 se había dado principalmente en la región occidental (esto es, cordillera Central y cañón del Cauca) y entre productores de tamaño mediano y pequeño, por comparación con las haciendas tradicionales de la región oriental y parte de Antioquia. Entre 1923 y 1932 los cafetales de más de 12 hectáreas se habían duplicado de 2.104 a 4.078; los de 3 a 12 hectáreas se habían multiplicado 3.6 veces a 31.178 y los de menor tamaño también se habían más que triplicado a casi 114.000. En conjunto, el número de árboles y la producción se habían casi duplicado.

¿Cómo se financió una expansión tan intensa, si el crédito comercial de las casas compradoras rotaba muy rápidamente y no permitía constituir una capitalización empresarial firme? En primer lugar, con el flujo de caja de la propia actividad cafetera, especialmente entre las haciendas y propietarios de varias fincas que lograban combinar la actividad agrícola con la comercial. Los agricultores de mayor tamaño lograban defender mejor el precio recibido, pero para los

5. Idem, p. 134.

6. Ver por ejemplo Morales (1989), pp. 184-195. Cabe destacar que Manuel Mejía, uno de los más importantes gerentes de la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia de 1937 a 1958, había sido anteriormente comerciante de café y gerente de uno de tales bancos locales dedicados al comercio de café, el Banco del Ruiz de 1916 a 1925.

7. Op. cit. pp. 86-100. Es curioso en principio que Machado haga una referencia genérica de buenos precios hasta 1932, ya que estos colapsaron desde 1929. Debe entenderse la restricción informativa ya que la información disponible de estructura productiva sólo apareció de nuevo en el censo de 1932.

demás la diferencia de precio llegaba a ser muy relevante, y eso se reflejaba en el clamor del gremio por los almacenes de depósito y el crédito prendario. Véase por ejemplo Arango:

“En los años 1928-1931 se observa una gran diferencia en el precio externo del grano para los tipos de café estudiados, que coincide estrechamente con el grado de concentración de la propiedad cafetera en sus respectivos departamentos. Así, en el antiguo Caldas, donde predominaba abrumadoramente la propiedad campesina, el precio interno del café Manizales representaba el 50% del precio en Nueva York en 1928-1929 y el 48,2% en 1930-31. Mientras, para el café Medellín los respectivos porcentajes eran el 71,7 y el 67,7, lo que se compagina con la considerable importancia de la mediana propiedad y las haciendas cafeteras en Antioquia. Las mayores proporciones del precio interno en el externo las tenía el tipo Girardot, pues alcanzaban el 74% en el primer período y el 69,4 en el segundo. Este café se originaba principalmente en Cundinamarca y el norte y oriente del Tolima, en los que la producción procedía principalmente de medianas propiedades y haciendas, hasta mediados de los treinta.

“Lo anterior pone de manifiesto las diversas formas del comercio cafetero según predomine la pequeña o la gran producción y la mayor capacidad de negociación de los medianos y grandes productores frente al comerciante. Era frecuente que los hacendados exportaran su propio café, a través de bancos que les daban crédito para la recolección. En cuanto a los medianos y grandes propietarios que les vendían a comerciantes exportadores, tenían acceso al crédito comercial para financiar el sostenimiento de sus plantaciones y la cosecha, lo que les permitía obtener precios razonables por el producto”.⁸

En segundo término, los productores grandes sí tenían acceso a los bancos –locales o extranjeros– con créditos hipotecarios generalmente, pero eran vulnerables, no solamente ante los ciclos del

mercado cafetero, sino ante las condiciones financieras con frecuencia consideradas como exorbitantes, los riesgos cambiarios y los ciclos mismos del mercado internacional de capitales. Primas por riesgo covariante, se dice en lenguaje contemporáneo. Es decir, que en la época de prosperidad era demasiado fácil obtener financiamiento y en la adversidad virtualmente imposible pagar.

Ese comportamiento procíclico de los bancos no cambió con el establecimiento del sistema financiero con el Banco de la República como banco único de emisión, redescuento y reserva, a partir de 1923. Se trataba de crear un sistema de pagos estable y eficiente, objetivo que logró rápidamente, según documenta Avella⁹.

Los recursos provenientes de la indemnización americana y luego el activo endeudamiento externo del gobierno y de los particulares –que según el informe del gerente del Banco de la República, para el solo año 1928 llegaban a \$100 millones– se sumaron a los favorables precios del café para producir una “inflación de crédito” hasta 1929. Avella señala cómo la banca hipotecaria colombiana actuó principalmente entre 1926 y 1929 como un intermediario, emitiendo cédulas –el Agrícola Hipotecario entre bancos norteamericanos y el Hipotecario de Bogotá en los mercados de Londres, Amsterdam y Ginebra– destinadas a financiar a los agricultores nacionales.

A pesar de que las políticas del Banco de la República habían favorecido relativamente al crédito agrícola en términos de plazos y tasas, las limitaciones del llamado principio de liquidez, que se adoptó para garantizar que los activos del banco central pudieran atender cualquier baja de depósitos asegurar así la confianza del público hacían que en la práctica no hubiera crédito agrícola a plazos superiores a 180 días. La creación y primeros desarrollos del sistema de pagos unificado significaron apenas un avance parcial, en la medida en que admitió una inflación de dos dígitos con sus consiguientes efectos redistributivos, y en que fue vulnerable a fuertes rivalidades de distintos sectores por las rentas y la liquidez. Dice Avella:

8. Arango (1982), pág. 123.

9. Avella (1987), capítulo 1 “El desarrollo de la intermediación financiera en una economía en expansión”.

"(...) los cafeteros, los primeros industriales y el propio estado a través de su presupuesto de obras públicas, veían cómo los propietarios de la tierra absorbían como rentas los excedentes que ellos habrían utilizado en su propio crecimiento. Los financistas, incluyendo al Banco de la República sirvieron de caja de resonancia de los grupos afectados: tanto la institución emisora –discretamente– como los más prestantes financistas de la época, entre quienes descollaron Alejandro López y Esteban Jaramillo, actuaron como ideólogos del ‘desarrollo agrícola’ para abaratar los bienes salariales y favorecer la expansión general de la demanda interna. Lo procedente era ‘proteger’ la agricultura, pero no con aranceles, sino con medidas favorables al desarrollo tecnológico, al incremento de la productividad y a la apertura competitiva a los mercados”¹⁰.

La confusión entre los intereses de la agricultura como actividad productiva y los de la propiedad de la tierra como insumo de aquella; entre las estructuras de remuneración de la actividad agrícola y las de los factores; y entre los valores descontados de los flujos de caja esperados de una y otra se repite una y otra vez en la historia de los debates públicos en Colombia. Esa confusión se hace extensiva a las fuentes de financiación –capital propio y deuda– para el capital de trabajo y de la inversión agrícola de un lado, y para la adquisición, arrendamiento y venta de la tierra, del otro. Y esa misma confusión de intereses tiende a oscurecer los debates de política agropecuaria al no permitir que se haga explícito que en una gran medida se está partiendo de funciones de bienestar definidas de manera muy distinta. En el caso específico del período final de los años veinte es claro que además en la inflación de los activos no transables y en el crédito respaldado con hipotecas cuyo valor no se sostendría se estaba creando el germen de la crisis posterior para las haciendas cafeteras, que se resolvería por la vía de su parcelación.

Al cerrarse el crédito externo y aumentar la volatilidad del precio en la bolsa de Nueva York, se paralizó la actividad interna de compra de la

cosecha. La actividad de los almacenes de depósito de la Federación comenzó a ser relevante. El Banco de la República comenzó en noviembre de 1929 a redescantar los préstamos bancarios a los cafeteros que estuvieran respaldados por certificados de depósito de café expedidos por la Federación y los correspondientes bonos de prenda.

Estas políticas del Banco de la República reflejaban también la estructura de patrimonio y de gobierno de su Junta Directiva. La misión Kemmerer, diseñó la ley 25 de 1923 de tal manera que hubiera aporte de capital del gobierno y de la banca con límites del 50%. Avella explica que de nueve o diez miembros de la Junta, tres representaban al gobierno, con voz pero sin voto, seis eran designados por los banqueros nacionales y extranjeros –la mitad entre hombres de negocios, agricultores o profesionales, no solamente banqueros– y uno que representaba intereses particulares sin vínculos con las instituciones de crédito. La ley 82 de 1931 incluyó al ministro de Hacienda entre los miembros del gobierno y se añadieron un puesto para la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia y otro para las Cámaras de Comercio y las Sociedades de Agricultores¹¹.

Pero el acceso amplio al crédito no fue al parecer factor de ventaja competitiva dominante para las haciendas cafeteras y para medianos y grandes productores, frente a los pequeños productores. Varios de los autores consultados destacan, por el contrario, el ímpetu de la colonización antioqueña, concomitante con la apertura de vías de comunicación que favoreció el cultivo en la zona cafetera occidental por las mejores condiciones de oferta ambiental para el cultivo, y el que los pequeños productores que no tenían costos fijos por servicio de la deuda ni otros costos monetarios pudieron aguantar más los efectos de la crisis. En la zona oriental, jugaron un papel la relativa escasez de mano de obra y los conflictos sociales con los aparceros de las grandes haciendas, así como la ausencia de economías de escala importantes en la función de produc-

10. Op. cit. pág. 201.

11. Op. cit., páginas 146 y siguientes y 222-223.

ción con las tecnologías de la época y para esa oferta ambiental.¹²

A pesar de lo anterior, los productores agremiados siempre han pedido crédito. En 1927, el segundo congreso cafetero que constituyó la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia, solicitó al Congreso Nacional sendas leyes reformativas de los Almacenes Generales de Depósito y de la prenda agraria y recomendó a los bancos del país organizar secciones de exportación mientras salen las leyes. Ese mismo año se expidió la ley 76 y al año siguiente el gobierno mediante decreto 355 estableció un impuesto de exportación de café, entregó el producto del impuesto a la Federación y ordenó un contrato para que ésta prestara, entre otros servicios, el de establecer almacenes generales de depósito. El objetivo era el desarrollo del crédito prendario y con ello el mejoramiento del poder negociador de los productores y de su agente la Federación, en la comercialización del grano. La idea fue tomada por los cafeteros de Brasil, donde el juego de certificados de depósito y correspondientes bonos de prenda facilitaba de un lado la clasificación y homogenización de calidades, y del otro el financiamiento mediante el descuento de bonos de prenda, con una garantía de amplia aceptación a tasas muy inferiores a las que se acostumbraba a negociar el producto.

El gran objetivo de esta operación no era pues financiar el costo del sostenimiento de los cafetales y ni siquiera la recolección, sino más bien permitirle a los productores o a sus compradores primarios un financiamiento estacional de los inventarios, no verse obligados a vender en la sima estacional de precios que se daba en la época del pico de cosecha. Era la herramienta precursora de la garantía de compra, la cual apenas vino a ser asumida con regularidad por el Fondo Nacional del Café después de 1957, tres décadas después.

La depresión mundial hizo desaparecer el acceso colombiano a los centros financieros internacionales. El crédito fresco comercial sólo

llegaba a 30 días a través de las sucursales de la banca extranjera. La crisis de ingresos por la reducción de precios y del volumen del comercio se agravó por la vía del crédito. Esto dio lugar al fuerte deterioro de la calidad de la cartera y a la constitución de provisiones. La magnitud de la deflación llevó al Banco de la República a modificar su postura ortodoxa de los primeros años en relación con el patrón de cambio oro hacia una política monetaria y cambiaria más activa que desde octubre de 1931 incluyó un control de cambios, con lo cual liberó para el Estado el uso del crédito primario, adoptando lo que entonces se llamó una política reflacionista. No obstante, la política expansionista del gobierno y del Banco de la República perdió eficacia ante la actitud de la banca comercial, que se abstuvo de otorgar nuevo crédito privado y prefirió aumentar sus reservas monetarias.

En contraste, los pequeños productores dependían tradicionalmente del acceso al fiado en las fondas del pueblo o de la usura. De esto eran conscientes tanto el gobierno como los dirigentes cafeteros, tal como ha quedado consignado en numerosos congresos cafeteros. Por ejemplo decía el ministro de Industrias, Francisco José Chau en 1930 al cuarto congreso cafetero:

"...El pequeño productor –el campesino auténtico-, el cafetero desconocido es quien mayor aporte del fruto vital le hace al país, y ese ciudadano benemérito está luchando continuamente con las mayores dificultades imaginables. Aislado de los bancos comerciales por su timidez y su pobreza, aislado de los bancos hipotecarios por el pequeño valor o por la titulación incompleta de su lote de tierra, o porque generalmente tiene su plantación en tierra ajena, es la víctima silenciosa del comprador usurero que se vale de diversos medios para acaparar anticipadamente la cosecha, haciendo pingüe utilidad y sacrificando inmisericordemente al productor.

"...a su vez el gran productor, el que goza de holgura personal y facilidades bancarias, tropieza

12. Ver entre otros Urrutia (1978) para el punto de ausencia de economías de escala significativas, y para los demás Ocampo (1978), Arango, Op. cit., Machado, Op. cit.

con otra clase de inconvenientes que son también una amenaza para la producción. Me refiero a los permanentes conflictos de los propietarios de tierras y plantaciones con los obreros...”¹³

En consecuencia, ese congreso cafetero decidió que el comité nacional y la gerencia de la Federación gestionaran “la creación de un establecimiento de crédito agrario destinado a hacer préstamos a los pequeños productores de café, en la forma de prenda agraria y en las condiciones más favorables posibles” y autorizó a “suscribir en dicho establecimiento acciones hasta por valor de \$400.000... a condición de que... en la junta directiva de dicho establecimiento haya un representante de la Federación”.¹⁴ La gestión de la Federación y el apoyo del gobierno condujeron a la ley 52 de 1931 que creó la Caja Agraria. La Federación suscribió el 4% del capital, o sea \$400.000.

El Banco Agrícola Hipotecario, creado en 1924 principalmente para facilitar la compra de fincas para parcelar, había empleado sus recursos en el otorgamiento de préstamos hasta 30 años, y con la participación que tuvo en las reestructuraciones de las deudas contraídas por agricultores medianos y grandes ante los bancos hipotecarios y ante el propio Banco Agrícola, congeló estructuralmente sus recursos. De allí que la intención con la creación de la Caja Agraria era la de que se concentrara en crédito agrícola y ganadero a no más de dos años de plazo, con garantía de prenda agraria, “con el propósito de extender hacia el pequeño campesino los beneficios del crédito, entre otras razones para liberarlo del agiotista local que le hacía préstamos para el establecimiento de sus cultivos y luego le compraba a menos precio las cosechas”¹⁵.

Entonces la Caja tenía la vocación de crear un sistema de pagos que redujera los costos de transacción en la comercialización de las cosechas, cafeteras y agrícolas, no solamente en la financiación. Para ello utilizaría recursos propor-

cionados por las mismas regiones a través de los depósitos en la Caja Colombiana de Ahorros. El servicio de ahorro es considerado en la literatura de las finanzas rurales como anterior en el tiempo, más básico y de alcance más universal que el servicio de crédito. Es la condición previa de la intermediación financiera, pues aprovecha la heterogeneidad de los flujos de caja rurales de tres tipos: la diversidad entre fincas con distintas actividades productivas y de distintas regiones; la combinación de diferentes fuentes de ingresos y egresos de los hogares rurales; y la evolución de los ciclos de vida de las familias y de los ciclos de vida de los productos de las empresas agrícolas y no agrícolas¹⁶. Habiendo iniciado actividades previas de captación de ahorro desde 1926, en octubre de 1931 incorporó la Caja Colombiana de Ahorros, como establecimiento legal separado, pero vinculado administrativamente a la Caja Agraria al tener el mismo gerente y la misma junta directiva. Aunque no hay demandas gremiales insistentes por este servicio, la realidad es que facilitó a los productores la seguridad y fácil preservación de recursos líquidos, y contribuyó a reducir la necesidad de conservar activos reales en las fincas que cumplieran una función similar. No obstante, a partir de su creación y durante la década de la gran depresión los servicios de ahorro crecieron hasta llegar en 1940 a 76 oficinas, con 76.000 cuentas y ahorro por el equivalente de \$75 millones a pesos de junio de 2002.

Del lado del crédito, entre 1932 y el primer trimestre de 1934, la Caja Agraria había prestado ya \$7.44 millones y recaudado amortizaciones por \$4.6, para una cartera vigente a marzo de 1934 de \$3.38 millones en 13 ciudades. Los préstamos para café representaban el 41.2%.¹⁷ Mariano Ospina proponía ampliar el capital de la Caja para que pudiera prestar a la agricultura anualmente \$50 millones, de los cuales \$10 deberían corresponder a café, para democratizar el acceso al crédito. También abogaba por la descentralización

13. Pérez (1987), pp. 213-214.

14. Informe del Gerente General – V Congreso – Junio 1932 – Mariano Ospina - pág. 14.

15. Del Hierro (1967)

16. Meyer y Alicibusan (1984)

17. Informe del Gerente General – VI Congreso – Junio 1934 – Mariano Ospina – pp. 217-220.

bancaria: el 43% de la cartera de la Caja estaba en Bogotá y agencias. La inversión cafetera en el capital de la Caja se había devuelto con creces en crédito y servicios.

El gobierno adoptó varios mecanismos de alcance creciente en 1932, para responder a los efectos de la crisis que en 1931 se agravó con la suspensión de la convertibilidad de la libra esterlina, además de abrir crédito de emisión al gobierno en el Banco de la República, cuyo alcance lo resume así Caballero:

“En vista de que el redescuento de recursos en el Banco de la República no fue suficiente para dinamizar nuevamente la tarea de los bancos privados ante la magnitud de la caída de los depósitos –como no lo fue la limitación en las tasas de interés– se optó por ampliar los términos de todos los préstamos y por permitir a los deudores el pago de la mitad de sus obligaciones con cédulas hipotecarias y con bonos gubernamentales depreciados, reduciéndose en aproximadamente un 20% el valor de sus deudas. Con todo, la acumulación de obligaciones incobrables llevó al castigo de la cartera y a la reducción neta de capital y reservas de las principales entidades bancarias: a mediados de 1932 los bancos de Bogotá y de Colombia debieron castigar sus capitales y reservas en un 40%. En última instancia el Banco Central Hipotecario vendría en auxilio de los bancos adquiriendo la cartera comprometida”¹⁸.

“A su turno, en adición a la moratoria declarada sobre las cédulas hipotecarias colocadas en el exterior, fue necesario actuar para que la banca hipotecaria se deshiciera de activos congelados mediante la rebaja de deudas en un 40%, medida que había sido solicitada insistentemente por la Federación Nacional de Cafeteros (creada en 1927) y que condujo a la liquidación de la mayoría de los bancos hipotecarios privados, cuya cartera fue comprada por el Banco Agrícola Hipotecario”¹⁹.

Efectivamente, las gestiones de la Federación en todos los frentes habían sido muy intensas, pues el gerente general, Mariano Ospina, consideraba, como quedó consignado en el informe de 1932 que “el problema de las deudas es el más grave y apremiante de cuantos afectan a los productores de café”. Dicho informe consigna dos extensos memorandos al presidente Olaya con el detalle de las propuestas acerca de los deudores hipotecarios. Pero las gestiones no fueron exclusivas de la Federación, como lo sugiere Caballero. Avella cita del informe del superintendente bancario al ministro de Hacienda, 1932, lo siguiente:

“...existía una corriente de opinión, organizada en el país entero, tendiente a fomentar una especie de huelga de deudores hipotecarios; en todos los centros de alguna importancia comercial, constituyéronse juntas o comités que se proponían obtener para los deudores una reducción en la cuantía de sus obligaciones que, hasta donde fuera posible, guardara proporción con la desvalorización de la propiedad raíz, con la disminución en la capacidad de lucro de las empresas agrícolas e industriales, y con el aumento en el poder de compra de la moneda”²⁰.

En 1933 el problema de los deudores fue nuevamente el más importante de la conferencia cafetera extraordinaria convocada en lo principal para debatirlo. La conferencia culminó con un acuerdo de rebajas, refinanciaciones y alivios suscrito con el gobierno y los bancos. El gerente de la Federación Mariano Ospina, estimó que por el acuerdo sobre las deudas hipotecarias:

“...los deudores obtuvieron, sobre una deuda hipotecaria de \$50 millones, una rebaja de \$20 millones, de lo cual seguramente correspondieron a empresarios cafeteros varios millones de pesos, lo que quiere decir que la sola colabora-

18. Aquí conviene confrontar con lo referido por el gerente Ospina, que indica que antes de la fundación del BCH las cédulas de los bancos hipotecarios en el mercado americano se cotizaban entre 20 y 27 por ciento y los bonos nacionales entre 18 y 28 por ciento. Op. cit., pág. 22. (Nota que no hace parte de la cita de Caballero).

19. Caballero (1987), pp. 27-33.

20. Avella, Op. cit. pp. 254-255.

*ción de la Federación de Cafeteros en este asunto implicó para los productores un reembolso correspondiente al valor de impuesto de exportación en más de diez años”.*²¹

El informe de 1934 presentó un nuevo instrumento institucional, la inversión de la Federación y de caficultores en el capital de sociedades seccionales de crédito.

La administración de Ospina en la Federación fue bastante creativa en instrumentos para el fomento y para la crisis y actuó con una gran convicción en las ventajas del acceso al crédito. La base de esa actitud era la visión de un negocio cafetero muy próspero y de un enorme potencial a corto y mediano plazo, que tardaba en expresarse por las restricciones de liquidez propias de un mundo en recesión y de un mercado internacional de capitales paralizado.

En realidad, el comportamiento de los precios internacionales reales del café en la década de la crisis no se reflejó en su totalidad sobre el poder adquisitivo interno, sino que los efectos sobre la economía colombiana quedaron moderados por la variación en la tasa real de cambio. Por tal razón los caficultores que producían, vendían y consumían sin crédito sufrieron un impacto económico significativamente menor que aquellos que venían utilizando deudas de largo plazo, y que fueron afectados no tanto en sus ganancias reales de finca sino por la desvalorización de sus activos frente a los montos registrados de sus pasivos en dólares.

La expansión del crédito de la Caja en la década de los años treinta se financió contra emisión monetaria. A raíz de la segunda Guerra Mundial, de allí en adelante esa fuente de financiación fue reforzada por dos fuertes capitalizaciones del gobierno en 1940 y 1941, que la Caja empleó para ampliar el crédito otorgado. Los efectos adversos que traía consigo la guerra por el cierre del mercado europeo fueron de esta magnitud: el precio del café “Manizales” en Nueva York descendió de 12 centavos de dólar por libra en septiembre de 1939 a 7.75 centavos en junio de 1940.

El gremio cafetero buscó y logró una compensación a través de medidas cambiarias excepcionales como la famosa “prima cafetera” e igualmente a través del subsidio a las tasas de interés y de refinanciamientos que manejaba en últimas a través del Banco de la República. El acuerdo bancario sobre crédito a los cafeteros de 1940 era parte de la respuesta del estado colombiano, modificando la orientación de la política monetaria y crediticia, ante la magnitud de la crisis.

Cuando la Caja Agraria agotó tales recursos, comenzó un período de racionamiento administrativo del crédito. Posteriormente en 1943 y 1944, cuando el mecanismo del pacto interamericano de cuotas había financiado la retención de existencias y el mercado americano venía reaccionando favorablemente, la necesidad de intervención de la Federación en la comercialización interna se redujo y logró algunos excedentes de liquidez. Entonces la Federación suscribió bonos de la Caja con carácter extraordinario y transitorio. Ya en 1945 la Caja tuvo que limitar sus operaciones a prestatarios cuyo capital líquido no excediera de \$80.000 de la época.

En conjunto, la Caja Agraria cumplió un papel destacado durante los años treinta y la Segunda Guerra Mundial en el financiamiento de los productores cafeteros. Fue el canal más importante de suministro de crédito, reemplazando con creces a la banca extranjera, a partir de recursos no cafeteros. Los 14.000 préstamos para café otorgados en el sólo año 1943-44 ascendieron a \$4.9 millones, equivalentes a \$24 millardos a precios de hoy. Para junio de 1944, la cartera total de la Caja correspondía a \$173 millardos en pesos de junio de 2002, de los cuales el 75% estaba colocado a corto plazo. A su turno, de estos recursos el 28.5% correspondía a café, es decir \$37.6 millardos de hoy, con una alta rotación. En contraste, apenas el 6.8% de los créditos de la Caja a mediano y largo plazo se había concedido para café. Evidentemente, allí quedaban los remanentes de las financiaciones del Banco Agrícola Hipotecario para adquisición de fincas por parcelación de diez años atrás y algunos pocos

21. Op. cit., pág. 214.

créditos para infraestructura de las fincas, dentro de una dinámica productiva cafetera que no requería financiación sustancial a largo plazo ni por razones técnicas -todavía faltaban casi tres décadas para el comienzo del proceso de tecnificación de la caficultura- ni por la magnitud de las inversiones que requería la caficultura tradicional en una economía de muy bajos costos laborales.

