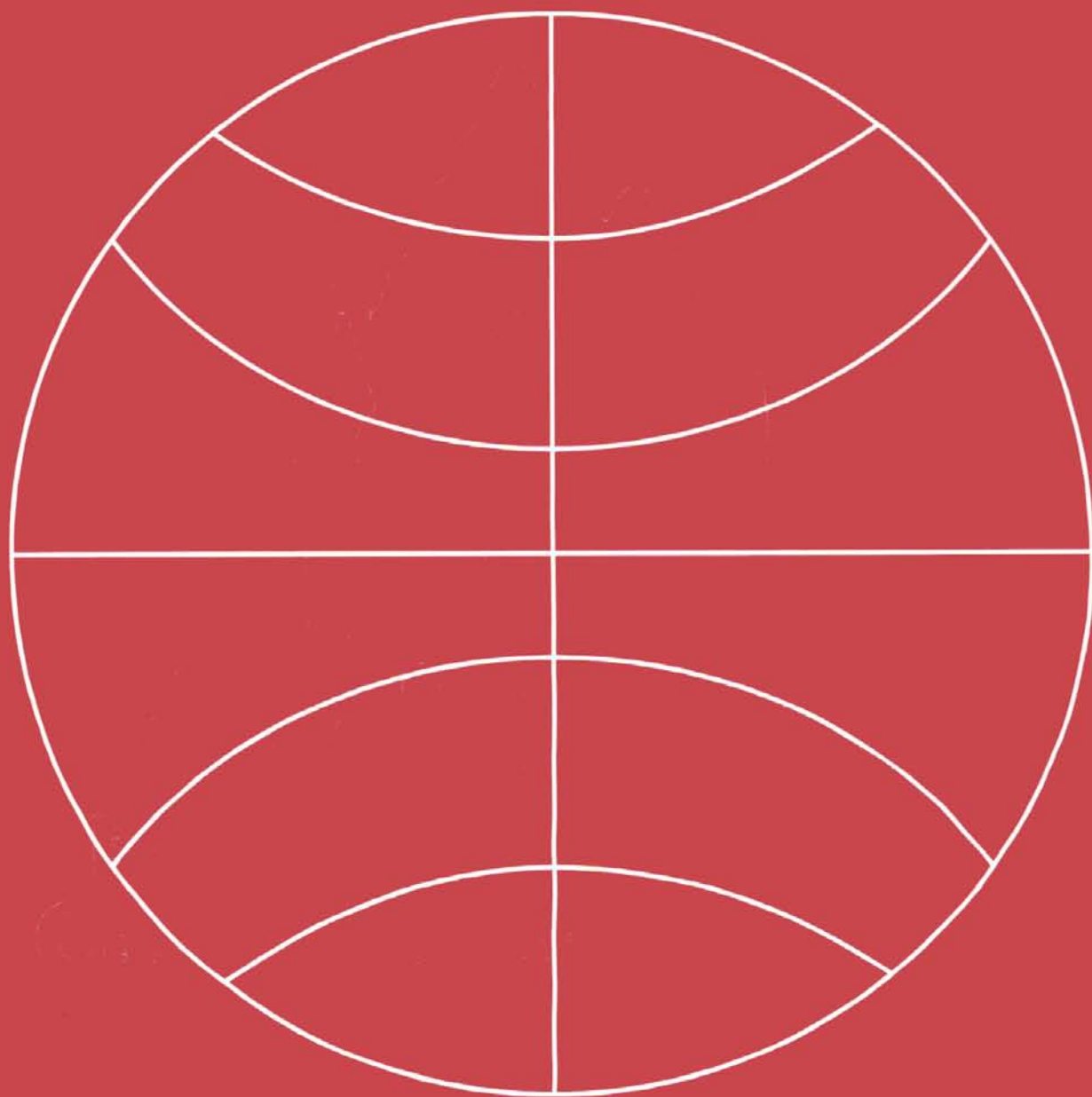

**FEDERACIÓN NACIONAL DE
CAFETEROS DE COLOMBIA**



Ensayos sobre

ECONOMIA CAFETERA

No. 23

Ensayos sobre

ECONOMIA CAFETERA



Federación Nacional de
Cafeteros de Colombia

Ensayos sobre ECONOMÍA CAFETERA

DIRECCIÓN

Gerencia General Federación

CONSEJO EDITORIAL

Gabriel Silva Luján
Luis Genaro Muñoz Ortega
Catalina Crane Arango
Diego Pizano Salazar

COORDINACIÓN EDITORIAL

Julián García
José Chalarca

TRADUCCIÓN

Cristina Lanzetta

DIAGRAMACIÓN Y FOTOCOMPOSICIÓN

Común Presencia Editores
comunpresencia@yahoo.com

Año 20 No. 23

Enero - Diciembre 2007

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 7

Carta a los lectores e investigadores

Diego Pizano-Salazar 15

Iniciativa mundial de los productos básicos

Néstor Osorio 17

Análisis de la Cadena de Valor y Poder de Mercado en el Procesamiento de Productos Básicos con aplicación a los sectores del Cacao y el Café

Christopher L. Gilbert 23

El comercio justo como un enfoque para administrar la globalización

Michael J. Hiscox 55

La cadena de valor de los productos orgánicos y del comercio justo y sus implicaciones sobre los productores de América Latina

Bernard Kilian, Connie Jones, Lawrence Pratt y Andrés Villalobos 67

Relaciones de tamaño, producción y trabajo en las fincas cafeteras colombianas

Andrés Lozano Karanauskas 85

Café de Colombia, Café Veracruz y Café de la Montaña Azul de Jamaica

Ramona Teuber 107

ANEXO ESTADÍSTICO 127

EDITORIAL*

GABRIEL SILVA LUJÁN¹

En primer lugar quiero saludar al Doctor Mauricio Bernal, presidente de la LXXI Asamblea de la Asociación Nacional de Exportadores de Café de Colombia, Asoexport, a Jorge Enrique Lozano Mancera, su presidente ejecutivo y a todos los miembros de la Junta Directiva de Asoexport, al asesor del Gobierno Nacional para asuntos cafeteros, Mauricio Perfetti del Corral, a Mario Aristizábal, gobernador electo del departamento de Caldas, quien es además un reconocido exportador, a los dirigentes cafeteros que nos acompañan, a los dirigentes cooperativos, a todos los representantes de la industria del sector exportador, a los invitados internacionales, que son del mayor calibre, a los delegados de las entidades financieras nacionales e internacionales y a los patrocinadores de este encuentro.

En un muy buen momento Asoexport ha planteado el interrogante sobre la cantidad de café que debe producir Colombia, es una pregunta que la Federación Nacional de Cafeteros se ha hecho por décadas.

Pero antes de entrar en el tema, aprovecho para mencionar que este año se cumplen 80 años de existencia de la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia. Esta organización se creó en medio de la crisis de finales de 1920 la cual obligó a los dirigentes a pensar en cómo construir una industria a largo plazo. Desde entonces la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia, representante legítimo de todos los caficultores colombianos, ha hecho una contribución muy importante, no sólo a la industria, sino a la estabilidad económica del país, al desarrollo y sin duda a la generación de una actividad exportadora para los particulares.

Durante los últimos cinco años como gerente de la Federación nos hemos preocupado por establecer una relación muy estrecha con los exportadores privados.

Los trámites son ágiles, las relaciones fluidas y la cooperación cada vez más transparente y clara. En ese sentido las relaciones entre los exportadores privados y la Federación Nacional de Cafeteros quizás está a travesando uno de sus mejores momentos.

La responsabilidad de la Federación trasciende el área productiva, va a lo social e incluso al área industrial. Los exportadores privados de Colombia y la Federación tienen claro y trabajan por uno de los principales activos de nuestra caficultura colombiana como es la credibilidad internacional. Eso ha sido parte del legado de estos 80 años de existencia de la Federación y lo seguirá siendo en el futuro.

Ahora permítanme entrar en la pregunta que nos ha planteado Asoexport. Quisiera señalar que esa pregunta la respondería el propio mercado en función de las variables de oferta y demanda pero en una caficultura como la colombiana, donde el 90 por ciento de los empresarios son campesinos, con menos de tres hectáreas de propiedad, distribuidos por geografías agrestes, adquiere otra dimensión.

No basta con que las fuerzas del mercado emitan señales; en café sabemos muy bien que no son tan claras, pero sí muy volátiles. El café es una actividad que requiere programación, planeación y previsión. Todo debe ser anticipado, planeado con años de anterioridad, por eso la pregunta tiene sentido y no basta con lo que determine el mercado.

* Conferencia presentada en la LXXI Asamblea de Asoexport el pasado 20 y 21 de noviembre de 2007 en Cartagena, Colombia.

1. Gerente General, Federación Nacional de Cafeteros de Colombia

EL CONTEXTO DEL MERCADO MUNDIAL CAFETERO

Lo primero que hay que señalar, como lo decía el Presidente de la LXXI Asamblea, es que el mercado mundial ha cambiado. Si uno mira el comportamiento de los consumidores en el mercado más grande, el de los Estados Unidos, encuentra que la tendencia ha cambiado sensiblemente. Por ejemplo, en el año 2003, el consumo diario entre 18 y 24 años, era de 16 por ciento y para el 2007 registra un incremento de 37 por ciento. El consumo diario de personas de 25 a 39 años también ha crecido.

Igualmente el consumo fuera de casa ha presentado crecimiento. Tradicionalmente allí era donde se generaba la mayor demanda de café.

Hoy día eso está cambiando. Entre el 40 por ciento y el 50 por ciento de los jóvenes de 18 a 24 y de 25 a 39 años, consumen café por fuera de sus casas. Los que no lo hacen son los adultos, quienes no son propiamente los consumidores del futuro. Eso se refleja en algunos estimativos sobre el número de tiendas de café en el mundo. Un estudio indica que para el año de 2015 las cadenas de café contarán con 105 mil tiendas a nivel mundial. Sólo ese incremento implicaría consumos entre 15 a 22 millones de sacos de café de calidad. Decimos de calidad porque afortunadamente este cambio de tendencia en el mundo viene acompañado de una preferencia que privilegia a los cafés finos.

Al observar el consumo de café gourmet se evidencia que los jóvenes han optado por la calidad. Entre el 2003 y 2007 se ha triplicado el porcentaje de jóvenes que consumen café gourmet. Es importante señalar, que en otros grupos de edades el consumo de café gourmet también ha mostrado tendencias positivas aunque con menor fuerza.

Estas nuevas tendencias del consumo premian la calidad. Colombia tiene la principal ventaja comparativa y competitiva para aprovechar ese cambio de tendencia; así lo indican sus características naturales, los microclimas, la diversidad, el comportamiento estacional, la posibilidad de ofrecer café fresco todo el año, las

prácticas de beneficio, la cultura artesanal del cuidado del cafetal. A pesar de un estancamiento que se empieza a revertir en el consumo per cápita, el consumo de café de Colombia se incrementa, en volumen, específicamente en los Estados Unidos.

Hay otras fuentes de esperanza y de confianza en las cuales el mercado mundial nos ofrece un contexto favorable para el crecimiento de la industria en Colombia. Si uno mira lo que ha pasado en la antigua Europa Oriental, en algunos países de Asia y obviamente en países productores como Brasil, la situación es muy interesante. Esta nueva frontera del café, que a veces desconocemos, nos da mucho optimismo sobre el futuro en mercados emergentes. Aunque en los mercados maduros el crecimiento se está dando por un desplazamiento esencialmente de las generaciones y de los tipos de café –de los de inferior a los de mayor calidad–, en los mercados emergentes vemos un crecimiento muy alentador en todas las categorías.

Comparando el índice de consumo de los mercados emergentes desde 1996 a 2007, encontramos por ejemplo que India creció el 70 por ciento, Rusia el 65 por ciento, China el 64 por ciento. En todos estos países se evidencia, que a pesar de arrancar de niveles bajos, hay un comportamiento dinámico en el consumo de café. Sin duda Brasil nos ha enseñado bastante en materia de consumo interno. Vemos como, por ejemplo, para este año se esperan 16 a 17 millones de sacos de consumo interno en dicho país, un crecimiento del 43 por ciento en la última década. Si continua este ritmo de expansión, el consumo interno de Brasil podría llegar a ser del orden de 22 a 25 millones de sacos hacia mediados de la próxima década. Es decir, Brasil está entrando en una fase en que, no sólo va a ser el principal productor del mundo, sino que será quizás el principal consumidor y demandante de su propio café.

LA ESTRATEGIA

En un contexto de calidad, la posición estratégica del café de Colombia, muestra un consumo mundial creciente –entre 1,5 y 2,2 por cien-

to al año—. Un desafío que requiere políticas explícitas deliberadas para defender su posición estratégica frente a ese mercado en cambio estructural.

Entre 1853 y 2006 Colombia ha tenido diferentes comportamientos en su volumen de producción. Históricamente la gran estrategia ha sido tener la producción necesaria para participar en el mercado con volúmenes que hagan la diferencia. Sin duda, esa volatilidad que se observa en los últimos 30 años está asociada a cambios en la productividad, introducción de nuevas variedades y nuevas tecnologías. Pero en general, Colombia no ha salido del mercado, todo lo contrario, ha estado siempre defendiendo su participación.

Gracias a los programas de renovación, de incremento de la productividad y de mejores prácticas agronómicas, Colombia ha incrementado su producción, de 10,6 millones de sacos en el año 2000, a 12,6 millones en 2007. Esto representa un incremento del 19 por ciento en el volumen de producción del país. Esta recuperación de la producción de dicho período le ha permitido suplir muchas de las carencias que se dieron en el mercado internacional como resultado de la crisis. Colombia, a diferencia de otros países de Centroamérica, África y Asia, logró superar la crisis sin un colapso en la producción. Gracias al esfuerzo de las instituciones cafeteras, del Gobierno Nacional, de la sociedad colombiana y de los exportadores privados, se logró sortear la crisis, sin duda apretándose el cinturón, sufriendo severas restricciones, pero manteniendo su presencia en el mercado y de hecho ocupando espacios que dejaban otros productores de café comparables.

Si Colombia continuara con el nivel de Producción actual pasaría de representar el 9 por ciento del mercado mundial, a sólo el 7,6 por ciento, tomando un escenario conservador que presupone 142 millones de sacos de consumo para el 2015. Esta disminución en la participación haría que la presencia de los productores de café de Colombia disminuyera en relevancia, importancia, y posición estratégica.

Para defender el posicionamiento de Colombia como proveedor confiable de importantes volúmenes de café de calidad, se requiere de un esfuerzo adicional.

A Colombia se le reconoce sin duda por su calidad, pero tiene una oportunidad histórica porque el mundo, los grandes consumidores e incluso la industria tradicional de tostión, demandan mayores y crecientes volúmenes de café de calidad. La gran definición estratégica es defender su participación en el mercado internacional, en ese segmento en el que tiene competitividad natural por tener los volúmenes adecuados que requieren los grandes actores de la industria.

Una cosa es buscar un café especial, de altura, de las montañas de Centroamérica para comprar un lote o dos, y otra cosa es el volumen de café de alta calidad que requiere la producción y para millones de consumidores que se están incorporando a ese segmento de calidad; gracias a esfuerzos como los de Starbucks, Juan Valdez y tantos otros que están buscando llevarle ese sabor y esa calidad a los nuevos consumidores. Estos niveles sólo los puede suplir Colombia.

Tenemos una oportunidad que no podemos desperdiciar y esa es la definición estratégica que estamos considerando y presentando a ustedes hoy.

Ustedes como exportadores privados, como actores de la industria saben muy bien que la confiabilidad es la moneda con la que se negocia el café, no son dólares, no son cotizaciones en bolsa, es la confiabilidad. Si no se despacha café a tiempo y en los volúmenes acordados y, no se programa la producción para garantizar el suministro, entonces allí el café pierde valor. Con respecto a eso, quiero decir que son las instituciones cafeteras las que permiten añadirle valor de certidumbre al esfuerzo de tantos actores particulares e individuales, de allí que la confiabilidad tiene que ver con el volumen y con la alta calidad que ofrece el café de Colombia.

Es necesario ser proactivos y acompañar a la industria, a los tostadores, a los nuevos con-

sumidores y a los jóvenes que están surgiendo en este nuevo contexto, para satisfacer sus necesidades de consumo. Colombia no se puede quedar atrás, tiene que pensar estratégicamente en su posicionamiento en el mercado mundial, ya que una disminución en la participación de Colombia en el mercado tendría implicaciones sociales y efectos sobre el campo cafetero colombiano.

EL DESAFÍO SOCIAL DE LA CAFICULTURA ES LA ACTUALIZACIÓN PRODUCTIVA DE LA MITAD DEL ÁREA EN CAFÉ.

Colombia tiene aproximadamente 400 mil hectáreas en café envejecidas, esto es, la mitad de su caficultura. Mientras una parte de la zona cafetera está en condiciones óptimas de producción, asociada a programas de renovación y productividad, a niveles elevados de absorción de nuevas tecnologías; la otra parte está en el pasado y le pertenece a los más pobres, débiles y vulnerables.

Estos cafetales tienen en promedio 22 años. Sabemos qué significa esto. Al analizar el comportamiento de un cafetal con densidad promedio de cinco mil árboles por hectárea, se observa que el cultivo comienza su nivel óptimo productivo al tercer año, entre el quinto y el sexto llega al máximo y, empieza a decaer.

Así, cuando se analiza esta producción en términos de salarios mínimos generados, se observa que en el nivel máximo productivo, el caficultor puede recibir hasta 23 salarios mínimos mensuales por año, eso es un ingreso decoroso, de hecho mejor que el ingreso promedio urbano y es garantía de un bienestar superior al promedio del país. Un cafetero con una hectárea de café en condiciones óptimas, está muy por encima de los niveles de miseria e incluso por encima del ingreso promedio de las ciudades. Este aspecto es importante porque es la única forma de retener al caficultor y la mano de obra en el campo.

Después de ese punto óptimo, el ingreso cae dramáticamente y a partir del año número 11

se ubica en 4.5 salarios mínimos mensuales por año, es decir, la absoluta miseria. En estas condiciones se encuentran la mitad de los caficultores colombianos y la mitad del área de café, por eso decimos: la renovación, más que una política estratégica es una política de cambio social. Históricamente tenemos la oportunidad para lograr una profunda transformación social del campo y garantizar la presencia de Colombia como líder en el mercado internacional de café de calidad.

Esto se ilustra con la clara correlación que existe entre el envejecimiento de los cafetales y la calidad de vida de los productores, la cual fue calculada por la Oficina de Asesores del Gobierno en Asuntos Cafeteros y el Crece. Entre mayor es la edad promedio de los cafetales en un departamento, las condiciones de vida de las familias cafeteras empeoran. Así, el índice de condiciones de vida de los hogares cafeteros en departamentos con cafetales productivos, jóvenes y renovados como Quindío, Valle, Risaralda, Caldas, Nariño es mucho mayor que en departamentos con caficulturas envejecidas como Cundinamarca, Tolima, Cauca, Boyacá, Norte de Santander, Magdalena, Cesar y Guajira.