El hecho de que la cartera cafetera representara el 25% del total en número de préstamos y el 17% en valores respecto de la cartera total de la Caja muestra que las operaciones para el sector cafetero financiaron en promedio a productores más pequeños que al resto de la agricultura. Esto no evidencia en principio concentración regional del crédito cafetero. En 1944, había cartera cafetera en 68 municipios de los 101 donde la Caja registraba actividad crediticia, lo que demuestra una amplia distribución del esfuerzo de financiamiento, no circunscrito a unas pocas regiones. La Caja era nacional. No obstante, había oficinas relativamente especializadas: en 9 municipios la cartera cafetera participaba con más del 50% de la cartera total y en 19 más dicha participación era superior al 30%. Aún con los salarios de esa época y sin la acumulación de prestaciones y beneficios laborales posteriores, el conjunto de costos fijos se distribuía entre muy pocas operaciones y representaba por tanto un indicador del esfuerzo que el estado colombiano aportaba para hacer presencia en las regiones.

Los almacenes de depósito ya comenzaban a representar un cambio estructural en la comercialización al mejorar el poder negociador de los productores ante las casas compradoras, aunque, salvo por las refinanciaciones, el crédito fresco no fluía con la abundancia deseada por los clientes de los bancos, agrícolas o no. Avella incluye referencias de los reclamos reiterados del Banco de la República y del ministro de Hacienda entre 1932 y 1936 a la banca privada.

En las dos décadas a partir de la creación de la Federación en 1927, la red logística de comercialización de café había crecido hasta 36 almacenes de depósito y 130 agencias de compra. El cuadro 1 indica la actividad financiera soportada por los almacenes generales de depósi-

to de la Federación, de las cuales la de mayor importancia era el descuento de bonos de prenda sobre mercancías bajo custodia en las bodegas de aquellos. Salvo los tres años 1939-40 a 1941-42, cuando entraron enormes volúmenes de sal, el café representaba en promedio más del 90% de las cantidades ingresadas a los almacenes entre 1927 y 1946, y una proporción aún mayor del valor de los correspondientes certificados de depósito expedidos. El desarrollo de esta red fue el soporte de las intervenciones de la Federación en el mercado a lo largo de los años 30, y cambió gradualmente las condiciones de la comercialización interna. No obstante se aprecia que tales intervenciones sólo tenían un alcance parcial y que el proceso de formación de precios en el mercado estaba lejos de llegar al grado de integración que se alcanzaría con posterioridad a 1957, cuando ya fue posible extender la garantía de compra de la cosecha.

Además, las intervenciones de la Federación obviamente estaban limitadas por el alcance y la duración del financiamiento que en cada coyuntura lograra asegurar y a la perspectiva de colocación del café así adquirido en los mercados externos. En 1939, por ejemplo, ante la descolgada del precio internacional por el cierre de los mercados europeos la Federación realizó una enorme intervención, facilitada por la entrega del gobierno de los recaudos atrasados de los impuestos de exportación y giros así como de excedentes de la Tesorería, además de los recursos extraordinarios de redescuento y crédito bancario. En 1940, el ministro de Hacienda Carlos Lleras reconocía los avances y las limitaciones del sistema y proponía salidas que llegarían con el tiempo. Al igual que otros destacados pronunciamientos ya citados de 1920, 1927, 1933 y 1936, se definía el problema como insuficiente acceso al crédito por parte de los pequeños productores y se proponía la solución de fortalecer los instrumentos de intervención crediticios y comerciales. Eso precisamente fue lo que se hizo de inmediato en virtud de la emergencia provocada por la guerra, mediante la intervención del recién creado Fondo Nacional del Café con respaldo oficial, tal como se aprecia igualmente en el mismo Cuadro 1.

Cuadro 1. Financiaciones de los almacenes generales de depósito, 1932 a 1946

Millardos de pesos. Junio de 2002 *

Año	Bonos de Prenda descontados	Financiac. Caja Agraria	Préstamos Directos y sobre café en tránsito	Fletes Acarreos	Totales	Valor cosecha cafetera	Financiación Total/CValor cosecha
1932-33	10.57	0.02	1.40	0.68	12.66	414.299	3.1%
1933-34	58.24	0.87	3.18	1.70	63.99	412.204	15.5%
1934-35	76.31	1.38	4.44	1.58	83.71	752.020	11.1%
1935-36	98.10	1.86	5.69	1.63	107.27	635.124	16.9%
1936-37	121.63	1.13	4.00	3.18	129.95	652.990	19.9%
1937-38	82.96	0.70	1.42	2.74	87.83	657.397	13.4%
1938-39	53.83	0.43	1.60	4.21	60.07	520.214	11.5%
1939-40	78.41	0.57	1.61	4.11	84.69	594.320	14.3%
1940-41	169.99	0.37	1.97	7.23	179.56	296.176	60.6%
1941-42	259.20	0.19	1.47	6.48	267.33	674.864	39.6%
1942-43	91.19	0.23	8.41	12.50	112.33	811.007	13.9%
1943-44	49.44	0.21	13.27	4.97	67.89	698.283	9.7%
1944-45	49.50	0.01	32.43	4.62	86.56	733.711	11.8%
1945-46	82.22	0.00	32.72	9.35	124.29	770.85	16.1%

Fuente: Informe del Gerente General al Congreso Cafetero. Manuel Mejía. 1946. Reproducido en Don Manuel Mejía, Mister Coffee. Tomo II. MORALES, Otto y PIZANO Diego (editores). Bogotá, Fondo Cultural Cafetero. 1989. Pág. 241

*La información en pesos corrientes se ajustó a millardos de pesos de junio de 2002 según el índice de precios GRECO.

Parte de las limitaciones estructurales de la red de almacenes consistía en que su inversión y operación representaban un costo fijo de amortización muy apreciable, pero su utilización no era permanente sino variable. Muy pronto fue claro cómo esa red era aprovechada tanto por los productores durante la época de recolección y venta como por los exportadores en el lapso de allí al momento de beneficio, trilla y transporte a los puertos, para obtener financiaciones con ese respaldo en provecho de las operaciones y particularmente "en los momentos oportunos de perspectivas de alza"²². La Federación tenía que ser capaz de asimilar el costo de una red que podía canalizar hasta el 60% de la cosecha, como en 1940-41, cuando productores y comercializadores eran presa del pánico, o apenas el 10% como en 1943-44, cuando unos y otros querían acelerar los despachos de café.

Los historiadores destacan, entre las causas que llevaron al colapso del sistema de haciendas cafeteras, los problemas de oferta de mano de obra por el auge de las obras públicas en los años veinte y el regreso de los trabajadores al campo durante la crisis de los treinta, aunados a la intensidad de los conflictos por la tierra suscitados por el dinámico proceso de expansión de áreas sembradas en las haciendas bajo relaciones contractuales que incluyeron formas muy diversas de aparcería y de participación en el producto entre propietarios y trabajadores, tabloneros, arrendatarios o aparceros, así como precios del café correspondiente a estos últimos muy inferiores a los que obtenían los hacendados, todo lo cual pudo suscitar en muchos lugares un ambiente social y político insostenible.²³ Palacios describe la magnitud de la tarea de parcelación que auspiciaron conjuntamente el Banco Agrícola

22. Mejía (1946) en Morales y Pizano (editores) (1989), pág. 236.

23. Ver por ejemplo Machado, Op. cit.

Hipotecario, la gobernación de Cundinamarca y el gobierno nacional:

*“Cuando se aprueba la famosa ley 200 [de 1936] esas tres entidades ya habían parcelado 52 haciendas en el país con una extensión de 58.000 hectáreas, de las cuales 28 eran haciendas cafeteras con un área aproximada de 17.000 hectáreas”.*²⁴

El mismo autor informa que para 1940 las haciendas afectadas por el proceso de parcelación eran 240 con 223.140 hectáreas, de las cuales salieron 11.315 parcelas vendidas, o sea a razón de aproximadamente 50 parcelas por hacienda. El proceso se extendió a 97 municipios del país, 23 de ellos cafeteros. El 17% de las parcelas tenía extensión inferior a 2 hectáreas, el 34% tenía de 2 a 5 hectáreas y el 24% entre 5 y 10 hectáreas²⁵. Semejantes magnitudes de transferencia de la propiedad habrían sido improbables si hubiera habido que otorgar crédito fresco para todos esos clientes nuevos; más bien, el proceso de parcelación se facilitó por la cesión de créditos originalmente otorgados a hacendados, que luego fueron reestructurados, condonados en parte y en parte reorientados hacia los parceleros.

La accidentada historia de numerosos incumplimientos de esos créditos de parcelación, de un lado, y del lento y dispendioso manejo que sucesivas entidades le dieron al programa, del otro, arroja fuertes similitudes con las numerosas quejas e historias de campesinos aliviados o refinanciados en los años noventa por sus deudas con la Caja Agraria. Así pues, el acceso a los créditos hipotecarios para realizar el proceso de parcelaciones de los años veinte y treinta fue resultado de políticas específicas para resolver un problema regional de grave incidencia social y política, y no logró constituirse en una base amplia para el desarrollo estable de las finanzas rurales en esas zonas.

En resumen, el desarrollo institucional de instrumentos de crédito y financiamiento a lo largo de los años treinta y durante la guerra, facilitó parcialmente el continuo crecimiento de la pro-

ducción cafetera y la inversión en el negocio que representaba la opción más atractiva y tenía la ventaja comparativa evidente dentro de la economía colombiana. La producción pasó de 3.28 millones de sacos en 1932/33 a 5.48 en 1945/46, con una expansión del 67%. Para 1944 la cartera cafetera de la Caja Agraria equivalió al 20.3% de la cosecha cafetera, pero como se vio arriba, en su gran mayoría correspondió a préstamos de corto plazo, eso sí con tasas blandas de interés. Es decir, no constituyó la fuente primaria de inversión de largo plazo. A su turno, el financiamiento a través de los almacenes de depósito fue en promedio equivalente al 18.4 % del valor de la cosecha entre 1932 y 1945, con una desviación estándar del 14.6% –también con réditos subsidiados– y sus efectos principales fueron contribuir a la mejora en los términos de negociación de la cosecha y hacer más fluido y menos costoso el financiamiento de los eslabones de la cadena de comercialización. Finalmente, como respuesta a las gestiones del gremio, el estado aportó recursos y modificó normas y reglas de juego que facilitaron las refinanciaciones, moratorias y alivios –así como las parcelaciones de las haciendas cafeteras de la zona oriental del país– en los años de declive sustancial de precios del café o de precios de las garantías hipotecarias, particularmente para las deudas vencidas entre 1929 y 1933 y luego en 1939.

Pero estas evidencias no explican realmente el grueso del origen de los recursos que financiaron el crecimiento mismo de la producción a largo plazo. En otras palabras, el mercado formal de crédito cafetero no fue al parecer el principal canalizador de la inversión. Surge entonces el interrogante acerca de cómo se distribuyó el grueso del financiamiento entre generación propia de caja y crédito informal. Las explicaciones que ha dado en diferentes épocas la teoría económica han inspirado muy diversas orientaciones de política. El desarrollo de los instrumentos institucionales de crédito –la CAJA AGRARIA, la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia, los Almacenes Generales de Depósito de aquella y finalmente el

24. Palacios (1983), pág. 392.

25. Op. cit. cuadro 50, pág. 405.

Fondo Nacional del Café- en este período, correspondió en esencial a la visión tradicional que explica las fallas en los mercados financieros rurales como un problema de competencia monopolística, cuyo correctivo provendría de la intervención de la banca pública rural.

1945 - 1985: El crédito cafetero en el modelo de dos principales y un agente

Los determinantes básicos de rentabilidad y crecimiento a largo plazo de la caficultura pueden verse a través de la evolución de los precios relativos del producto frente a sus principales costos: los salarios y el costo de capital. Si los precios relativos son favorables, habrá incentivos para invertir, y si en tal caso no se materializa la inversión y no hay crecimiento productivo, habrá lugar a averiguar por las restricciones de los mercados financieros rurales que estarían obstruyendo el camino del desarrollo cafetero. Si por el contrario, los precios relativos café/salarios y café/costo de capital presentan una tendencia adversa a los productores, los incentivos se reducen a la larga, salvo que una revolución técnica modifique las condiciones del negocio. En este segundo caso, el papel de las instituciones financieras también puede ser relevante para los efectos de asignación de recursos y de distribución del ingreso.

Es conveniente enmarcar el desarrollo de instrumentos de crédito cafetero a partir de la posguerra en el contexto económico y productivo en el cual se aplicaron. Dadas las características tecnológicas y la oferta ambiental del cultivo de café en Colombia, la función de producción cafetera es intensiva en el factor fuerza de trabajo, de manera que un fuerte indicador de la rentabilidad de la caficultura como actividad empresarial estará dado por la evolución de los precios relativos café-salario. De otro lado, la estructura productiva dominante de pequeñas fincas y parcelas ha hecho que los salarios por trabajo en fincas de mayor tamaño sea un componente muy

importante del ingreso de los pequeños productores de café, quienes igualmente tienen el potencial de invertir para alcanzar mayores rendimientos, siempre que logren el acceso efectivo a los recursos.

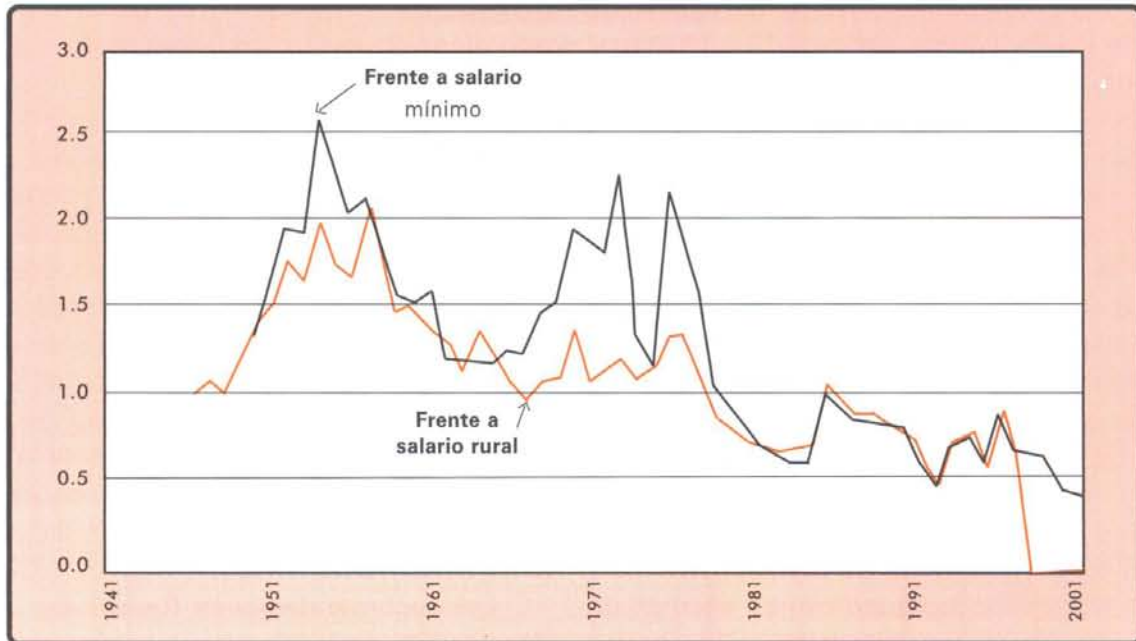
El precio interno real del café se movió entre 1945 y 1978 en niveles reales muy superiores en promedio a los de la primera mitad del siglo pasado. El precio relativo del café pagado a los productores frente a los salarios rurales prácticamente se duplicó hasta 1954 (Véase Gráfico 2). Para un cultivo intensivo en mano de obra no calificada esta variación del precio relativo significaba un incremento ostensible en rentabilidad. Entre 1954 y 1962 el precio relativo café salarios rurales (ambas series) pierde la ventaja lograda en el primer período. De 1962 a 1978 el precio relativo café - salarios rurales promedio oscila entre 1.0 y 1.4, y de allí en adelante el deterioro de largo plazo del precio del café hace que el precio relativo se mueva entre 0.5 y 1.0, salvo el año de minibonanza cafetera de 1986. En contraste, el precio relativo café-salario mínimo legal rural es mucho más favorable al productor hasta 1979, habiendo estado por encima de 2 en 1973 y 1976, pero a partir de 1979 registra una tendencia de deterioro similar a la del precio relativo café - salario agrícola.

No obstante, dichas tendencias en los precios relativos no fueron igualmente válidas para todas las regiones cafeteras. El estudio estadístico de Jaramillo, Romero y Nupia "detecta la existencia de siete mercados laborales rurales segmentados entre sí y dos mercados urbanos", e identifica una fuerte dispersión de los jornales rurales, con un lento movimiento convergente en la medida en que se va integrando la economía, más ostensible entre 1955 y 1980, pero que entre 1993 y 1998 se dispersó de nuevo.²⁶ La relación entre el jornal agrícola más costoso y el más barato en 1945 fue de 2.3 a 1 (Antioquia a Nariño) y en 1990 fue de 1.75 a 1 (Tolima a Nariño).

Al observar el precio relativo café/costo de capital (véase Gráfico 3) se aprecian dos grandes períodos: 1) entre 1945 y 1985 ocurren dos gran-

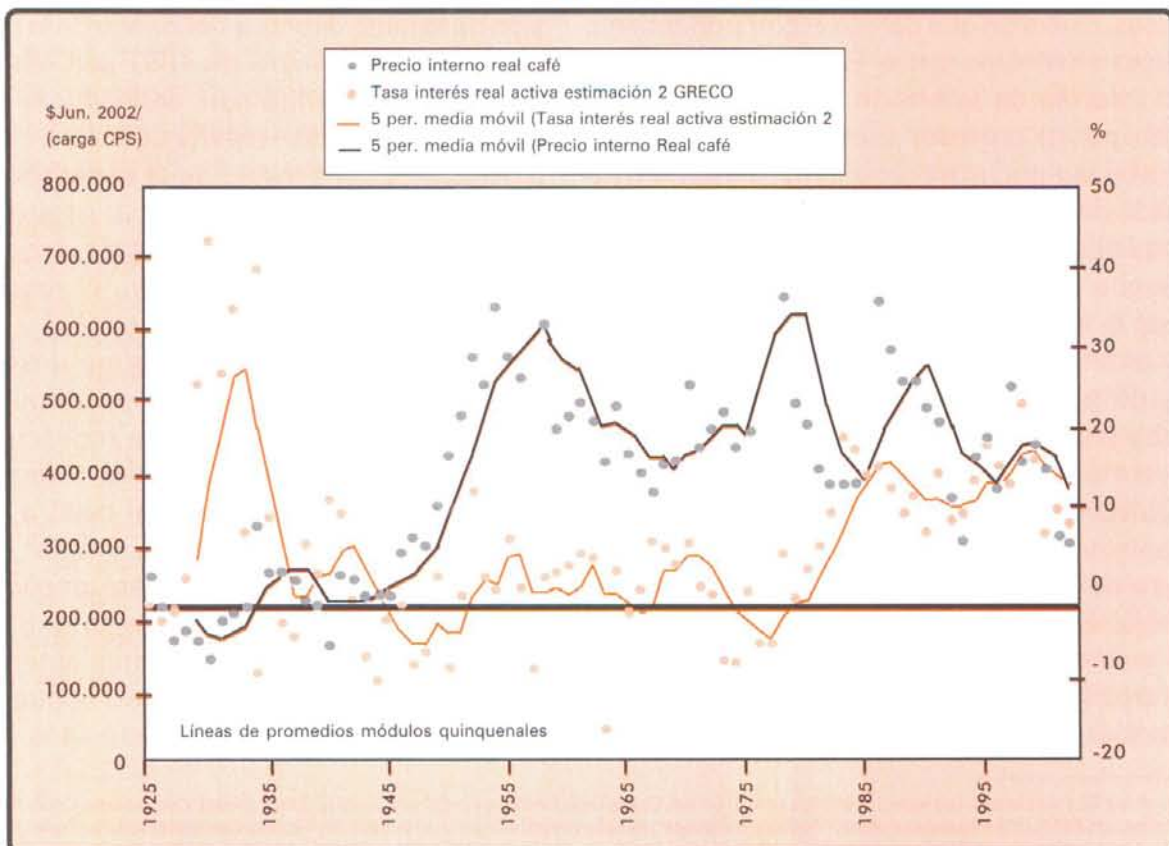
26. Op cit. Es de gran interés el hecho de que la agrupación estadística de los mercados laborales sea compatible en términos generales con la regionalización de siete grandes comarcas histórico naturales planteada por Zambrano y Paredes (1987), regionalización que parecería persistir en la medida en que las tasas de crecimiento económico generales no reencuentren la dinámica de los años sesenta y setenta.

Gráfico 2. Precios relativos al café vs Salarios, 1941 a 2002



Fuente CF Jaramillo CARomero y OANupia (2002)

Gráfico 3. Precios del café al productor y costo de 1925 a 2002



des ciclos del precios del café, marcados en los techos por las bonanzas de 1954 y 1975, mientras que al propio tiempo las tasas activas reales de interés de los bancos entre 1945 y 1978 casi nunca sobrepasaron el 10% anual, con lo cual se está hablando de un lapso en el que, a pesar de la volatilidad en el precio del café, el costo de financiación de inversión fija o capital de trabajo en la economía pareció relativamente bajo; 2) a partir de la primera mitad de los años ochenta se sucedieron otros dos ciclos de precios reales del café, de menor duración y dentro de una tendencia descendente, simultáneos con un proceso de liberación progresiva de los mercados financieros y de riesgos percibidos crecientes que llevan las tasas reales activas de interés a niveles oscilantes con mayor frecuencia entre 10% y 20% anual. El contexto anterior de precios, salarios y tasas de interés fijó las condiciones internas de rentabilidad e ingresos para la inversión en las plantaciones, con incremento de áreas dentro de una misma tecnología básica hasta 1970 y luego con la recomposición del área sembrada por adopción de las variedades de porte bajo desde entonces, inversión que definió el comportamiento productivo señalado por el Gráfico 4.

El informe de la Misión del Banco Mundial dirigida por el profesor Currie en 1948 y 1949 mostraba en pocas pinceladas la situación fragmentada de los mercados financieros y de crédito para las diferentes actividades económicas. Para Currie una causa fundamental de ese desequilibrio en la estructura financiera de la economía era el criterio a su juicio excesivamente restrictivo fijado por la misión Kemmerer en 1923, el llamado principio de liquidez, según el cual al limitar el crédito bancario a operaciones líquidas a corto plazo se aseguraba un volumen de crédito conveniente para la economía. El informe en buen número de referencias planteaba un importante potencial de crecimiento para la agricultura y el café; enunciaba un diagnóstico de racionamiento del crédito agropecuario institucional como una restricción importante, particularmente para los

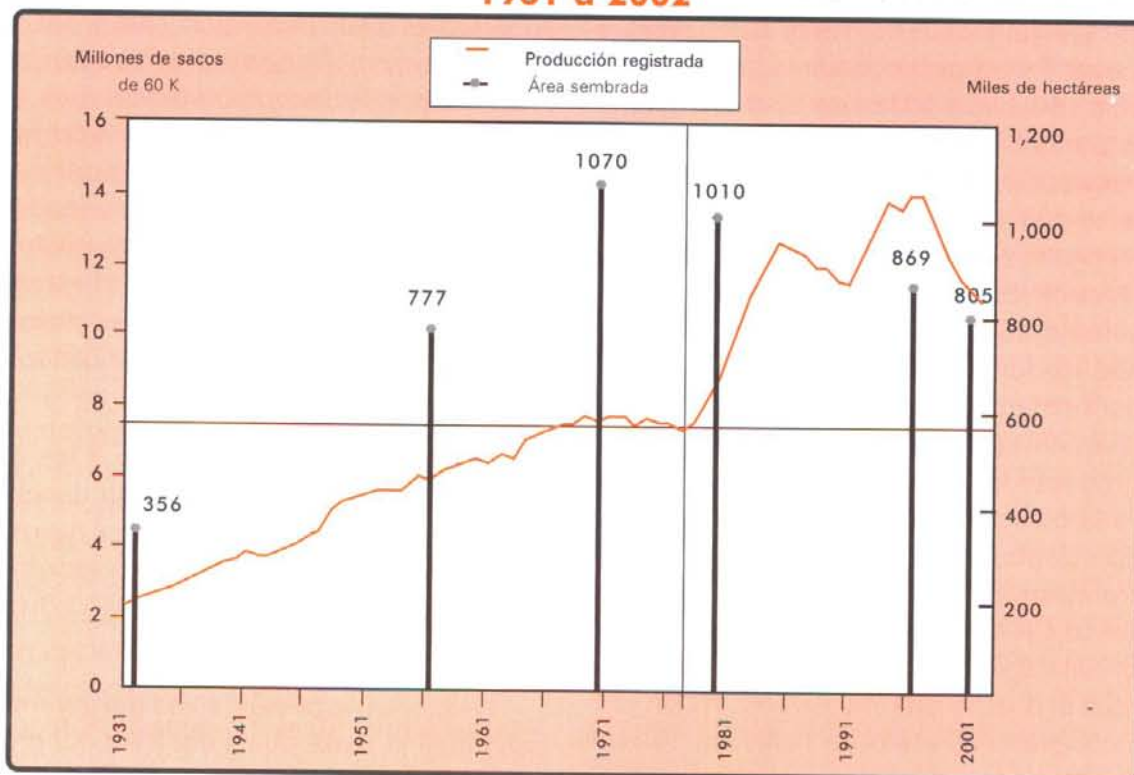
pequeños agricultores y de las causas asociadas a las que podrían haber sido tasas de interés excesivamente bajas; y consideraba que la coordinación institucional del crédito agrícola era deficiente.

Caballero²⁷ narra que por la misma época presentaron recomendaciones similares, tanto el informe de los expertos de la Junta de la Reserva Federal de los Estados Unidos, señores Gerard Alter y David Grove, destacando la necesidad de diferenciar el papel de la banca central y el de los bancos comerciales, como un influyente artículo de Carlos Villaveces, subgerente del Banco de Colombia, planteando la necesidad de cambios en la legislación para que el Banco de la República pudiera aplicar “políticas anticíclicas” y para que el gobierno tuviera presencia adecuada en la junta directiva del emisor.

Las recomendaciones fueron atendidas: el decreto 348 de 1950, precursor de crédito de fomento, permitió extender hasta cinco años el plazo de los créditos para la agricultura. Más importante aún, todos estos puntos de vista fueron tenidos en cuenta como referencias por parte de la comisión de la junta directiva del Banco de la República conformada en enero de 1951 para estudiar un nuevo contrato entre esta entidad y el gobierno próximo a vencerse –reseña Caballero–, comisión presidida por el gerente de la Federación Nacional de Cafeteros, Manuel Mejía, para el análisis de las facultades que en adelante debería tener esa junta y de su composición. El resultado de esas tareas fueron los decretos 756 y 2057 de 1951, conocidos como la reforma financiera de ese año. La reforma consistió en introducir gran flexibilidad para abrir cupos de redescuento “de acuerdo con las necesidades del desarrollo agrícola, industrial y comercial del país” a tasas de interés diferenciales; para fijar y variar el encaje de bancos y cajas de ahorro; para ampliar el cupo de redescuento al gobierno hasta el 8% de los recaudos del año inmediatamente anterior; y autorizó la celebración de un nuevo contrato con el Banco de la República por veinte años más para

27. Op. cit. pp 66 y siguientes. Los estudios citados son: 1) Grove, David, *Deficiencias en la Estructura de la Banca Central Colombiana*. Copia mecanográfica de mayo de 1950; y 2) Villaveces, Carlos, “Política Anticíclica”, estudio preparado para la Reunión de Técnicos de los Bancos Centrales del Continente Americano celebrada en Santiago de Chile en 1949. *Revista del Banco de la República*. Diciembre de 1949, pp. 1265 a 1269.

Gráfico 4. Área sembrada y producción* de café 1931 a 2002



*Promedio móvil quinquenal de la producción.
Fuente Federacafé: Infocafé y Censos

que éste administrara el derecho exclusivo de emisión del gobierno. O sea que el Banco tenía un régimen contractual del alcance similar en varios sentidos al de la Federación. Dice Caballero:

*“En síntesis, la reforma financiera de 1951 representó un compromiso entre la banca rígida y ortodoxa del año veintitrés y la banca estatal dedicada exclusivamente a financiar el crecimiento económico. La reforma reconoció los cambios que se habían operado en treinta años en las teorías y en las prácticas financieras y adecuó la legislación a esos cambios sin alterar, en lo más fundamental, la esencia de las instituciones colombianas. Se iba dibujando así el camino del compromiso, de la negociación, de la transacción entre extremos, que se convertiría en característica del manejo económico colombiano en los años siguientes”.*²⁸

En julio de 1948 fracasó un intento de la administración Ospina de usar al Fondo para financiar a la Caja Agraria. Se venía agitando ya la idea de que los recursos del Fondo Nacional del Café que se destinaran a crédito deberían llegar exclusivamente a la industria cafetera, lo cual probablemente no ocurriría por el camino de las capitalizaciones y préstamos recurrentes a la Caja Agraria. Por eso, varios congresos cafeteros habían dejado consignada la aspiración gremial de un banco cafetero. Después de la reforma financiera de 1951 y con el paulatino fortalecimiento de los recursos del Fondo Nacional del Café esa idea cobró más fuerza.

Como respuesta aparente a una proposición del gremio cafetero el congreso de la SAC de 1953²⁹, el Decreto 2314 de 1953 autorizó a la Federación Nacional de Cafeteros para que con cargo a los recursos del Fondo Nacional del Café cons-

28. Idem, pág. 70.

29. Entrevista con Germán Valenzuela, antiguo gerente técnico de la Federación. No se había realizado Congreso Cafetero desde 1948. La Compañía Agrícola de Seguros se creó en 1952. La Flota Mercante Grancolombiana inició operaciones en 1947 a Estados Unidos y en 1951 hacia Europa.

tituyera el Banco Cafetero, "cuyo objeto principal será financiar la producción, recolección, transporte y exportación de café y otros productos agrícolas"³⁰, y a continuación estableció que "el Banco podrá hacer todas las operaciones autorizadas por la ley para los bancos comerciales y podrá ser accionista del Banco de la República"³¹ con lo cual quedó "consagrado el carácter dual de la Institución"³². El ministro de Hacienda Antonio Alvarez, discutió entre 1951 y 1953 el tema con el gerente de la Federación y los miembros del comité nacional de cafeteros, "aprovechando la oportunidad de que el Fondo Nacional del Café a través del célebre diferencial cafetero, había logrado robustecerse en forma que le permitía dedicar a la creación del banco una cantidad de dinero apreciable, sin que sufriera en su propia estructura interior".³³

El Banco Cafetero inició labores en junio de 1954, con un capital de \$50 millones y su primer gerente fue el mismo Antonio Alvarez, quien presentó al congreso cafetero de mayo de 1954 el siguiente planteamiento de la estrategia para el Banco:

- 1) Un banco para la industria cafetera y de índole comercial. Eso le permitiría invertir \$7.5 millones de los \$50 millones de su capital inicial en el Banco de la República y tener acceso al redescuento de éste, cuyo cupo le multiplica de entrada su base de recursos prestables por tres.
- 2) Pretensión de servir a toda la industria cafetera, principiando por los pequeños productores.

"(...) la mejor cartera que la Caja Agraria tiene, la cartera que menos pérdidas le produce a la Caja, lo puedo decir yo, que durante dos años y medio fui miembro de su junta directiva, es la cartera de los pequeños productores de café. Se da el caso, por ejemplo, de municipios que so-

*metidos a la tormenta política han tenido conmociones profundas y desplazamientos muy apreciables de su población y sin embargo, pasado un tiempo, la cartera atrasada, la cartera afectada por los acontecimientos que en determinados sitios se desataron, ha sido recaudada íntegramente por la Caja. Cuando el campesino ha podido regresar a su fundo, cuando se ha organizado inclusive en un sitio distante, ha acudido a cumplir exactamente con sus obligaciones con la Caja Agraria. Por ese aspecto yo miro con profunda simpatía la actividad que el Banco Cafetero puede realizar allí".*³⁴

- 3) Adecuación de los créditos a las necesidades y características de la producción.
- 4) Buscar una legislación especial que permitiera prestar a plazos superiores a los límites bancarios usuales de 90, 120 o 150 días y llegar hasta 5 años.

La excelente presentación del gerente Alvarez constituía la parte dulce del XVIII congreso cafetero, convocado en lo esencial para confrontar el impuesto que mediante decreto 1051 de 1954 (marzo 31) había establecido el gobierno militar "sobre el registro de contratos de exportación de café, equivalente al 50% sobre el valor en dólares que exceda del precio básico de 105 dólares por cada saco de 70 kilos" y a favor del Fondo Nacional del Café, pero para que este lo invirtiera exclusivamente en financiar "gastos o pagos en moneda extranjera de empresas oficiales o semioficiales de energía eléctrica o de producción de hierro o acero", vía préstamos o suscripción de acciones de tales empresas. El gobierno buscaba, según la presentación del ministro de Hacienda Carlos Villaveces comentada por el exministro Carlos Lleras en *El Tiempo*³⁵, reducir el impacto inflacionario de la bonanza cafetera, invertir productivamente los mayores recursos según sus prioridades con base en im-

30. Decreto 2314 de 1953 (septiembre 4), artículo 1°.

31. Idem. Artículo 2°.

32. Banco Cafetero. *Reseña Histórica del Banco Cafetero 1954 - 1985*. Mimeo. Junio de 1985

33. XVIII Congreso Nacional de Cafeteros, Informe del Gerente del Banco Cafetero, Acta N° 6, pp. 3-9, Mayo 4 de 1954.

34. Ibid.

35. Véase Pérez (1987), pp. 279 a 284.

portaciones de bienes de capital controladas por el estado e incrementar los recursos del Fondo Nacional del Café. Adicionalmente el gobierno había suspendido el proceso de desmonte mensual gradual del diferencial cambiario establecido por decreto 637 de 1951 sobre las exportaciones cafeteras y que a enero de 1954 implicaba que aproximadamente el 20% del valor de las exportaciones de café se debía reintegrar a una tasa de cambio de \$1.95 por dólar en lugar de los \$2.50 que valía para el resto³⁶.

Tras varias rondas de negociaciones con el ministro Carlos Villaveces, así como ante la presentación del plan del Banco Cafetero, el acuerdo final condujo al decreto 1448 de 1954 (mayo 5), por el cual se elevó la base de cobro del impuesto a 115 dólares por saco de 70 kilos exportado, y se cambió el canal de inversión de los recursos del impuesto: el Fondo Nacional del Café los invertiría en acciones del Banco Cafetero, el cual a su turno las canalizaría en 15% a préstamos de vivienda y otra infraestructura de cafeteros no ricos, con plazos de 5 años e intereses del 6% anual; y en el equivalente al 85% para financiar importaciones de ganado vacuno, de maquinaria para construcción de caminos vecinales por parte de los departamentos y municipios, y de gastos y pagos en moneda extranjera de empresas del estado para generación y distribución de energía eléctrica y otros programas de desarrollo, vía préstamos hasta 10 años e intereses del 6%.

El impuesto modificado por el decreto 1448 alcanzó a producir \$28'886.000 (equivalente a \$53.4 millardos de junio de 2002), algo menos de la mitad de los \$62.5 millones que las directivas del Banco estimaron inicialmente.

Ni la capitalización súbita y adicional, ni la destinación de esos recursos estaban contempladas en la presentación del gerente Alvarez al congreso cafetero. Fue una solución de emergencia y de compromiso para el gremio cafetero, una manera de preservar parte del control económi-

co sobre la distribución del ingreso y de limitar en parte la "tasa de explotación de la agricultura" a que se han referido Olson y Bates.³⁷ Si se quisiera seguir la tesis central de Bates sobre la naturaleza de la acción colectiva de la Federación y su carácter de institución económica, diríase que el gremio cafetero se apoyó en esa oportunidad en figuras políticas importantes de ambos partidos y al mismo tiempo experimentados líderes cafeteros, como el expresidente Ospina del lado conservador y el exministro Lleras del lado liberal, quienes en ese momento le proporcionaban un cierto soporte al gobierno militar, para moderar la magnitud de la exacción. El gobierno por su parte logró sus objetivos macroeconómicos de reducir la presión del gasto de consumo interno y elevar la tasa de formación de capital y el gremio logró reducir la afectación de sus derechos de propiedad, y el impacto contable y la destinación de recursos cafeteros a proyectos por fuera del circuito de la producción de café. El crédito y la capitalización de organizaciones cafeteras sirvieron para conciliar esos dos propósitos encontrados.

Episodios tales como el acabado de referir han sido innumerables en la historia de la institucionalidad cafetera, no solamente en relación con el crédito. La mención detenida de este episodio tiene el propósito de ilustrar una pauta de alcance más general: con frecuencia se repetiría en el futuro ese patrón de la pugna distributiva entre los cafeteros y el gobierno en momentos de bonanza o relativa holgura de precios, parte de cuyos resultados terminaban siendo asignaciones adicionales de partidas para la capitalización del Banco Cafetero, de sus filiales, o para fondos y líneas especiales de crédito, o de alivios a créditos pendientes de pago o vencidos, a cambio de moderar los incrementos en los precios internos.

Ya se ha visto claramente que ni los avances en materia de formación de precios en un merca-

36. Janguito y Pizano (1997), pag. 287.

37. Véanse las conferencias de Mancur Olson "La Explotación de la Agricultura" y de Robert Bates "Instituciones y Desarrollo" en el Simposio de los 70 años de la Federación. Pizano y Chalarca (1997). Por ejemplo Bates: "Después de la Segunda Guerra Mundial, la competencia partidista de Colombia entró en quiebra. Bajo los gobiernos de Rojas Pinilla y del Frente Nacional, los Partidos Liberal y Conservador no compitieron en las elecciones nacionales. Y fue precisamente durante este período que el gobierno utilizó sus poderes coercitivos con propósitos redistributivos. El gobierno no sólo sobrevaluó el peso, imponiendo así un impuesto a los exportadores de café; sino que también empleó los ingresos provenientes del sector cafetero para financiar proyectos públicos y empresas que competían con las importaciones". (Pág. 50).

do nacional ni los de penetración del crédito tenían todavía carácter universal, lo cual dejaba a proporciones muy significativas de la población caficultora por fuera del alcance efectivo de las decisiones negociadas. Así había ocurrido en 1932, como se vio arriba, cuando había alrededor de 150.000 fincas cafeteras y crédito bancario para apenas cientos o pocos miles de haciendas y fincas; ya hacia 1943 la Caja Agraria había llegado a cerca de 15.000 préstamos anuales para café. Para 1954 el censo cafetero identificaba 235.000 fincas. Hacia 1967 la actividad crediticia canalizada a través del servicio de extensión de la Federación (Programa de Desarrollo y Fondo Rotatorio) llegaba a los 18.000 préstamos por año³⁸. Posiblemente el Banco Cafetero canalizaba otros 10.000 préstamos sin intervención del servicio de extensión. El censo de 1970 estableció el número de fincas en 300.000, y así sucesivamente, el aumento del número de fincas cafeteras siempre desbordó la penetración efectiva del crédito formal y semiformal, a pesar de los esfuerzos de la política económica y de la organización gremial para apuntalar los recursos y líneas de crédito de fomento rural. Todas estas son evidencias de lo penetrante que fue el racionamiento crediticio, o exceso de demanda estimulado por la fragmentación del mercado y por el subsidio a las tasas de interés.

A la altura de 1958 el Banco Cafetero tenía 50 oficinas, de las cuales 46 en centros de producción y comercio de café. Había acumulado préstamos por \$50 millones a los cafeteros, frente a \$70 de la Caja Agraria, ésta con 365 oficinas y 27 años de existencia. Sin embargo, la presión de los usuarios por crédito era muy superior y el gerente del Banco se sentía acosado y motivado a dar detalladas explicaciones acerca de por qué no se le podía prestar a todo el que lo solicitara.³⁹

A finales de los años cincuenta fue posible comenzar a integrar en un solo mercado la comercialización de café, mientras que la integración de las finanzas rurales siempre fue más

compleja de alcanzar. Eso hacía que la población objetivo de las políticas de precio y de crédito no fuera la misma ni, por lo tanto, el efecto de asignación de recursos y de distribución del ingreso de unas y otras. Ya se verá lo que ocurría a la altura de los años setenta, con 303.000 fincas y de los noventa, entre 566.000 UPA⁴⁰ de 551.000 fincas.

En el lenguaje de la economía contemporánea una institución es una regla de juego social que estructura los incentivos de los individuos, concepto diferente del de organizaciones u organismos⁴¹. En la creación del Banco Cafetero se pueden apreciar los dos aspectos: de un lado el diseño formal de la organización planteado por el gerente Alvarez, como parte de una estrategia de integración horizontal y vertical de la industria cafetera; del otro, la expresión de ciertas reglas de juego sociales –es decir, de instituciones– que ya venían haciendo carrera en los 30 años anteriores, tales como la negociación de paquetes de recursos de crédito en calidad de soluciones de compromiso ante la imposibilidad de lograr para los caficultores objetivos más ambiciosos de precio.

El proceso de negociación de los *second best*, de las alternativas aceptables pero no óptimas para cada parte ha sido una constante institucional. En el proceso de formación de incentivos para cooperar en la defensa de los intereses de un gremio organizado tan grande está presente continuamente la necesidad de atender las demandas y expectativas heterogéneas y complejas de grupos distintos, y salen a relucir tanto el potencial como las limitaciones de la acción colectiva. Es virtualmente imposible predeterminar ex ante el balance óptimo de satisfacción entre objetivos más generales, por ejemplo los de mayor precio o si se quiere mayor valor presente descontado de los flujos de ingreso, y objetivos más particulares, por ejemplo los de un programa de crédito o un subsidio específico para un segmento de los productores. Y luego, en la negociación con

38. Estimativo grueso con base en Rodríguez (1967), cuadros 27 a 29.

39. Bernal (1958).

40. UPA: Unidades de Producción Agropecuaria, noción que incluye fincas o parcelas bajo un solo control.

41. North (1993).

el gobierno, que tiene su propio conjunto de preferencias de bienes públicos y meritorios, las salidas del tipo **second best** para una y otra parte, terminan siendo las más probables.

Uno de los determinantes de este tipo de institución o regla de juego social es el siguiente: el beneficio de la acción gremial es por naturaleza un bien público de club en un grupo grande, pues los resultados que obtenga la organización para favorecer los intereses de ese colectivo suelen ser de consumo no excluyente y con externalidades positivas. No hay que ser afiliado, ni participar agresivamente para lograr el mismo beneficio de un aumento de precio, por ejemplo, proporcional a la producción de cada cual. Como todo bien público, esto tiende a generar un precio cero –que naturalmente hace evaporar la oferta y conduce a la imposibilidad de financiar el costo de esa acción colectiva. Olson demostró 1) que “mientras más grande sea el grupo, más probable será que la cantidad de suministro de un bien colectivo para ese grupo sea menos que óptima”⁴²; 2) que así también “menor será la probabilidad de que cualquier pequeño subconjunto del grupo esté dispuesto a soportar la carga de proporcionar incluso una cantidad pequeña del bien público”; y 3) que con el tamaño del grupo aumentan los costos de la organización⁴³. La solución de la parafiscalidad cafetera consistió en internalizar los beneficios de los bienes públicos proporcionados por la acción gremial, mediante la financiación compulsiva de la organización y el control exhaustivo de la comercialización externa del grano. Sin embargo, esa fue una solución genérica, que cubría un costo fijo básico dado, pero que no suscitaba de por sí el grado de activismo y participación requerido para mantener el vigor de la fórmula organizacional.

La paradoja es de una importancia que no puede subestimarse. Sin acción colectiva no se logran los bienes públicos gremiales que beneficiaban a todos los productores. De otro lado, mientras mayor sea el grupo, mayor es la necesi-

dad de acuerdo y de organización. El costo de comunicación hacia arriba y hacia abajo en la organización –que es uno de los costos de transacción más importantes– es función directa creciente del tamaño del grupo. Se requieren más suborganismos mediadores, tales como los comités departamentales y municipales de cafeteros. El análisis de Olson es penetrante en este sentido:

*“Las organizaciones grandes que no son capaces de forzar la afiliación compulsiva tienen que proporcionar también algunos bienes no colectivos a fin de proporcionarle a los miembros potenciales un incentivo a unirse, aunque los bienes colectivos sean los bienes característicos de la organización”.*⁴⁴

Por eso,

*“Solamente un incentivo separado y ‘selectivo’ estimulará a un individuo racional en un grupo latente a actuar en forma orientada hacia el grupo. En tales circunstancias la acción de grupo puede obtenerse solamente a través de un incentivo que opere, no de modo indiscriminado, como el bien colectivo, sobre el grupo como un todo, sino más bien selectivamente hacia los individuos en el grupo”.*⁴⁵ (Subrayado en el original).

El crédito tiene la característica de incorporar algunos componentes de bien público pero ante todo otros componentes muy importantes de bien meritorio, es decir, de un bien que es políticamente agenciado y negociado entre los sectores interesados y las autoridades y cuyos beneficios tales como, su disponibilidad y su nivel de subsidio, al igual que otros programas específicos individualizables, son los incentivos específicos que refuerzan la acción gremial.

Esos beneficios no tienen que tener una connotación de clase o estrato socioeconómico. El crédito no tiene que ser para los “ricos”. Y de hecho, el alcance de la disponibilidad y de las transferencias implícitas de rentas a través de los

42. Olson (1965), pág. 35.

43. Op. Cit, pág 48.

44. Op. cit., pág. 16.

45. Idem, pág 51.

programas de crédito y alivios a la deuda no derivó ostensiblemente en efectos concentradores del ingreso cafetero. La Federación a lo largo del siglo XX creó medios y mecanismos para proporcionar incentivos selectivos al lado de los incentivos generales, bienes meritorios y bienes públicos gremiales. Los economistas usualmente expresan la inclinación a denostar los primeros y loar los segundos porque suponen que eso es lo consistente con la función de bienestar general y con la noción justiciera de retribución a los valores creados en la actividad productiva. Eso puede ser así o no, dependiendo de los efectos que tenga sobre otros grupos y sectores de la sociedad. Pero desde el punto de vista de los efectos internos en el sector que se estudie, como en el presente caso el sector cafetero, la proposición de Olson es contundente: en las organizaciones grandes la búsqueda de bienes colectivos necesariamente coexiste con los incentivos selectivos, pues de lo contrario aquellas no consiguen consolidarse; esta sería la diferencia frente a los sectores con un número pequeño de participantes, donde la organización tiende a ser fácil, voluntaria, no coercitiva.

El Gráfico 5 destaca las razones de financiamiento de la producción comparativas entre el café agrícola y el conjunto de la economía. Es evidente que la combinación del alto crecimiento económico inducido por la demanda y la reforma financiera de 1951 impulsaron fuertemente la intermediación hasta un máximo de 18% en 1957. El negocio agregado bancario de crédito, seguía su patrón procíclico y con la destorcida cafetera y posteriores medidas de represión financiera, más el hecho de que la actividad de intermediación financiera encontró otros canales de crecimiento diferentes de los bancos, en las corporaciones de ahorro y vivienda, las corporaciones financieras y las compañías de financiamiento comercial, descendió hasta una proporción mínima de 7% en 1980. En contraste, la cartera cafetera⁴⁶ como proporción del valor de la cosecha del grano mostró una tendencia

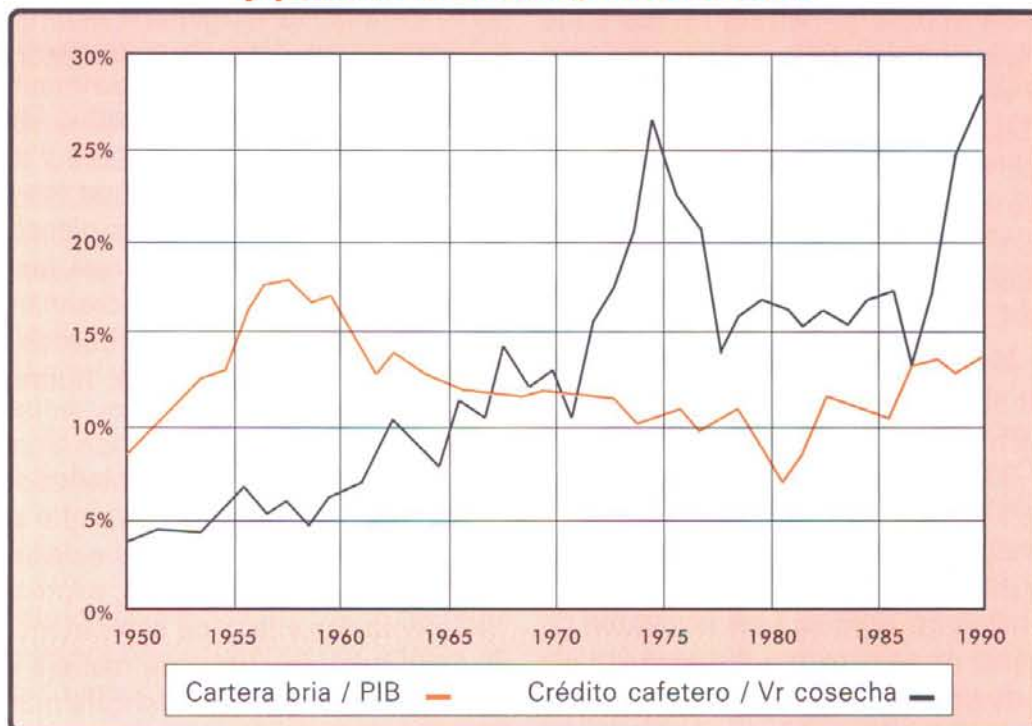
de crecimiento lenta pero prolongada entre 1950 (4%) y 1974 (26%), con un comportamiento muy diferente al de la cartera bancaria general. En las dos bonanzas la relación cayó explicablemente, debido al fuerte incremento del denominador. De 1986 a 1989 se advierte de nuevo un fuerte aumento del nivel de endeudamiento debido al estímulo combinado de mejores precios reales para el productor y de programas de crédito subsidiado para impulsar la renovación de cafetales, de un lado, y para la diversificación, del otro.