Cabe señalar, que esta correlación no se afecta por el tamaño de la propiedad o el tipo de producción. Por ejemplo, en Nariño estamos hablando de una caficultura minifundista, en Risaralda de medianos caficultores, en Quindío de medianos y grandes. Pero lo que sí prevalece es que entre más joven el cafetal, mejores condiciones de vida.

Tenemos aquí una coyuntura, única en la historia de un país. Debemos aprovechar un mercado mundial que exige el café que produce Colombia y que lo está demandando en volúmenes crecientes y, una caficultura que requiere un arraigo en la mano de obra para poder seguir siendo competitiva y que sólo se puede lograr si esas 300 mil familias se mantienen en el campo. Estamos frente a la oportunidad de un gran cambio social que eleve el estándar de vida de los caficultores y del sector rural colombiano.

UN PROGRAMA PARA COMPETIR Y SOSTENERSE

La Federación Nacional de Cafeteros y el Gobierno Nacional adoptaron un programa de competitividad y sostenibilidad de la caficultura colombiana que no sólo se concentra en los caficultores con cafetales envejecidos, sino con toda la caficultura. Primero explicaré el componente del programa que tiene que ver con la caficultura envejecida.

Para este componente se acordó invertir 1,8 billones de pesos. Hacía muchos años que el campo colombiano no veía un nivel de inversión de esa magnitud, con contribución del Gobierno Nacional, de los caficultores, del Fondo Nacional del Café y sin duda de los propios comercializadores que están ayudando con su presencia en el mercado.

Con esta inversión se espera durante los próximos cinco años apoyar la tecnificación de 300 mil hectáreas envejecidas (las que están con un promedio de 22 años) y llevarlas al nivel óptimo productivo. Significa que cada caficultor beneficiario de este programa, va a ver multiplicados sus ingresos hasta 8 veces gracias a ese rejuvenecimiento y renovación de los cafetales.

A través de un crédito subsidiado hasta por el 40 por ciento del capital, así como el total de los intereses, los pequeños caficultores podrán renovar hasta hectárea y media. Desde el punto de vista de producción este esfuerzo puede contestar la pregunta que nos hace Asoexport.

En el tema de la renovación, existen diferentes escenarios para la producción colombiana.

Si no hacemos nada con la caficultura envejecida, Colombia se mantendrá produciendo entre 12,6 y 12 millones de sacos entre 2008 y 2014, es decir, que se habrá perdido la oportunidad de avanzar estratégicamente en una posición de liderazgo y consolidación en los cafés de calidad.

Por otra parte, si suspendiéramos el programa de competitividad que se financia con la contribución cafetera, la producción pasaría de 12,6 millones de sacos a 8,5 millones de sacos, es decir, desaparecería la caficultura del país.

La importancia del programa radica en que suma competitividad y sostenibilidad. La producción se eleva gradualmente dentro de la misma área; no se está hablando de una sola hectárea más, de un solo caficultor nuevo. Lo que se plantea es recuperar el activo de cultura cafetera que ya existe y las tierras que ya están sembradas en café.

Con la ejecución del programa, la producción pasaría de 12.6 a 16.6 en el 2014. En un escenario conservador, desde el punto de vista de la participación de Colombia en el consumo mundial, sin renovación de ningún tipo, Colombia pasaría del 10 por ciento de participación actual en el mercado al 6 por ciento en 2014. Si solo se continúa con el programa tradicional de competitividad que llevamos a cabo los últimos años, la participación de Colombia en el mercado alcanzaría tan sólo el 8 por ciento de participación, esto es, se perderían dos puntos del mercado.

Así las cosas es fundamental defender la participación de Colombia en el mercado y recobrar el promedio histórico de 12 por ciento en el 2014, con el espacio suficiente para aprovechar las nuevas oportunidades que se dan en el mercado internacional. Con esta estrategia se alcanzaría la cuadratura de círculo: cambio social, mayor productividad, apalancamiento estratégico y futuro para la caficultura.

Tiene razón nuestro presidente de la Asamblea, cuando dice que tanto la productividad como la rentabilidad son importantes.

En ese sentido Colombia ha logrado mantener una situación de liderazgo produciendo volúmenes importantes de café a un costo rentable y aceptable para un tamaño de economía cafetera como la nuestra. No nos olvidemos que también está haciendo un tránsito gradual pero acelerado a cafés especiales y a valor agregado. Así como el consumo interno de Brasil disminuye la disponibilidad de café para el mercado mundial, también los cafés especiales, el valor agregado y el procesamiento nacional del café, disminuye la oferta de café verde estándar colombiano al mercado. Si sigue creciendo ese segmento, las necesidades de café podrían ser

aun mayores, por encima de los incrementos en producción que se obtendrían con el programa de renovación. Por ahora nuestro compromiso y nuestra meta es sostener el espacio estratégico que han conquistado los colombianos en siglo y medio de caficultura.

Los productores con cultivos de más de 10 hectáreas en Colombia representan el 5.6 por ciento del total de los caficultores del país, es decir, 28.600 caficultores. Pero ese número de caficultores es responsable del 47 por ciento de la producción nacional. No podemos simplemente diseñar una política sin pensar que la simbiosis característica de la caficultura colombiana, exige una política innovadora para ese grupo de caficultores que representan cerca de la mitad de la producción nacional.

Cuando digo simbiosis me refiero a que una caficultura de pequeños productores necesita el ingreso que se genera de ceder su mano de obra, temporalmente, a la caficultura de mayor tamaño para la recolección y labores culturales. Ese ingreso es fundamental para arraigar y defender al caficultor pequeño en el campo.

La caficultura de Colombia es y será una caficultura de gente. Hay una relación estrecha entre el programa de renovación de cafetales envejecidos y la productividad y el dinamismo de la caficultura empresarial. Sin esos dos elementos no existiría futuro para la caficultura del país.

Los pequeños productores requieren de la disponibilidad de empleo que se genera en la caficultura empresarial y la caficultura empresarial requiere de un caficultor acomodado, tranquilo, en condiciones de vida aceptables en su pequeña parcela. Por esto lanzamos también dentro del programa sostenibilidad y futuro para la caficultura, un programa dedicado exclusivamente a este grupo.

Estrategias

Voy a señalar las estrategias ya concertadas financiadas y apoyadas por el Fondo Nacional del Café y por el Gobierno Nacional.

- Reestructuración de las zonas de producción sub-óptimas.

- Apoyar la mejora en la productividad del trabajo. En el sector cafetero las condiciones laborales, la productividad y la seguridad social, son necesidades inminentes. Hay que acompañar al productor de mayor tamaño para que pueda, de la mano de la Federación y del Estado, ofrecer las condiciones de vida que impliquen mejor productividad y costos rentables de la caficultura.
- Incrementar la calidad del grano. Esta estrategia es fundamental en este tipo de producciones por el impacto que tiene en la caficultura de mayor tamaño. El precio promedio recibido por el café que se produce en las fincas de mayor tamaño y el que se produce en las de menor tamaño, puede variar hasta en un 40 por ciento, por el factor de calidad. Hay una mina de oro en el mejoramiento de calidad de los grandes productores de café.
- Sin duda tenemos que aumentar el acceso al crédito, y la penetración de nuevos mecanismos de comercialización. Una mínima parte del café que comercializan los productores está asociado a estrategias de cobertura y de defensa del ingreso. Estas son indispensables, para reducir la volatilidad que tanto impacto negativo tiene sobre los caficultores, sobre todo en aquellos de gran tamaño. La penetración de los instrumentos innovadores de comercialización y de protección de ingreso son muy bajos y son ellos, los de mayor tamaño, los mejores sujetos para este tipo de políticas.

Todos estos sueños no serían posibles si no existieran las instituciones cafeteras colombianas. La Federación Nacional de Cafeteros de Colombia y el Fondo Nacional del Café, son instrumentos únicos en el mundo, que han sufrido épocas complejas y las sigue sufriendo.

En estos cinco años, la revaluación ha reducido los ingresos del Fondo en más de 30 por ciento, debido a que estos se tasan en dólares. A pesar de ello los servicios al caficultor se han incrementado sustancialmente.

La Comisión del Libro Verde, que tanto nos gusta citar, propuso en el año 2002 una contribución mínima de seis centavos de dólar por libra de café verde exportada, para defender los servicios esenciales de la institución a los cafeteros, haciendo una salvedad, mínimo seis centavos con una tasa de cambio de 2900 pesos por dólar.

Hoy, estamos con esos mismos seis centavos que propuso la comisión, pero con un cambio de 2000 pesos por dólar. Se está haciendo otra vez la multiplicación de los panes y los peces con recursos muy limitados y dentro de una gran austeridad.

Los bienes públicos que genera el Fondo Nacional del Café son esenciales para que un caficultor –en Antioquia, Caldas, Guajira o Nariño–, no quede huérfano. ¿Qué hace un caficultor parado en una hectárea y media de café sin poder tener acceso a bienes colectivos como la ciencia, los servicios técnicos, la comercialización, la visión estratégica de la renovación? Todo eso no sería posible sin las instituciones cafeteras colombianas. Y tampoco sería posible sin la garantía de compra, porque allí a donde no llegan nunca los privados, o llegan y después se van, siempre está la Federa-

ción de Cafeteros ofreciendo la posibilidad de vender el café al mejor precio posible. Esa presencia en la comercialización es la que le ha dado estabilidad y le ha permitido a Colombia desde 1853 a hoy, tener los volúmenes de producción que demanda el mercado internacional y defender su participación.

Para terminar, quiero tratar un aspecto que señaló muy bien Mauricio Bernal, presidente de la LXXI Asamblea, Colombia es una industria de café que no simplemente produce un commodity, es una industria que produce una historia. Colombia vende la gran historia de su gente, de la calidad de su café. No podemos pensar que puede ser un país donde se sacrifique la calidad, que además es el resultado de un esfuerzo colectivo de comercializadores, de exportadores, de instituciones, desde el cafetal, hasta la inspección del puerto. Esa cadena de valor que genera diferenciación es esencial para que esas proyecciones se puedan cumplir. Por eso el posicionamiento del país en los nuevos formatos, en los nuevos nichos, en los nuevos segmentos, es definitivo. Por eso Juan Valdez es y será el símbolo de los valores de trabajo duro, honestidad y calidad que caracterizan la caficultura colombiana.

Carta a los lectores e investigadores

Diego Pizano-Salazar*

Estamos celebrando 20 años de esta publicación y por eso he preparado esta breve nota para comentarles como nació esta revista.

En 1987 el Dr. Roberto Junguito y el suscrito le propusimos al Dr. Jorge Cárdenas iniciar la preparación de tres libros sobre la economía cafetera nacional e internacional. El propósito de esta iniciativa era ofrecer una visión integrada de diversos aspectos relacionados con el desempeño del principal sector de la economía colombiana en el siglo XX¹. El Gerente aceptó la idea con entusiasmo pero a la presentación del proyecto en un Comité de Gerencia, algunas personas comentaron que además de este esfuerzo, la Federación debería tener una revista para recoger los trabajos de investigadores nacionales y extranjeros sobre temas vinculados al café, los productos básicos y el desarrollo económico. La idea me pareció importante y la apoyé en forma inmediata; se trataba de un esfuerzo complementario que permitiría un mayor contacto con diversas universidades, centros de investigación y organismos multilaterales; además permitía estimular a los jóvenes investigadores ya que el Consejo Editorial estaba dispuesto a acoger trabajos de buena calidad.

Por esa época el Banco de la República ya tenía algunos años de experiencia con su revista 'Ensayos de Política Económica' y el entonces Gerente General, el Dr. Francisco Ortega, nos dio valiosos consejos de cómo promover una publicación independiente de alto nivel técnico. El Dr. Sergio Cavijo estaba encargado de la coordinación de esa publicación en 1988 y también nos transmitió su experiencia en forma desinteresada.

Así nació esta revista hace 20 años y desde el inicio el Gerente nombró al suscrito como coordinador de la publicación. Al llegar el

Dr. Gabriel Silva a la Gerencia en el año 2002, me fue ratificado este encargo.

En estos 20 años hemos publicado veintitres números que contienen más de 120 artículos, seleccionados por su calidad y relevancia. Hemos contado con contribuciones de académicos e investigadores internacionales de primer nivel y también de reconocidos expertos vinculados a organismos multilaterales. Esta publicación se convirtió en una referencia básica para los analistas que han abordado el tema del café en Colombia y América Latina. Para dar sólo un ejemplo, si uno revisa el informe de la Comisión de Ajuste de la Institucionalidad Cafetera (2002), va a encontrar que los autores utilizan varios artículos de la revista para sustentar algunas de sus recomendaciones. En distintos Informes de entidades multilaterales e investigadores extranjeros también la citan como documento confiable. En varias universidades colombianas, la revista ha sido fuente bibliográfica para elaborar tesis de pregrado y postgrado. Algunas de las mejores tesis se convirtieron en artículos que se publicaron en la revista.

Al llegar al número 23 y después de 20 años al frente de la coordinación de esta publicación, he decidido dejar esta estimulante labor. Aprovecho la oportunidad para agradecer a los lectores y a los investigadores por su interés y cooperación a lo largo de todos estos años. Para terminar quisiera dejar constancia de mi agradecimiento con Don José Chalarca quien ha acompañado esta publicación desde su inicio, manejando el procesamiento de los textos, la diagramación, la corrección de pruebas y las relaciones con las imprentas. En los últimos años el economista Julián García también me apoyó en la revisión técnica de los textos y quisiera agradecerle por esta eficaz colaboración.

* Asesor Internacional de la Gerencia General de la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia.

1. Estos libros se publicaron en 1989, 1993 y 1997 como una coedición de Fedesarrollo y el Fondo Cultural Cafetero.

Iniciativa mundial de los productos básicos

Construir basándose en intereses comunes

Néstor Osorio¹

INTRODUCCIÓN

Los productos básicos, los agrícolas en especial, siguen ocupando un lugar central en la vida social y económica de un buen número de países en desarrollo, y en muchos casos afectan su estabilidad política. La dependencia de unos cuantos productos básicos sigue siendo un factor constante en el mundo en desarrollo. Es por este motivo que tengo la esperanza que este documento dé una clara señal de que las cuestiones relacionadas con los productos básicos ocupan nuevamente un lugar central en la agenda internacional para el desarrollo mientras nos preparamos para la UNCTAD XII, que tendrá lugar el próximo abril. En mi exposición usaré el ejemplo del café, que conozco bien, para ilustrar unas cuantas cuestiones comunes que afectan a la mayoría de los productos básicos agrícolas. El café es un producto básico especialmente apropiado en este contexto por las razones siguientes:

- Genera grandes cantidades de ingresos en divisas. Normalmente al menos 10 mil millones de dólares al año para los países productores.
- Proporciona una fuente fundamental de ingresos en efectivo a 25 millones de agricultores de todo el mundo.
- Es un producto agroindustrial que tiene una compleja cadena de la oferta.

- Se produce, por lo menos, en 50 países en desarrollo, muchos de los cuales son países menos adelantados (PMA).

LOS ORGANISMOS INTERNACIONALES DE PRODUCTOS BÁSICOS COMO AGENCIAS DEL DESARROLLO

Los Organismos Internacionales de Productos Básicos (ICBs por sus siglas en inglés), reúnen a los principales interesados en cada uno de los sectores de productos básicos. Se dedican al diseño de instrumentos de cooperación y la implementación de iniciativas concretas. En general están firmemente orientados hacia el desarrollo por las siguientes razones:

El desempeño económico y las perspectivas de desarrollo de muchos países en desarrollo dependen en gran medida de las exportaciones de productos básicos. La fuerte dependencia de esos países de unos pocos productos básicos ha tenido en general unos efectos económicos desfavorables, con consecuencias perjudiciales en cuanto al crecimiento y la reducción de la pobreza.

Los productos básicos, como el café, proporcionan una parte particularmente importante de los ingresos de exportación de los países en desarrollo, y el gran número de productores que dependen del café para la mayoría de sus ingresos se han visto muy afectados por la pronunciada caída de los precios del último período de crisis, que duró cerca de cinco años, entre 2000 y 2004. Mediante proyectos de desarrollo y en

1. Director Ejecutivo de la Organización Internacional del Café (OIC). Discurso de apertura Conferencia organizada por el Fondo Común para los Productos Básicos, la Secretaría del Grupo ACP, la UNCTAD y el PNUD Brasilia, 7-11 mayo 2007

el marco de la lucha contra la pobreza en las zonas productoras, los ICBs, pueden promover actividades que aumenten los ingresos de los productores.

Dado que definen y coordinan las iniciativas de desarrollo, los ICBs tienen la capacidad, no sólo de movilizar a todos los participantes en el sector sino también para usar su conocimiento especializado en los asuntos relacionadas con los productos agroindustriales –que son sumamente complejas debido a la amplia gama de tecnologías y factores económicos que intervienen en la producción, el comercio y el consumo–. Por eso mismo, es importante que reciban el apoyo necesario para que puedan impulsar con eficacia la persecución de sus objetivos. Los proyectos cafeteros son un buen ejemplo de ayuda al desarrollo que la Organización patrocina para los países beneficiarios y, lo que es de importancia crucial, lo hace por áreas de acción. En esto reside el especial valor del enfoque del Fondo Común para los Productos Básicos (CFC por sus siglas en inglés), que puede abordar las cuestiones relacionadas con los productos básicos intrínsecamente en vez de hacerlo según el modelo tradicional de proyectos en los que intervienen donantes y un solo país destinatario.

La OIC es el ICB designado para tratar el tema del café y tiene la responsabilidad de presentar oficialmente proyectos al CFC. En su calidad de ICB, tiene también la responsabilidad de priorizar, formular y supervisar los proyectos y de obtener participación de las partes interesadas y, en especial, de los beneficiarios.

EL PAPEL DE LOS ORGANISMOS DE PRODUCTO BÁSICOS EN EL DESARROLLO RURAL

Los ICBs están firmemente comprometidos para contribuir al logro de los Objetivos de Desarrollo del Milenio. Cabe señalar que:

Muchos países productores de productos básicos corresponden a los menos desarrollados. Por tal motivo, las actividades de los proyectos que se propician tienen como objetivo esta categoría. De hecho, la división geográfica de los

proyectos del CFC refleja una definitiva prioridad hacia los países menos desarrollados.

Los principales grupos de beneficiarios elegidos para proyectos de desarrollo de los ICBs pueden identificarse con referencia a:

- a) poblaciones que sufren un nivel sustancial de pobreza;
- b) poblaciones y economías que dependen fuertemente de los productos básicos;
- c) zonas en las que hay pocas alternativas económicas viables diferentes a los productos básicos; y
- d) zonas en las que los productos básicos generan empleo rural estable, y en donde las alternativas podrían ser los desplazamientos perturbadores de la población a zonas urbanas, emigración o cultivo de productos dañinos desde el punto de vista social.