Aún así, es significativo el hecho de que en el mejor de los momentos, la participación del financiamiento institucional apenas alcanzó la cuarta parte del valor de la cosecha cafetera. Y más significativo el que ese registro se logró tras una campaña persistente de gran aliento que nacía de la convicción de que el crédito era el gran instrumento del cambio técnico, de la diversificación, del saneamiento de los derechos de propiedad y en suma, del progreso de los cafeteros. Con la minibonanza de 1986 se reforzaron todas las fuentes de recursos del crédito cafetero durante varios años, de manera que cuando la crisis del mercado cafetero originada en el colapso del Acuerdo Internacional del Café comenzó a afectar el ingreso de los productos de manera significativa, a partir de 1992, la caficultura ya había alcanzado un alto nivel de endeudamiento acumulado. No, corrijo, para guardar consistencia con los hechos identificados a lo largo de la presente averiguación histórica: *los caficultores endeudados*, habían alcanzado en muchos casos un altísimo nivel de endeudamiento acumulado, guardadas proporciones comparable al que durante los años veinte acumularon las haciendas cafeteras. En este caso, la experiencia posterior de los años noventa parece comprobar la hipótesis de que los mayores riesgos de crédito se acumulan en las fases prósperas de los ciclos económicos pero se hacen evidentes en las fases recesivas.

El Gráfico 6 es el gran resumen de la evolución de la cartera cafetera en las cuatro décadas

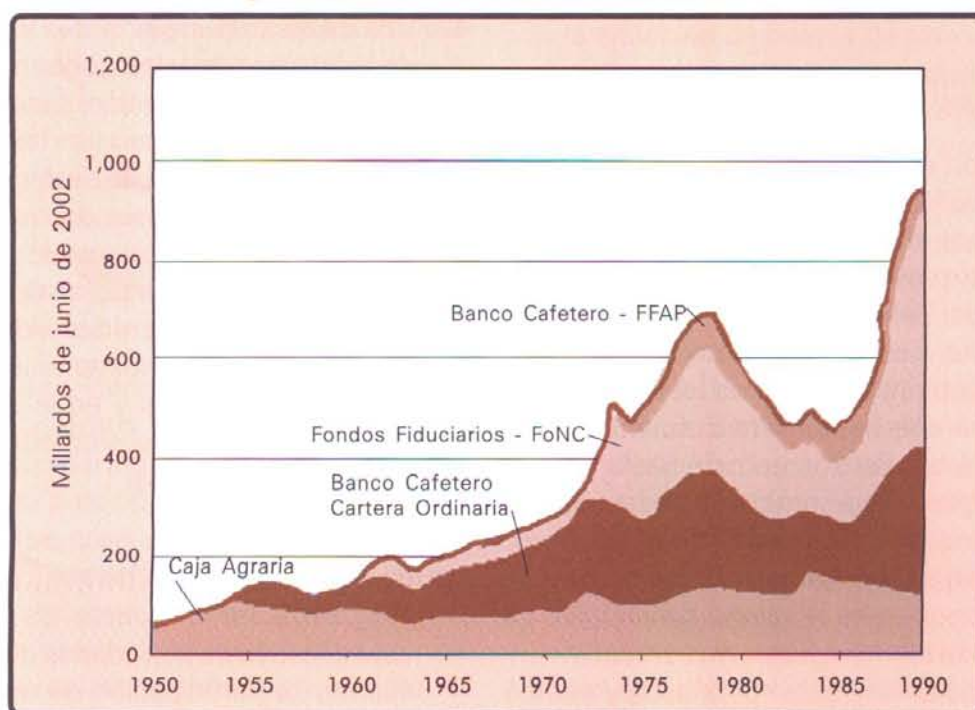
46. Conviene tener en cuenta que las cifras del Fondo Nacional del Café incluidas dentro del concepto de crédito cafetero para el periodo 1950 a 1989 incluyen la cartera de los fideicomisos de crédito para diversificación y para compensación cafetera; los primeros no estaban necesariamente destinados a fincas productoras de café, el último financiaba importaciones de países socialistas, que no hacían parte de los mercados del Convenio Internacional del Café, y así facilitaba exportaciones de café esos mercados.

Gráfico 5. Relaciones cartera a producción para café y para la economía, 1950 a 1989



Fuente: Doc. 002 / 91. Oficina Asesores Gobierno en Asuntos Cafeteros , Anexo 1

Gráfico 6. Composición del crédito cafetero por fuentes recursos, 1950 A



Fuente: Doc. 002 / 91. Oficina Asesores Gobierno Asuntos Cafeteros, Cálculos del autor

por fuente de recursos, a precios constantes de junio de 2002. Se aprecian varios hechos muy destacados: 1) Se superó la barrera de los \$100 millardos en la bonanza de 1954. De allí hasta 1960 lo que hubo en su mayor parte fue una sustitución de la Caja Agraria por el Banco Cafetero, según el plan estratégico reseñado arriba, pero no suministro adicional de crédito real. 2) Se superó la cota de los \$200 millardos en 1962, cuando las nuevas fuentes de los fideicomisos del Fondo Nacional del Café comenzaron a ser significativas. 3) Al tomar dinámica el proceso de tecnificación el crédito se disparó, y llegó a los \$300 millardos en 1971 y a más de \$500 millardos en 1973. 4) Con la bonanza de 1975 toma un nuevo ímpetu hasta llegar a casi \$700 millardos en 1978. 5) Luego de una retracción, otra vez en la minibonanza de 1986 crece la demanda hasta casi alcanzar \$1 billón en 1989. 6) Una constante de comportamiento en esas cuatro décadas fue entonces la de que en las bonanzas los caficultores demandaban más crédito y el Fondo Nacional del Café capitalizaba los fideicomisos y al mismo Banco Cafetero, habida cuenta de la evolución favorable durante la mayor parte de ese período de los precios relativos café vs. salarios rurales y café vs. costo de capital en el mercado.

Conclusiones

1. La inversión en la actividad productiva primaria del café estuvo fundamentalmente determinada durante el siglo XX por los incentivos expresados a través de los precios relativos del café pergamino, de los salarios rurales y del costo de oportunidad del capital. El movimiento de precios relativos café – salarios parece haber sido crecientemente favorable a la inversión en café hasta mediados del siglo. Desde entonces se ha movido en una tendencia declinante de largo plazo, con ciclos que marcan desviaciones cada vez menos importantes respecto de aquella. La adopción de tecnologías de mayor rendimiento favoreció la inversión continuada y atenuó posiblemente el impacto anotado de esos

precios relativos. En cuanto a los precios relativos café – tasa de interés, el lapso 1945 a 1985 resultó en general más favorable que los períodos anterior y posterior a aquel.

2. La inexistencia de mercados financieros rurales de largo plazo amplios y consolidados no fue obstáculo para que los productores realizaran las inversiones planeadas. Para la mayor parte de la caficultura, los recursos de inversión provinieron necesariamente de recursos propios y de fuentes locales no institucionales formales, durante la mayor parte del siglo.
3. Los contratos interconectados de comercialización y financiamiento entre prestamistas y comerciantes de café, de un lado y productores pequeños, del otro, expresaban la fragmentación y falta de competencia de ambos tipos de mercados, de manera que ya fuera por la vía de precios del café muy castigados o de tasas de interés implícitas muy elevadas, los acreedores locales podían obtener un gran beneficio, siempre que logran condicionar efectivamente el comportamiento de los pequeños productores.
4. Una de las más importantes líneas de trabajo de la Federación y los gobiernos desde 1927 consistió en la creación sucesiva de instrumentos para intervenir en los mercados de financiamiento rural. Tuvieron siempre mayor penetración desde el punto de vista de las captaciones y como servicio apoyo al sistema de pagos. Pero a pesar de los esfuerzos, la participación del crédito institucional en el financiamiento del sostenimiento de cafetales, de las siembras y en la solución de las crisis y conflictos de propiedad siempre fue de porcentajes bajos.
5. El primer gran éxito en modificar las condiciones de operación de esos mercados llegó progresivamente durante las segunda y tercera décadas de actividades de la Federación, cuando su participación de mercado, apoyada en los Almacenes de Depósito y en el Fon-

-
- do Nacional del Café, le permitió extender de manera cada vez más regular un soporte al precio interno, así como lograr el control sobre los inventarios de café. Eso permitió a los productores prescindir del mantenimiento de existencias de bienes terminados y reducir así su demanda de financiamiento, cambiando la estructura de los mercados interconectados de comercialización y financiamiento.
6. La fuente de recursos más importante para el crédito rural de la Caja Agraria desde 1932 fue el redescuento del Banco de la República. El marco normativo del sistema monetario y crediticio siempre fue muy importante pues permitía condiciones blandas y accesos preferenciales al crédito agrícola.
 7. Los gobiernos favorecían un marco de regulación cafetera no solamente por interés en el resultado macroeconómico sino por razones fiscales. Con frecuencia en ese marco se daban pugnas distributivas entre los caficultores y los gobiernos, a propósito de cambios en el "estado de la naturaleza", vale decir, bonanzas y destorcidas, por ejemplo, en los cuales el juego de suma cero respecto del precio –que afectaba a todos los productores y repercutía en toda la demanda agregada- se resolvía negociando objetivos subóptimos o de tipo **second best**, entre los cuales con frecuencia aparecía el crédito institucional –en el cual tenían interés solamente los deudores, un grupo bastante más pequeño que el de los productores todos-, su disponibilidad y sus condiciones.
 8. Por la vía de incentivos **selectivos**, las políticas de crédito tuvieron impactos de redistribución del ingreso cafetero, desde productores no participantes en programas especiales hacia productores participantes. Ese patrón no es específico del caso cafetero colombiano, sino que se explica por la lógica de la acción colectiva de los grandes grupos. La industria cafetera obtuvo en el siglo XX grandes apoyos a su competitividad y desarrollo gracias a la existencia de bienes públicos gremiales (o industriales) que corrigieron fallas de los mercados. Esos bienes públicos gremiales se obtuvieron muchas veces con la contribución de la Federación Nacional de Cafeteros. La supervivencia y el desarrollo de una organización tan poderosa como la Federación no se habría dado si no hubiera logrado incorporar simultáneamente la búsqueda de bienes públicos gremiales, con la de bienes meritorios y bienes privados.
 9. Entre los instrumentos de crédito cafetero pueden encontrarse bienes de toda la gama, desde bienes públicos de interés general, bienes públicos de interés gremial, bienes meritorios hasta bienes puramente privados. Por lo tanto, se prestan para aparecer recurrentemente en las discusiones de política cafetera. La especialización misma de los instrumentos y la carencia de desarrollo de otras opciones de mercado conduce a que los bienes asociados al crédito sean altamente idiosincrásicos y a que por lo tanto, los contratos no tengan completamente definido un período de negociación previa y otro de cumplimiento. Por el contrario, en el ambiente de la política gremial todo es renegociable pues la situación de costos de transacción es propicia para que se dé un esquema de gobierno unificado, es decir, más interno de la gran organización que presidido por el mercado.
 10. La caracterización anterior no establece necesariamente sesgos verticales en la distribución del ingreso cafetero hacia los más ricos o hacia los más pobres. Por el contrario, entre los instrumentos de crédito cafetero ha habido de todo. Más bien, **debe haber creado** pautas de diferenciación horizontal entre productores de cada nivel de ingreso, entre quienes participan y quienes no lo hacen. Ahí debe residir una parte importante del poder de convocatoria de la organización, y de su capacidad para fajarse en muchas ocasiones ante los gobiernos o ante otras organizaciones que afecten los intereses de los productores cafetero dentro o fuera del país.
-

-
11. El Banco Cafetero se creó como una entidad dual: banco de fomento cafetero y banco comercial, lo cual determinó las pautas de su actuación. Fue una parte sustancial del despliegue estratégico de la organización cafetera, dado su carácter de soporte al sistema de pagos de la red de comercialización del grano. Fue también un agente con dos principales, el gobierno y la Federación y por tanto en aquel se reflejaban los ires y venires de la relación de concertación permanente entre éstos. En particular, los productores tuvieron siempre la inclinación a verlo más como una entidad de servicio, lo cual se reflejó en la función de utilidad esperada del banco y condicionó su estructura de incentivos como agente. Y los gobiernos, por su parte, quisieron verlo siempre más como un instituto oficial abierto a sus respectivas tablas de prioridades de política.
 12. El Banco Cafetero participó en todos los grandes programas especiales hacia la caficultura: con los productores, las cooperativas, los comités departamentales de cafeteros, las empresas del gremio, la Federación y los comercializadores particulares. Trabajó a veces por dentro y a veces por fuera de su balance: con recursos propios, con redescuentos, con crédito externo y mediante servicios de crédito, garantía, giro, depósitos y en general con servicios financieros de toda clase y plazo y a través de fideicomisos. Sirvió además para todas las tareas que los gobiernos le pusieron a los bancos oficiales. Fue vehículo del crédito de fomento y su estructura se acomodó a los perfiles de resultado que definió esa estrategia dominante por varias décadas en el mundo en desarrollo.
 13. La retribución del banco llegaba por la vía de las capitalizaciones del Fondo Nacional del Café, con la periodicidad que permitieran las finanzas de éste. Era pues una retribución cuantificada y objetiva, ante una relación de resultados y esfuerzos no cuantificada que albergaba una gran asimetría de información. Eso se generó inicialmente en los años sesenta y setenta y permitió que otros participantes en la organización bancaria (**stakeholders**) obtuvieran participaciones y compromisos crecientes dentro de los resultados operacionales y que la entidad asumiera además riesgos de cartera e inversión no relacionados directamente con la caficultura. Durante los años ochenta la intensificación de la competencia llevó a grandes cambios y exigencias de adaptación al sistema bancario colombiano a los cuales el banco trató de adaptarse, sin el éxito suficiente, mientras los productores continuaban centrados en que se les diera el servicio requerido y tradicional como función de utilidad principal de un banco para el cual ya la cartera cafetera representaba apenas el 6% de sus colocaciones.
 14. El boom de crédito cafetero subsidiado en la fase ascendente del ciclo cafetero, que tuvo su punto más alto entre 1986 y 1989, generó los aumentos de riesgo que se vinieron a reflejar posteriormente en los años noventa. Tal como suele suceder con los bancos, que tienen un comportamiento procíclico, el manejo del otorgamiento y la selección no fueron la preocupación principal, sino mostrar la colaboración necesaria para lograr la capitalizaciones reales más altas hasta entonces registradas. Cuando se evidenciaron esos riesgos de esa cartera para los fideicomisos de crédito cafetero, el Banco defeccionó de sus compromisos, dejando en evidencia el alcance del problema de agencia.
 15. Finalmente, la reflexión sobre la historia del crédito cafetero hasta finales de los años ochenta, debe servir para repensar desde cero las bases mismas de las opciones que en el tema de finanzas rurales se abren hacia el futuro de la caficultura colombiana.

Bibliografía

- AVELLA, Mauricio. *Pensamiento y política monetaria en Colombia 1886 – 1945*. Bogotá, Contraloría General de la República, 1987.
- ARANGO, Mariano. *El café en Colombia 1930-1958. Producción, circulación y política*. Bogotá, Carlos Valencia Editores, 1982.
- BATES, Robert. *Política Internacional y Economía Abierta. La economía política del mercado mundial del café*. Bogotá, TM editores – Fedesarrollo – Federación Nacional de Cafeteros, 1999. Traducción de *Open Economy Politics: the Political Economy of the World Coffee Market*, editado por Princeton University Press, 1997.
- BEJARANO, Jesús. *Economía de la Agricultura*. Bogotá, TM Editores – Universidad Nacional – IICA – FONADE, 1998.
- BERNAL, Pedro. *Banco Cafetero. Informe del Gerente*. Bogotá, Julio de 1958.
- CABALLERO, Carlos. *50 años economía: de la crisis del treinta a la del ochenta*. Bogotá, Asociación Bancaria de Colombia, 1987.
- CURRIE, Lauchlin. *Bases de un Programa de Fomento para Colombia. Informe de una Misión auspiciada por el Banco Internacional de Reconstrucción y Fomento en colaboración con el Gobierno de Colombia*. Bogotá, Banco de la República, 1951.
- DEL HIERRO, José Elías. *Caja de Crédito Agrario, Industrial y Minero. Su Origen, su Organización, su Obra*. Bogotá, Caja Agraria, 1967.
- JARAMILLO, Carlos Felipe, ROMERO, Carmen y NUPIA, Oskar. "Integración en el Mercado Laboral Colombiano". Borradores de Economía N° 148. Bogotá, Banco de la República, 2000. Disponible en la Internet en www.banrep.gov.co
- JUNGUITO, Roberto y PIZANO Diego. *Producción de Café en Colombia*. Bogotá, Fedesarrollo – Fondo Cultural Cafetero, 1991.
- MACHADO, Absalón. *El café, de la Aparcería al Capitalismo*. Bogotá, Tercer Mundo Editores, 1988.
- MEYER, Richard L y ALICBUSAN, Adelaida P. "Farm-Household Heterogeneity and Rural Financial Markets: Insights from Thailand". En Dale W ADAMS, Douglas GRAHAM y JD von PISCHKE (editores), *Undermining Rural Development with Cheap Credit*. Boulder, Westview Press, 1984.
- MCKINNON, Ronald. *Money and Capital in Economic Development*. Washington, The Brookings Institution, 1973.
- MORALES, Otto. "Historias Económicas en torno al café", capítulo X, en MORALES, Otto y PIZANO, Diego (editores). *Don Manuel, Mister Coffee*. Bogotá, Fondo Cultural Cafetero, 1997.
- NORTH, Douglass. *Instituciones, Cambio Institucional y Desempeño Económico*. México, Fondo de Cultura Económica, 1993.
- PALACIOS, Marco. *El Café en Colombia 1850 – 1970. Una historia económica, social y política*. México / Bogotá, El Colegio de México / El Áncora Editores, 1983.
- OCAMPO, José A. "Comentarios a la Ponencia sobre la Creación de las Condiciones Iniciales para el Desarrollo: El Café". En REVEIZ, Edgar (compilador). *La Cuestión Cafetera. Su impacto económico, social y político. Colombia - Costa Rica - Costa de Marfil*. Bogotá, Tercer Mundo, 1980.
- OLSON, Mancur Jr., *The Logic of Collective Action: Public Goods and the Theory of Groups*. Cambridge, Harvard University Press, 1965.
- PIZANO, Diego y CHALARCA, José (compiladores y editores). *Café, Instituciones y Desarrollo Económico*. Simposio Conmemorativo de los 70 años de la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia (1927-1997). Bogotá, Federación Nacional de Cafeteros de Colombia, 1997.
- PEREZ, Silverio. *Los propósitos de la industria cafetera colombiana 1850-1986*. Bogotá, Federación Nacional de Cafeteros de Colombia, 1987.
- URRUTIA, Miguel. "La creación de las condiciones iniciales para el desarrollo: el café". En *La Cuestión Cafetera. Su Impacto Económico, Social y Político. Colombia - Costa Rica - Costa de Marfil*. REVEIZ, Edgar (compilador). Bogotá, Tercer Mundo, 1980.
- RODRIGUEZ, Alvaro. "Informe de labores de la División de Extensión Rural" en *Campañas Técnicas. Anexo del Informe del Gerente General al XXVI Congreso Nacional de Cafeteros*. Bogotá, Federación Nacional de Cafeteros, octubre de 1967.

Evolución de la distribución de las fincas cafeteras

HACÍA UNA REGIONALIZACIÓN DE LA CAFICULTURA COLOMBIANA ¹

Julián García ²

La divulgación de los resultados de la Encuesta Nacional Cafetera (ENC) de 1993 – 1997 reabrieron la posibilidad de analizar las transformaciones estructurales ocurridas en el sector a partir de 1970 cuando se realizó el último censo cafetero. Durante este período, paralelamente al proceso de tecnificación de la caficultura, resultado de la existencia de opciones tecnológicas atractivas, el país sufrió las consecuencias de diversos cambios en la economía mundial que transformaron la estructura socioeconómica de Colombia.

Como consecuencia de este proceso, la economía cafetera actual se caracteriza por ser un conjunto bastante heterogéneo que hace muy compleja la toma de decisiones de política. Las diferencias se presentan en las unidades de producción, el grado de dependencia del productor del ingreso del café frente a los demás productos y el salario, la forma de explotación de la mano de obra, las prácticas culturales y en general el nivel de tecnología aplicada.

De acuerdo con la ENC, la recomposición en la distribución por grupos de tamaño, asociado a la disminución en el área de la zona cafetera y la cultivada con el grano, más el aumento en el número de productores, condujo a una reducción del tamaño de las explotaciones cafeteras, y a una menor participación del café como proporción del área total de los predios. Actualmente el área promedio de las fincas de la zona cafetera es de 6.4 hectáreas, con una superficie dedicada

al cultivo de café cercana al 24% y un grado de especialización, con respecto al área de uso agropecuario, de 37%.

No obstante, esta información se basa en estadísticas muy agregadas que no permiten apreciar, o bien el carácter heterogéneo de las zonas cafeteras y los posibles movimientos hacia la especialización de tipo regional, o si la dinámica de los cambios intercensales afectaron el patrón de distribución de la tierra. En tal sentido, es claro que la generalización en el procesamiento de la información imposibilita conocer las particularidades de las transformaciones ocurridas, así como las posibles causas de las mismas o la interacción de esta problemática con otras variables sociales, económicas, culturales y políticas.

Bajo estas circunstancias, dada la magnitud y dirección de los cambios que se presentaron en la estructura productiva de la caficultura en los últimos 30 años, es necesario efectuar un análisis que permita identificar la dinámica de la evolución que se presentó en la estructura agraria de la zona cafetera. Determinar, si efectivamente se presentaron variaciones en los indicadores agregados de concentración del suelo, o si existen diferencias regionales en cuanto a la estructura de producción, es de suma importancia a la hora de diseñar políticas específicas de acuerdo con las particularidades de cada grupo.

Por tal motivo, el objetivo del informe es doble. Por un lado, establecer si los cambios que

1. El autor agradece en especial la colaboración de Luis A. Vacca, así como los aportes de José Leibovich, Gonzalo Paredes y Pedro Bejarano en la fase inicial del estudio. Sin embargo, todas las opiniones expresadas en este estudio son de exclusiva responsabilidad del autor. juliangarcia@cafedecolombia.com

2. Investigador Economista, Federación Nacional de Cafeteros de Colombia.

se presentaron en las últimas tres décadas afectaron la distribución de la tierra en la zona cafetera. Y por el otro, estudiar la transformación de la zona cafetera a partir de un ejercicio de regionalización de las zonas cafeteras con base en su proceso histórico de configuración.

Le importancia de este tipo de análisis, tiene que ver con los efectos condicionantes de la desigualdad en la distribución de la riqueza en el crecimiento agrícola, y que pueden, por lo tanto, exigir alternativas de reestructuración de la propiedad rural. Adicionalmente, al establecer los niveles de heterogeneidad existentes entre diferentes zonas cafeteras, será posible diseñar programas de desarrollo económico e instrumentos de planificación coherentes a cada región, que permitan afrontar con éxito el proceso de mejoramiento continuo de la productividad y competitividad de la caficultura.

Por tal motivo, y para alcanzar los objetivos propuestos, el trabajo pretende identificar la nueva estructura de la caficultura partiendo de una análisis de los cambios que se presentaron en las principales variables de la producción cafetera, tanto por rangos de tamaño de las fincas cafeteras, como a partir de las regiones cafeteras propuestas. Así mismo, para visualizar la distribución del suelo en la zona cafetera se utilizarán tres indicadores de desigualdad, el Coeficiente de Gini, el índice de Theil, y la evolución de la razón entre deciles.

El trabajo consta de cuatro partes, la primera corresponde a la introducción, a continuación se presenta una caracterización de los cambios más importantes en la estructura agraria de la zona cafetera en los últimos treinta años y se calculan los coeficientes de distribución. En la tercera parte, a partir de la regionalización propuesta, utilizando algunas variables de interés acerca de las características de las fincas cafeteras, se aborda el tema de las diferencias regionales en las unidades de explotación. Finalmente, se expone una síntesis y se presentan las conclusiones.

La tierra cafetera y su distribución

El hecho que la mala distribución de la propiedad sea uno de los factores que explican el menor ritmo de crecimiento en el largo plazo, así como muchas de las situaciones de desigualdad y pobreza características de la realidad rural de muchos países en desarrollo, ha implicado que los analistas del sector muestren una preocupación persistente por estudiar las modificaciones que se han experimentado en las estructuras de tenencia y la distribución de la superficie predial por rangos de tamaño³.

En el caso colombiano, la heterogeneidad en la estructura productiva, la fragmentación de la propiedad y la escasez crónica de tierras han sido características relevantes de la experiencia de los habitantes rurales. Adicionalmente, la información disponible indica que los intentos por reducir la desigualdad agraria han tenido un alcance limitado, al extremo que el 70% de los productores están ubicados en fincas inferiores a cinco hectáreas y que, son ellos los que presentan los mayores niveles de pobreza extrema de toda la población.

En el caso cafetero, las cifras agregadas de la ENC indican que la zona cafetera tampoco se ha escapado a esta coyuntura. La producción de grano es hoy, en gran medida, una actividad de pequeños productores. No obstante, es necesario determinar, por ejemplo, si la distribución de la tierra se ha concentrado en el tiempo, establecer si los orígenes del aumento de la pequeña propiedad, tal y como ha sucedido en la mayoría de las sociedades agrarias de los países en vías de desarrollo, obedecen a cierta racionalidad económica, o si por el contrario son consecuencia de la combinación de imperfecciones en los mercados rurales. Para lograr este propósito, a continuación se caracterizan los cambios que se presentaron en la estructura agraria de la zona cafetera, y se analiza las variaciones en los indicadores de desigualdad en la distribución del suelo entre 1970 y 1993 – 1997.

3. Sobre la correlación existente entre desigualdad y crecimiento es posible revisar, Johnston y Mellor (1961, p. 48), López y Valdés (1998, p. 29-30), Stiglitz (1998, p. 1-3), Deininger y Squire 1996 citado por Jaramillo (1998, p. 9), y Persson y Tabellini (1994), citado por Ossa, Candelo y Mera (2000, p.10).

Caracterización de los cambios en la zona cafetera de Colombia según el rango de tamaño de los predios⁴

El análisis de los cambios ocurridos en la distribución del suelo entre el Censo Cafetero de 1970 y la Encuesta Nacional Cafetera (ENC)⁵ de 1993-1997 indican que durante los últimos treinta años la caficultura colombiana experimentó un proceso de transformación hacia la pequeña propiedad. En este período, la evolución del sector cafetero se caracterizó por una disminución del área cultivada y un aumento en el número de productores.

La información indica que a la par que el área de la zona cafetera pasaba de 4.4 millones de hectáreas en 1970 a 3.6 millones en 1997, el área cultivada con café se reducía de 1.05 millones de hectáreas a 869 mil. De manera paralela, en el mismo lapso, el número de fincas se incrementó de manera sorprendente, al pasar de 297 mil en 1970 a 668 mil en 1997. En consecuencia, el tamaño medio de las fincas cafeteras paso de 14.8 hectáreas a 6 hectáreas, mientras que el tamaño medio de los cafetales se redujo de 3.5 a 1.3 hectáreas. Actualmente la mayoría de los caficultores son propietarios de pequeñas unidades y de plantaciones de café aún más pequeñas.

Al respecto, el Cuadro 1 muestra la dirección y la magnitud de los cambios en la distribución del suelo según los rangos de tamaño de los predios cafeteros. Se destaca, particularmente, el aumento de la participación en la superficie total de las fincas y el suelo cultivado con café de los predios menores a cinco hectáreas. Estas unidades, que en 1970 participaban del 7.5% del área de las fincas cafeteras y 17% del área cafetera, actualmente ocupan respectivamente el 22% y el 43% de estas áreas.

Esta reconfiguración en la distribución del área entre rangos se produjo, en buena parte, a ex-

puestas de la disminución en la participación de los predios más grandes, especialmente aquellos con más de 50 hectáreas, Cuadro 1. La comparación entre estratos indica que el área de las fincas ubicadas en este rango pasó del 49% del total en 1970, al 27% en 1993/97, así mismo, el área con café se redujo en 19%, al pasar de ocupar el 28% en 1970 al 9% en 1997.

De igual forma, fueron las pequeñas propiedades las que más aumentaron su participación en el número total de predios. El estudio demuestra que la participación de los predios menores a cinco hectáreas se incrementó en un 27%, de manera que en 1997 constituían el 80% del total. En cuanto a las categorías mayores a 10 hectáreas, su participación paso del 30% en 1970 al 11% en 1997.

Esta información es relevante, puesto que desvirtúa algunas consideraciones respecto a la participación reducida y decreciente de las fincas más pequeñas en la producción del grano⁶. En tal sentido, al contrario de lo sugerido por algunos analistas que indican que la modernización de la estructura productiva iniciada en la década del setenta, había determinado que la pequeña propiedad perdiera importancia relativa, la ENC indica que, la adopción de las nuevas variedades –caterra y Colombia– se presentó en explotaciones de todos los tamaños, y que las unidades más pequeñas disponen de mayor proporción de área sembrada en café que hace treinta años.

En cuanto a la rápida subdivisión de unidades agrícolas, ya demasiado pequeñas (minifundización), las explicaciones que ofrece la literatura han variado sustancialmente entre principios de la década del sesenta y mediados del noventa. Los antecedentes apuntan a que ha sido el rápido aumento de la población, sumado a las costumbres de legar las explotaciones a los hi-

4. La comparación entre el Censo Cafetero de 1970 y la ENC del 93/97 es una tarea difícil dado que, el primero registró como unidad de la encuesta a la finca, o según el Atlas Cafetero "cada una de las unidades de explotación cafetera", (Federacafé, 1975, p. 19), mientras que la información de la ENC correspondió a las Unidades de Producción Agropecuaria (UPA), Federacafé (1993, p. 15). Por tal motivo, y con el fin de comparar la magnitud de los cambios y la dirección de las tendencias ocurridas entre los dos periodos, para la ENC se tuvieron en cuenta todas las fincas y parcelas con lotes de café de 0.1 hectáreas en adelante y sólo para los mismos municipios.
5. El Sistema de Información Cafetera (SICA), cubrió 564 municipios en 16 departamentos y además de dar a conocer las principales características de la estructura cafetera del país, cuenta con la información más actualizada sobre las condiciones y los indicadores de bienestar y de calidad de vida de la población cafetera.
6. Sobre los cambios en la caficultura hasta el Censo Cafetero de 1970 y la participación reducida y decreciente de la economía campesina en la caficultura, puede revisarse Kalmanovitz (1994, p. 36), Junguito y Pizano (1991, p. 58), Berry (1991, p. 103), Federacafé (1986 p. 5), Delgado (1984, p. 36). Sobre el mismo tema para Brasil Thiesenhusen (1990, p. 397)

Cuadro 1. Evolución histórica de la caficultura colombiana por rangos de tamaño de los predios entre 1970 y 1993-97 *

Tamaño de la finca (Ha.)	Área de fincas (Ha.)			% del área de las fincas por rangos		
	1970	1993-97	% Cambio	1970	1993-97	% Cambio
Menos de 1	20.432	86.332	323	0,5	2	411
1 a 3	147.395	267.589	82	3	7	120
3 a 5	162.061	258.028	59	4	7	93
5 a 10	368.407	498.568	35	8	14	64
10 a 15	313.761	345.569	10	7	10	33
15 a 20	257.536	261.410	2	6	7	23
20 a 30	409.510	367.479	-10	9	10	9
30 a 40	311.101	267.353	-14	7	7	4
40 a 50	246.965	193.232	-22	6	5	-5
50 a 100	716.621	492.268	-31	16	14	-17
100 y más	1.430.227	584.263	-59	33	16	-51
Total Nacional	4.384.015	3.622.092	-17	100	100	

Tamaño de la finca (Ha.)	Área en café (Ha.)			% área en café por rangos en el total		
	1970	1993-97	% Cambio	1970	1993-97	% Cambio
Menos de 1	16.885	100.621	496	2	12	621
1 a 3	88.801	166.069	87	8	19	126
3 a 5	77.810	103.161	33	7	12	60
5 a 10	148.305	155.049	5	14	18	26
10 a 15	108.450	84.418	-22	10	10	-6
15 a 20	79.074	53.350	-33	8	6	-18
20 a 30	111.692	64.601	-42	11	7	-30
30 a 40	75.828	39.167	-48	7	5	-38
40 a 50	54.309	23.877	-56	5	3	-47
50 a 100	134.072	49.829	-63	13	6	-55
100 y más	156.217	29.017	-81	15	3	-78
Total Nacional	1.051.443	869.157	-17	100	100	

Tamaño de la finca (Ha.)	Número de fincas			% del área de las fincas por rangos		
	1970	1993-97	% Cambio	1970	1993-97	% Cambio
Menos de 1	37.994	291.879	668	13	44	241
1 a 3	78.578	176.784	125	26	26	0
3 a 5	40.876	63.935	56	14	10	-31
5 a 10	51.127	65.446	28	17	10	-43
10 a 15	25.471	25.060	-2	9	4	-56
15 a 20	14.827	13.524	-9	5	2	-60
20 a 30	16.723	13.297	-20	6	2	-65
30 a 40	8.991	6.617	-26	3	1	-67
40 a 50	5.522	3.714	-33	2	1	-70
50 a 100	10.424	6.134	-41	4	1	-74
100 y más	6.297	2.364	-62	2	0	-83
Total Nacional	296.830	668.754	125	100	100	

FUENTE: Censo Cafetero, FEDERACAFE, 1970; Sistema de Información Cafetera (SICA), FEDERACAFE, 1993-97

* Con el fin de comparar los cambios ocurridos entre los dos períodos se tuvieron en cuenta todas las unidades con lotes de café de 0.1 hectáreas en adelante y sólo para los mismos municipios. Igualmente, y dado que en 1970 la unidad de encuesta fue la finca, o según el Atlas Cafetero "cada una de las unidades de explotación cafetera", (Federacafé, 1975, p. 19), la información del SICA correspondió a la base de datos para fincas y parcelas, y no aquella que registró las Unidades de Producción Agropecuaria (UPA), Federacafé (1993 p. 15).

* En el Censo Cafetero de 1970 no se incluyen las áreas correspondientes a Casanare.

jos y el desplazamiento insuficiente hacia fuera de la agricultura, los principales elementos desquiciadores del problema⁷.

En cuanto a las causas que estimularon el incremento de la pequeña propiedad en la zona cafetera colombiana, para el Crece (1997, p. 58), este fenómeno ha sido consecuencia de los numerosos atractivos para convertirse en caficultor, puesto que el café ha sido una de las mejores alternativas de "inversión" para la agricultura. Adicionalmente, y a pesar que no existen evidencias empíricas al respecto, García (1970, p. 157) indica que el minifundio de las zonas cafeteras ha sido el producto de un sistema de colonización que no encontró medios para defenderse de la "presión demográfica, de la inflexibilidad de las leyes sucesoriales y de una distorsionada estructura de comercialización"⁸.

Sin embargo, los cambios en el área media de las fincas y los cafetales, siguieron diferentes patrones según los rangos de tamaño evaluados. Así, mientras que las modificaciones más importantes en el tamaño medio de las fincas se dieron en mayor medida en los rangos de tamaño más extremos, principalmente los menores a una hectárea y mayores a 100 hectáreas, en el caso de los cambios en el tamaño medio de los cafetales, la reducción en el área sembrada con café fue mayor en la medida que aumentó el tamaño de las explotaciones, Cuadro 2.

Estas variaciones en el tamaño de los cafetales, se aprecian igualmente a través de los cambios en el grado de especialización –área sembrada en café como proporción del área de la finca –. Al respecto, los resultados confirman como, a excepción de los micropredios menores a una

hectárea donde la participación del café aumentó 1%, fueron las explotaciones más grandes las que redujeron en mayor proporción el cultivo del café, y cómo el área sembrada con el grano es inversamente proporcional al tamaño del predio.

Este comportamiento, que confirma el patrón de uso de la tierra observado hasta 1970, cuando se encontró que el porcentaje de especialización en café era menor en los predios más grandes, reitera dos hechos demostrados e impone la discusión de uno adicional.

Primero, que las fincas más pequeñas son excesivamente dependientes del café, al ser este el cultivo predominante para uso agrícola, y por lo tanto más vulnerables ante fluctuaciones en los precios⁹. Segundo, que al margen de algunas diferencias regionales que se observaran más adelante, el concepto de finca cafetera en los predios más grandes debe entenderse, ahora más que antes, como el de una empresa donde el café apenas representa una parte de la renta total anual.

Tercero, y último, el hecho que la dinámica de cambio observado en el porcentaje de especialización difiera al que se presentó en el tamaño medio de las fincas, obliga a pensar a que este comportamiento debe obedecer a algún tipo de racionalidad.

En tal sentido, en el caso de las unidades más grandes, el hecho que las distorsiones en los salarios hayan aumentado el precio relativo de la mano de obra rural durante la última década, y por ende, deteriorado la competitividad de un cultivo intensivo en este factor, sin duda indujo a los productores a buscar actividades con una menor participación de la mano de obra en los costos de producción¹⁰. Así pues, el hecho de

7. Estas hipótesis, sin embargo, que se refieren a las imposiciones exógenas que enfrentan los pequeños propietarios, no son suficientes para explicar este fenómeno en todas las zonas donde se presenta. En tal sentido, alguna evidencia empírica recogida durante las dos últimas décadas, – la mayor parte proviene de Asia y África –, indica que, en ocasiones, los agricultores pueden elegir algún nivel de fragmentación si los beneficios privados de esta actividad superan los costos, Blarel et al. (1992, p. 235). o bien reflejar, de un lado, una forma de diversificar el riesgo cuando otros mecanismos como los seguros, almacenamiento o crédito no están disponibles, o están asociados a unos mayores costos que la fragmentación, Johnson y Ruttan, (1994, p. 693), o del otro, una estrategia destinada a suavizar los requerimientos de mano de obra cuando la demanda es altamente estacional, Binswanger et al. (1995, p. 2728).
8. Otro es el caso de las unidades más grandes, en el que los procesos asociativos entre unidades de tamaño semejante ha permitido capturar economías de escala compartiendo costos y beneficios como en el caso de la administración.
9. De acuerdo con Errazuriz (1986), la hiperespecialización en el cultivo del café de los productores más pequeños, se ha dado en detrimento de los demás cultivos de pancoger que complementaban en el pasado la economía de las fincas cafeteras. En el mismo sentido, Currie (1982), menciona que es muy poco lo que otros productos agrícolas, dentro de las fincas cafeteras de menor tamaño, contribuyen a los ingresos monetarios de los caficultores y al intercambio de bienes con el resto de la economía.
10. De acuerdo con Balcazar (1998) y Jaramillo (1998), la revaluación cambiaria incrementó como factor de costo los salarios rurales y afectó los retornos de los productos transables con altos componentes en mano de obra. Situación que sumada a la caída en los precios externos, induce a que se pierdan las ventajas comparativas en las explotaciones donde el componente de mano de obra familiar en el cultivo tiene una alta participación o la productividad no compensa los costos de producción.

Cuadro 2. Cambios en el tamaño medio de los predios cafeteros, área de los cafetales y en el grado de especialización en café - 1970-1993/97

Tamaño de finca (Ha)	Tamaño medio fincas (Ha.)			Tamaño medio cafetal (Ha)			Área en café como % del área en finca		
	1970	1993-97	% Cambio	1970	1993-97	% Cambio	1970	1993-97	% Cambio
Menos de 1	0,5	0,4	-23	0,4	0,3	-22	83	84	1
1 a 3	1,9	1,8	-4	1,1	0,9	-17	60	52	-13
3 a 5	4,0	4,0	0	1,9	1,6	-15	48	41	-15
5 a 10	7,2	7,2	-1	2,9	2,4	-18	40	33	-18
10 a 15	12,3	12,4	0	4,3	3,4	-21	35	27	-21
15 a 20	17,4	17,6	1	5,3	3,9	-26	31	22	-27
20 a 30	24,5	24,9	2	6,7	4,9	-27	27	20	-28
30 a 40	34,6	35,0	1	8,4	5,9	-30	24	17	-31
40 a 50	44,7	45,3	1	9,8	6,4	-35	22	14	-35
50 a 100	68,7	69,0	0	12,9	8,1	-37	19	12	-37
100 y más	227,1	202,1	-11	24,8	12,3	-51	11	6	-44
Total Nacional	14,8	5,0	-66	3,5	1,3	-63	24	24	0

FUENTE: Censo Cafetero, FEDERACAFE, 1970; Sistema de Información Cafetera (SICA), FEDERACAFE, 1993-97

* Para el Censo Cafetero de 1970 no se incluyeron las áreas correspondiente a Casanare, así mismo sólo se tomaron las unidades con 0.1 hectáreas de café en adelante

disminuir el área en café, es una forma de diversificar el riesgo como parte de una estrategia destinada a suavizar los requerimientos de mano de obra, especialmente cuando la demanda es altamente estacional, y la tecnología incorporada desde la década del 70 intensifica aun más la demanda por este factor.

Adicionalmente, es posible que este comportamiento tenga que ver con la tendencia sostenida al descenso de los precios internacionales a partir de la década del 90 y sus efectos sobre el precio interno. Igualmente debe considerarse el incremento en el costo de la mayoría de los factores de producción, así como la aparición de nuevas plagas y enfermedades.

Al contrario, en las unidades más pequeñas, y tal y como lo menciona Balcazar (1998, p.12), es probable que estas se muestren más resistentes a la caída de los precios y a otro tipo de amenazas que enfrenta el cultivo actualmente. Todo, gracias al carácter familiar de la mano de obra y al hecho que, en las condiciones de Colombia, el cultivo del grano no enfrenta economías de escala.

La división de los predios puede reflejar, entonces, una forma de diversificar el riesgo cuando otros mecanismos como los seguros, almacenamiento o crédito no están disponibles, o están asociados a unos mayores costos que la fragmentación, o bien, una estrategia destinada a suavizar los requerimientos de mano de obra, especialmente cuando la demanda es altamente estacional, Binswanger et al. (1995, p. 2728) y Blarel et al. (1992, p. 236).

Por último, al comparar los resultados descritos con la evolución de la estructura predial colombiana, en particular la participación de las unidades inferiores a cinco hectáreas, es claro que la caficultura experimentó cambios que modificaron la distribución de la superficie entre diferentes categorías de tamaño, y cuya magnitud, como se verá más adelante, alcanzaron a alterar los indicadores agregados de concentración de la tierra.

Al contrario de lo ocurrido hasta 1970, cuando en la zona cafetera la proporción de estas unidades era menor que en el resto de la agricultura colombiana, al finalizar el decenio de los 90

la proporción de predios menores a cinco hectáreas era mayor en las fincas cafeteras. De acuerdo con Machado (1998, p. 73), mientras en 1996 el 68.2% de los predios en Colombia, que ocupaban el 4.2% del área total, pertenecían a este rango, en la zona cafetera, estas unidades representaban el 79.6% del total y ocupaban el 20.7% del área.

Cambios en la distribución del suelo en zona cafetera

Hasta ahora el estudio ha identificado una tendencia a la proliferación de unidades agropecuarias de tipo subfamiliar como consecuencia de la acelerada subdivisión de la propiedad rural. No obstante, no sabemos si aumentó o disminuyó la desigualdad en la distribución del suelo en la zona cafetera en los últimos treinta años, es decir, en otras palabras, si hubo o no una tendencia a la reproducción de patrones equitativos de distribución y de acceso a la tierra.

El análisis de la desigualdad tiene importancia tanto desde el punto de vista económico como político, ya que ella contribuye no solo a la distribución desigual de los ingresos atribuidos a la tierra, sino también porque favorece sistemas de estratificación social contrarios a los pobres en muchos aspectos, como por ejemplo la distribución del poder político o el acceso al crédito. Como lo menciona Ossa et al. (2000), al citar a De Janvry (1985), "la distribución equitativa de la tierra y su uso eficiente son indispensables para el desarrollo rural, para la movilización de recursos humanos, para el incremento de la producción y el alivio de la pobreza".

Por tal motivo, conocer los cambios en la estructura agraria a partir del análisis de la desigualdad permite, no solo establecer los efectos directos que la distribución de la propiedad pueda tener sobre la forma como se reparte el ingreso agropecuario y su contribución a los niveles de pobreza, sino también, porque al conocer la dirección de los cambios es posible planificar las posibles políticas de desarrollo que se diseñen hacia una posible reestructuración de la propie-

dad rural. En este sentido, y a pesar que no se dispone de datos sobre el grado de desigualdad en la distribución de la riqueza, se supone tal como lo plantea SISD (2001), que la desigualdad en los ingresos resulta, en gran parte, de una desigualdad aún mayor en las propiedades.

Para lograr este propósito, a partir de la información del Censo de 1970 y la ENC de 1993/97 se utilizaron tres indicadores de desigualdad: el primero, es el Coeficiente de Gini que mide el grado de desigualdad total de una distribución. Este coeficiente varía entre cero y uno, de modo que, mientras más se aproxima a cero más igualitaria será la distribución y a medida que se aproxima a uno se dice que existe mayor desigualdad.

El coeficiente parte del supuesto que si el suelo se distribuye en forma igualitaria, a cada persona de una población le correspondería la misma porción de tierra, de modo que mide que tanto se aleja una distribución dada del patrón hipotético igualitario. Sobre el cálculo de la desigualdad a partir de la información de la ENC, debe aclararse que aunque esta no nos da una visión precisa de la distribución de la tierra, ya que su calidad y valor es muy heterogénea, no dejan duda de que la distribución puede ser extremadamente desigual¹¹.

El segundo indicador utilizado fue el índice entrópico de Theil, que al igual que el Gini tiende a cero cuando hay una distribución equitativa y a uno cuando hay desigualdades en la distribución. Una ventaja que ofrece con respecto al Gini, radica en el hecho que permite descomposiciones, ya que no solo mide el grado de desigualdad total de la distribución, sino también la expresa como resultado de la suma de las desigualdades al interior de los grupos, y entre los grupos que se hayan establecido previamente.

Para el caso que nos ocupa, su estimación a nivel nacional, partiendo de la información departamental, permite explicar si la desigualdad es resultado de las diferencias dentro de un departamento en particular, o entre departamentos en general. Para el cálculo del Theil departamental,

11. Una revisión detallada sobre índices de desigualdad y pobreza se encuentra en Lora (1991, pp. 73-82), Sen (1979, pp. 45-52), Cortes y Rubalcava (1982, pp 83-99, pp. 175-201) y SISD (2000, p. 20).

utilizando como factor de descomposición a los municipios, es posible establecer si los cambios se dieron homogéneamente entre ellos, o si por el contrario hay municipios donde el proceso de concentración fue diferente al grueso del departamento.

Finalmente, y ante la evidencia que los cambios descritos modificaron los indicadores agregados de concentración del suelo, la muestra censal se dividió por deciles con el fin de identificar con precisión cómo varió la participación relativa de cada uno de los segmentos establecidos entre 1970 y 1993-97 y en qué grupo de fincas se dieron las principales transformaciones.

Cambios en la concentración de la superficie de los departamentos cafeteros. De acuerdo con el coeficiente Gini obtenido para 1970 y 1993-97, cálculos basados en el área total de las fincas con más de 0.1 hectáreas en café, la concentración de las fincas cafeteras aumentó en 31 milésimas, de 0.722 a 0.754¹².

Este efecto marginal en la equidad, 4.% del coeficiente Gini, indica que se presentó una tendencia hacia una mayor concentración de la tierra durante el período en estudio y que, por lo tanto, se amplió más la brecha entre pequeños y grandes propietarios. Adicionalmente, si el número de propietarios es menor al de explotaciones, es probable que la concentración de la propiedad sea mayor y que muchos propietarios controlen más tierra de lo que indica el tamaño de sus explotaciones individuales¹³.

Este coeficiente, que si bien es inferior al reportado para Colombia, 0.81, o Brasil, 0.85, países que presentan unos de los mayores índices de concentración del suelo en la región y del mundo, indican, que la desigualdad en la totalidad de las fincas cafeteras está por encima del promedio latinoamericano y de niveles alcanzados por

países de América Latina como Bolivia, Perú o Ecuador¹⁴.

De otro lado, cuando el análisis de los cambios en los coeficientes de Gini se llevó a cabo a nivel departamental, surgen diferencias frente a los resultados obtenidos para el país como un todo que es necesario destacar. Al respecto, y como se observa en la Figura 1, se encontró que en nueve de los dieciséis departamentos cafeteros evaluados el índice se ha deteriorado, entre tanto, la concentración en la distribución del área de los predios disminuyó en siete departamentos.