PRIORIDADES DE LOS PROYECTOS CAFETEROS

El punto de inicio para los proyectos patrocinados por la OIC, en su calidad de ICB en temas cafeteros designado por el CFC, es la definición de una clara estrategia de desarrollo para el producto. Esto tiene sentido, dado el conocimiento especializado que tiene en cada producto el ICB designado y el hecho de que reúne a los principales participantes y agentes que toman las decisiones. Más en particular:

Para los proyectos de desarrollo cafetero, la estrategia de desarrollo cafetero de la OIC (documento EB-3768/01 Rev. 3) proporciona el marco de referencia. Esa estrategia es revisada periódicamente tomando en debida consideración las prioridades del CFC y las cuestiones relacionadas con el desarrollo cafetero que plantean los países miembros en la OIC. Basándose en esto, se identifican las áreas de trabajo, examinadas y aprobadas por el Consejo Internacional del Café. Se obtienen también aportes adicionales derivados de la experiencia adquiri-

da en los proyectos concluidos, sugerencias procedentes de la Segunda Conferencia Mundial del café y otros estudios que se llevan a cabo sobre cuestiones técnicas concretas como puedan ser la diversificación y la sostenibilidad.

Es importante también subrayar que el principal objetivo de la estrategia de desarrollo cafetero es el de hacer una aporte práctico al desarrollo sostenible y a la reducción de la pobreza, otorgando la debida importancia a los aspectos económicos, sociales y ambientales de la sostenibilidad, tal como se definieron en la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Medio Ambiente y Desarrollo que se celebró en Río de Janeiro en 1992. En ese contexto, todos los proyectos cafeteros que se proponen son sostenibles.

En general, los proyectos cafeteros patrocinados por la Organización tratan de:

- a) alentar la estabilidad y un nivel de vida razonable para todos aquellos que tienen que ver con el café, consiguiendo ingresos adecuados para los productores, y asegurando al mismo tiempo que se de el cuidado adecuado al mantenimiento de la calidad, más que de la cantidad, del café que se produzca. Esto concuerda también con el Programa de la OIC de Mejora de la Calidad del café, que establece normas básicas de calidad para el café;
- b) estimular –sin intervenir en el mercado– el equilibrio entre la oferta y la demanda, en particular mediante el estímulo del consumo en países productores, y en donde el sector privado por si solo puede carecer de la logística para actuar. El desarrollo del mercado en los países productores tiene también una serie de efectos positivos en cuanto a la adición de valor;
- c) promover el uso de tecnologías que no dañen el medio ambiente en toda la cadena de producción y procesamiento, como pueden ser el control biológico integrado de las plagas y una tecnología mas avanzada para el proceso de beneficio. Ejemplos de ello son

los enfoques de manejo integrado de las enfermedades y plagas que se aplican por medio de CABI, y los proyectos de rehabilitación;

- d) reconocer la importancia social de las comunidades de caficultores establecidas y la dificultad de encontrar fuentes alternativas de ingresos en muchas de las zonas productoras de café, en particular programas de diversificación (tanto horizontal como vertical) que formen parte de la nueva visión estratégica de la Organización para luchar contra la pobreza en las zonas productoras de café. La diversificación horizontal promueve, cuando las condiciones lo permiten, actividades generadoras de ingresos que pueden proteger a los agricultores contra la dependencia total de un monocultivo, y se propone diversificar viejos cafetales y llevarlos hacia unos sistemas de producción más orientados hacia el mercado y que no dañen el medio ambiente, mientras que la diversificación vertical busca tipos de café y más procesamiento que pueda asegurar un mayor valor agregado;
- e) encontrar sinergias y establecer asociaciones con otros organismos que promuevan la sostenibilidad y evitar así la duplicación de actividades. Por ejemplo mediante memorandos de entendimiento que se firman con los organismos especializados pertinentes. En la actualidad han sido nombradas 15 instituciones internacionales, entre las que figuran el Banco Mundial, la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO), el Centro de Comercio Internacional UNCTAD/OMC (CCI) y CABI, para supervisar y administrar la ejecución de proyectos cafeteros sobre el terreno día a día.

Cada cinco años el CFC formula también directrices para establecer el orden de prioridades de los proyectos para los que se quiera obtener financiación. En el plan de acción anterior hay nuevas prioridades y conceptos para abordar la reducción de la pobreza y aumentar

la competitividad en el mercado. Se subraya en particular el concepto de la cadena de la oferta, que ha sido un elemento primordial en el trazo, la ejecución y la vigilancia de los proyectos, junto con el desarrollo sostenible y la diversificación. Yo valoro ese enfoque y quiero indicar la importancia que tiene en el café, el que se define la cadena de la oferta de modo que abarque desde la semilla hasta la taza.

El nuevo plan de acción del CFC se está elaborando en consulta con los ICBs. Para ayudar al CFC a formular su Plan de acción quinquenal 2008 - 2012 se han celebrado varias reuniones de consulta, tal y como ocurrió en la reunión de trabajo CFC/OIC sobre prioridades de desarrollo cafetero que tuvo lugar el 27 de septiembre de 2006 en la OIC.

¿QUÉ MÁS ESTÁN HACIENDO LOS ICBs PARA CONSEGUIR LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO DEL MILENIO?

Los problemas relacionados con el desarrollo rural y la reducción de la pobreza siguen estrechamente vinculados con cuestiones de comercio de productos básicos. Eso fue reconocido por la Vicesecretaría General de las Naciones Unidas en 2003, cuando hizo la observación de que era probable que los problemas de países que dependen considerablemente de productos básicos, como el café, impidan que se avance en la consecución de los Objetivos de Desarrollo del Milenio de las Naciones Unidas. Cada vez es más claro que la cadena de valor está, con demasiada frecuencia, sesgada en contra de los países productores y que el crecimiento del consumo mundial no es lo bastante dinámico.

Teniendo en cuenta que no sólo la economía cafetera mundial languideció en medio de la agonía de la peor crisis de su historia en la última década, con unos precios tan bajos que dieron lugar a crecientes niveles de pobreza, desempleo, violencia social y disturbios en los países productores, sino también que las esferas de acción de desarrollo cafetero no siempre concuerdan con las prioridades de los principales donantes. La Organización ha tratado de hacer

todo lo posible por aumentar la conciencia del problema en la comunidad internacional, al tiempo que ha hecho un llamado los organismos de cooperación internacional para que colaboren con la OIC para canalizar iniciativas encaminadas a resolver los problemas creados por la crisis, que se han convertido cada vez más en problemas de desarrollo en vez de serlo simplemente de mercado.

Con este fin me he puesto en contacto con muchos dirigentes de las principales instituciones multilaterales, asociaciones de comercio de café y dirigentes políticos.

También se ha tratado de aumentar el conocimiento de los problemas cafeteros enviando comunicaciones a grupos o reuniones de alto nivel. Figuran entre estas la Declaración de Johannesburgo: el 21 de agosto de 2002, en la que presentó ante la Cumbre Mundial del Desarrollo Sostenible un documento en el que se llamaba la atención acerca de la crisis del café como una amenaza al desarrollo sostenible. Declaraciones ante el G8: en junio de 2003 y julio de 2005 ante las Cumbres de los G8, en Francia y en Escocia, se presentaron documentos sobre la crisis del café. Estos documentos ofrecen un resumen de las cuestiones políticas pertinentes; Cumbre de la Asamblea General de las Naciones Unidas para revisar los Objetivos de Desarrollo del Milenio: en septiembre de 2005 se presentó en este foro una declaración acerca de los efectos de la crisis de los bajos precios del café.

Esto llevó a varios resultados:

La creciente conciencia del problema en la comunidad internacional, junto con las medidas propuestas por la Organización para abordar el desequilibrio del mercado, disfrutaron ahora de amplio apoyo desde el punto de vista conceptual, aunque todavía necesitan financiación adicional para aplicarlas con eficacia. Espero y deseo que el peldaño que haya que salvar entre el acuerdo conceptual y la inserción de los recursos necesarios en los presupuestos de cooperación en el desarrollo sea lo más corto posible.

El desafío ahora es el de aprovechar esas manifestaciones de apoyo para asegurarse de que las iniciativas de los ICBs reciban el mayor apoyo posible para que puedan ser efectivas y que se movilice apoyo financiero para los proyectos de desarrollo cafetero, en especial para los que buscan poner en práctica actividades de diversificación y de desarrollo del mercado.

La OIC se esfuerza en que las tendencias de la producción sean plenamente comunicadas a las entidades financieras o donantes, para evitar que se apoyen proyectos que pudieran exacerbar el desequilibrio entre la oferta y la demanda. Se han creado varias iniciativas de sostenibilidad, principalmente dirigidas por países consumidores. Si bien esas iniciativas tienen muchos aspectos positivos, algunas se concentran en los aspectos sociales y ambientales de la sostenibilidad y le restan importancia a los aspectos económicos, que son un problema mucho mayor. Sería muy contraproducente que los consumidores pensaran que hay problemas medioambientales relacionados con el café, cuando la mayor parte del cultivo de café hace un aporte positivo tan grande en esferas como la del secuestro del carbono, la estabilidad del suelo, la conservación de la biodiversidad y el apoyo a las comunidades sociales.

EL APOYO RECIBIDO DEL CFC

La OIC ha desarrollado una estrecha y constructiva relación con el CFC. Desde 1995, gracias a los proyectos de desarrollo realizados en África, Asia, Latinoamérica y el Pacífico, la OIC en conjunto con el CFC y otros organismos de desarrollo internacional, han venido contribuyendo a la labor de elevar el nivel de vida de familias que dependen económicamente del café. Hasta la fecha, el CFC ha facilitado aproximadamente el 51% de la financiación de 27 proyectos, por un valor total de más de US\$75 millones. El resto de la financiación ha procedido de instituciones donantes bilaterales y multilaterales en calidad de cofinanciación, y de los países beneficiarios en calidad de contribuciones de contrapartida.

CONCLUSIÓN

Permítaseme concluir indicando que, aunque el papel de los ICBs como reguladores del mercado mundial ya no es relevante, sí lo es su papel como importantes agentes del desarrollo. Por lo tanto, deberían ser capaces de actuar como elementos valiosos para la asignación de los recursos que contribuirán positivamente a la consecución de los Objetivos de Desarrollo del Milenio.

Análisis de la Cadena de Valor y Poder de Mercado en el Procesamiento de Productos Básicos con aplicación a los sectores del Cacao y el Café¹

Christopher L. Gilbert²

INTRODUCCIÓN

Este artículo tiene una agenda metodológica y una sustantiva. A nivel metodológico examina la contribución potencial del análisis de la Cadena Global de Valor (CGV) al sector de los productos básicos. En términos sustantivos propone resolver la aparente paradoja según la cual los precios al por menor del café y del chocolate han declinado levemente durante las pasadas tres décadas pero al mismo tiempo los precios al productor han caído más dramáticamente. Esto ha resultado en disminuciones sustanciales en la participación de los productores en los precios al por menor. Algunos analistas ven estas reducciones en la participación del productor como el resultado del ejercicio de poder monopólico y monopsónico de las industrias procesadoras las cuales, de hecho, muestran altos niveles de concentración.

El término «cadenas globales de valor» parece ser original de Hopkins y Wallerstein (1977, 1986, 1994), quienes propusieron analizar la secuencia de procesos que tienen lugar en la producción de un producto final. Este esfuerzo estaba motivado en parte por el hecho de que muchos bienes industriales son procesados en varios países antes de su venta al por menor y ese comercio de productos intermedios se ha

convertido en un componente muy importante del comercio internacional.

Los procesos de producción de muchos productos agrícolas tropicales tradicionales generalmente son menos complicados. En algunos casos el producto minorista puede parecer sólo un poco más que el insumo básico reempacado. El café tostado parece acomodarse a este paradigma. En casos como estos, el análisis de la Cadena Global de Valor es un marco de análisis, no una hipótesis –ver Samper (2003, p.122) quien afirma que «algunos autores creen que ellas [las cadenas de productos básicos] son simplemente una herramienta analítica». Desde este punto de vista, el análisis de la CGV carece de implicaciones sustantivas. De acuerdo con sus proponentes, esta herramienta de análisis se adapta bien para postular distintos tipos de preguntas que pueden haber sido olvidadas por el análisis económico tradicional, antes que otras que han sido preferidas por el análisis tradicional. En particular el análisis de la Cadena Global de Valor ha sido empleado para estudiar la distribución geográfica, con frecuencia internacional, de actividades y creación de valor en la producción de un bien final –revisar por ejemplo Korzeniewicz y Martin (1994). En este senti-

1. Este artículo está basado en una presentación preparada para el Taller de la FAO sobre Ejercicio del Poder, Coordinación y Distribución a lo largo de las Cadenas de Valor de los Productos Básicos, Roma, abril 1 - 5 de 2006. Estoy en deuda con Benoit Daviron, Tony Lass, Stefano Ponte y Wouter Zant por sus valiosos comentarios a versiones anteriores de este artículo. Versión inicial: diciembre 13 de 2006, esta revisión: octubre 10 de 2007

2. Departamento de Economía, Università degli Studi di Trento, Via Inama 5, 38100 Trento, Italia; cgilbert@economia.unitn.it

do, el análisis de la Cadena Global de Valor está ligado a la discusión contemporánea de economía internacional sobre el alcance y efectos de la subcontratación externa o outsourcing –ver Feenstra y Hanson (1996, 1999).

El marco de la Cadena Global de Valor también tiene algunas desventajas. Samper (2003) anota que al enfocarse en un producto básico específico, este análisis reduce el énfasis en las interacciones con otros cultivos (particularmente cultivos de subsistencia). A continuación se sugieren tres problemas adicionales.

Las discusiones de la Cadena Global de Valor pueden ser propensas a la falacia de la «división del porqué» según la cual el valor que recibe una de las etapas de la cadena se logra a expensas del valor que recibe otra de ellas. Este enfoque puede tener sentido en el contexto de la cadena de un producto básico mineral en donde hay una renta por escasez a ser apropiada, pero es menos útil en industrias competitivas o cuasi-competitivas en donde, en el largo plazo, el precio iguala al costo de producción. En las secciones 7 a 9 se argumenta que el cacao y el café se ajustan a este último paradigma.

Al basar la cadena en el progreso de un producto básico físico, se pueden pasar por alto importantes procesos que tienen lugar en otros lugares más distantes. Aunque el producto básico debe estar físicamente presente en el lugar donde el valor es agregado, la cantidad de valor agregado puede estar determinada en otro lugar o afuera de la cadena de valor física. En esta medida, este análisis ofrece un cálculo incompleto y posiblemente errado de la determinación de valor. En los casos del cacao y el café los mercados finales de Londres y Nueva York son importantes. En la sección 4 se discute el papel que juegan estos mercados.

El análisis de la Cadena Global de Valor puede resultar en una falsa materialización de la cadena de valor. La cadena de valor ensambla diversas actividades que tienen lugar en fincas, bodegas, barcos, fábricas y supermercados a través del mundo, las cuales son clasificadas por los científicos sociales con propósitos analíticos.

Esta clasificación puede generar una visión útil. Sin embargo, existe el peligro de que la clasificación en sí misma asuma una posición, como que la cadena de valor puede tomar responsabilidades y que requiere una estructura del ejercicio del poder.

Tal vez es justo decir que muchas aplicaciones del análisis de la Cadena Global de Valor a mercados de productos básicos agrícolas tropicales han sido polémicas. Los precios de los productos agrícolas básicos han tendido a caer durante las dos décadas en las que el análisis de la Cadena Global de Valor se ha venido desarrollando y el propósito principal de muchas contribuciones de la Cadena Global de Valor en este sector ha sido lamentar la baja participación en el valor del producto final recibida por los agricultores de los países en desarrollo – ver por ejemplo Oxfam (2002a, 2002b). Esta baja participación del productor es presentada como un problema ético, pero la ausencia de una estructura causal hace difícil discutir el origen de los cambios en esa participación y proponer políticas para aliviar la posición en la que se encuentran los agricultores.

El café y el cacao son productos básicos agrícolas, producidos en gran parte, el cacao, o significativamente, en el caso del café, por pequeños productores. Un buen número de países son importantes productores de ambos bienes, siendo los más importantes Brasil, Costa de Marfil e Indonesia. Sus estructuras de intermediación son similares. La cadena de valor del café es relativamente simple; la etapa de procesamiento está muy concentrada dando cabida potencial al ejercicio del poder monopólico y monopsónico. En la sección 2 se describe la cadena de valor del café. Los precios del grano estuvieron en niveles muy bajos durante la llamada Crisis Cafetera de los años 1999 a 2003. La industria del cacao-chocolate es más complicada porque el producto final, el chocolate, muestra mayor variedad que el café tostado o soluble, y porque el chocolate incorpora como insumos otras materias primas. En las décadas recientes las fluctuaciones de sus precios han sido menos extremas que las del café. Sin embargo,

el procesamiento («la conversión») es tan o más concentrada que la tostión del café. En la sección 3 se toca el tema de la cadena de valor del cacao-chocolate.

Se ha sugerido que la concentración del mercado en ambas industrias ha llevado a que el valor sea apropiado por las compañías multinacionales procesadoras a costa de los agricultores de los países en desarrollo y que ésta fue una de las causas subyacentes en la Crisis Cafetera. Yo argumento que no hay mérito en este argumento. En las secciones 6 a 8 muestro que hay muy poca evidencia del poder monopólico o monopsónico en estas industrias y si alguno de estos dos poderes estuviera presente probablemente se habría erosionado durante las últimas décadas. Los principales mercados minoristas y muchos de los mercados de productores están ahora cerca de la competencia perfecta. La evidencia al respecto es menos amplia en los mercados minoristas del chocolate pero es probable que también aplique.

Por lo tanto, la disminución de la participación del productor en el precio minorista del café no se debe al ejercicio del poder monopólico o monopsónico, aunque la concentración en la industria tostadora (procesadora) es alta. Ella, a su vez, es consecuencia de que sólo una proporción, cerca de la mitad, de los costos que están detrás del precio minorista del café es atribuible al precio del café verde (i.e. sin procesar). El cacao, por su parte, representa una proporción aún menor de los costos de producción del chocolate. El resto de costos tienen lugar en los países consumidores. Por su parte, las ganancias de productividad han reducido los costos de producción del café, mientras los costos de procesamiento y distribución han aumentado, por lo menos hasta el comienzo de esta década. En consecuencia, los precios minoristas del café y el chocolate se han reducido sólo modestamente implicando una disminución en la participación del productor en los precios al por menor.

Este artículo está estructurado de la siguiente manera. Las secciones 2 y 3 describen las cadenas de oferta del café y el chocolate, respectiva-

mente. En la sección 4 se discute el rol de los mercados terminales del café y el cacao y en la sección 5 se construye un marco contable para el análisis de la Cadena Global de Valor. En la sección 6 se desarrolla este marco en un modelo simple de la Cadena Global del Valor. El modelo no tiene poder predictivo pero es un mecanismo analítico para entender los cambios en la participación en el valor. Las secciones 8 y 9 parten de la evidencia sobre la evolución de la participación del productor en el valor en las industrias del café y el cacao, respectivamente, durante las tres décadas pasadas. En la sección 10 se resume la evidencia sobre el mercado minorista del café. La sección 11 discute temas relacionados con el ejercicio del poder y la sección 12 presenta las conclusiones.

LA CADENA DE OFERTA DEL CAFÉ

El café es un producto básico agrícola tropical. Existen dos variedades principales –arábica y robusta– que producen granos y cafés con características muy distintas. El café robusta, que se siembra en bajas altitudes, tiene menos sabor pero es más fuerte que el café arábica, el cual se cultiva en altitudes mayores y con frecuencia en suelos volcánicos. Para complicar aún más el tema, los granos de café arábico pueden tener un beneficio húmedo o seco. El beneficio húmedo, usado en los países americanos de habla hispana y en gran parte del Éste de África, resulta en un café arábica suave, el cual es ideal para cafés filtrados. El beneficio seco, que es la práctica estándar en Brasil y Etiopía, da como resultado un café más amargo particularmente apropiado para la preparación del espresso. El café arábica es más difícil y costoso de cultivar que el robusta y tiene mayores variaciones en calidad. Algunos cafés arábicas de alta calidad logran grandes primas de precio, en particular en el mercado minorista de cafés especiales. En contraste, la mayoría de los grandes tostadores mezclan cafés de distintos orígenes para obtener una calidad consistente en el tiempo. Las mezclas normalmente usan arábica para darle sabor y robusta como relleno; las proporciones

relativas de ambas variedades determinan el costo de la mezcla.

El café es producido en minifundios y en grandes fincas y haciendas. Las haciendas son particularmente importantes en América Latina, así como en Kenia. El resto de la producción africana proviene principalmente de minifundios.

Las firmas procesadoras de café se llaman tostadores y le venden el café procesado directamente a los distribuidores minoristas (supermercados, bares y restaurantes). El producto minorista puede tener la forma de café tostado (en grano o molido) o café soluble (instantáneo). Existen dos tecnologías para la producción de café soluble – el secado por aspersion, que tiene un costo bajo pero conlleva una considerable pérdida de sabor, y el liofilizado, el cual conserva el sabor pero es más costoso y requiere el acceso a la tecnología adecuada. La Figura 1 ilustra la cadena básica de oferta de café más simple en la cual los agricultores venden el grano (con frecuencia a través de cooperativas o compradores locales) ya sea a exportadores independientes o a exportadores que hacen parte de firmas exportadoras multinacionales o están controlados por éstas.

Las dos variantes principales de la estructura ilustrada en la Figura 1 se presentan en algu-

nos países de América Latina, especialmente en Colombia, en donde un tostador paraestatal (o apoyado por el Estado) compite con las firmas multinacionales exportadoras y tostadoras, al punto de vender directamente a supermercados y a través de puntos de venta especializados. La otra excepción se presenta en la estructura de comercialización del Éste de África, en Kenia y Tanzania, en la cual todas, o casi todas las ventas para exportación se hacen a través de una subasta nacional de café. Brasil es un gran productor de café y también un gran consumidor razón por la cual también tiene una cadena de oferta asociada al consumo doméstico.

La tosti3n del café es una actividad concentrada. En 1998 los dos más grandes tostadores daban cuenta de la tosti3n del 29% del total de café en el mundo, y los seis principales tostadores controlaban el 60% (van Dijk et al., 1998). Esta concentraci3n es principalmente el resultado de las marcas. La heterogeneidad entre las variedades de café y los orígenes le permite a los tostadores producir productos diferenciados preparados especialmente para satisfacer los gustos de mercados específicos y de sectores específicos del mercado. Las marcas son muy promocionadas lo que crea una barrera de entrada en el mercado - ver Sutton (1991, cap. 12). Las economías de escala sólo son importantes

Figura 1. La cadena básica de oferta del café



en la producción de cafés solubles. Durante buena parte de la posguerra el mercado cafetero estuvo controlado, especialmente por una secuencia de Acuerdos Internacionales del Café (AIC). El primer AIC fue negociado en 1962. Éste y los tres acuerdos subsiguientes limitaron las exportaciones para mantener los precios en niveles considerados justos tanto para los productores como para los consumidores. La intervención finalizó en julio de 1989. De acuerdo con Gilbert (1996, 2004), quien toma de Law (1975) la descripción de los AIC como «carteles internacionales aprobados», concluye que éstos aumentaron los precios del café pero tuvieron poco efecto sobre su volatilidad. Después de la ruptura de los controles, el mercado cafetero ha experimentado dos largos períodos de precios bajos. El primero tuvo lugar entre 1989 y 1993 y fue el resultado de la liberación al mercado de los inventarios acumulados en los países productores, antes retenidos por las restricciones a las exportaciones impuestas por el AIC. El segundo período tuvo lugar entre 1999 y 2002 como consecuencia de grandes incrementos en la producción de Brasil y Vietnam en un escenario de lento crecimiento del consumo, Gilbert (2005).

LA CADENA DE OFERTA DEL CACAO – CHOCOLATE

El cacao es un producto agrícola tropical producido casi en su totalidad por agricultores minifundistas. Los granos de cacao se limpian, tuestan y muelen para producir el licor de cacao. Esta operación es conocida como la transformación (o molienda) y las firmas que la realizan son las transformadoras (o los molinos). El licor es sometido a un proceso para obtener dos productos intermedios adicionales, la manteca de cacao y el cacao en polvo. La manteca y el licor de cacao son recombinados con el ca-

cao en polvo, en proporciones cambiantes, para hacer el chocolate, el cual también incorpora otros insumos, principalmente leche y azúcar. El cacao en polvo también es usado sin la manteca para la elaboración de productos de repostería. La manteca y el polvo son producidos en proporciones fijas, dado el contenido de grasa de las pepas, y el polvo normalmente es visto como un subproducto³. La manteca de cacao es altamente homogénea y, cuando el procesamiento ha tenido lugar, su origen es una consideración de poca importancia.

Una versión simplificada de la cadena de oferta del cacao –chocolate se ilustra en la Figura 2. Los agricultores de los países en desarrollo venden la pepa de cacao (quizás indirectamente a través de una cooperativa y/o de un comprador local) a un exportador. En muchos países productores, algunos o todos los exportadores más grandes son firmas transformadoras multinacionales o compañías locales controladas por transformadoras. Una vez se embarca hacia Europa o Norte América, las pepas son transformadas en manteca de cacao (la base para el chocolate) y en cacao en polvo (usado en la industria del chocolate y en la de repostería). Las grandes transformadoras tienden a ser compañías comercializadoras que no están involucradas en la manufactura del chocolate. Algunos grandes fabricantes de chocolate también pueden tener capacidad de conversión y, por lo tanto, de comprar el cacao directamente a los exportadores. (La Figura 2 ilustra con líneas punteadas los vínculos más importantes). De otra manera, con frecuencia los exportadores venden el grano a las principales firmas transformadoras antes de embarcar la mercancía. El chocolate es distribuido a través de supermercados y de pequeños distribuidores especializados. Una pequeña cantidad de cacao, generalmente de baja calidad, puede ser proce-

3. Históricamente el chocolate se bebía y no se comía. A finales del siglo XIX fue posible prensar la manteca de cacao que se extrae de la torta para producir el polvo, resultando en un excedente de manteca. El posterior crecimiento del mercado del chocolate para comer, que grosso modo y en promedio usa la manteca de dos pepas de cacao y el polvo de una, ha resultado en que la manteca se haya vuelto el producto más valioso –ver Othick (1976) y Clarence-Smith (2000).

4. Hay dos casos importantes que se alejan de este esquema general. En primer lugar, Ghana, el segundo mayor productor y exportador de cacao, la Junta Comercializadora de Cacao (Cocobod por sus iniciales en inglés) es un comprador monopsonístico que exporta directamente o a través de los principales exportadores. En segundo lugar, Petra Foods con base en Singapur, es una de las cinco mayores transformadoras de cacao a nivel mundial y uno de los fabricantes de chocolate más grandes de Indonesia, que es un país productor de cacao.

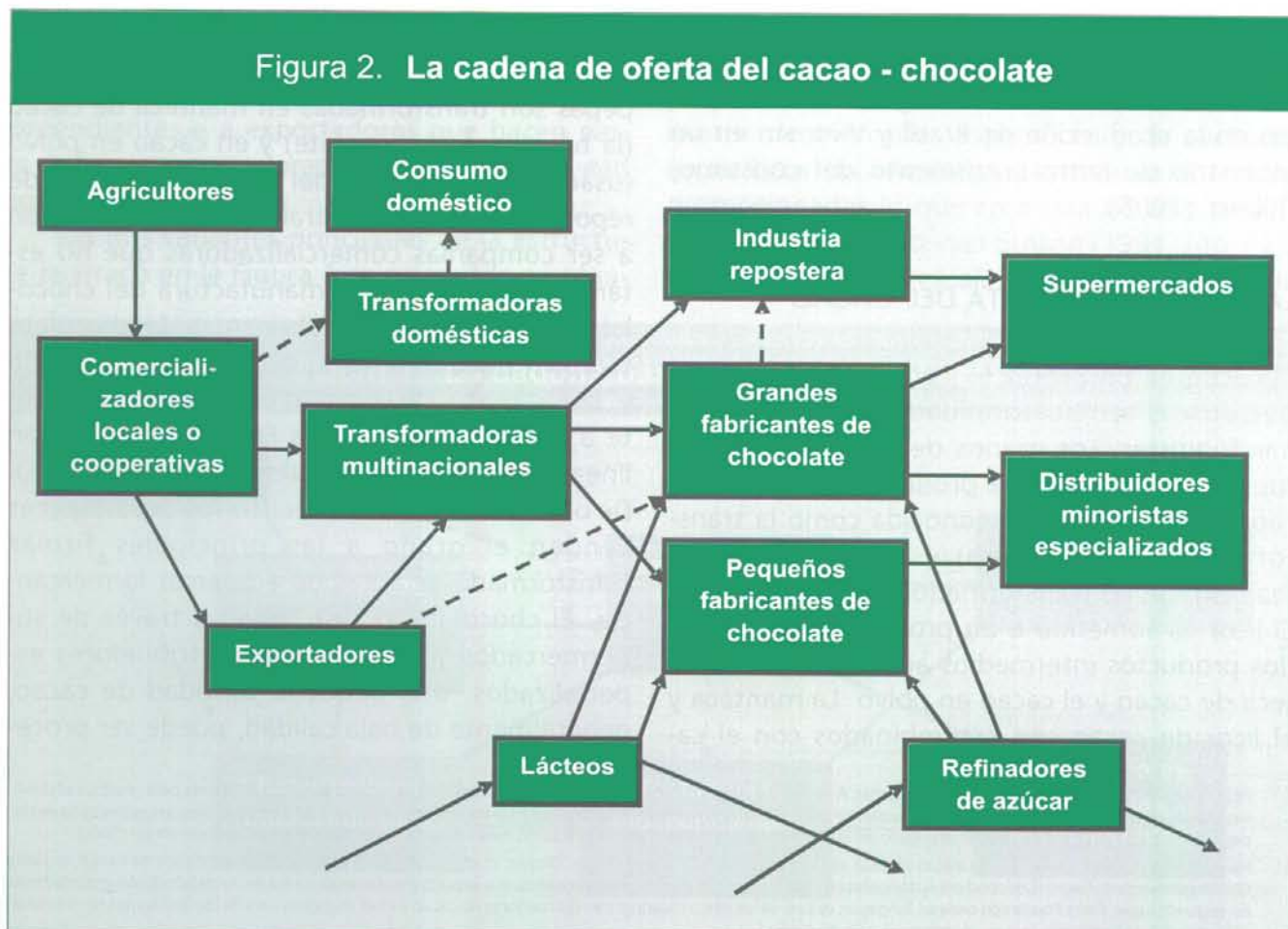
sada localmente, pero dado que exportar la manteca es costoso ésta se vende localmente ⁴.

La Figura 2 es más complicada que la Figura 1 que muestra la típica cadena de oferta del café, porque el chocolate además de cacao contiene también leche y azúcar. Promediando todos los tipos de chocolates para confitería, el cacao representa cerca de la mitad de los costos de las materias primas del chocolate. Mientras que el café es claramente el mismo producto básico al principio y al final de la cadena de oferta, no puede decirse lo mismo del cacao y del chocolate. La cadena de oferta que comienza con el cacao interactúa con las cadenas de la leche y el azúcar. El chocolate es uno de varios nodos finales de estas cadenas de oferta combinadas. Como se dijo en la introducción, el concepto de una cadena de valor es una construcción de la ciencia social. Mientras los agricultores cacaoteros se ven a sí mismos como produciendo la mate-

ria prima para el chocolate, los fabricantes de chocolate pueden ver al cacao como uno entre varios ingredientes de sus recetas. Por lo tanto, la construcción de la cadena de valor del cacao-chocolate es inherentemente más tenue que la construcción de la cadena de valor del café.

Con pocas importantes excepciones, los mercados del cacao en los países productores son libres y competitivos ya sea por tradición o por la tendencia reciente a liberalizar los mercados de los productos agrícolas tropicales. En contraste, la conversión del cacao tiene grandes economías de escala tanto en el proceso de conversión en sí mismo como en el transporte. La Figura 2 muestra que las firmas transformadoras son un eje en la cadena de valor del cacao. La industria transformadora está muy concentrada. Cinco grandes oligopolios dominan la industria, ADM, Barry Callebaut, Blommer, Cargill y Petra Foods. Estas grandes

Figura 2. La cadena de oferta del cacao - chocolate



firmas transformadoras no fabrican el chocolate y los dos más importantes –ADM y Cargill –se ven a sí mismos como compañías comercializadoras. La industria del chocolate está mucho menos concentrada y en muchos países la producción artesanal sigue siendo importante. Los productores de chocolate tienen la posibilidad de escoger entre comprar manteca y polvo de cacao a una firma transformadora independiente o comprar las pepas y realizar ellos mismos la transformación. Tradicionalmente ellos han optado por esta última ruta pero hay una tendencia creciente a aumentar las compras de manteca y polvo de cacao a las principales firmas transformadoras.

LOS MERCADOS FINALES

El cacao y el café son ambos transados en los mercados de futuros de Londres y Nueva York. Los futuros de café arábica son transados en la Bolsa de Nueva York (NYBOT por sus siglas en inglés) mientras que los futuros del café robusta son transados en Londres en el mercado Euronext-LIFFE. En ambos mercados también se transan futuros de cacao.

El café arábica también es transado en las bolsas de Sao Paulo y Tokio. Los mercados de futuros facilitan la cobertura y la especulación pero, crucial para nuestros propósitos, estos mercados proporcionan precios de referencia para el comercio internacional. Como es esta función y no la de comercio de futuros la que es especialmente relevante para la discusión en este artículo, yo me refiero a esos mercados como mercados terminales.

Aunque sólo una proporción relativamente pequeña del comercio internacional del cacao y del café es despachada físicamente a los mercados terminales, razón por la cual los mercados terminales no aparecen en las cadenas de oferta de café y del cacao representadas en los Gráficos 1 y 2, los mercados terminales juegan un papel decisivo en la determinación de los valores y en la participación en el valor de casi todo el café y el cacao comercializado alrededor del mundo.

Para dar un ejemplo, un exportador de café robusta de Uganda, con base en Kampala, puede cerrar una transacción en septiembre de 2007 para despacho de un cierto tonelaje de granos a un tostador de Hamburgo en diciembre de 2007 con «base» en el precio futuro del café robusta a enero de 2008 en LIFFE en la fecha de despacho (o tal vez promediado durante un período cercano a la fecha de embarque) más o menos una cifra acordada de prima o descuento. Las negociaciones se centrarán en el monto de la prima o descuento pero no sobre el precio «desconocido». El exportador se puede librar de la incertidumbre que surge de posibles movimientos en el precio del mercado de futuros durante los tres meses comprendidos entre septiembre y diciembre vendiendo hoy futuros a enero con la intención de «cerrar» la posición comprando de nuevo los futuros con posición en diciembre. Si el futuro de enero cae entre septiembre y diciembre sus menores ingresos por la transacción física serán compensados por una ganancia en la transacción en el mercado de futuros y viceversa en el caso de un aumento en el precio del mercado de futuros. Conociendo el precio que va a obtener en Hamburgo, el exportador puede deducir sus costos de transporte y otros costos asociados para obtener un precio fot («free on train») en Kampala. Al sustraer este margen, del precio fot, el exportador obtiene el precio máximo que le puede pagar al agricultor. (Un procedimiento equivalente se puede seguir para el importador alemán que ofrece al exportador un precio fot con base en la cotización del mercado de futuros de enero, caso en el cual el importador asumirá y probablemente se cubrirá del riesgo de precio).

Como se dijo anteriormente, sólo excepcionalmente estas transacciones a futuros conllevarían despachos de mercancía desde o hacia las bodegas comerciales. La importancia de las entregas de mercancías es que esta posibilidad ata los precios del mercado de futuros a los precios del mercado físico y por consiguiente permite que el mercado de futuros juegue este triple rol de descubrir los precios y facilitar la cobertura y la especulación. Más adelante se argumenta que

la amenaza del despacho físico también es importante para inhibir el ejercicio del poder monopólico.

La principal importancia del mercado terminal en el análisis de la cadena de valor es que separa la producción y el mercado minorista. El tostador de café en Hamburgo se encuentra comprando café robusta de Uganda con base en el precio LIFFE y café arábica de Kenia con base en el precio de la Bolsa de Nueva York. Él no necesita saber nada sobre los precios al productor en ninguno de estos países, los cuales son irrelevantes para sus cálculos. De manera similar, el exportador de café robusta de Uganda vende a tostadores de Alemania y del Reino Unido con base en el mismo precio LIFFE. Los precios del café al por menor en esos dos países son irrelevantes para él. La implicación es que nosotros podemos considerar separadamente el mercado al productor y el mercado minorista. Esto no se aplica en las exportaciones de banano o piña en donde no hay mercados terminales.

Una posible objeción es que hay un grado creciente de integración vertical entre los exportadores y tostadores de café e inclusive mayor entre los exportadores y las firmas transformadoras de cacao. Pero a pesar de ello el argumento se mantiene, haciendo algunas precisiones. Nosotros podemos pensar en unos exportadores –tostadores integrados tomando decisiones separadas e independientes de compra y tostión, evaluando la rentabilidad de cada proceso con base en los precios de los mercados terminales. La cantidad de café que para ellos es óptimo comprarle a los agricultores, dados los precios al productor, el mercado terminal y los precios al por menor, puede ser diferente de la cantidad de café que ellos quieren procesar dados los precios en el mercado terminal y los precios al por menor. Si éste es el caso, ellos pueden cerrar la brecha comprando de o vendiendo a exportadores independientes o haciendo despachos o pedidos al mercado terminal en sí mismo.

Estas ventajas imponen costos pero es probable que los costos sean suficientemente bajos como para que la separación productor –

minorista siga siendo una buena aproximación. En cualquier caso es una aproximación que puede ser puesta a prueba, Gilbert (2007).

El Comercio Justo y otros arreglos que no son del mercado violan la separación propuesta. En estas transacciones los precios son fijados de manera más o menos independiente de los mercados terminales y siguen siendo una proporción pequeña del comercio total de café y más pequeña aún del comercio de cacao. También puede suceder que algunos pequeños tostadores de cafés de alta calidad tengan sus propias haciendas para controlar la calidad. Estos tostadores pueden darle un valor muy distinto a sus granos de café que el disponible en el mercado libre. Esto invalidará la separación productor – minorista. En el resto del análisis yo supongo que estas circunstancias son excepcionales y que es posible analizar los dos mercados separadamente.