En cuanto a los siete departamentos que redujeron el coeficiente de Gini, el Quindío (8%), Boyacá (7%) y Cundinamarca (4%), fueron los que, porcentualmente, presentaron una mayor disminución, a la vez de los nueve departamentos en donde el índice se deterioró, la Guajira (21%), Cesar (10%), y Valle (10%) fueron los que evidenciaron el mayor aumento. Igualmente, se destacan los departamentos ubicados en la costa Atlántica que, no obstante haber incrementado la concentración del suelo durante el período en estudio, presentan los índices más bajos entre los 16 departamentos estudiados.

Respecto a los cambios en la distribución del área cafetera, los calculados para la totalidad de los predios a nivel nacional indican que no se presentaron cambios importantes durante el período en estudio. En la práctica, el coeficiente varió de 0.635 a 0.634. No obstante, esta información debe observarse con cuidado, pues como se comprobó más atrás, el área sembrada en café es inversamente proporcional al tamaño de los predios. En este punto debe destacarse que, medida por el tamaño de los cafetales o plantaciones, la caficultura del país es mucho más equitativa que medida por el tamaño de la finca, esto como resultado del hecho que más del 60% del área

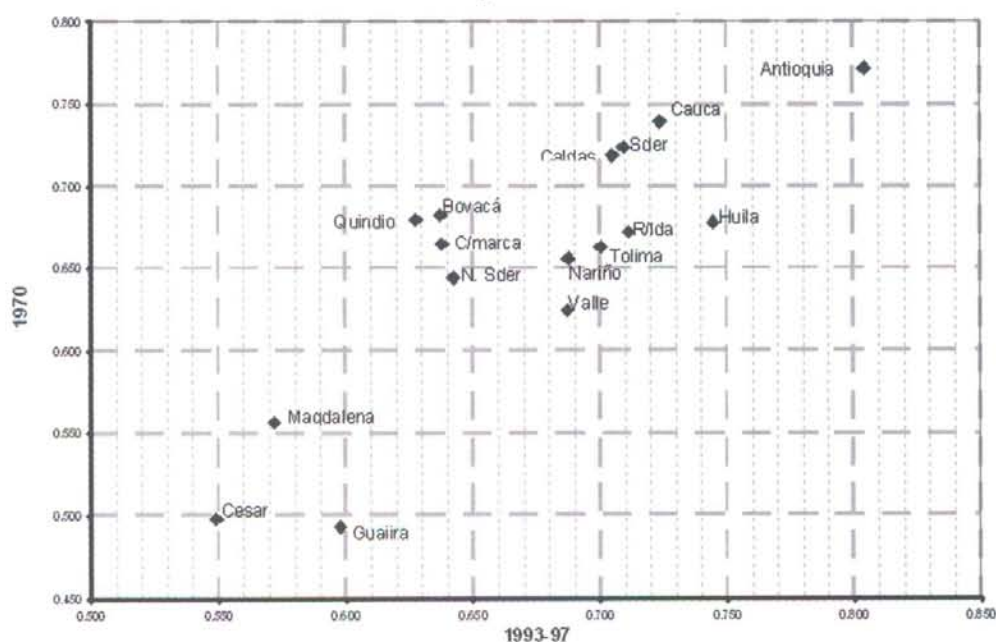
12. De acuerdo con Jaramillo y Leibovich, citados por Ossa et al. (2000, p. 26), el cambio de una centésima en el coeficiente de Gini no debe pasar desapercibida.

13. Este tema ya ha sido tratado para la Caficultura por Palacios (1983, p. 431), quien menciona como es probable que la concentración sea mayor de lo que sugieren los Censos. Al respecto, Domike y Barraclough en un estudio para siete países de América Latina (1980, p. 324) revelan que hay un número mayor de explotaciones que de propietarios, y que muchos de los terratenientes controlan más tierras de lo que indica el tamaño de sus explotaciones individuales.

14. Los ajustes llevados a cabo en algunos países de Asia permitieron alcanzar estructuras agrarias más equitativas, el 70% de las explotaciones son menores a 5 ha., y una participación en la tierra cultivable entre el 40-70% Otsuka et al, (1992, p. 1973). Diferencias evidentes según los índices Gini de distribución de la tierra entre los países del sudeste asiático - 0.33 -, y América Latina - 0.70 -, Watkins (1997), citado por Ossa et al. (2000, p. 7).

Figura 1. Cambios en los Gini departamentales según el área de las fincas cafeteras

Censo 1970 y ENC 1993 - 97



cultivada con el grano se encuentra en unidades menores a diez hectáreas.

De otro lado, y con el fin de profundizar aún más sobre el origen de los cambios en la concentración del área de las fincas cafeteras, se utilizó el coeficiente de concentración de Theil como otra forma de visualizar la desigualdad.

Al respecto, el índice de Theil durante el período 1970 - 1993/97 se ha mantenido en la misma tendencia creciente del coeficiente de Gini. Así mismo, los resultados de la descomposición muestran que la desigualdad que se presenta en la distribución del suelo está explicada casi que íntegramente por las diferencias internas que se presentan en cada uno de los departamentos, 92% en 1970 y 86% en 1993/97. Es decir, que se presentó una reducción en la desigualdad intradepartamental que fue captada por un incremento de las diferencias entre los departamentos. Así lo demuestra el hecho que la contribución del Theil entre departamentos pasara de explicar el 7.9% al 14.3% de la desigualdad total. Hecho que, a su vez, queda respaldado por los resultados encontrados con los coeficientes de

Gini calculados a nivel departamental en el que 9 de los 16 departamentos cafeteros incrementaron su concentración con respecto a los datos obtenidos en 1970.

De otro lado, al analizar la descomposición departamental entre los dos períodos, cambios intramunicipales y entre municipios, se observó que los cambios en la distribución se presentaron prácticamente en todos los municipios. Sin embargo, en los departamentos de Magdalena, Norte de Santander, Quindío y Risaralda, los cambios en concentración no se dieron homogéneamente, de tal forma que las diferencias intermunicipales aumentaron. Los resultados anteriores, plantean entonces la posibilidad de identificar zonas específicas del país en donde los cambios en la distribución del suelo siguieron un patrón de comportamiento diferente al promedio. En este sentido, y partiendo de la necesidad de profundizar en el origen de los fenómenos de fragmentación y concentración en Colombia, la información mencionada abre la posibilidad de indagar sobre las diferentes causas que inducen a reducir y/o aumentar la desigualdad.

Evolución de la distribución del suelo y área en café por deciles.

Ya se ha visto que, paralelamente al aumento en la desigualdad en la distribución de las fincas cafeteras, se incrementó la participación de las unidades más pequeñas en la superficie total, área cultivada con el grano y el número de predios. Ante esta contradicción, concentración y minifundización, surge entonces la necesidad de identificar con precisión en qué grupo de fincas se dieron las principales transformaciones.

Al respecto, el Cuadro 3 presenta los cambios en la distribución del área cafetera por deciles entre 1970 y 1993-97. Se observa cómo, en términos relativos, el decil 10 que concentra el 10% de las fincas más grandes, fue el único en donde se incrementó la participación en el área total de las fincas en la zona cafetera, al pasar de ocupar el 60.6%, al 64.1% del área total.

Igualmente, de acuerdo con la razón entre el porcentaje en el área total del 10% de las fincas más grandes sobre el 10% de las fincas más pequeñas, es posible concluir que el decil 10 tiene, no sólo una porción mayor hoy que hace treinta años, sino también que la brecha entre las fincas

pequeñas y grandes se ha incrementado. En pocas palabras, tal y como se comprobó con el coeficiente de Gini calculado para los dos censos, se ha presentado un deterioro en la distribución del área de la zona cafetera que poco contribuye a la reducción de la pobreza, y que más bien, puede contribuir a que se incrementen las tensiones sociales y políticas.

En cuanto a los cambios en el área cultivada con café, fueron los cafetales ubicados en las fincas de los deciles 1, 2, 3 y 10 los que aumentaron su participación con respecto al Censo Cafetero de 1970. Resultados que, como ya se mencionó, contradicen las consideraciones acerca de la participación reducida y decreciente de la economía campesina en el cultivo del café en Colombia, y que, si bien, identifican un pequeño proceso de concentración en el decil 10, lo cierto es que las diferencias entre fincas a nivel de cafetales ha disminuido entre los dos períodos.

Análisis regional

Desde fines del siglo XIX el cultivo del café ha sido el factor que mejor se asocia con la explicación de los procesos de desarrollo económico y

Cuadro 3. Participación por decil en el área total de las fincas cafeteras y del área sembrada con café, 1970 - 1993/97*

Deciles	Área de la zona cafetera				Área sembrada en café			
	Hectáreas		Distribución %		Hectáreas		Distribución %	
	1970	1993-97	1970	1993-97	1970	1993-97	1970	1993-97
Decil 1	13.419	10.061	0,3	0,3	6.210	8.300	0,6	1
Decil 2	31.993	17.516	1	0,5	13.429	13.375	1	2
Decil 3	51.892	27.975	1	0,8	20.541	18.831	2	2
Decil 4	77.219	43.581	2	1	29.007	23.645	3	3
Decil 5	112.190	67.054	3	2	40.144	31.207	4	4
Decil 6	162.639	104.805	4	3	53.989	42.405	5	5
Decil 7	241.003	164.843	5	5	73.854	58.397	7	7
Decil 8	374.757	267.290	9	8	107.208	82.778	10	10
Decil 9	661.724	496.523	15	15	172.696	136.861	16	16
Decil 10	2.657.180	2.138.378	61	64	534.365	453.358	51	52
	4.384.015	3.338.026	100	100	1.051.443	869.157	100	100

Fuente: Censo Cafetero 1970 y ENC 1993/97

* Para el Censo Cafetero de 1970 no se incluyeron las áreas correspondiente a Casanare, así mismo sólo se tomaron las unidades con 0.1 hectáreas de café en adelante

social del país. En los últimos 150 años, la caficultura se constituyó en el eje del desarrollo de la cultura de vertiente en Colombia, allí se acomodó a diferentes requerimientos de desarrollo que dejaron huella en la estructura productiva regional.

En cada zona donde se estableció, se generaron relaciones particulares que definieron el desarrollo regional, social y político. Las diferencias que surgieron, por ejemplo, del paso entre la hacienda cafetera del oriente de Colombia, con una producción basada en mano de obra asalariada, a las unidades de tipo familiar del occidente, auto-generadoras de la fuerza de trabajo, no solo generaron unas relaciones sociales particulares a cada región, sino también diferentes grados de vulnerabilidad ante las crisis de bajos precios que ocurrieron al principio del siglo XX.

Las razones que dieron origen a una caracterización regional ha sido objeto de múltiples trabajos¹⁵, e indican que las disímiles características físicas, climáticas, socioeconómicas, de absorción tecnológica, etc., sustentan el hecho que la regionalización sea una variable fundamental de la estructura de la caficultura colombiana.

Por tal motivo, un estudio de este tipo constituye una poderosa herramienta para enriquecer el análisis de los cambios sucedidos en la caficultura colombiana entre 1970 y 1993/97. Además, es un buen instrumento para mejorar los diseños muestrales para posteriores estudios socioeconómicos, o de estudios de estructuras de producción, etc, de las mismas. Adicionalmente, el hecho que las regiones cafeteras sean heterogéneas entre si, indican que desde la perspectiva de los programas de desarrollo económico y de planificación regional, deben ser consideradas de una manera diferente.

La regionalización propuesta en este trabajo, parte de la empleada por Zambrano (1986) y Paredes (1991), quienes configuran siete regiones con características que las hacen heterogéneas entre si. En tal sentido, dichos autores, basados

en la información del Censo Cafetero de 1970 y 1980, el XV Censo Nacional de Hogares y la Encuesta Nacional de Hogares y Alimentación y Nutrición de 1981, identificaron la existencia de diferencias regionales significativas en lo que se refiere a características asociadas con la estructura de producción cafetera, así como también en aspectos concernientes a la estructura familiar y en particular el empleo.

En los ejercicios se definieron las siguientes siete regiones:

- La Central conformada por los municipios de las vertientes medias de la cordillera central en Antioquia, Caldas, Quindío, Risaralda y Valle. Corresponden a los municipios que originalmente conformaron la producción cafetera occidental.
- La periférica conformada por las estribaciones bajas de la cordillera central y la vertiente oriental de la cordillera Occidental en los departamentos ya mencionados.
- La región Oriental conformada por los municipios cafeteros de Cundinamarca y Boyacá,
- La de los Santanderes, conformada por los municipios cafeteros de Norte de Santander y Santander.
- La Sur conformada por Cauca y Nariño
- La Atlántica por Cesar, Guajira y Magdalena¹⁶.
- La del Tolima Grande conformada por los municipios cafeteros del Tolima y del Huila.

A partir de esta regionalización propuesta, se efectúa una caracterización de las diferencias regionales más relevantes en algunos de los indicadores de la producción cafetera más importantes, tales como porcentaje del área dedicada al café, su intensidad y tecnología de cultivo, entre otras. Posteriormente, se identifica la estructura de producción, así como los cambios que se presentaron en dichos indicadores según los rangos de tamaños de las explotaciones cafeteras.

15. Este aspecto es mencionado por Zambrano (1986), Paredes (1990), Palacios (1983), Machado (1977), recientemente Farfán et al.(2000).

16. Es importante mencionar que en la definición original de Zambrano, la región de Otros Territorios incluye los departamentos de Meta, Caquetá y los antiguos territorios nacionales, pero debido a que el Censo no cubrió estas regiones. Para este estudio esta región comprende los departamentos Cesar, Guajira y Magdalena ubicados en la costa Atlántica.

Evolución de los indicadores de la caficultura por regiones

Ya se ha mencionado que para el conjunto de la zona cafetera, el período 1970 - 1993/97 registró una reducción del área de las fincas cafeteras, y del área plantada con café. Paralelamente, el número de predios creció de manera sorprendente, más marcado en las explotaciones de menor tamaño.

Un hecho relevante de estos cambios es la identificación de una heterogeneidad considerable en las transformaciones asociadas con la estructura de producción regional, Cuadro 4. En cuanto a los cambios en la superficie de las fincas y el área cultivada con café, a excepción de la zona Atlántica donde se amplió la zona de influencia de la caficultura, se presentó una reducción generalizada como marcadas diferencias entre regiones. Así, mientras que el área cafetera de la zona del Tolima Grande apenas se dieron cambios en términos relativos, las contracciones más fuertes ocurrieron en la zona Oriental y Santander. En la zona Central y Periférica, así como al Sur la pérdida de área en café estuvo cercana al promedio nacional.

Paralelamente, en cuanto a las variaciones en el número de fincas reviste particular importancia diferenciar los cambios que se presentaron

en el Gran Tolima y la Región Sur, 273% y 177% respectivamente, con respecto a las observadas con en la región de Colonización Antioqueña Central, 96%. O bien, diferenciar esta última zona con la de colonización periférica, en donde el número de predios creció en el 144%.

Las consecuencias más significativas de este proceso, fueron los cambios que se presentaron en variables características asociadas con la estructura de producción de café. Particularmente, la reducción en el tamaño promedio de los predios, el área dedicada al café o grado de especialización y la tecnología de cultivo, Cuadro 5.

Durante el periodo de estudio por ejemplo, la región Atlántica mantuvo el tamaño medio de los predios superior al promedio, con el menor nivel de especialización en café y la mayor tasa de uso de variedades de café tradicionales. A su vez, la región Sur y la Oriental o Cundiboyacense, presentó las áreas promedios más bajas en el tamaño de explotación, con semejante nivel de especialización pero grandes diferencias en la tecnología empleada para el cultivo. El Tolima Grande por su parte, tiene una proporción de café tecnificado apenas superior a las demás regiones y un grado de intensidad en café por debajo del promedio nacional.

En cuanto a la región conformada por la colonización antioqueña periférica, si bien tiene las

Cuadro 4. Cambios en la Estructura Regional de la Zona Cafeteras, 1970 - 1993/97*

Zonas cafeteras	Area Fincas (miles de Ha.)			Area en café (miles de Ha.)			No. Fincas (miles)		
	1970	1993-97	% cambio	1970	1993-97	% cambio	1970	1993-97	% cambio
Central	925	672	-27	290	254	-12	71	139	96
Periférica	718	555	-23	204	166	-19	42	102	144
Oriental	600	295	-51	127	73	-42	62	70	14
Santander	620	560	-10	109	70	-36	28	61	117
Sur	505	384	-24	96	82	-15	54	148	177
Atlántica	190	315	66	41	42	3	4	9	145
Tolima Grande	826	841	2	184	182	-1	37	139	273
Total Nacional	4.384	3.622	-17	1.051	869	-17	297	669	125

FUENTE: Censo Cafetero, FEDERACAFE, 1970, Encuesta Nacional Cafetera, FEDERACAFE, 1993-97

* Para el Censo Cafetero de 1970 no se incluyeron las áreas correspondiente a Casanare, así mismo sólo se tomaron las unidades con 0.1 hectáreas de café en adelante

Cuadro 5. Estructura Regional de las Fincas Cafeteras, 1970 - 1993/97*

Zonas cafeteras	Tamaño promedio de la finca (Ha.)			Tamaño promedio del cafetal (ha.)			Area en café como % área de la finca			Tipo de variedades utilizadas según ENC 1993-1997 (% del total)			
	1970	1993-97	% cambio	1970	1993-97	% cambio	1970	1993-97	% cambio	Colom	Caturra	Típica	Tecni
Central	13,0	4,8	-63	4,1	1,8	-55	31	38	20	42	45	14	86
Periférica	17,2	5,4	-68	4,9	1,6	-67	28	30	5	26	48	26	74
Cundi-Boyaca	9,7	4,2	-57	2,1	1,0	-49	21	25	18	22	25	53	47
Oriental	22,2	9,2	-58	3,9	1,1	-70	18	12	-29	29	26	45	55
Sur	9,4	2,6	-73	1,8	0,6	-69	19	21	12	18	53	29	71
Atlántica	51,1	34,6	-32	11,0	4,6	-58	22	13	-38	7	20	73	27
Tolima Grande	22,2	6,0	-73	4,9	1,3	-74	22	22	-3	17	52	31	69
Total Nacional	14,8	5,4	-63	3,5	1,3	-63	24	24	0	23	38	39	61

FUENTE: Censo Cafetero, FEDERACAFE, 1970, Encuesta Nacional Cafetera, FEDERACAFE, 1993-97

* Para el Censo Cafetero de 1970 no se incluyeron las áreas correspondiente a Casanare, así mismo sólo se tomaron las unidades con 0.1 hectáreas de café en adelante

fincas cafeteras de un tamaño promedio, el grado de especialización es mayor al nacional. Por último, la región de colonización antioqueña central, que aunque no presenta los mayores tamaños promedio de las fincas cafeteras, si tiene el mayor grado de especialización con el nivel más alto de tecnificación.

Así mismo, respecto a los cambios intercensales, el Cuadro 5 muestra que se presentó una reducción generalizada en el tamaño de las fincas que varía considerablemente entre regiones. En el Tolima Grande y la región Sur, por ejemplo, la reducción en el tamaño de los predios fue considerable, 73%, mientras en la región Atlántica esta fue del 32%.

Otro aspecto importante que merece atención en cuanto a las transformaciones de la caficultura nacional, tiene que ver con los cambios que se presentaron en el porcentaje del área dedicada al café. En tal sentido, se observa cómo el grado de especialización en café de los predios cafeteros aumentó en 4 de las 7 zonas analizadas, de las cuales la Colonización Antioqueña Central fue la que presentó el mayor crecimiento, 20%, mientras la región Atlántica y Santander las que redujeron en mayor proporción el área cubierta con café, el 38% y 29% respectivamente.

Estos resultados, inducen a pensar que las reducciones en el porcentaje de especialización se presentaron en las regiones que menos tecnificaron su producción. En tal sentido, y si bien, la década del setenta estuvo marcada por un proceso de tecnificación de la caficultura, como resultado de condiciones socioeconómicas favorables, y de la existencia de opciones tecnológicas atractivas, es claro que el porcentaje de adopción de las nuevas tecnologías presenta diferencias claras entre regiones, Cuadro 5. Se destaca, no solo los incrementos ocurridos en las zonas Sur y Oriental, sino también los de la zona Central, los cuales le permitieron continuar siendo la zona más especializada dada su aptitud natural para el cultivo del grano.

Se infiere entonces, tal y como lo menciona Farfán et al. (2000), que al interior de la caficultura colombiana las estructuras regionales están relacionadas, no solo con las prácticas agronómicas, en este caso la adopción de variedades mejoradas, sino también con el rendimiento físico de los cultivos. Al respecto, utilizando información sobre productividad promedio por región a partir de la ENC, la distribución de los grupos con mayor rendimiento esta concentrada en la región de la colonización Antioqueña Central y

Periférica, los de productividad baja en la región Oriental, Santanderes y en la Atlántica, y finalmente los de rendimiento medio en el Sur y el Tolima Grande. No obstante aclaran, que esta estructura se basa en los valores medios de los grupos conformados, lo que implica que en cada región pueden presentarse valores máximos y mínimos en la productividad.

Finalmente, respecto al origen de las reducciones en los tamaños medios de predios y cafetales, se ha mencionado que el crecimiento en el número de predios, más la reducción en el área de la zona cafetera y la cultivada con el grano han sido los principales factores detonantes. No obstante, resulta interesante la descomposición regional de los cambios, puesto que la magnitud de las variaciones induce a la formulación de preguntas que deben ser resueltas en trabajos posteriores.

¿Qué lleva a una región a incrementar el número de predios en mayor proporción a otra?, ¿se ha llegado a un tamaño medio mínimo?, son preguntas que deben resolverse en posteriores trabajos en aras a diseñar cualquier política de desarrollo rural.

Participación regional del área cafetera según rangos de tamaño de las explotaciones cafeteras

Con anterioridad se había destacado cómo en los últimos 30 años la participación en la superficie total y la directamente utilizada para el cultivo del grano en los estratos menores a cinco hectáreas había aumentado. De igual forma, se mencionó que fueron las pequeñas propiedades las que más aumentaron su participación en el número de predios, al punto que según la ENC constituyen cerca del 80% del total.

No obstante, esta información se basa en estadísticas muy agregadas que no permiten apreciar, o bien el carácter heterogéneo de las zonas cafeteras y los posibles movimientos hacia la especialización de tipo regional, o cómo la dinámica de los cambios intercensales afectó el patrón de distribución de la tierra de acuerdo con los diferentes rangos de tamaño de los predios. Efectuar un análisis de este tipo permite, no solo

apreciar las sutilezas que quedaron ocultas en la sección previa y por lo tanto caracterizan el tipo de caficultura presente en cada región, sino también ayuda a determinar la importancia relativa de las variaciones sucedidas, y por lo tanto la magnitud real de los cambios en términos de su capacidad de transformar la estructura cafetera del país. Es claro que, de acuerdo con el tipo de tecnología empleada e intensidad en café, no tiene los mismos efectos que aumente el área en café en una zona de producción como la Atlántica a que aumente en la zona de Colonización Antioqueña Central.

La descomposición de las áreas de las fincas por región indican que, el 34% está en la zona de colonización antioqueña central y periferia de la colonización antioqueña, otro 23% está en el Tolima grande, algo más del 15% en los Santanderes, aproximadamente el 11% en la región Sur, 8% en la región oriental y 9% en la región Atlántica. No obstante, al interior de cada región, al caracterizar la distribución de los predios por rangos de tamaño es posible apreciar diferencias regionales que definen el tipo de caficultura, Figura 2a.

Por ejemplo, se observa cómo en la región Sur y en la Oriental predominan los predios menores a cinco hectáreas, el diagrama triangular confirma las observaciones y muestra que participan con un poco más del 34% del área correspondiente a estos predios a nivel nacional. Al contrario, en la zona Atlántica la participación en el área aumenta progresivamente con el rango, de modo que predominan las explotaciones mayores a las 40 hectáreas. En los Santanderes y Gran Tolima la participación es mayor en los estratos medios. Así mismo, en las regiones de Colonización Antioqueña Central y Periférica, la participación en el área finca se mantiene más o menos constante a lo largo de todos los rangos, mientras que en el Tolima Grande la distribución del área de las fincas se concentra en los rangos medios mientras que se reduce en los extremos.