La existencia de mercados terminales tiene una segunda implicación importante. En el caso de que los procesadores monopólicos limiten las compras esperando un incremento en los precios al por menor, los exportadores tienen la opción de vender y entregar los granos de cacao o de café al mercado terminal. Al deprimirse el precio en el mercado terminal, estas entregas darán incentivos para expandir las compras para procesamiento. Por lo tanto si los exportadores monopsónicos tratan de limitar las ventas, los procesadores pueden comprar y obtener entregas de cantidades adicionales en el mercado terminal. El mayor precio resultante en el mercado terminal motivará a los exportadores a aumentar sus ventas. La habilidad de los exportadores de enviar a, y de los procesadores de pedir despachos del mercado terminal limita el ejercicio del poder monopólico y monopsónico. Es probable que ambos grupos de agentes encuentren que su mejor estrategia es actuar como tomadores de precios en esos mercados. Este es el supuesto que yo mantendré en el resto del análisis.

No puede garantizarse que este supuesto sea correcto. Si los procesadores o exportadores tienen el tamaño suficiente para afectar las ventas

o exportaciones agregadas, el mercado de futuros per se no evitará que ellos hagan eso. Sin embargo, si los mercados terminales están asociados con transacciones a futuro, y éste es el caso en mercados terminales de café y cacao de Londres y Nueva York, la legislación que regula los mercados de futuros hará ilegal que cualquiera de las partes trate de manipular el mercado para crear un precio artificial de intercambio⁵. La división entre lo legal y lo ilegal con frecuencia es muy tenue. Siempre será aceptable que procesadores y exportadores tomen decisiones de cantidad pero no es aceptable que entren a un mercado teniendo objetivos de precio. En terminología económica, las estrategias de Cournot serían legales pero sería ilegal que un monopolio entrara al mercado a comprar toda la oferta disponible en el mercado en ausencia de un pedido comercial por la misma.

UN MARCO CONTABLE

Para pasar de una cadena de oferta a una cadena de valor necesitamos atar valores a cada etapa de la cadena de oferta. Un prerrequisito para ellos es tener un marco contable. Este marco se facilita por la separación entre los mercados del productor y minorista que resulta de la existencia de mercados terminales líquidos.

Las discusiones simples sobre la participación en el valor con frecuencia parecen estar basadas en la identidad:

Precio al por menor del café procesado = precio al productor del café + margen bruto o

$$p = \pi + m \quad (1)$$

Al interior de esta estructura, la participación de los productores en el valor es :

$$\omega = \frac{\pi}{p}$$

Es obvio, pero no siempre se hace explícito, que el precio al productor π de un producto básico es como máximo una cota superior de los retornos obtenidos por el productor. La pro-

ducción de muchos bienes básicos necesita de insumos y éstos pueden dar cuenta de una gran proporción del precio que recibe el agricultor. La producción también puede involucrar contratar trabajadores. Finalmente existe el costo de oportunidad del trabajo proveído por el agricultor y por su familia. Es probable que el retorno neto del agricultor varíe entre productos básicos y entre países productores dependiendo de la importancia de estos distintos factores. No es claro a priori que uno debiera esperar una relación muy fuerte entre la participación bruta del productor implicada por la identidad (1) y los retornos netos obtenidos por los productores, lo cual presumiblemente es nuestra preocupación última.

Suponga que a pesar de todo estamos contentos de interpretar la participación de los productores en el valor w , como una medida de bienestar del productor tal como lo implica la identidad (1), ¿Se deduce de ahí que una reducción en esta participación se debe al ejercicio del poder monopólico o monopsónico? La identidad contable (1) agrega el margen de ganancia del procesador con los costos de procesamiento e intermediación de la misma manera en que incluye los costos de los insumos y del trabajo en los ingresos brutos del productor.

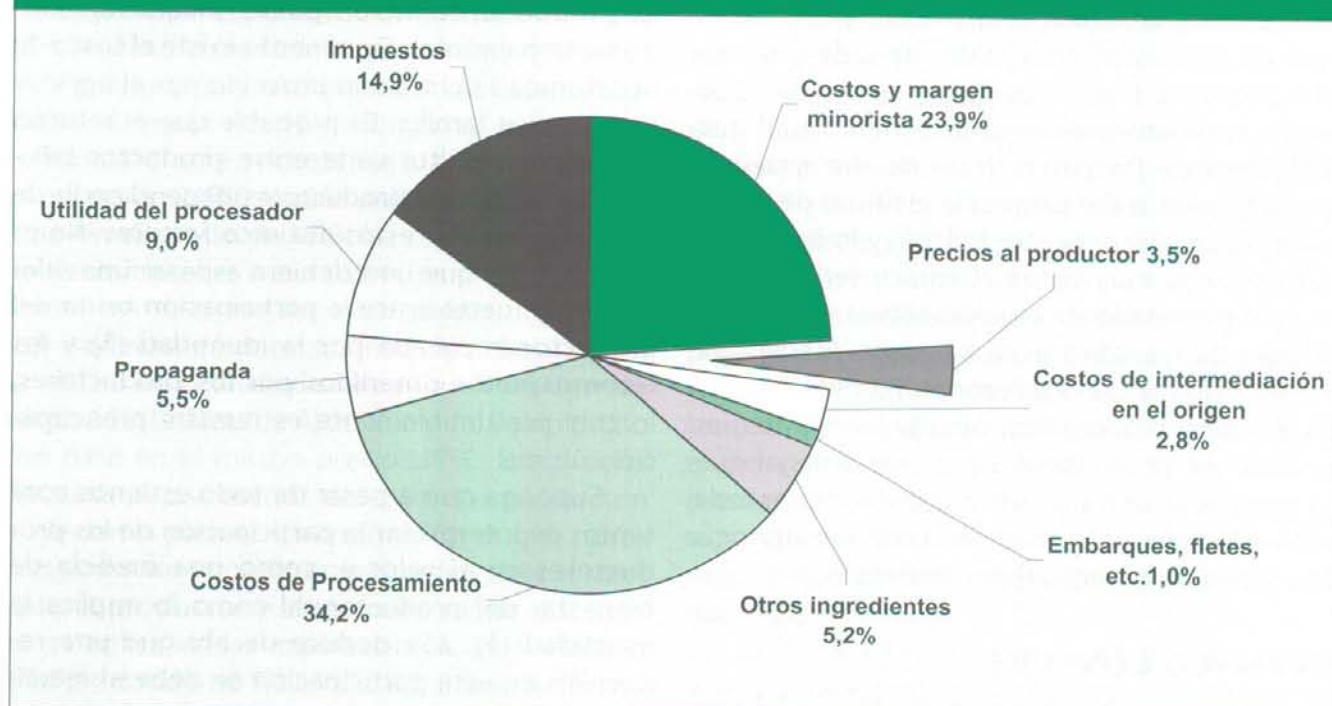
En el caso del cacao, otros productos básicos que son usados como insumos (leche, azúcar) pueden ser inclusive más importantes que el cacao.

La Figura 3 muestra la descomposición de un costo indicativo del chocolate de leche en el Reino Unido en 2004⁶. El chocolate es fabricado con leche, azúcar y cacao. El productor de cacao recibe sólo 3,5% del precio final al por menor. Los costos totales de materias primas (incluyendo el transporte etc.) están estimados en el 12,5% del precio al por menor. Los costos de procesamiento y distribución minorista son responsables de la mayor porción del total (34% y 24% respectivamente). A continuación se presenta un marco más completo que puede ajustarse a este grado de complejidad:

5. La legislación relevante en los Estados Unidos es el Commodity Exchanges Act y en el Reino Unido el Financial Services Act.

6. Fuente: confidencial (comunicación privada).

Figura 3. Descomposición del costo indicativo, Reino Unido, chocolate de leche, 2004



Precio al por menor del producto procesado
 = [precio al productor (moneda local) (2)
 + transporte interno y otros costos de llevar
 la mercancía al puerto (fobbing costs)
 + impuestos en el país de origen
 + costos y margen de los comerciantes in-
 ternos]/taza de cambio
 + margen cif - fob y otros costos de expor-
 tación
 + costos de otros productos básicos usados
 como insumos
 + costos de procesamiento
 + margen de procesamiento
 + costo de publicidad
 + costos y margen de distribución mi-
 norista
 + impuesto a las ventas o al valor agregado

El análisis de la Cadena Global de Valor tiende a atribuir buena parte de la variación en la participación del productor en el valor, w , a cambios en el poder monopólico del procesador. La

identidad (2) hace énfasis en que muchos otros factores pueden contribuir en los cambios en la participación del productor en el valor. La liberalización del comercio puede afectar el margen cif - fob⁷. En particular, la liberación del mercado debería disminuir los costos de intermediación, ver Akiyama (2001) y Varangis y Schreiber (2001) sobre los efectos de la liberalización de los mercados del café y del cacao, respectivamente.

Nosotros podemos simplificar la discusión sobre la participación del productor en el valor separando la relación:

$$\omega = \frac{\pi}{p}$$

En dos componentes: la participación del productor en el valor del precio minorista final

$$\omega = \frac{\pi}{p}$$

y,

7. Si las tasas de cambio no se reflejan completa e inmediatamente tanto en los precios al productor como en los precios al por menor, la participación del productor en el valor mostrará alguna dependencia a la tasa de cambio.

$$\sigma = \frac{\pi}{f}$$

La participación del productor en el precio fob f . Las dos medidas están relacionadas a través de la identidad

$$\omega = \frac{\pi/f}{p/f} = \frac{\sigma}{1+\mu} \quad (3)$$

Donde m es el margen bruto del procesador sobre el precio fob. El resultado es dividir la identidad anterior en dos componentes:

Precio al por menor del producto procesado = precio en el mercado terminal (4)

- + prima
- + costo de procesamiento
- + margen de procesamiento
- + costo de publicidad
- + costos y margen de la distribución minorista
- + impuesto a las venta o al valor agregado

Precio al productor (moneda local) = [precio en el mercado terminal+prima (5)

- margen cif - fob y otros costos de exportación] x tasa de cambio
- costos y margen de los comercializadores internos
- costos del transporte interno y otros costos de llevar la mercancía al puerto.
- impuestos en el país de origen

Esta es una reformulación de la definición. Sin embargo, en conjunción con los supuestos substantivos de que los productores y los tostadores son tomadores de precio en el mercado terminal (ver la sección 4), y que cualquier prima es pequeña, podemos ver el precio al por menor como el precio del mercado terminal más el margen y los costos del procesador, y el precio al productor como el mismo precio en el mercado terminal menos los costos y márgenes de intermediación.

Este cambio de perspectiva es importante porque la identidad (2) nos invita a ver el precio al por menor como la suma de los costos y márgenes de producción, intermediación y procesamiento.

La identidad (5) le da la vuelta a esta ecuación y nos invita a ver los precios al productor como el residuo de la sustracción de los costos y márgenes de intermediación del precio en el mercado terminal.

Una forma de interpretar el Comercio Justo es como un intento de volver al enfoque reflejado en la identidad (2): a los agricultores se les está pagando un precio «justo» en vez de uno residual, pero como los otros costos no caen para compensar este pago adicional, el precio en el mercado terminal es pasado por alto y el precio al por menor del Comercio Justo es determinado sobre la base de un costo mayor (cost plus basis).

MARCO ECONÓMICO PARA EL ANÁLISIS DE LA CADENA GLOBAL DE VALOR

Para discutir los determinantes económicos de los cambios en las participaciones en el valor, es necesario encajar el concepto de la Cadena Global de Valor en un marco económico simple. Usamos el modelo lineal de oferta y demanda más simple posible.

En la Figura 4, la demanda por el producto procesado y el precio p están dados por la función de demanda D . S' es la función de oferta de una materia prima y producto básico a la vez, cuyo precio es π . Hay un costo de procesamiento constante k (que incluye el margen de procesamiento y los costos y margen de distribución minorista) y un costo de intermediación c , y ambos son comunes a todas las firmas. No hay pérdida de cantidad en el procesamiento y, en este ejemplo simple, no se usan otras materias primas. Esto implica una función de oferta competitiva S para el producto procesado, la cual satisface la ecuación:

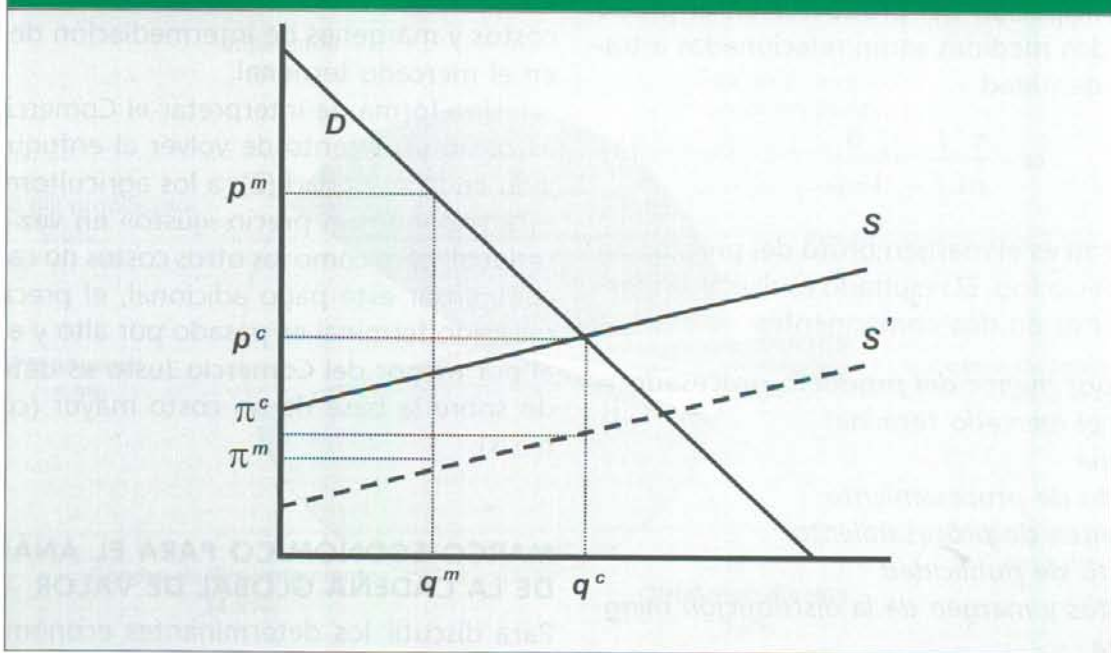
$$p = \pi + c + k$$

El precio en el mercado terminal:

$$f = \pi + c = p - k$$

Bajo competencia, la producción es q^c con un precio del producto básico p^c y un precio del

Figura 4. Descomposición de la Cadena Global de Valor en un modelo simple de oferta y demanda



bien procesado p^c . Sin embargo, como hemos visto, el procesamiento de los productos básicos tiende a estar concentrado y las firmas procesadoras tienen poder monopolístico. Esto implica un menor nivel de producción q^m con un precio del producto básico π^m y un precio del bien procesado p^m . Condicional a esta reducción, el precio del producto aumenta de p^c a p^m mientras que el precio del producto básico disminuye de π^c a π^m . Hasta qué punto sube el precio del producto depende de la pendiente de la curva de demanda D , y la disminución en el precio del producto básico depende de la pendiente de la curva de oferta S' .

El anexo expone un modelo formal para la determinación de estas tres relaciones tanto en una estructura de mercado competitiva como en una de oligopolio-oligopsonio. La característica original de este modelo es que incluye un mercado terminal en el cual los exportadores y tostadores son tomadores de precio. Este mecanismo hace fácil permitir diferentes grados de poder monopolístico y monopsónico resultante de diferente número de tostadores (n) y exportadores

(m). Ahora se ilustra el modelo considerando un ejemplo simple.

La función de demanda es:

$$Q = 125 - \frac{1}{4}P \quad (6)$$

y la función de oferta es:

$$Q = 2\pi \quad (7)$$

Se asume que tanto los precios de intermediación como los de procesamiento son 25 (i.e. $c = k = 25$) y, en el caso oligopolístico, se supone que los números m y n de firmas en los mercados al productor y al por menor son ambos iguales a 4. Tanto los procesadores como los exportadores maximizan utilidades tomando el precio en el mercado terminal f como dado. El equilibrio de mercado fija el precio en el mercado terminal de tal forma que la cantidad exportada sea igual a la comprada. El margen neto del procesador :

$$v = \mu - \frac{k}{f}$$

El excedente del consumidor, la medida estándar del beneficio que obtiene un consumidor por el consumo de un bien, es medido por el área debajo de la curva de demanda:

$$CS = \frac{1}{2} \left(\frac{\alpha}{\beta} - p \right) Q \quad (8)$$

El Cuadro 1 muestra los resultados. En este ejemplo la elasticidad de la oferta es unitaria mientras la elasticidad de la demanda aumenta de 0,25 en el caso competitivo a 0,56 en el caso oligopolístico. Como la demanda es menos elástica que la oferta, los efectos de la restricción oligopolística del producto son mayores sobre el precio al por menor que sobre el precio al productor, como se ilustra en la Figura 4. Debido a que el número n de procesadores es igual al número m de exportadores, el poder monopolístico y monopsónico tienen un efecto compensatorio sobre el precio del mercado terminal, el cual permanece al nivel de competencia. El oligopolio reduce a la mitad la participación del productor en el precio al por menor,

que pasa de 50% al 22,2%, pero la mayor parte de este impacto procede del mayor precio al por menor – la participación del productor en el precio del mercado terminal sufre una reducción más modesta de 66,7% a 53,3%. La reducción en el precio al productor, que presumiblemente es lo que le importa al agricultor, es de 20%, al pasar de 50 a 40. La gran caída en la participación del productor en el precio al por menor conduce a una confusión porque exagera el posible precio que los agricultores deben tener como referencia.

Nosotros podemos usar este marco para estudiar varios escenarios. El siguiente escenario fue considerado a continuación:

Un choque de demanda que se refleja en un cambio en el intercepto de la función de demanda (6) de 125 a 130;

Una liberalización del mercado que resulta en una caída en los costos de intermediación c de 25 a 20;

Avances tecnológicos en el procesamiento que causan una disminución en los costos de procesamiento k de 25 a 20;

Cuadro 1. Resultados – Caso Base

		Competencia	Oligopolio
Cantidad	Q	100	80
Precio al por menor	p	100	180
Precio en el mercado terminal	f	75	75
Precio al productor	π	50	40
Participación del productor en el precio al por menor	w	50%	22%
Participación del productor en el precio del mercado terminal	σ	67%	53%
Margen bruto del procesador	μ	33%	140%
Margen neto del procesador (utilidad)	v	0%	107%
Excedente del consumidor	CS	20.000	12.800

Un aumento en la concentración en la etapa de procesamiento, modelado como una disminución en el número n de firmas de 4 a 3;

Un incremento en la concentración en la etapa de exportación, modelada como una reducción en el número m de exportadores de 4 a 3.

Tomando la segunda columna del Cuadro 1 como el caso base, los resultados se resumen en el Cuadro 2. Al respecto, un choque de demanda aumenta la cantidad transada y todos los precios. Los productores obtienen un aumento en su participación tanto en los precios de los mercados terminal y al por menor, siendo mayor el incremento en términos proporcionales en el precio del mercado terminal.

Los productores ganan poco con la liberalización del mercado. La reducción del 25% en los costos de intermediación de 25 a 20 sólo aumenta el precio al productor en un 1%, de 40 a 40,4. Sin embargo, como el precio en el mercado terminal se reduce en casi lo mismo que el costo, la participación del productor en el pre-

cio al por menor es mucho mayor. La incidencia de largo plazo de las reducciones de los costos en las industrias de productos básicos la reciben los consumidores (el excedente del consumidor aumenta en 2,2%) y los procesadores, antes que los productores, ver Gilbert y Varangis (2004)⁸.

Una disminución en los costos de procesamiento tiene el mismo impacto sobre los precios y las cantidades que la misma reducción en los costos de intermediación. La única diferencia se presenta en el precio del mercado terminal. De nuevo en este caso la incidencia la reciben principalmente los consumidores. (Un aumento en los costos del trabajo aumenta los costos de procesamiento y por lo tanto tiene exactamente el impacto opuesto –la participación del productor en el precio al por menor cae pero el impacto de la participación del productor en el precio del mercado terminal es pequeña).

La mayor concentración del mercado minorista empuja hacia arriba el precio al por menor, en cerca de 10% en este caso, y también depri-

Cuadro 2. Resultados – Variaciones

	Caso Base	(a) Choque de demanda	(b) Liberalización del mercado	(c) Avance tecnológico	(d) Mayor monopolio	(e) Mayor monopsonio
Cantidad Q	80	83,6	80,9	80,9	75,5	79,4
Precio al por menor p	180	185,8	176,4	176,4	197,9	182,4
Precio en el mercado terminal f	75	77,2	70,6	75,6	72,2	77,9
Precio al productor π	40	41,8	40,4	40,4	37,8	39,7
Participación del productor en el precio al por menor w	22%	23%	23%	23%	19%	22%
Participación del productor en el precio del mercado terminal σ	53%	54%	57%	54%	52%	51%
Margen bruto del procesador μ	140%	141%	150%	134%	174%	134%
Margen neto del procesador γ	107%	108%	115%	107%	140%	101%
Excedente del consumidor CS	12.800	13.963	13.086	13.086	11.408	12.612

8. Oxfam (2002a, p.21) parece afirmar que la liberalización del mercado puede empeorar la posición de los agricultores: «Sin embargo, el impacto de una mal impuesta liberalización sobre los precios internacionales con frecuencia niega cualquier efecto positivo de corto plazo sobre los agricultores». Esta afirmación sólo es correcta si la palabra «niega» es traducida como «anula parcialmente».

me el precio al productor, en este caso en 5,5%. Los márgenes de procesamiento son mucho más altos⁹.

El mayor poder monopsonico tiene efectos mucho más pequeños. Esta es la razón por la cual yo he asumido una alta elasticidad de la oferta que evita que los monopsonios presionen a la baja los precios al productor en grandes proporciones. Paradójicamente el efecto indirecto sobre los precios del mercado terminal y por ende sobre los precios al por menor es más grande en la medida en éstos son presionados hacia arriba por la reducción monopsonica en las exportaciones. Los márgenes de procesamiento se comprimen levemente.

Viendo la cadena de valor como una red geográficamente distribuida, Gereffi et al (1994, p. 4) aseguran que el enfoque de la Cadena Global de Valor «explica la distribución de la riqueza al interior de la cadena como un resultado de intensidad relativa de la competencia al interior de las distintas modalidades». Ellos incluyen la remuneración a los factores en el problema de la división del pastel. El modelo presentado anteriormente muestra que esto es, por lo menos, una sobre simplificación. Es cierto que la magnitud del poder monopólico y monopsonico son factores que influyen las participaciones en el valor, pero no es cierto que en sí mismos determinen estas participaciones. El nivel de la demanda, el estado de la tecnología y el tamaño de los costos de procesamiento e intermediación también son factores importantes en la determinación de estas participaciones. Si en la práctica éstos o los factores de poder monopólico son más importantes en la determinación de las participaciones en el valor, debe ser objeto de un estudio empírico. Si un grupo de actores obtiene una mayor participación en el valor que otro grupo, uno no puede inferir automáticamente que es porque el primero está operando en un ambiente menos competitivo.

LA PARTICIPACIÓN DE LOS PRODUCTORES EN EL VALOR DEL CAFÉ

El análisis de la Cadena Global de Valor se ha aplicado unas cuantas veces al mercado contemporáneo del café, en particular ver Talbot (1997) y Daviron y Ponte (2005)¹⁰. Algunos de estos análisis han sido motivados por un sentimiento de crisis resultante de los bajos precios del mercado, primero a principios de la década de los noventa cuando se estaban sintiendo las consecuencias inmediatas del fin de los controles al mercado, y más recientemente durante el período 1999 – 2002 cuando los precios alcanzaron de nuevo valores muy bajos. Haciendo referencia específica a este último período, Oxfam (2002b) afirma que los productores de café obtenían en promedio 5% del valor del café al por menor. En contraste, Talbot (1997) estima que la participación del productor en el valor fue de aproximadamente 20% durante el período en el cual los Acuerdos Internacionales del Café estaban activos económicamente.

La disminución de la participación del productor en el valor agregado durante el período post AIC se interpreta como una implicación de que el proceso de mercado es injusto. Por ejemplo, Daviron y Ponte (2005, p. 123), afirman que bajo el régimen del AIC «las proporciones del ingreso generado fueron distribuidas de una manera relativamente justa entre los países consumidores y productores», pero a partir de los años noventa los agricultores han sido «exprimidos» (ibid, p. 209) porque el valor ha sido «transferido de los agricultores a los operadores de los países consumidores» (ibid, p. 246). Es innegable que la mayoría de los pequeños productores de café no han obtenido retornos satisfactorios durante la mayor parte de los pasados veinte años, mientras que los tostadores han disfrutado de más prosperidad. El peligro con las discusiones de este tipo es que pueden conducir a crear la impresión errada de que la

9. Hablando del mercado del cacao, Oxfam (2002a, p. 5) afirma, «El hecho de que el procesamiento sea controlado por poderosas multinacionales... significa que las corporaciones pueden usar prácticas de compra monopolísticas para inflar artificialmente los precios. Esto, a su vez, reduce la demanda de cacao y ejerce una presión bajista sobre los precios al productor.»

10. El marco de análisis también ha sido adoptado por algunos historiadores económicos – ver Samper (2003) para una reconstrucción histórica de la cadena del café en Costa Rica.

prosperidad de los procesadores es causada por las dificultades experimentadas por los productores. Vimos en la sección anterior que el ejercicio del poder monopólico y monopsonico es sólo uno entre una variedad de factores que pueden causar cambios en la participación de los productores en el valor.

En los Cuadros 3 y 4 se analiza la participación de los productores en el valor en cinco importantes países productores de café arábica (Brasil, Colombia, Guatemala, Kenia y Tanzania) y en cinco países productores de café robusta (Brasil, Costa de Marfil, Indonesia, Uganda y Vietnam). En cada caso se comparan los precios al productor con el precio al por menor del café en los Estados Unidos. Todos los precios son medidos en dólares de los Estados Unidos.

Además, se compara la participación de los productores en el valor en la década final en que estuvieron vigentes los controles de la Organización Internacional del Café (fila 1) con el período posterior al Acuerdo (fila 2), pero también se descompone el período posterior al AIC en cuatro subperíodos:

1989-93 Este fue el período inicial de precios bajos durante el cual el mercado estuvo obligado a absorber los inventarios acumulados previamente en los países productores como resultado de las cuotas que fijaba la Organización Internacional del Café para restringir las exportaciones.

1994-98 En 1994 se vivió un auge de precios causado por una helada en el Brasil. Du-

rante los siguientes tres años los precios se mantuvieron por encima de sus niveles normales.

1999-2003 Estos fueron los años de la Crisis Cafetera. Los precios bajos fueron el resultado del surgimiento de Vietnam como un gran exportador de café robusta y de la sustancial expansión de la producción mecanizada en Brasil.

2004-05 En estos dos años se observa una recuperación hacia precios normales en el contexto de un auge más general en los precios de los productos básicos.

Una serie de hechos son evidentes en los Cuadros 3 y 4.

En todos los períodos y en casi todos los países la participación de los productores en el valor fue más alta en el caso de los cafés arábicas que en el de los robustas. Es probable que esto refleje los mayores costos incurridos en la producción del café arábica y por lo tanto no implica que ellos necesariamente obtuvieron un retorno superior.

Al interior de cada grupo se observan variaciones considerables entre productores. En los cafés arábicas, los productores de Kenia y Tanzania han experimentado una variabilidad mucho más grande que sus contrapartes en América Latina, y en especial los de Brasil y Colombia.

Hay mayor consistencia en el patrón que exhiben los productores de café robusta. Al igual que los productores de café arábica del Este de África, Uganda ha experimentado la mayor variabilidad en la participación, pero Costa de

Cuadro 3. Participación productores café arábica en el valor, 1980-2005

	Brasil	Colombia	Guatemala	Kenia	Tanzania	Promedio
1980-88	27,3%	27,4%	37,4%	43,6%	35,9%	34,3%
1989-2005	22,6%	23,4%	21,1%	27,0%*	16,5%	22,1%
1989-93	28,1%	22,6%	18,9%	18,4%	16,8%	20,9%
1994-98	21,6%	27,2%	24,3%	40,9%	22,3%	27,2%
1999-2003	17,6%	20,0%	18,4%	22,3%	12,7%	18,2%
2004-05	23,7%	24,3%	25,9%	24,9%**	10,6%	21,7%

Fuente: Organización Internacional del Café.

* Kenia: 1989-2004, ** Kenia: 2004

Cuadro 4. Participación en el valor productores café robusta, 1980-2005

	Brasil	Costa de Marfil	Indonesia	Uganda	Vietnam	Promedio
1980-88	14,4%	17,5%	19,2%	16,5%	43,6%	23,8%
1989-2005	14,7%	10,3%*	11,9%	15,1%**	13,6%	13,2%
1989-93	12,3%	12,5%	10,4%	8,1%	14,5%	11,6%
1994-98	21,8%	12,1%	19,5%	24,5%	19,1%	19,4%
1999-2003	10,5%	7,2%*	7,0%	12,2%**	8,6%	9,1%
2004-05**	13,2%	6,5%	8,7%	-	10,1%	12,1%

Fuente: Organización Internacional del Café.
 * Para el año 2001 no hay dato disponible para Costa de Marfil.
 ** No se han incluido las cifras reportadas por la Organización Internacional de Café sobre los precios al productor en Uganda para los años 2003 a 2005 por ser tan altos que no parecen plausibles.

Marfil, Indonesia y Vietnam han tenido la mayor erosión en la participación del productor.

Aunque es verdad que en promedio la mayoría de los productores de ambas variedades de café ha perdido participación en el valor durante el período posterior a los controles del mercado, ésta no es una verdad uniforme. En particular, los productores brasileños de café robusta experimentaron un pequeño aumento en su participación en el valor ¹¹ y la pérdida de participación en Uganda es muy pequeña.

Las participaciones en el valor de hecho cayeron a niveles muy bajos para los productores de café robusta durante los años de la Crisis Cafetera. Posteriormente se ha observado alguna recuperación en varios de estos productores, pero la recuperación no ha sido uniforme.

Estos diversos patrones son la base del argumento que se planteó en la sección 5 según el cual el marco contable que subyace en buena parte del análisis de la Cadena Global de Valor es una sobre simplificación de la asignación del valor global. Uno debería ser cauteloso al sacar conclusiones fuertes sobre los cambios en la participación en el valor de un productor único o inclusive del promedio. Lo máximo que uno puede concluir de la simple inspección de la in-

formación de los Cuadro 2 y 3 es que ha habido una pérdida general en la participación del productor en el valor en el período posterior a los controles, que durante la Crisis Cafetera esas participaciones en el valor fueron de hecho muy bajas para los productores de cafés robusta, pero que ha habido una recuperación general pero no uniforme durante los años más recientes. Esto es ilustrado en la Figura 5 que muestra las participaciones promedio en el valor en cinco importantes países productores de cafés arábica y robusta, consideradas en los Cuadros 2 y 3 respectivamente¹².

La perspectiva cambia completamente una vez uno mira las participaciones del productor en el valor medido a los precios de los mercados terminales. En este caso considero el denominador de la relación de la ecuación (3) i.e.

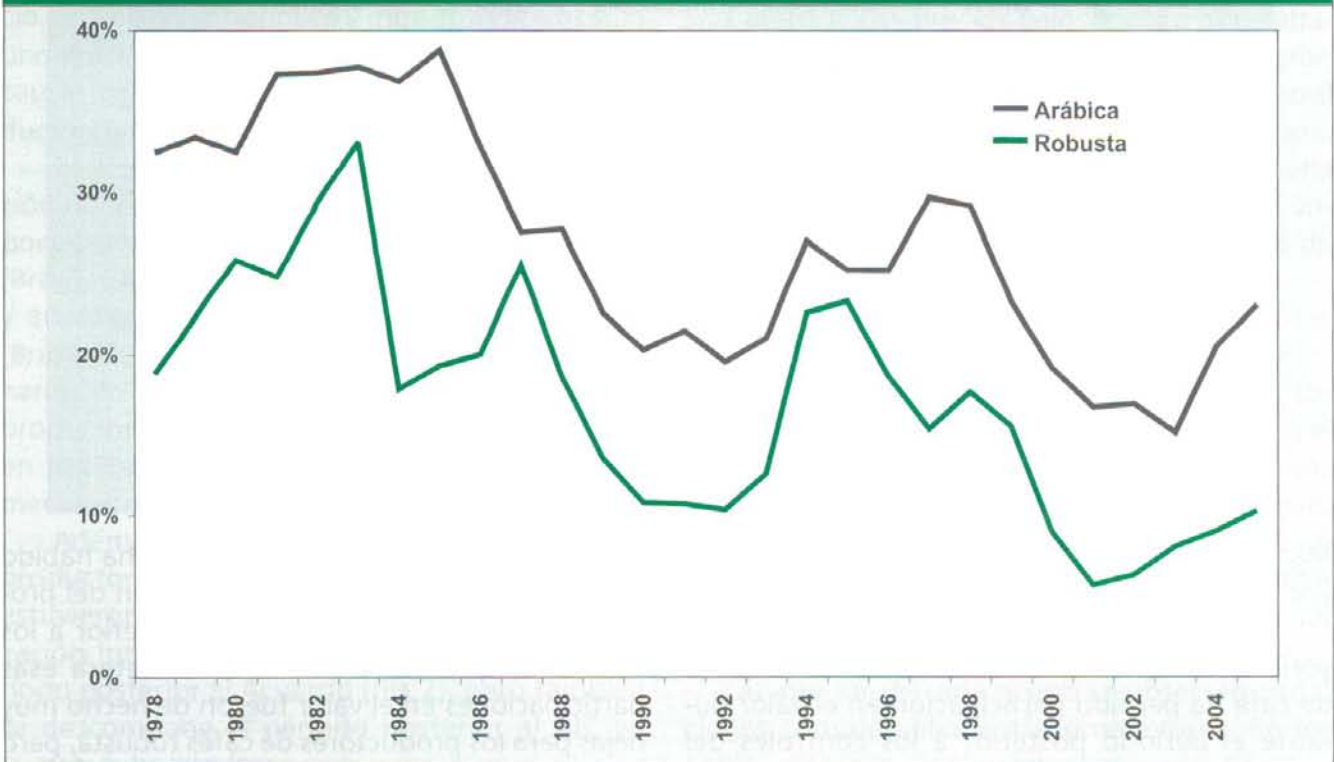
$$\sigma = \frac{\pi}{f}$$

Con respecto a los precios al productor de los diez países considerados anteriormente. Se sigue con la práctica estándar de usar el indicador de precios relevante de la Organización Internacional del Café para la medición del precio en el mercado terminal.

11. El grueso del café robusta del Brasil es consumido domésticamente de tal manera que la participación en el valor en relación con el precio al por menor en los Estados Unidos posiblemente no es de mucho interés.

12. Las cifras son promedios simples.

Figura 5. Promedio de la participación de los productores de café arábica y robusta en el valor, 1978-2005



La Figura 6 muestra la participación promedio del precio recibido por el productor de acuerdo con el índice relevante de la OIC¹³ para cinco productores de Arábicas durante los últimos cinco años (2001-2005), comparada con el lustro final bajo control de la OIC (1986 y 1990) y con los cinco años de auge cafetero (1976 y 1980). La Figura 7 compara las participaciones en el índice de la OIC del café robusta de cinco países productores.

Durante los 25 años considerados en este análisis se observa una alta variación tanto en los niveles de estas relaciones como su evolución. Los tres productores latinoamericanos muestran un crecimiento estable en la participación del productor.

Los agricultores de Tanzania obtienen la participación más baja en el precio de los arábicas fob y además esta participación muestra una tendencia decreciente en el tiempo. Por

el contrario, otros países productores de café arábica han aumentado sus participaciones.

No hay una tendencia general evidente en la participación de los productores de café robusta en el precio mundial. Los de Brasil y Uganda se han beneficiado de un gran aumento en su participación, en tanto que los de Costa de Marfil y Vietnam han sido testigos de una disminución, aunque en este último caso la situación es menos crítica porque el nivel inicial era alto.

En resumen, no ha habido una tendencia decreciente generalizada para la porción que recibe el productor de los precios en los mercados terminales. La evidencia muestra que la liberalización del mercado, la disminución en los impuestos y los incrementos en la calidad han tendido a aumentar dicha porción con respecto a la observada bajo el «justo» régimen de la regulación de la Organización Internacional del Café.