Una vez reconocidos estos grandes conjuntos, es preciso añadir ciertas precisiones relativas al área de los predios, en particular a las variaciones en el tamaño medio, Figura 2b. En primer lugar,

Figura 2 a. Extensión de los predios cafeteros por regiones
ENC 1993 - 1997

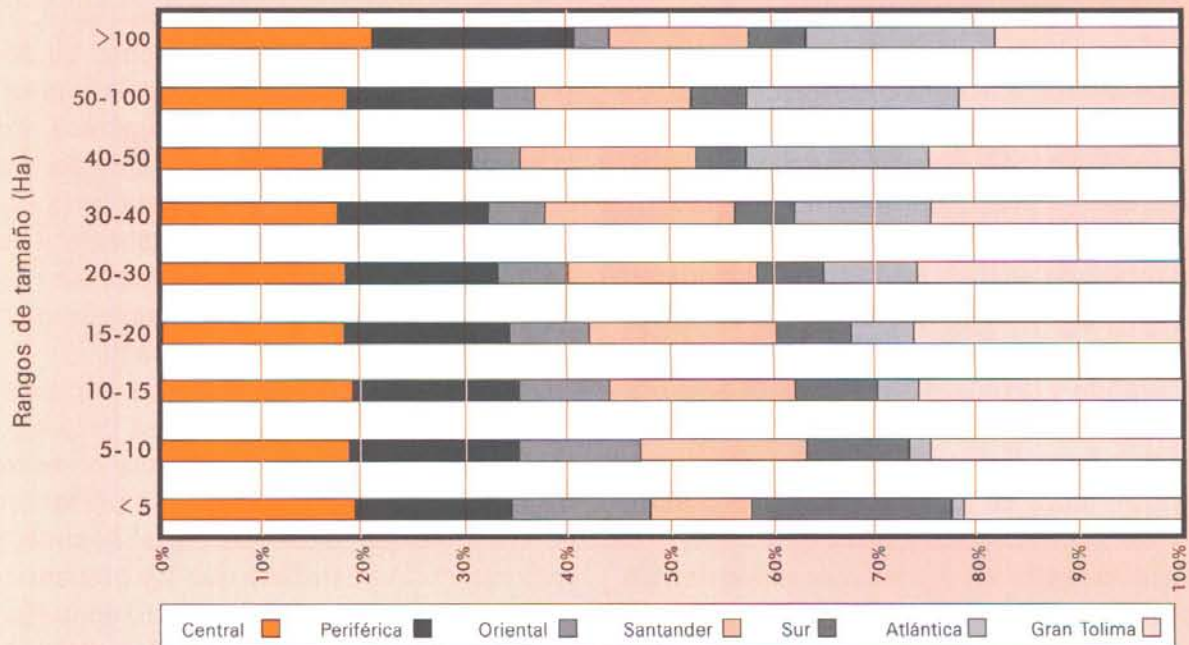
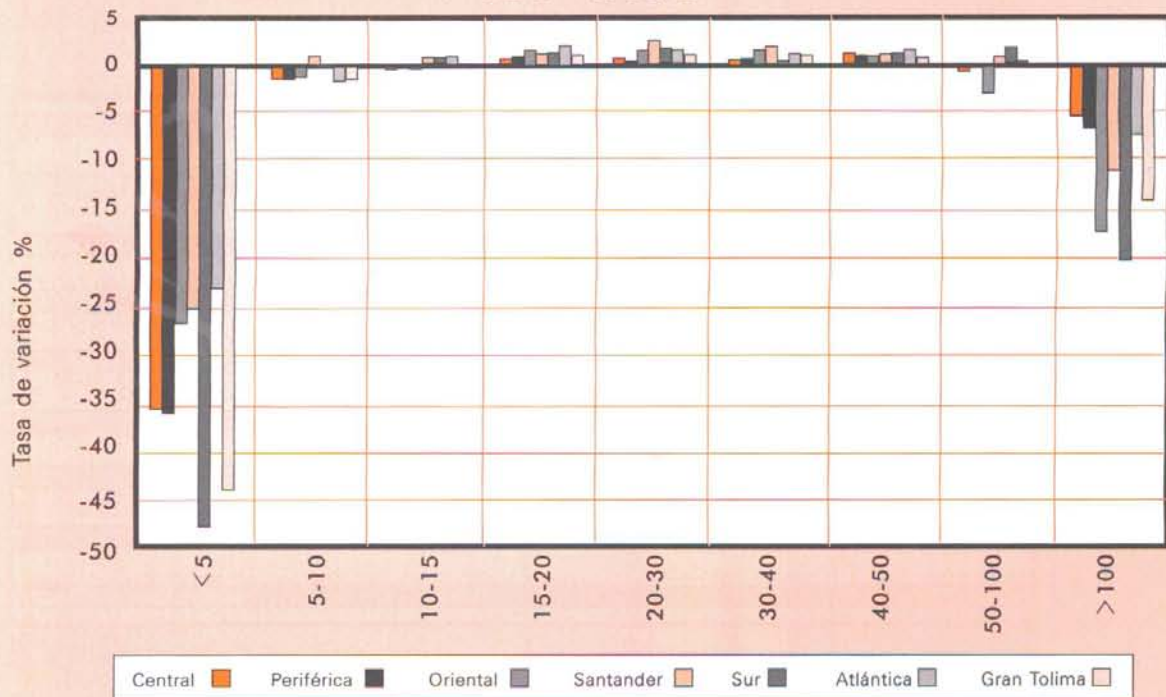


Figura 2b. Evolución del tamaño promedio de las fincas cafeteras
1970 - 1993/97



Fuente: Censo Cafetero 1970 - ENC 1997

es claro que las principales transformaciones se dieron en los estratos de tamaño más extremos, de modo que se presentó una reducción general en el área de explotaciones menores a cinco hectáreas, y en menor proporción en los rangos de predios mayores a 100 hectáreas. En los estratos restantes las variaciones no superaron el 3%.

En segundo lugar, resaltan las diferencias regionales que se presentaron como resultado de las diferencias en las variaciones ocurridas entre el área total que ocupan los predios y el número de fincas. Así, mientras que la mayor tasa de reducción en el tamaño medio se presentó en el Tolima Grande y la región Sur, la menor se dio en la zona de Colonización Antioqueña Periférica y Central.

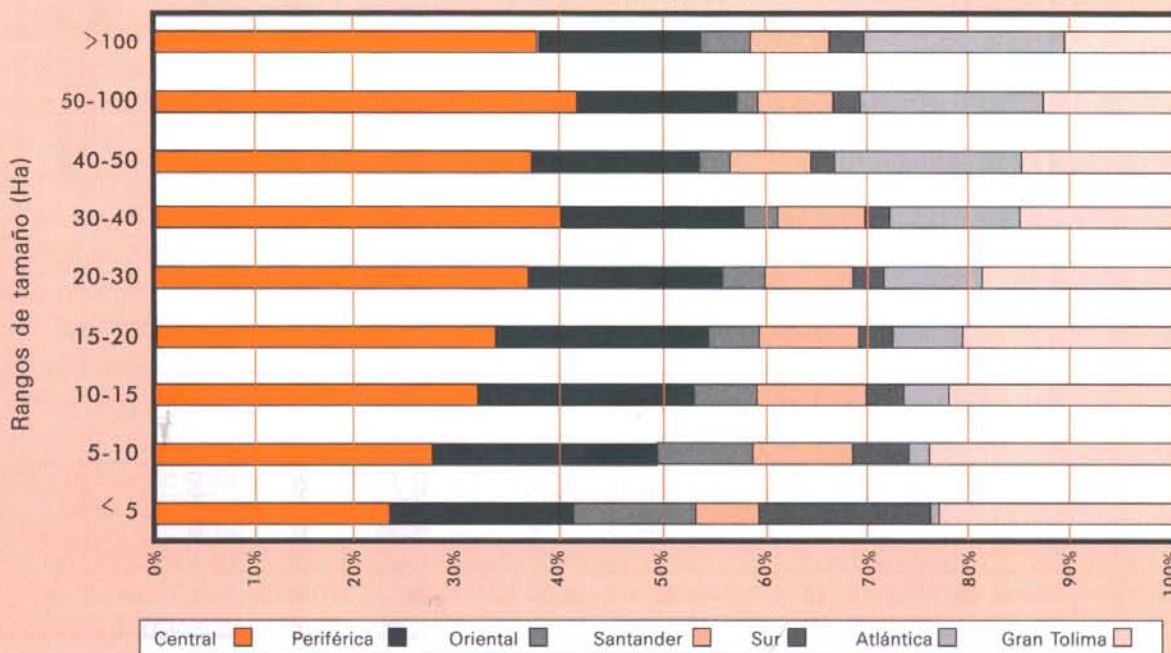
De otro lado, en cuanto a la diferencias regionales en la participación en el área cafetera, la Figura 3a muestra varios hechos importantes. Como primera medida, indica que la producción del grano en la zona de Colonización Antioqueña Central, es en gran medida una actividad de predios grandes –más de una tercera parte de los cafetales ubicados en predios con más de 30 hec-

táreas se encuentran allí–. De la misma forma, pero en menor proporción, la caficultura en la zona Atlántica es en gran medida una actividad de grandes predios.

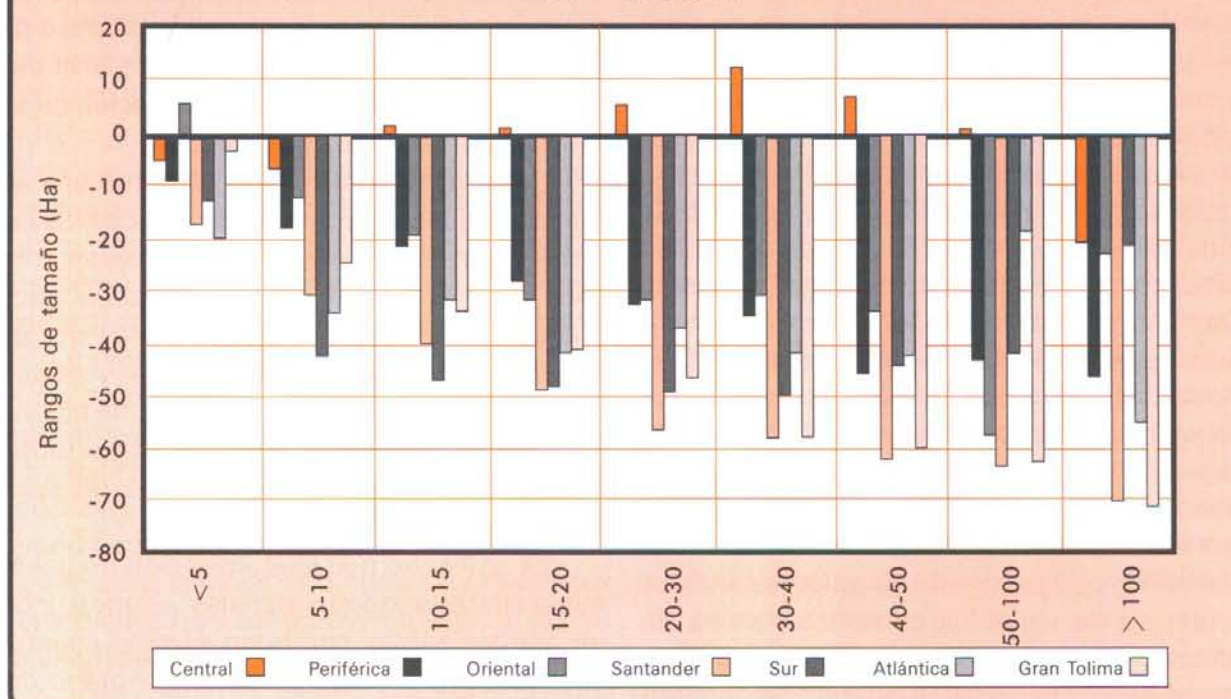
En segunda instancia, se observa cómo el grueso de la caficultura del Gran Tolima se ubica en predios inferiores a las 20 hectáreas, y que en la región Sur y la Oriental, el cultivo del grano es una actividad que se lleva a cabo en pequeñas unidades de producción. Finalmente, en los Santanderes y Colonización Antioqueña Periférica el café se encuentra en proporciones semejantes en todos los rangos de tamaño.

La información acerca de los cambios en el tamaño de los predios y el área cafetera igualmente resulta importante a la hora de establecer las variaciones regionales que se presentaron en el nivel de especialización. En tal sentido, y a diferencia de los cambios que se presentaron de manera agregada en el Cuadro 5, en la Figura 3b se observa la magnitud de las transformaciones ocurridas en esta variable según el rango de tamaño de las explotaciones en cada una de las regiones propuestas.

Figura 3 a. Extensión de los cafetales según rangos de tamaño 1997 - 1993/97



**Figura 3b. Evolución en el nivel de especialización
1970 - 1993/97**



Fuente: Censo Cafetero 1970 - ENC 1997

Al respecto, adicional al hecho mencionado atrás donde se indicaba que el área sembrada en café es inversamente proporcional al tamaño de los predios, a partir de los resultados representados en la Figura 3b, igualmente se confirma que fueron las explotaciones más grandes las que redujeron en mayor proporción el cultivo del café.

No obstante, al discriminar por regiones es evidente que existen diferencias importantes. Se destaca, por ejemplo, el hecho que sea la región de Colonización Antioqueña Central la única con una tasa positiva de crecimiento en el nivel de especialización en los rangos que van de las 10 hasta las 100 hectáreas. Este comportamiento, resultado de una variación positiva en el tamaño promedio de los cafetales, puede ser el resultado de un movimiento hacia la especialización de tipo regional evidente desde años atrás, y asociado a una caficultura empresarial con mayores rendimientos y tasas de tecnificación ya demostrada en otros trabajos¹⁷.

Al contrario de esta tendencia, el mayor descenso en el porcentaje de especialización se dio en los predios ubicados en los rangos superiores a las 30 hectáreas del Gran Tolima y los Santanderes. En tanto que, en los estratos inferiores a quince hectáreas, fue en la región Sur donde se presentaron variaciones importantes que indican que el grado de especialización se redujo hasta niveles superiores al 40%.

De acuerdo con los resultados expuestos en el presente apartado, se desprende que las mayores diferencias regionales están relacionadas con los cambios en tamaño medio del cafetal y el nivel de especialización. Hecho que es una importante conclusión en el sentido que constituye un claro indicio de las profundas transformaciones sucedidas en la caficultura desde el punto de vista regional.

En tal sentido, es necesario establecer en posteriores trabajos una evaluación del comportamiento de la producción agrícola. Debe acla-

17. Al respecto, Pizano y Junguito, op. cit. pp. 52-56, Palacios, op. cit. p. 452 sobre especialización regional. Sobre rendimientos y tecnificación mire Farfán et al. (2000)

rarse, si la reducción en el área cafetera puede representar cambios positivos a nivel agrícola, como resultado de una caficultura más intensiva, cuya área se reduce en concomitancia con el aumento de la productividad, o si más puede indicar simplemente un descenso en el nivel de actividad del sector. Por lo tanto es de gran importancia explicar el tipo de modificación productiva que subyace a esta reducción del área utilizada en la caficultura.

Finalmente, no podemos terminar esta sección sin antes resaltar la importancia de ahondar en los efectos de estas transformaciones para la economía cafetera y en general para toda la economía agrícola del país y en la necesidad de buscar las posibles causas de estos fenómenos como una manera de aproximarnos al verdadero comportamiento de los indicadores en cuestión. En este sentido, es igualmente importante analizar la incidencia de variables como los niveles de tecnificación, la violencia, etc., han tenido sobre el comportamiento del área en café, el tamaño medio del cafetal y el nivel de especialización cafetera.

SÍNTESIS Y CONCLUSIONES

A diferencia de la década del setenta, cuando la tendencia de la participación de la economía campesina en el cultivo era reducida y decreciente, la Encuesta Nacional Cafetera (ENC) efectuada por Federacafé entre 1993 - 1997 reveló que, durante las tres últimas décadas, la caficultura colombiana experimentó un proceso de transformación hacia la pequeña propiedad.

Proceso que ha tendido a agravarse en la medida que a la mala distribución del suelo, se le ha añadido la tendencia a la proliferación de unidades agropecuarias de tipo subfamiliar como consecuencia de la acelerada subdivisión de la propiedad rural. La comparación de los resultados obtenidos en los censos cafeteros realizados entre 1970 y 1993-97, confirman que el patrón de comportamiento agrícola se caracterizó,

no solo por el rápido cambio tecnológico y la modernización de la estructura de los cultivos, sino también porque las transformaciones en la estructura de tenencia llevaron a un proceso de reducción del tamaño de las unidades más pequeñas (minifundización) y de concentración del suelo en las explotaciones más grandes.

La producción de grano es ahora una actividad de pequeños productores, caracterizados, en su mayoría, por depender casi exclusivamente del café y por vivir bajo unas condiciones sociales bastante preocupantes y con niveles de capital humano, en términos de educación y salud, por debajo de los niveles que se esperaría en un sector que ha destinado recursos importantes al mejoramiento de la calidad de vida de sus productores.

Es un hecho que la atomización de unidades hasta límites subempresariales –donde, incluso, un manejo hábil y con buen sentido económico apenas tiene un efecto sobre el ingreso de los hogares–, sumado a la incapacidad del resto de la economía de ofrecer oportunidades en otras actividades, más el efecto de las bajas cotizaciones del café en el exterior, han sido una gran limitación para que un gran número de productores alcance un nivel de ingreso adecuado¹⁸.

No obstante, estos resultados no se apartan de la realidad rural de América Latina. Donde, desde la década del sesenta, diferentes estudios sobre el sector coinciden en que, a pesar de la temprana desruralización, la heterogeneidad de la estructura productiva, sumado al rápido crecimiento del número de pobladores rurales, y una infraestructura deficiente con bajos niveles de inversión en educación y servicios agrícolas, han sido factores que contribuyeron poderosamente a que se ampliara la brecha urbano-rural en cuanto a la proporción de población en precarias condiciones de vida, Domike y Barraclough (1980).

Bajo estas circunstancias, y reconociendo que hasta mediados del noventa los indicadores de nivel de vida experimentaron un ligero incremen-

18. García (2002) y Crece (2002) han realizado estudios donde se constata el deterioro de las condiciones socioeconómicas de la población de la zona cafetera en Colombia.

to en las zonas rurales¹⁹, es claro que la dinámica de crecimiento rural necesario para avanzar en una estrategia de lucha contra este flagelo en la zona cafetera, debe considerar que la producción agrícola requiere, no solamente de mano de obra y tierra, sino también de capital y tecnología (know how)²⁰.

Bajo estas circunstancias, consistente con el hecho que en el corto plazo la oferta de café colombiano no debe ir más allá de lo que efectivamente demandan los mercados interno y externo, es claro entonces, que toda acción de carácter público o privado dirigida a mejorar las condiciones de vida de los caficultores, así como a buscar una mayor competitividad internacional de nuestra caficultura, debe tener en cuenta las particularidades de los caficultores. La gran heterogeneidad que existe entre los diferentes agricultores, demanda diseños de programas específicos y diferenciados que contribuyan a superar las fallas o insuficiencias que presentan los mercados en el ámbito rural²¹.

Así pues, es evidente la necesidad de coordinar la planificación de las zonas cafeteras con el resto del sector rural de los municipios, de tal forma que a través del apoyo gremial y estatal, y de acuerdo con las dotaciones de cada una de las zonas, se dinamicen las economías regionales de acuerdo a las potencialidades que cada una de éstas pueda ofrecer en el nuevo contexto.

En este sentido, resalta entonces la utilidad del estudio regional propuesto y en el que se encontraron diferencias regionales relevantes en algunos de los indicadores de la producción cafetera más importantes. De acuerdo con los resultados expuestos, se desprende que las mayores diferencias regionales están relacionadas con

el nivel de especialización y adaptación de variedades mejoradas –tecnificación–, lo que es una importante conclusión en el sentido que constituye un claro indicio de las profundas diferencias en cuanto al grado de dependencia del café entre regiones.

Se destaca por ejemplo, cómo en un período en donde el área cafetera disminuyó, la región de Colonización Antioqueña Central, con mayor nivel de tecnificación, fuera la única con una tasa positiva de crecimiento en el nivel de especialización en los rangos que van de las 10 hasta las 100 hectáreas. Este comportamiento, resultado de una variación positiva en el tamaño promedio de los cafetales, puede ser la consecuencia de un movimiento hacia la especialización de tipo regional evidente desde años atrás, y asociado a una caficultura empresarial con mayores rendimientos y tasas de tecnificación ya demostrada en otros trabajos.

Estos hallazgos, que coinciden con anteriores trabajos que han demostrado que las reducciones en el área cafetera se han dado en las regiones que menos tecnificaron su producción, permiten pensar que al interior de la caficultura colombiana las estructuras regionales están relacionadas, no solo con las prácticas agronómicas, en este caso la adopción de variedades mejoradas, sino también con el rendimiento físico de los cultivos.

Por tal motivo, es conveniente que las recomendaciones de política o estrategias dirigidas a mejorar la productividad factorial y capacidad de gestión esté enfocada principalmente a los caficultores en condiciones de cultivar lotes productivos y que pueden vivir de sus predios. Entre tanto, a los propietarios con pocas posibilidades para subsistir como agricultores²², no solamen-

19. Para Colombia, Echeverry (1998, p. 38), Balcazar (1998, p. 21-22), Leibovich y Nuñez (1999, p. 508), Bejarano (1998, p. 82), si bien mencionan las mejoras en materia social y de reducción de la pobreza rural, reconocen que este proceso ha sido excesivamente lento y que durante los últimos años se ha mantenido prácticamente inalterado. No obstante, SISD (2001) ha mostrado nuevamente el deterioro en las condiciones de vida de la población rural.

20. Escudero (1997, p. 22) y López y Valdés (1998, p.3), mencionan el impacto neto positivo de la educación en los ingresos de las familias rurales. Para el caso cafetero, por ejemplo, Leibovich y Barón, (1997, p. 19), encuentran una relación positiva entre el nivel educativo y la productividad de la explotación.

21. El tema de la heterogeneidad de la pobreza y el hecho que los campesinos requieren distintos grados de atención ha sido tratado por Dillon (1979, p. 174), López y Valdés (1998, p. 30), Machado (1998, p. 194), y Schetjman (1999, p. 17).

22. En tal sentido, el informe final de la Comisión de ajuste de la Institucionalidad Cafetera, "El café, capital Social Estratégico" (2002, p. 2002), destaca la importancia de "la reconversión del minifundista y del campesino tradicional cafetero mediante un paquete tecnológico y de educación empresarial complementado con el incremento del tamaño promedio de su propiedad"

te es necesario diseñar políticas de transición que les permita tener acceso a otros tipos de ingresos extraprediales, y puedan seguir aprovechando al sector rural como alternativa de vida, sino también es importante estudiar alternativas de reestructuración de la propiedad rural en las zonas cafeteras que incrementen el área promedio de los predios cafeteros más pequeños²³.

Es necesario que, a través de la formación y desarrollo de capital social y organizacional, se refuerce la necesidad de definir incentivos de permanencia a nivel territorial, más allá de lo estrictamente productivo de la agricultura, que permita que el empleo rural no agropecuario pueda tener un peso importante y cada vez mayor en la absorción de fuerza de trabajo rural²⁴.

En tal sentido, la institucionalidad cafetera trabaja en una serie de cambios estructurales, a través de un proceso de reconversión que responda a las racionalidades económicas, riesgos, necesidades y requerimientos de cada una de las tipologías de caficultura. Labor vital, si se considera que este es un sector que continúa siendo estratégico para Colombia, no solo por su efecto sobre el empleo rural, sino también por su prominencia social y regional, con una gran incidencia en la estabilidad democrática, la seguridad, el equilibrio social y la prosperidad del país²⁵. Por lo tanto, no es simplemente una actividad que concierne a las regiones o a los productores del grano, sino que tiene gran incidencia en la estabilidad democrática, la seguridad, el equilibrio social y la prosperidad del país.

Por tal motivo, en aras a que la política sectorial e instrumentos que se manejan a través de la institucionalidad cafetera, logren el éxito, de manera que permitan alcanzar los objetivos de aumentar el ingreso y mejorar la capacidad empresarial de los productores, es necesario tener claro una visión global de la evolución del sector

y establecer el carácter de la reducción en la superficie de las explotaciones.

En posteriores trabajos se debe hacer una evaluación del comportamiento de la producción agrícola, evaluando el origen de los cambios ocurridos en nuestra caficultura en los últimos treinta años.

Es de gran importancia explicar el tipo de modificación productiva que subyace a esta reducción del área utilizada en la caficultura.

¿Que induce a una región a incrementar el número de predios en mayor proporción a otra?, ¿se ha llegado a un tamaño medio mínimo?, ¿la reducción en el área cafetera es producto de aumento de la productividad, o por el contrario obedece a un descenso en el nivel de actividad del sector?, ¿por qué los cambios en la distribución del suelo siguieron un patrón regional diferente?, son preguntas que deben resolverse en posteriores trabajos en aras a diseñar cualquier política de desarrollo rural.

En este sentido, y partiendo de la necesidad de profundizar en el origen de los fenómenos de fragmentación y concentración en Colombia, la información mencionada abre la posibilidad de indagar sobre las diferentes causas que inducen a reducir y/o aumentar la desigualdad.