13. Arábicas: Brasil otros Arábicas naturales; Colombia—Suaves Colombianos; Guatemala, Kenia y Tanzania—Otros Suaves.

Figura 6. Precio al productor como proporción de los índices OIC del café arábica

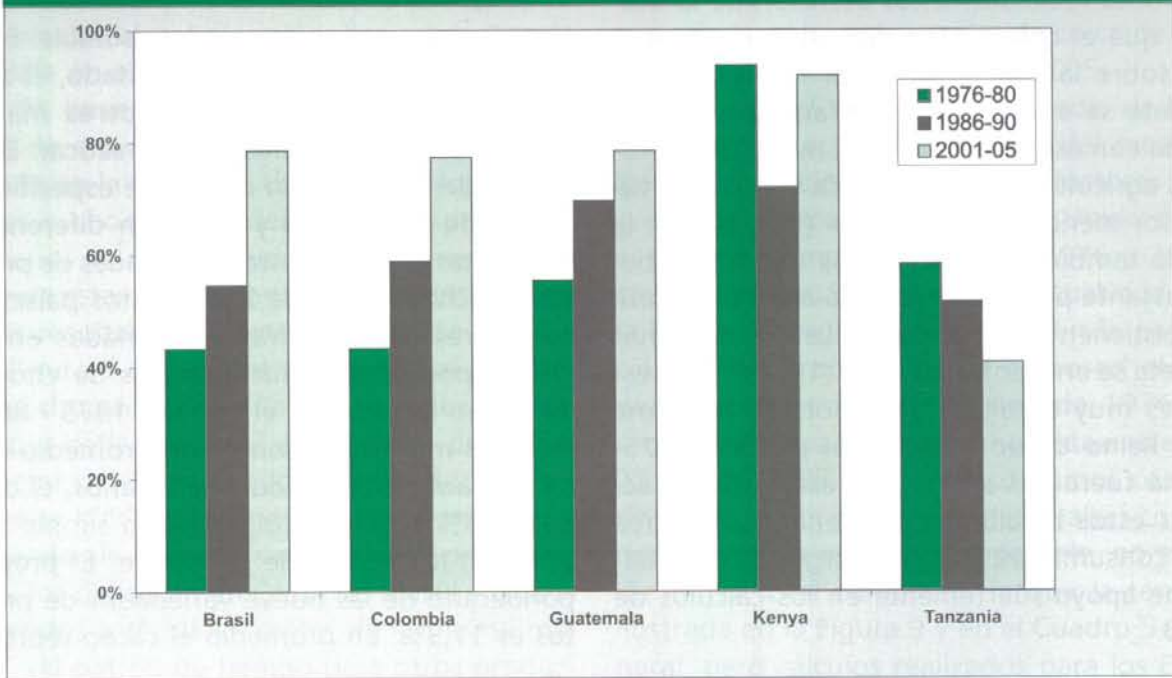
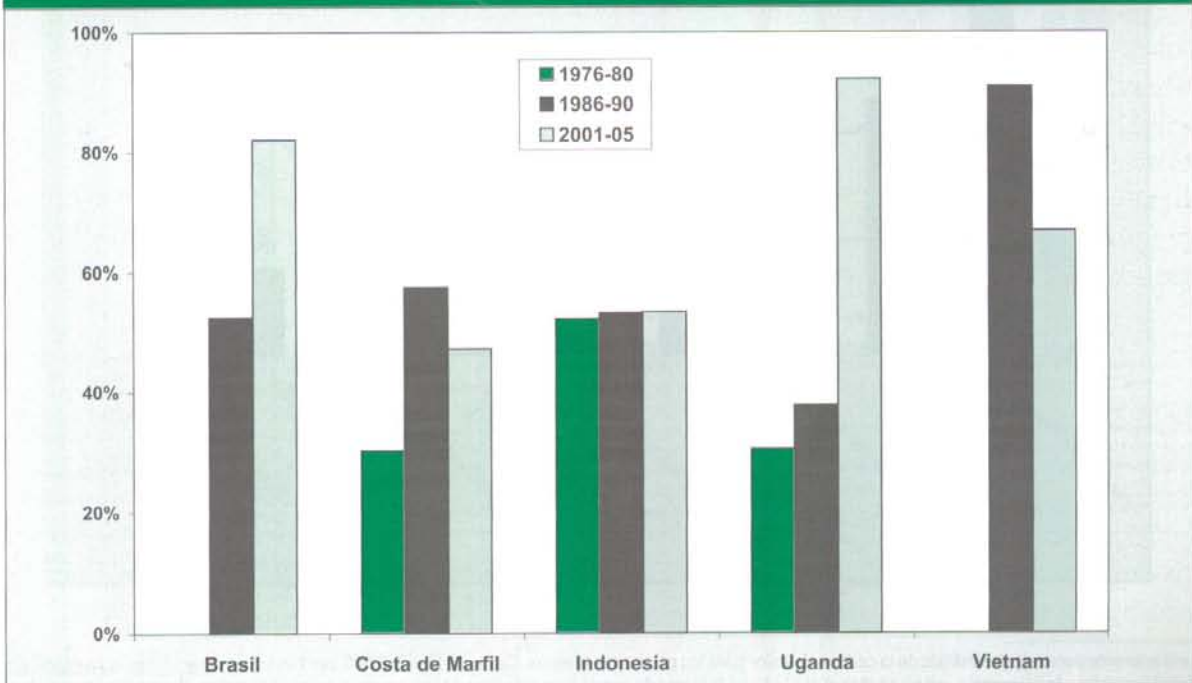


Figura 7. Café robusta: precios al productor como proporción del índice de precios de la Organización Internacional del Café



14. Brasil 1987-90, Uganda 2001-02 y Vietnam 1988-90.

LA PARTICIPACIÓN DE LOS PRODUCTORES DE CACAO EN EL VALOR

El cacao ha recibido menos atención de la academia que el café¹⁵. Una discusión clara pero corta sobre la cadena de valor del cacao y el chocolate se encuentra en Oxfam (2002a). De acuerdo con ese reporte, «en el mejor de los casos los agricultores reciben cerca del 5% del valor al por menor del chocolate» (ibid, p. 23). El informe también señala que los minoristas tienen bastante poder de mercado en el chocolate y que obtienen altos márgenes. La discusión más completa se encuentra en ICCO (1990)¹⁶. Este estudio es muy detallado pero sólo se relaciona con el Reino Unido y abarca el período 1975-88. Está fuera del alcance de este artículo actualizar estos resultados o extenderlos a otros países consumidores. Sin embargo, a continuación me apoyo fuertemente en los cálculos de la ICCO.

Es más difícil calcular la participación de los productores en el valor del cacao que del café dado que el chocolate es un producto más heterogéneo que el café tostado o soluble. En particular, y a diferencia del café tostado, el chocolate incorpora como insumo otras materias primas, particularmente leche y azúcar. El contenido de cacao de un chocolate específico depende de la «receta» y hay gran diferencia en las recetas de las distintas variedades de productos del chocolate y de los distintos países consumidores. De las cifras consignadas en ICCO (1990) podemos deducir recetas de chocolate del Reino Unido para el período 1975 - 88¹⁷. La Figura 8 muestra el contenido promedio de cacao durante este período de 14 años, el cual va del 26,5% en el chocolate sólido simple a sólo 2,5% en los licores de chocolate. El promedio ponderado de las nueve variedades de productos es 11,3%. En promedio el cacao representa

Figura 8. Contenido de cacao en diferentes productos de chocolate en el Reino Unido, 1975-88



15. En una aparente paradoja del análisis de la cadena de valor para los productos básicos, Clarence-Smith (2000, pp.1-2) cuenta que «En su «juventud» el cacao era un árbol pequeño y buen mozo... en su adultez el cacao tomó la forma de pepas fermentadas y secas... y en su vejez se transformó de nuevo tomando el nombre de chocolate... el chocolate se murió en el acto de ser consumido». Un italiano podría añadir *la morte del cacao è il 'baccio'*.

16. Escrita por Henri Jason.

17. Estas cifras representan el sector del chocolate pero excluyen el de la repostería que también usa un poco de cacao.

el 39,4% del costo de las materias primas usadas como insumo en los productos de chocolate.

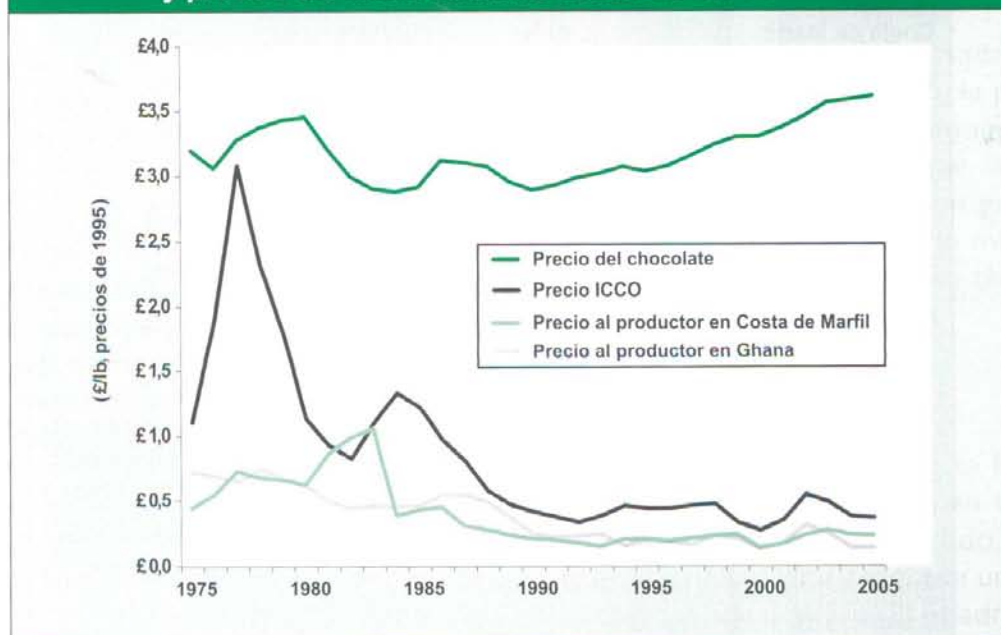
ICCO (1990) ofrece una estimación del precio promedio al por menor de los productos de chocolate en el Reino Unido durante el período 1975–84 basado en un detallado estudio de costos de nueve líneas de producto, la cual es ilustrada en la Figura 9. Usando el componente «dulces y chocolates» del índice de precios al por menor del Reino Unido efectúe una actualización de estas estimaciones hasta el año 2005¹⁸.

Los resultados de estos cálculos se ilustran en la Figura 9 que muestra el precio al por menor del chocolate en el Reino Unido, expresado en £/lb y deflactado por el índice de precios al productor del Reino Unido, el Indicador de Precios de la ICCO convertido a libras esterlinas y deflactado de manera similar, y los precios al productor del cacao en Costa de Marfil y Ghana convertidos a términos reales de la misma manera¹⁹. (El patrón de tiempo para otros productores de cacao es similar). La Figura muestra que el precio del chocolate aumentó entre 1984 y el

año 2005, pasando de un nivel bajo de £2,88/lb a uno alto de £3,61/lb. Durante el mismo período los precios al productor de cacao tendieron a caer en términos reales de cerca de 40p/lb en 1984 a cerca de 20p/lb en 2005.

El Cuadro 5 reporta el promedio de la relación de los precios al productor del cacao para los ocho principales países productores con el precio del chocolate en el Reino Unido durante el periodo comprendido entre 1976 y 2005. El cuadro confirma la impresión visual que ofrece la Figura 9 de una fuerte caída en la participación de los productores de cacao en el precio del chocolate durante la década 1976–1985 seguida por una caída más modesta entre 1986–95 y 1996–2005. Como no contamos con cifras de precio al por menor en otros países consumidores para un período comparable, no es posible tener total confianza de que la tendencia ilustrada en la Figura 9 y en el Cuadro 5 sea general, pero cálculos realizados para los Estados Unidos (no reportados acá) desde 1985 cuentan una historia similar.

Figura 9. Precio real al por menor de chocolate en el Reino Unido y precios del cacao en libras esterlinas reales



18. Fuente: Estadísticas Nacionales del Reino Unido StatBase. Esta serie no se volvió a calcular después del año 2005. Nótese que la cobertura de este índice es más amplia que la del índice del chocolate desarrollado por ICCO (1990).

19. Estoy agradecido con la ICCO por darme acceso a sus cifras de los precios al productor de cacao usadas en este gráfico y en el Cuadro 5. Aunque sería más natural deflactar el precio del chocolate por un índice de precios al consumidor, este sería un deflactor menos apropiado para los precios al productor.

Sin embargo, de nuevo, la historia cambia cuando miramos la participación de los productores en los precios de los mercados terminales. La Figura 10 ofrece unos cálculos para el cacao similares a los reportados en la sección 7 para el café. Durante la década de los ochenta la participación de los productores tendió a aumentar, de un promedio de 55% en el lustro 1976-80 a 69% en el período 1986-90. En la década más reciente no se observa un fuerte cambio general, aunque el aumento en la participación del productor en Brasil, Ghana, Indonesia y Malasia se compensó con la disminución en los otros países.

Llama la atención en la Figura 10 la convergencia de las participaciones del productor de los países del occidente de África con las del resto del mundo, zona en donde se produce aproxi-

madamente el 70% del cacao del mundo. Costa de Marfil es el mayor productor con el 40% de la producción mundial, seguido por Ghana con el 20%. Camerún y Nigeria también son productores importantes. Históricamente, el cacao del Occidente de África estuvo comercializado a través de juntas comerciales monopólicas – monopsónicas (en Ghana y Nigeria) y vendido a través de Cajas de Estabilización (en Camerún y Costa de Marfil). Estos arreglos estuvieron ausentes en otros países exportadores de cacao, de los cuales el más importante es Indonesia, responsable de aproximadamente el 10% de la producción mundial. El sistema de comercialización en el occidente de África fue ampliamente liberalizado a partir de 1986 cuando se abolieron las juntas de comercialización en Nigeria²⁰. En consecuencia la región opera más

Cuadro 5. Precio al productor de cacao como porcentaje del precio del chocolate en el Reino Unido, promedio de 10 años

	1976-85	1986-95	1996-2005
Brasil	35%	12%	11%
Camerún	18%	12%	7%
Costa de Marfil	18%	11%	6%
República Dominicana	35%	10%	8%
Ecuador	35%	13%	9%
Ghana	22%	8%	6%
Indonesia	24%	11%	8%
Malasia	29%	14%	10%
Nigeria	31%	19%	19%
<i>Promedio</i>	27%	12%	9%

Fuente: ICCO, FMI y Estadísticas Financieras Internacionales. Precio al productor como proporción del precio del chocolate (£/ton), convertido a libras esterlinas usando el promedio anual de la tasa de cambio

Camerún: no hay cifras de precios al productor para 2004-05.

República Dominicana: no hay precios al productor para 2003 y 2005.

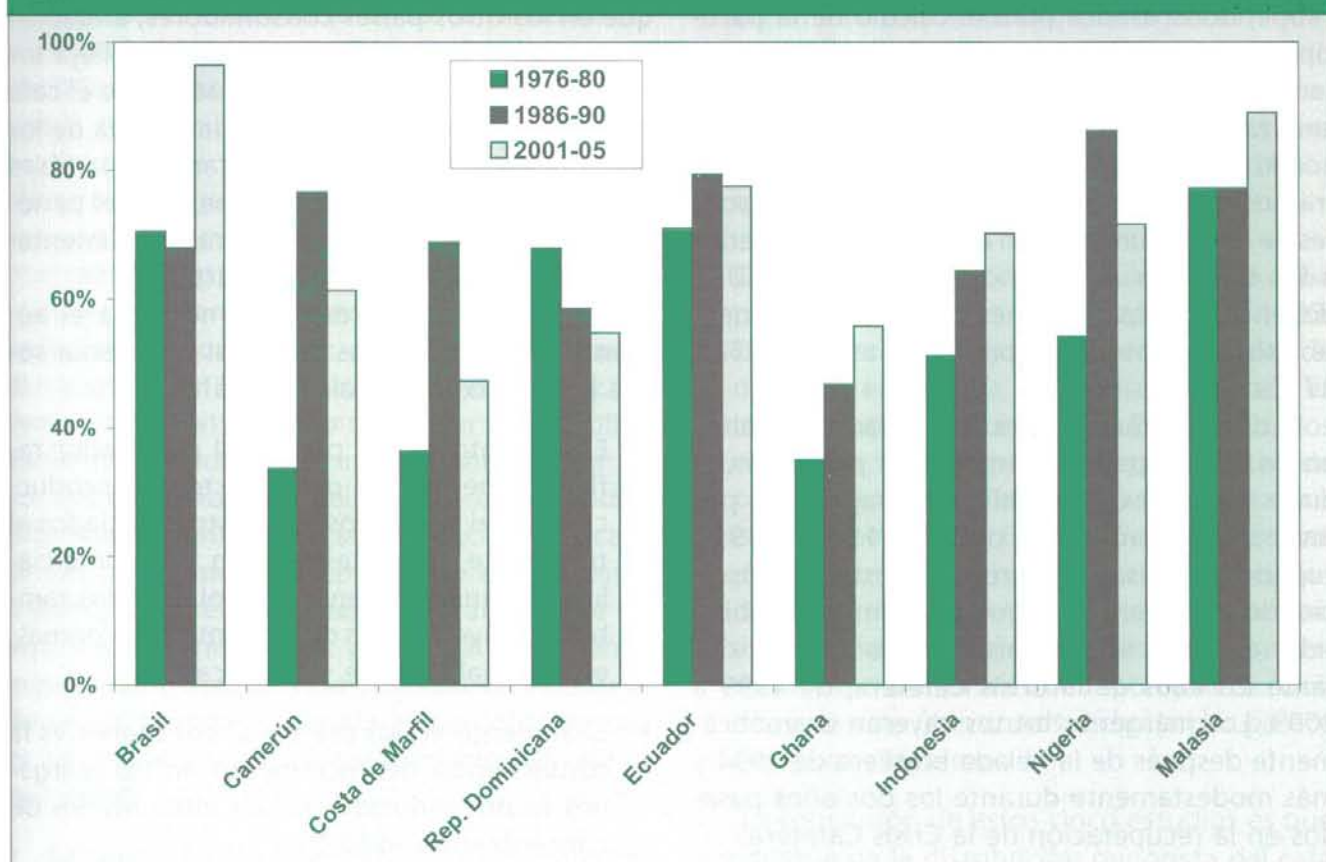
Ecuador: no hay precios al productor para 1976-77.

Indonesia: no hay precios al productor para 2003-05.

Malasia: no hay precios al productor para 1976-80.

20. La experiencia de liberalización del cacao es discutida en Gilbert (1997), Varangis y Schreiber (2001) y en Gilbert y Varangis (2004).

Figura 10. Cacao: precio al productor como proporción del precio ICCO ²¹



o menos con la misma estructura que el resto del sector, aunque en Ghana sigue funcionando una junta de comercialización un poco debilitada.

Como en el caso del café, la participación de los productores en el precio terminal no muestra una tendencia decreciente. De hecho, la limitada evidencia disponible muestra que la participación del productor aumentó consistentemente en todos los países productores en parte por la liberalización del mercado.

EL MERCADO MINORISTA

Los resultados discutidos en las dos secciones anteriores parecen paradójicos –la participación del productor tanto de café como de cacao en

el valor declinó durante las pasadas tres décadas mientras, al mismo tiempo, la participación del productor en el mercado terminal aumentó. La implicación inmediata es que la explicación para la decreciente participación en el valor ω debe ser buscada en el mercado minorista y no en el mercado del productor. En términos de la relación:

$$\omega = \frac{\pi/f}{p/f} = \frac{\sigma}{1+\mu}$$

Dada en la ecuación (3), como ω ha caído y la participación del productor σ en el precio del mercado terminal ha aumentado, aritméticamente debemos esperar encontrar un incremento en el margen minorista μ . El Cuadro 6 muestra los márgenes brutos²² de los precios al por me-

21. Fuente: igual que en el Cuadro 5. Algunos promedios son calculados con un número de observaciones reducido – véanse los detalles en el Cuadro 5.

22. i.e. márgenes brutos de todos los otros costos incluyendo los de las materias primas. La ausencia de algunos precios al por menor impide que repitamos este análisis para el caso de la cacao.

nor del café sobre el Indicador de Precio de la Organización Internacional del Café en siete grandes países consumidores para los mismos subperíodos usados para el cálculo de la participación de los productores en el valor presentados en los Cuadros 3 y 4. El cuadro puede ser analizado por columnas o por filas.

Al observar las columnas hacia abajo, encontramos que los márgenes brutos de los tostadores de hecho aumentaron en el período posterior a los controles. Excluyendo Japón y Reino Unido, en donde los márgenes son excepcionalmente altos, el incremento promedio es de 162% a 375%.