Finalmente, no podemos terminar sin antes resaltar la importancia de ahondar en los efectos de estas transformaciones para la economía cafetera y en general para toda la economía agrícola del país y en la necesidad de buscar las posibles causas de estos fenómenos como una manera de aproximarnos al verdadero comportamiento de los indicadores en cuestión. En este sentido, es igualmente importante analizar la incidencia que variables como los niveles de tecnificación, la violencia, etc., han tenido sobre el comportamiento del área en café, el tamaño medio del cafetal y el nivel de especialización cafetera.

23. Sobre la importancia de la "reconversión de la caficultura colombiana" puede revisarse, Avellaneda y Ramírez, (1995, p. 41) y Silva (2002, p. 70).

24. Lanjow (1998, p. 83) y Schejtman (1999 p. 25), hacen una revisión de algunos trabajos destinados a examinar la magnitud y características del empleo rural no agrícola en América Latina. Para Colombia, un análisis al respecto puede encontrarse en Reyes y Martínez (1994p. 310), Echeverry (1998 p. 36), Balcazar (1998, p. 20) y López (1999, pp. 43-44).

25. Plan Nacional de Desarrollo 2003 - 2006, "Hacia un Estado Comunitario", Proyecto de Ley 812 de 2003.

Bibliografía

- Avellaneda, R. y Ramírez, J. (1995), «Estudio de la Caficultura en Colombia», Ensayos sobre Economía Cafetera. Año 8 No. 11, enero-diciembre pp. 11-46.
- Balcázar, A.; Vargas, A. y Orozco, M. (1998), «Del proteccionismo a la apertura, ¿El camino a la modernización agropecuaria?», IICA y Tercer Mundo Editores, Bogotá.
- Bejarano, J.; A. (1998), "Economía de la agricultura", IICA, TM editores, Universidad Nacional. Bogotá.
- Berry, A. (1991), "La agricultura colombiana en los ochenta", en Twomey y Helwege (comps.), Modernización y estancamiento. La agricultura latinoamericana en los noventa, México, Fondo de Cultura Económica.
- Berry, R., A. y Cline, W., R. (1979), "Agrarian structure and productivity in developing countries", Johns Hopkins University Press.
- Binswanger, H.; Deininger, K. y Feder, G. (1995), "Power, Distortions, Revolt and Reform in Agricultural Land Relations", J. Behrman y T. N. Srinivasan (comps.), Handbook of Development Economics, vol. III, Elsevier.
- Blarel, B.; Hazell, P.; Place, F. y Quiggin, J. (1992), "The Economics of Farm Fragmentation: Evidence from Ghana and Rwanda", The World Bank Economic Review, vol. 6, No. 2.
- Cortes, F., y Rubalcava, R. (1982). Técnicas estadísticas para el estudio de la desigualdad. El Colegio de México.
- Crece (1997), "Programa de reestructuración y desarrollo de las regiones cafeteras, informe final (versión preliminar). mimeo, Manizales.
- Crece (2002), "Cuantificación de los impactos de la crisis cafetera en Colombia", Ensayos sobre Economía Cafetera. Año 15 No. 18.
- Currie, L. (1962), La industria cafetera en la agricultura colombiana, Fundación para el progreso de Colombia.
- Dillon, J., L. (1979), «Broad structural review of the small farm technology problem». In: Economics and the Design of Small-Farmer Technology. A. Valdés, G. Scobie, and J. Dillon, eds. Ames: Iowa State University Press.
- Domike, A., L. y Barraclough, S., L. (1980), "La estructura agraria en siete países de América Latina". En Desarrollo Agrícola, selección de Edmundo Florez. F.C.E. segunda reimpresión, pag 318-385
- Delgado, O. (1984), "La estructura agraria en Colombia", Economía Colombiana, No. 160-61 de 1984, pp. 36-43.
- Echeverry, R. (1998) «Colombia en transición. De la crisis a la convivencia: una visión de lo rural», IICA y Tercer Mundo Editores, Bogotá, primera edición.
- Errázuriz, M. (1986), "La bonanza cafetera y los productores", Economía Colombiana. Volumen 179, págs 46-50.
- Escudero, G. (1997), «Hacia una agenda para la agricultura de las Américas», IICA, San José de Costa Rica.
- Farfán, M., Nuñez, J. y Sánchez, (2000). "Análisis de las tipologías cafeteras de las unidades de producción cafetera", CEDE, Bogotá.
- Federación Nacional de Cafeteros (1986). "La heterogeneidad de las zonas cafeteras de Colombia". Mimeo
- Federación Nacional de Cafeteros (1993), "Manual del encuestador del Sistema de Información Cafetera", Bogotá.
- Federación Nacional de Cafeteros (1975), "Atlas Cafetero de Colombia", Bogotá.
- García, A. (1970), Reforma Agraria y Dominación social en América Latina, Ediciones Siap. Loma.
- García, A. "Modelos operacionales de reforma agraria y desarrollo rural en América Latina", IICA, San Jose de Costa Rica, capítulo 2, 1982. pag 29-67
- García, C., J. y Vallejo, R., J. (2002), "Sostenibilidad Económica de las pequeñas explotaciones cafeteras", Ensayos sobre Economía Cafetera. Año 15 No. 18.
- Johnston, B., F. And Mellor, J., W. (1961), "The role of agriculture in economic development". The American Economic Review, Vol. LI, No.4, pp. 566-593.
- Jaramillo, C. F. (1998), «Liberalization, Crisis and Change Colombian Agriculture in the 1990s». Westview Press, Boulder-Colorado.
- Jaramillo, C. F., (1998), "El mercado rural de Tierras en América Latina", Mimeo.
- Johnson, N., L. y Ruttan, V., W. (1994), "Why are farms so small", World Development, Vol. 22, No. 5.
- Junguito, R.; Pizano, D. (1991), "Producción de café en Colombia". Fondo Cultural Cafetero - Fedesarrollo.
- Kalmanovitz, S. (1994), "Evolución de la estructura agraria colombiana", En: Transformaciones de la estructura agraria, TM editores, Bogota, pp. 3-37
- Leibovich, J. y Baron, A. (1997), "Determinantes de la productividad cafetera en finca", documento Cede 97-02, Santafé de Bogotá.
- Leibovich, J. y Nuñez, J. (1999), "Los activos y recursos de la población pobre en Colombia". El Trimestre Económico, Vol. LXVI (3), julio-septiembre, México.
- Lanjow, P. «Rural non-agricultural employment and poverty in Latin America: Evidence from Ecuador and El Salvador», Rural poverty in America Latina, ed. López y Valdés, pp. 83-97, 1998.
- Lora, E. (1991). "Técnicas de medición económica: metodología y aplicaciones en Colombia", TM Editores, Fedesarrollo.
- López, R. y Valdés, A. (1998), «Rural poverty in America Latina: analytics, new empirical evidence and policy», Banco Mundial, mimeografiado.
- Machado, A. Y Suárez, M. (1998), "El mercado de tierras en Colombia", IICA y Tercer Mundo Editores, Bogotá, primera edición.
- Machado, C., A. (1998), "La cuestión agraria en Colombia a fines del milenio", Tercer Mundo Editores..
- Ossa, E., C., Candelo, R. y Mera, D (2000), "La reforma agraria, perspectivas internacionales. Economía Colombiana y Coyuntura Política, Edición 278, Junio de 2000.
- Otzuka, K.; Chuma, H. y Hayami, Y. (1992), "Land and labor contracts in agrarian economies: theories and facts", Journal of Economic Literature, Vol. 30, diciembre, pp. 1965-2018.
- Palacios, M. (1983). "El café en Colombia 1850 – 1970: Una historia económica, social y política", Ancora Editores, Bogotá.
- Plan Nacional de Desarrollo 2003 – 2006, (2003). "Hacia un Estado Comunitarios", Departamento Nacional de Planeación.
- Ramírez, L., F.; Silva, G.; Valenzuela, L. C. y Villegas, L. C. (202) "El Café, Capital Social y Estratégico", Informe Final de la Comisión de Ajuste de la Institucionalidad Cafetera, Bogotá, mayo.
- Reyes, A. y Martínez, J. «Funcionamiento de los mercados de trabajo rurales en Colombia». En Competitividad sin pobreza. C. González y C. F. Jaramillo, Coordinadores. Tercer Mundo Editores, 1994, pp. 297-328.
- Schejtman, A. (1999), "Las dimensiones urbanas en el desarrollo rural", Revista de la CEPAL 67.
- Sen, A. (1979). "Sobre la desigualdad económica", Editorial Crítica, Barcelona.
- Silva, L., G. (2002), "LXII Congreso Nacional de Cafeteros, Informe del Gerente General", Bogotá, Diciembre.
- Sistema de Información Cafetera (1998), Gerencia Técnica y Oficina de Estudios Básicos, Federacafé.
- SISD 26 (2000), "Coyuntura Económica e indicadores sociales", Departamento Nacional de Planeación, Bogotá.
- SISD 30 (2001), "Coyuntura Económica e indicadores sociales", Departamento Nacional de Planeación, Bogotá.
- Stiglitz, J. (1998), "Distribution, efficiency and voice: designing the second generation of reforms", Conference on asset distribution, poverty and economic growth, World Bank, 27pp., mimeo
- Thiesenhusen, W. y Melmed-Sanjak, J. (1990), "Brazil's agrarian structure: changes from 1970 through 1980". World Development, Vol. 18, No. 3, pp. 393-415.
- Zambrano, H. (1986), "Tendencias de la caficultura colombiana", Economía Colombiana. Volumen 179, págs 34-46.

Anexo estadístico

Principales variables de la economía cafetera colombiana

Años Cafeteros 2001/02 y 2002/03

VARIABLES	2001/02	2002/03	DIFERENCIA	
			Unid.	%
1. EXPORTACIÓN TOTAL (Mills. s/s 60 Kg verde)	10,6	10,5	-0,2	-1,4
FEDERACIÓN	3,4	2,5	-0,9	-25,5
PARTICULARES	7,2	7,9	0,7	10,4
2. PRECIO PROMEDIO DE FACTURACION (US\$/Lb. Ex-dock)	0,70	0,73	0,03	4,3
US\$ de 2003	0,72	0,73	0,01	1,9
3. VALOR FACTURACION (US\$ Mills. FOB)	880,4	922,0	42	4,7
US\$ de 2003	900,9	922,0	21	2,3
4. COSECHA (Mills. s/s 60 Kg verde)	12,0	11,7	-0,2	-2,0
5. PRECIO INTERNO PROMEDIO (\$/Carga)				
\$ corrientes	287,500	333,690	46,190	16,1
\$ del 2003	307,293	333,690	26,397	8,6
6. VALOR COSECHA (Miles de Millones \$)				
\$ corrientes	2,061	2,345	284	13,8
\$ del 2003	2,202	2,345	143	6,5
7. CONSUMO INTERNO (Mills. s/s 60 Kg verde)	1,4	1,4	0	0,0
8. EXISTENCIAS FINALES (Mills. s/s 60 Kg verde)	1,8	1,78	0,0	-1,4
9. FONDO NACIONAL DEL CAFE - Septiembre 30				
(Déficit) o Superávit de Tesorería (Mills. \$)	-119,434	60,819	180,253	150,9
Patrimonio (Mills. \$)	702,429	780,770	78,341	11,2
Patrimonio (US\$ Mills.)	248	270	22	9,0
(*) Incluye stocks de seguridad y promoción. Fuente: FEDERACAFE - Gerencias Financiera y Comercial.				

Exportación mundial de café verde a todo destino

Años Cafeteros 1997/98 - 2002/03

Millones de sacos de 60 kilos

PAISES	Calidad de Café	97/98		98/99		99/00		00/01		01/02		02/03*	
		S/S	%	S/S	%	S/S	%	S/S	%	S/S	%	S/S	%
TOTAL MUNDIAL		78,6	100,0	83,8	100,0	88,0	100,0	89,7	100,0	85,9	100,0	87,3	100,0
Cosechas Abr - Mar		27,5	35,0	34,6	41,2	29,5	33,6	31,9	35,7	35,2	40,9	37,4	42,9
Brasil	(ANL/R)	16,3	20,7	22,9	27,3	18,7	21,3	21,6	24,1	26,0	30,2	27,5	31,5
Ecuador	(AS/R)	1,1	1,4	0,9	1,1	0,8	0,9	0,8	0,9	0,6	0,7	0,7	0,8
Papúa-N. Guinea	(AS/R)	1,2	1,5	1,4	1,7	1,0	1,1	1,1	1,2	1,0	1,2	1,1	1,3
Perú	(AS)	1,9	2,4	2,2	2,6	2,3	2,6	2,4	2,7	2,7	3,1	2,7	3,1
Indonesia	(R/AS)	5,4	6,9	5,4	6,4	5,1	5,8	5,1	5,8	4,1	4,8	4,5	5,2
Madagascar	(R/AS)	0,6	0,8	0,7	0,8	0,5	0,6	0,1	0,1	0,1	0,1	0,2	0,2
Otros		1,0	1,3	1,1	1,3	1,1	1,3	0,8	0,9	0,7	0,8	0,7	0,8
Cosechas Jul - Jun		1,4	1,8	1,2	1,4	1,2	1,3	1,3	1,4	1,0	1,1	1,3	1,5
Rep. Dominicana	(AS)	0,4	0,5	0,2	0,2	0,2	0,2	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,2
Tanzania	(AS/R)	0,7	0,9	0,7	0,8	0,8	0,9	0,9	1,0	0,6	0,7	0,9	1,0
Otros		0,3	0,4	0,3	0,4	0,2	0,2	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3
Cosechas Oct - Sep		49,7	63,2	48,0	57,4	57,3	65,1	56,5	62,9	49,7	57,8	48,6	55,3
Colombia	(AS)	10,9	13,9	10,3	12,3	9,0	10,2	9,4	10,5	10,6	12,4	10,5	12
Costa Rica	(AS)	2,2	2,8	2,1	2,5	2,0	2,3	2,1	2,3	1,9	2,2	1,7	1,9
El Salvador	(AS)	1,9	2,4	1,8	2,1	2,5	2,8	1,7	1,9	1,5	1,7	1,3	1,5
Etiopía	(ANL)	2,1	2,7	1,8	2,2	2,0	2,3	1,4	1,6	1,9	2,3	2,3	2,6
Guatemala	(AS/R)	3,9	5,0	4,6	5,5	4,9	5,5	4,4	4,8	3,3	3,9	4,0	4,5
Honduras	(AS)	2,3	2,9	2,1	2,5	2,8	3,2	2,5	2,8	2,6	3,0	2,4	2,8
India	(AS/R)	3,7	4,7	3,4	4,1	4,5	5,1	3,7	4,1	3,4	4,0	3,4	3,9
Kenia	(AS)	0,8	1,0	1,1	1,3	1,1	1,3	1,2	1,3	0,8	0,9	0,8	0,9
México	(AS/R)	3,9	5,0	4,1	4,9	5,1	5,8	3,6	4,0	2,9	3,4	2,6	2,9
Nicaragua	(AS)	1,0	1,3	1,0	1,2	1,2	1,4	1,4	1,6	0,9	1,0	1,0	1,1
Camerún	(R/AS)	0,8	1,0	1,0	1,2	1,3	1,5	1,1	1,2	0,6	0,7	0,8	0,9
Costa de Marfil	(R)	4,6	5,9	2,3	2,7	5,0	5,7	4,3	4,8	3,3	3,8	2,4	2,7
R. D. Congo (Zaire)	(R/AS)	0,6	0,8	0,4	0,5	0,3	0,3	0,2	0,2	0,1	0,1	0,3	0,3
Tailandia	(R)	0,8	1,0	0,4	0,5	0,9	1,0	1,2	1,3	0,1	0,1	0,2	0,2
Uganda	(R/AS)	3,0	3,8	3,7	4,4	2,9	3,3	3,1	3,5	3,2	3,7	2,7	3,1
Vietnam	(R/AS)	6,6	8,4	6,7	8,0	10,8	12,3	14,4	16,1	12,0	13,9	11,6	13,2
Otros		0,6	0,6	1,2	1,5	1,0	1,1	0,8	0,9	0,6	0,7	0,7	0,8

(*) Preliminar.

(AS) Arábica Suave. (ANL) Arábica No Lavado. (R) Robusta. (AS/R) Ambas calidades con predominio de Arábica Suave. (ANL/R) Ambas calidades con predominio de Arábica No Lavado. (R/AS) Ambas calidades con predominio de Robusta.

Fuente: OIC-Coffee Statistics.

Exportaciones de café colombiano según países de destino

Años Cafeteros 1998/99 - 2002/03

Miles de sacos de 60 kilos

PAISES	98/99		99/00		00/01 *		01/02 *		02/03	
	Sacos	%	Sacos	%	Sacos	%	Sacos	%	Sacos	%
TOTAL	10.291	100,0	9.043	100,0	9.437	100,0	10.639	100	10.478	100,0
AMERICA	3.698	35,9	3.407	37,7	3522,0	37,3	4.153	39,0	4.246	40,5
Estados Unidos	3.220	31,3	2.935	32,5	2.946	31,2	3.419	32,1	3.634	34,7
Canadá	401	3,9	383	4,2	472	5	594	5,6	497	4,7
Argentina	31	0,3	30	0,3	24	0,3	13	0,1	9	0,1
Otros (1)	46	0,4	59	0,7	80	0,8	128	1,2	106	1,0
EUROPA	5.207	50,6	4.180	46,2	4.447	47,1	4.725	44,4	4.544	43,4
Unión Europea	4.849	47,1	3.893	43,1	4.128	43,7	4.425	41,7	4.297	41,1
Alemania	2.076	20,2	1.692	18,7	1.792	19,0	1.784	16,8	1.872	17,9
Bélgica	423	4,1	484	5,4	632	6,7	575	5,4	627	6,0
Francia	423	4,1	284	3,1	277	2,9	340	3,2	201	1,9
Reino Unido	236	2,3	255	2,8	233	2,5	306	2,9	311	3,0
Suecia	297	2,9	243	2,7	251	2,7	281	2,6	237	2,3
Italia	235	2,3	237	2,6	239	2,5	252	2,4	250	2,4
España	283	2,7	232	2,6	192	2,0	244	2,3	250	2,4
Holanda	430	4,2	205	2,3	231	2,4	262	2,5	249	2,4
Finlandia	222	2,2	117	1,3	140	1,5	212	2,0	141	1,3
Dinamarca	173	1,7	99	1,1	90	1,0	111	1,0	103	1,0
Portugal	15	0,1	15	0,2	17	0,2	16	0,2	23	0,2
Austria	19	0,2	14	0,2	16	0,2	21	0,2	11	0,1
Grecia	15	0,1	12	0,1	14	0,1	18	0,2	14	0,1
Irlanda	2	0,0	4	0,0	4	0,0	5	0	8	0,1
Otros Europa	358	3,5	287	3,1	319,0	3,4	300	2,8	247	2,3
Polonia	99	1,0	89	1,0	55	0,6	44	0,4	45	0,4
Noruega	140	1,4	84	0,9	101	1,1	111	1,0	145	1,4
Suiza	68	0,7	33	0,4	29	0,3	37	0,4	31	0,3
Otros (2)	51	0,4	81	0,8	134	1,4	108	1,0	26	0,2
OTROS PAISES	1.386	13,5	1.456	16,1	1.468	15,6	1.761	16,5	1.688	16,1
Japón	1.121	10,9	1.211	13,4	1.217	12,9	1.482	13,9	1.315	12,6
Corea del Sur	125	1,2	117	1,3	118	1,3	88	0,8	125	1,2
Australia	31	0,3	25	0,3	26	0,3	32	0,3	33	0,3
Otros (3)	109	1,1	103	1,1	107	1,1	159	1,5	214	2,0

(*) Preliminar.

(1) Principalmente, Ecuador, Chile, Perú y Antillas. (2) Principalmente, Rumania, Eslovenia, Hungría y Bulgaria.
(3) Principalmente, Israel, Sudáfrica, Hong Kong, Nueva Zelanda, Taiwán y Singapur.

Fuente: FEDERACAFE - Gerencia Comercial

Precios indicativos según los grupos de la Organización Internacional del Café

Años Cafeteros 1997/98 - 2002/03

(Centavos de dólar por libra)

Suaves Colombianos	Oct.	Nov.	Dic.	Ene.	Feb.	Mar.	Abr.	May.	Jun.	Jul.	Ago.	Sep.	Año Cafet.
1997/98	169,40	161,35	183,32	184,21	190,59	166,07	158,17	146,33	135,83	125,03	129,45	117,56	155,61
1998/99	115,01	121,74	123,96	123,07	116,92	117,05	114,02	123,95	121,45	107,05	105,28	97,77	115,61
1999/00	103,69	126,76	140,35	130,13	124,73	119,51	112,67	110,31	100,30	101,67	91,87	89,98	112,66
2000/01	90,25	84,01	75,81	75,33	76,70	76,94	78,25	80,92	74,38	69,70	73,50	68,80	77,05
2001/02	62,88	64,89	62,33	62,51	62,67	68,27	69,76	65,95	62,94	60,60	58,10	64,15	63,75
2002/03	67,92	70,70	65,38	67,27	67,47	62,16	64,40	65,74	61,61	64,87	65,65	67,55	65,89
Otros Suaves 1_/													
1997/98	167,66	160,27	177,44	177,80	178,18	157,69	150,35	137,72	124,93	117,60	123,18	111,85	148,72
1998/99	109,72	116,37	117,39	112,96	105,48	105,39	102,11	111,07	107,21	94,85	91,37	84,31	104,85
1999/00	94,20	113,38	124,46	111,11	103,44	100,73	94,61	94,17	86,44	87,35	76,92	75,78	96,88
2000/01	76,66	71,54	66,15	65,98	67,19	66,50	66,13	69,22	63,90	58,72	59,72	58,07	65,82
2001/02	56,40	58,85	56,72	58,25	59,12	64,47	65,43	61,40	58,57	56,48	54,27	60,67	59,22
2002/03	65,73	69,87	64,16	65,57	66,41	61,75	64,69	66,26	61,04	62,95	63,89	66,41	64,89
Brasileros y o Arábicas													
1997/98	152,16	149,07	171,12	179,83	177,78	154,84	141,11	124,89	104,09	96,22	101,92	92,76	137,15
1998/99	91,32	96,67	100,28	99,43	91,67	88,90	86,14	96,29	91,69	78,13	76,67	70,43	88,97
1999/00	78,71	98,41	109,47	97,68	91,51	89,93	86,46	87,23	78,32	79,89	70,57	71,14	86,61
2000/01	72,28	68,95	64,39	62,38	62,50	60,35	55,11	57,19	51,86	46,43	46,49	42,42	57,53
2001/02	38,63	42,82	42,21	43,14	43,17	48,70	49,70	45,39	43,00	43,31	40,18	44,53	43,73
2002/03	46,08	49,25	46,55	49,31	48,97	43,77	48,55	51,12	46,88	49,50	52,48	54,86	48,94
Robustas 2_/													
1997/98	75,39	76,04	82,60	83,41	83,36	82,19	88,97	90,74	82,73	77,04	79,24	79,80	81,79
1998/99	80,30	80,16	84,06	82,29	79,23	73,42	69,32	67,94	65,59	61,56	63,07	59,57	72,21
1999/00	58,52	63,05	66,79	53,18	48,85	46,25	44,45	44,32	42,68	40,82	38,25	38,83	48,83
2000/01	36,14	32,81	30,38	32,40	31,58	30,52	28,49	29,54	29,17	27,43	25,82	24,27	29,88
2001/02	23,24	23,68	24,35	22,81	24,37	29,10	29,34	28,32	28,42	28,60	27,88	32,08	26,85
2002/03	33,33	37,93	38,06	41,18	40,67	37,17	37,42	37,80	34,21	35,35	36,30	37,35	37,23
Precio Indicativo Compuesto 3_/													
1997/98	121,09	118,16	130,02	130,61	130,81	119,92	119,66	114,23	103,84	97,32	101,10	95,82	115,22
1998/99	95,01	98,26	100,73	97,63	92,36	89,41	85,72	89,51	86,41	78,21	77,22	71,93	88,53
1999/00	76,36	88,22	95,57	82,15	76,15	73,49	69,53	69,22	64,56	64,09	57,59	57,31	72,85
2000/01	56,40	52,18	48,27	49,19	49,39	48,51	47,31	49,38	46,54	43,07	42,77	41,17	47,85
2001/02	42,21	44,24	43,36	43,46	44,30	49,49	50,19	47,30	45,56	44,70	42,79	47,96	45,46
2002/03	50,79	54,69	51,68	54,04	54,07	49,61	51,87	53,19	48,90	50,89	52,22	54,10	52,17

(*) Precio promedio de reintegro. No hubo cotización en el mercado de Nueva York.

1_/ Promedio ponderado de Otros Suaves N.York y Bremen/Hamburgo así: N.York 75% y Bremen/Hamburgo 25%

2_/ Promedio ponderado de Robustas N.York y Le Havre/Marsella así: N.York 60% y Le Havre/Marsella 40%

3_/ Precio Compuesto 1979=Promedio de Otros Suaves y Robustas. Fuente: OIC