Los márgenes fueron particularmente altos en los dos subperíodos en que los precios mundiales fueron excepcionalmente bajos – los primeros cinco años del período 1989 – 1993 cuando los países consumidores estaban absorbiendo los inventarios que previamente habían sido retenidos en los países productores, y durante los años de la Crisis Cafetera, de 1999 a 2003. Los márgenes brutos cayeron dramáticamente después de la helada brasilera de 1994 y más modestamente durante los dos años pasados en la recuperación de la Crisis Cafetera.

Al comparar las filas del Cuadro 6 es evidente que existe una gran diversidad entre países, aunque ha habido cierta convergencia durante el período examinado. Dejando de lado a Italia, Japón y el Reino Unido, los márgenes brutos estuvieron en el rango entre 273% (Francia) y

395% (Alemania) en el último subperíodo examinado (2004-05). Los márgenes en Japón y en el Reino Unido siempre han sido mucho más altos que en los otros países consumidores, situación que persiste, lo cual probablemente refleja los formatos muy distintos con que se vende el café en estos dos países. En Italia en la década de los ochenta los márgenes brutos eran comparables a los de otros países europeos pero en el período siguiente los precios al por menor aumentaron mucho más que en otras partes.

Hay tres posibles explicaciones para el aumento en los márgenes brutos al por menor sobre los precios mundiales del café:

- El aumento en los precios al por menor refleja aumentos en otros costos de producción. En el café éstos son costos asociados al transporte, el procesamiento y la comercialización, mientras en el chocolate éstos también incluyen costos de otras materias primas, en especial la leche y el azúcar.
- El aumento en los precios al por menor es la consecuencia del incremento en los márgenes brutos inducido por los altos niveles de concentración industrial.
- Los crecientes precios al por menor reflejan el uso de granos de mejor calidad con la consecuencia de que los precios en el mercado terminal no reflejan adecuadamente el costo de las materias primas utilizadas.

Cuadro 6. Margén bruto al por menor en el café, 1980-2005

	Francia	Alemania	Italia	Japón	Holanda	Suecia	RU	EU
1980-88	167%	201%	190%	549%*	135%	165%	594%	115%
1989-2005	261%	385%	611%	1461%	326%	342%	1576%	324%
1989-93	336%	479%	685%	1717%	347%	380%	1387%	311%
1994-98	146%	251%	351%	1134%	200%	250%	1035%	207%
1999-2003	297%	420%	751%	1693%	404%	407%	2177%	458%
2004-05	273%	395%	726%	1064%	389%	315%	1896%	312%

* 1982-88.

Fuente: OIC

Mientras la tercera de estas explicaciones puede ser importante para un tostador individual, no es posible que todos los principales consumidores estén mejorando continuamente la calidad del café que compran. Por lo tanto a continuación nos concentramos en las dos primeras explicaciones.

Para hacer inferencias directas sobre los márgenes de ganancia es necesario tener acceso a información de costos, pero, por obvias razones, ésta no está disponible de manera completa²³. Pero sí es posible hacer inferencias indirectas de los precios al por menor a través del análisis de los precios mundiales del café debido a que el ejercicio del poder monopólico eleva los precios al por menor por encima de los costos en función del alcance de su poder. Esto nos permite inferir la existencia y el alcance del poder monopólico cuando un aumento o disminución en los precios del café resulte en una transferencia a los precios al por menor mayor que la unidad. Esta observación es la base de varias pruebas recientes sobre la existencia de poder monopólico en el mercado del café al por menor:

- Bettendorf y Verboven (2000) examinaron el mercado minorista holandés usando cifras mensuales durante un período de cinco años 1992-96. Ellos notaron la «relativa alta participación de los costos distintos a los costos del grano» y concluyeron que la conducta del mercado es «relativamente competitiva».
- Feuerstein (2002) analizó los precios al por menor en Alemania desde 1971 hasta 1995. Él concluyó que «los choques de costos conducen a cambios en los precios de una cuantía aproximadamente igual, dejando los márgenes precio – costos inalterados».
- Durevall (2004) usando cifras trimestrales del mercado sueco entre 1978 y 2002 encuentra alguna evidencia de que los tostadores

tienen poder de mercado en el corto plazo pero no en el largo plazo.

- En un informe del USDA, Leibtag et al (2007) usando información detallada del mercado minorista de los Estados Unidos para el período 1993 – 2004, encuentran que los precios al por menor responden un poco menos que uno a uno a los costos del grano.
- Gilbert (2007) usa cifras anuales para ocho países consumidores durante el período 1980-2005 y encuentra que el grado del poder de mercado en Francia, Alemania y Holanda es cero o muy bajo. Suecia y los Estados Unidos muestran niveles moderadamente altos de poder monopólico en la década de los años ochenta pero en los Estados Unidos éstos van disminuyendo hacia los niveles de Europa continental. En contraste, parece haber un alto nivel de poder monopólico en los mercados no tradicionales de Japón y Reino Unido, y en este último país dicho poder parece crecer con el tiempo²⁴.

La conclusión de estos cinco estudios es que la industria de la distribución minorista del café es predominantemente competitiva especialmente en los países de Europa continental; hay serias dudas de que esto sea cierto para Japón, el Reino Unido y en menor grado Suecia. El mercado de los Estados Unidos parece ser competitivo hoy en día, pero no en el pasado. La implicación es que como los precios al por menor han aumentado y los precios del café verde han disminuido, dado que los precios al por menor sólo crecen en proporción a los costos, entonces los costos distintos a los del grano deben haber aumentado más de lo necesario para compensar la disminución de los precios del café verde. Sólo en el caso del Reino Unido se argumenta que el poder monopólico ha sido un factor influyente en la decreciente participación del productor en los precios al por menor del café.

23. La excepción es el informe de 1991 sobre el mercado del Reino Unido para el café soluble, en el cual el productor dominante (Nestlé) gozaba de una participación del 48% en el volumen. La agencia reguladora (la Comisión sobre Monopolios y Fusiones) no pudo encontrar alguna «debilidad en la competencia de precios que justificara la intervención» (MMC, 1991).

24. Él no pudo estimar el grado de poder monopólico en el octavo país considerado, Italia.

¿PUEDEN LOS PRODUCTORES AGREGAR VALOR?

Podemos distinguir tres tipos de estrategias que los productores pueden usar para aumentar su participación en el valor del producto minorista:

- a. Trabajar en contra del mercado: los productores obtienen una alta porción de los precios de los mercados finales pero estos precios son y muchos de los productores no alcanzan un nivel de vida satisfactorio. Este problema lleva a adoptar la estrategia de sustituir las fuerzas del mercado imponiendo un precio «justo» a los consumidores. Este fue el objetivo de los productores en el Acuerdo Internacional del Café que se extendió (con algunos quiebres) entre 1962 y 1989 y en los Acuerdos Internacionales del cacao que estuvieron vigentes entre 1981 y 1988, el cual tuvo un éxito considerable en el primer caso y escaso en el segundo, ver Gilbert (1996)²⁵. Este también es el enfoque defendido por Robbins (2003). Trabajar en contra del mercado requiere considerable unanimidad por parte de los gobiernos de los principales países productores y probablemente también el consentimiento activo de los gobiernos de los países consumidores.
- b. Trabajar por fuera del mercado: los productores descontentos con los precios mundiales del cacao o del café pueden tratar de vender sus productos a precios más altos a los consumidores que están dispuestos a pagarlos, argumento que constituye la base del Comercio Justo del café y del chocolate. Como se comentó en la sección 5, en el Comercio Justo los precios al por menor son calculados sobre un costo base aumentado a partir de unos precios al productor considerados «justos» y no sobre los precios del

mercado resultantes como residuo de sustraer los costos de intermediación de los precios del mercado terminal. El Comercio Justo es uno de los componentes de la estrategia defendida por Daviron y Ponte (2005). Robbins (2003) es escéptico de que el Comercio Justo pueda hacer algo más que una contribución marginal.

- c. Trabajar con el mercado: el café, y en particular el arábica, es heterogéneo y los consumidores están dispuestos a pagar una prima por lo que ellos perciben como granos particularmente finos. Estas primas les permiten a los productores obtener precios aceptables inclusive cuando los precios en el mercado terminal para las calidades estándar son bajos. Esto sugiere que los productores deberían esforzarse por aumentar la calidad de forma que los tostadores, y en especial los tostadores de cafés especiales, puedan expandir aún más el mercado de cafés de calidad. (Esta estrategia tiene menos potencial para los cafés robusta y para el cacao, en donde los granos están más cerca de ser homogéneos). Daviron y Ponte (2005) sugieren que la certificación del café como orgánico, sostenible o cultivado a la sombra amplía el potencial para la diferenciación del producto y por lo tanto para ampliar las primas de los productores. En Kaplinsky (2006) se encuentra un argumento similar²⁶. Igual que en el café de Comercio Justo es necesario investigar hasta qué punto las iniciativas de este tipo pueden capturar un amplio segmento del mercado.

Dos motivos explican que los precios del café y del cacao hayan caído en relación con sus niveles históricos. El primero es la creciente productividad, principalmente de la industria

25. El objetivo oficial de los acuerdos era la estabilización de precios, pero los productores la interpretaron como una estabilización a precios justos y en estos y otros acuerdos se opusieron a ajustar hacia abajo la franja de estabilización en concordancia con los precios del mercado. Los acuerdos han continuado pero sin activar las cláusulas económicas (i.e. de intervención del mercado).

26. El cacao que es cultivado por pequeños productores en la selva húmeda cuando es joven crece bajo la sombra de otros árboles. Esta clase de cultivo casi siempre es sostenible en el sentido de que la tierra puede volver a ser bosque después de que ha sido cultivada, pero es no-sostenible en cuanto es un «cultivo migratorio» y es difícil replantarlo en un bosque que fue previamente usado para su producción. En algunos países productores, como Etiopía y Uganda el café es naturalmente orgánico, pero en otros requiere la aplicación de fertilizantes o insecticidas para no deteriorar la calidad del café y cualquier prima orgánica necesitará compensar una posible caída en la prima por calidad. Este no es un problema en el caso del cacao.

caficultora del Brasil que ha logrado una mecanización extensiva. Al aumentar la productividad los mismos ingresos del café se dirigen a sostener un menor número de personas. Los productores de los países que han logrado aumentar su productividad pueden seguir siendo competitivos a unos niveles de precio que ponen en problemas a productores de otros países. La segunda razón para los bajos precios del cacao y del café es la falta de desarrollo en muchos países africanos y latinoamericanos, lo que implica que los agricultores tienen pocas alternativas de mercado y se ven obligados a seguir produciendo café y cacao inclusive a precios muy bajos.

Todos los negocios necesitan concentrarse en mantener o aumentar los márgenes de utilidad y en reducir los costos. Con respecto a los productos básicos tropicales, los exponentes del enfoque de la Cadena Global de Valor sólo han mirado el primero de estos aspectos; por ejemplo Kaplinsky (2006) plantea la pregunta «¿Cómo pueden los productores de bienes básicos agrícolas apropiarse de una mayor porción de los ingresos generados en la cadena de valor? Ésta puede ser una pregunta apropiada para aquellos productores que pueden vender su producto en nichos del mercado rentables pero es poco probable que sea un enfoque útil para un gran número de productores de cacao o de café robusta para quienes es mejor preguntarse cómo pueden adaptarse a los menores precios. En la industria del café una respuesta es consolidar la tenencia de la tierra y mecanizarse hasta poder alcanzar los niveles de productividad del Brasil. Es importante reconocer que la mayoría del comercio de los productos básicos se llevará a cabo a granel y obtendrá precios muy cercanos a los precios mundiales. El objetivo de la política debe ser equipar a los agricultores para producir de manera eficiente a esos precios, lo cual requiere mejorar la extensión de tecnología, el transporte, el manejo portuario y reducir la corrupción. Esto también se vería ayudado por la consolidación de la tenencia de la tierra, títulos de tierra más claros los cuales facilitarían el incremento de la mecanización, inclusive a un nivel modes-

to (más importante para el café que para el cacao). Sin embargo, reconozco que el tema de los títulos de tierra es complejo y que la disponibilidad de crédito está limitada en la mayor parte de África lo que reduce las posibilidades de aumento en la productividad. Estas restricciones serán aliviadas si las economías de los países productores se desarrollan más rápidamente ofreciendo oportunidades distintas a las agrícolas para la mano de obra que en la actualidad está siendo empleada en los sectores del cacao y del café. Pero todos estos esfuerzos están orientados a llevar mayor prosperidad a la agricultura tropical de exportación como consecuencia y no como causa del desarrollo.

TEMAS SOBRE EL MANEJO DEL PODER

El análisis de la Cadena Global de Valor con frecuencia hace énfasis en la contribución positiva que puede lograrse mediante un mejor manejo del poder en la cadena de valor. Durante la década pasada las agencias de desarrollo multilateral concentraron la atención en el papel de un buen manejo del poder como precondition para el crecimiento y por lo tanto puede parecer difícil sugerir que un llamado para mejorar el manejo del poder en la cadena de valor pueda estar fuera de lugar - después de todo, un buen manejo del poder es con seguridad mejor que un mal manejo del poder. Aún así, todo manejo del poder impone costos, y un economista está limitado a preguntarse si inclusive un buen manejo del poder es mejor que ningún manejo del poder (dejando a los politólogos la respuesta a la pregunta de si un buen manejo del poder, en cualquier caso, es un resultado deseable).

Daviron y Ponte (2005) afirman que la cadena de valor del café «se ha alejado de un sistema controlado públicamente en donde los productores tenían mucho que decir, acercándose a un sistema más privado y dominado por el comprador». Es cierto que los gobiernos de los países productores han perdido muchos de los poderes que disfrutaban en las épocas de las juntas comerciales y de las Cajas de Estabili-

zación monopólicas –monopsónicas del cacao para la determinación de los precios, las exportaciones y la distribución de rentas, y en el caso del café cuando estaba vigente el acuerdo internacional basado en un sistema efectivo de cuotas vigilado por los gobiernos consumidores. Sin embargo, los productores ahora son libres de decidir cuánto producen y a quién le venden y por lo tanto han ganado poder. Algunos especialistas quisieran considerar este cambio como la generación de un excedente democrático. Los tostadores y los «compradores» también son libres de organizar sus compras con menores restricciones aunque como en el pasado ellos pudieron cobrar altos precios a los consumidores, los controles probablemente tenían poco efecto sobre su rentabilidad. En cualquier caso, como la evidencia para el caso del café muestra que después de los controles los precios al por menor y los mercados al productor se han vuelto más, y no menos, competitivos, es difícil sostener el argumento de que este mercado se ha vuelto «privado o dominado por los compradores». La competencia disipa el poder. El juicio correcto es que los gobiernos de los países productores han visto redistribuido su poder hacia millones de consumidores de café y agricultores. Éste es el contexto en el que tenemos que ver los llamados para «mejorar el ejercicio del poder».

Entonces ¿cuáles son las propuestas específicas sobre el ejercicio del poder? Robbins (2003) es el único que recientemente ha propuesto devolverse hacia un esquema de administración de la oferta y por lo tanto entregar de nuevo el poder a los países productores. Daviron y Ponte (2005) hacen sugerencias más modestas. A ellos les gustaría lo siguiente:

- Aumentar la regulación al interior de los países productores en especial en relación con la calidad y con los indicadores geográficos de origen.
- Tener una regulación sobre la certificación de sostenibilidad y mejorar el manejo de marcas en los países consumidores; y

- Tener una regulación internacional *antitrust*.

Sus propuestas son en parte razonables y en parte erróneas e inclusive potencialmente peligrosas.

Los indicadores de origen geográfico y la certificación de sostenibilidad son ambos instrumentos útiles que tienen potencial para mejorar la escogencia del consumidor. Se necesita que estén constituidas dentro de una estructura regulatoria mínima, y las organizaciones internacionales del café y del cacao están en una buena posición para jugar este papel. Es menos obvio que requieran un soporte legal, ya sea en los países productores o consumidores; es preferible la adhesión voluntaria que la coacción, y las demandas falsas o erróneas pueden ser atacadas al amparo de la legislación nacional existente para la protección del consumidor.

Más aún, la visión de que, en términos generales, la liberalización del mercado ha resultado en la erosión de los estándares de calidad es errada; no hay fallas de mercado en la producción de calidad, que sería la razón para hacer necesaria la regulación. Los exportadores de cacao y café siempre están preocupados por la calidad del grano que exportan, tal como lo muestran Gilbert y Tollens (2003) para el caso de las exportaciones de cacao de Camerún, quienes se cuidan de no comprar pepas que no cumplen los estándares requeridos. Estos elementos de las propuestas de Daviron y Ponte (2005) surgen de la visión equivocada de que la única vía para los países productores de café y cacao es agregar valor y desconfiar de la habilidad de los agentes (agricultores, intermediarios, exportadores, procesadores y consumidores) para tomar esas decisiones de la mejor manera para ellos.

La propuesta final hecha por Daviron y Ponte (2005), abogando por una regulación antimonopolio internacional es el error más serio. Inclusive si existiera evidencia de ejercicio de poder monopólico y/o monopsónico en las industrias del cacao y del café en detrimento de los consumidores y/o de los productores, las autoridades nacionales sobre competencia se-

rían suficientes para controlar estos abusos. Microsoft, que probablemente es la empresa más poderosa a nivel mundial, ha sido demandada en las cortes de los Estados Unidos y la Unión Europea. Nadie ha sugerido que se requiera una agencia de competencia multilateral en la industria de la tecnología de información. ¿Por qué entonces habría de requerirse en la industria de los productos básicos tropicales que es mucho menos importante? En el mismo sentido, los países productores han establecido sus propias autoridades reguladoras para manejar posibles abusos en las compras – un ejemplo es la doble estructura de la *Autorité de Regulation du Café et du Cacao* (ARCC) y del *Bourse du Café et du Cacao* (BCC) adoptada en Costa de Marfil como parte de la liberalización del año 2000. De nuevo en este caso no existe necesidad de una acción multilateral que aumentaría los costos sin probabilidad alguna de aumentar la efectividad.

En cualquier caso, la evidencia recolectada en éste y otros artículos recientes²⁷ muestra que a pesar de la concentración de la industria tostadora de café y de conversión del cacao, los poderes monopólicos y monopsónicos están ausentes o han disminuido y por lo tanto la mayoría de los mercados del productor y al por menor están cerca de la competencia perfecta. Las principales excepciones, que son los mercados minoristas de Japón y del Reino Unido, pueden ser fácilmente manejadas por parte de las autoridades nacionales de competencia. Por lo tanto no existe necesidad alguna de aumentar la regulación.

La propuesta de una autoridad internacional de competencia también es peligrosa. Una vez creada, esa clase de autoridad necesita justificar su existencia llevando a cabo algunas acciones; un gran presupuesto y altos salarios tienen que mostrar resultados. De ahí surge la preocupación de que esa autoridad pueda iniciar acciones frívolas en donde existe poca o ninguna evidencia de que ésta se requiera.

La calidad de la estructura institucional determinará la eficiencia de una cadena de oferta

y su capacidad para responderle a quienes le apuestan a estos mercados. Cualquier propuesta que vaya en la dirección de mejorar la calidad institucional debe ser bien recibida. Allí cabe buena parte de lo que Daviron y Ponte (2005) proponen bajo el título de mejorar el manejo del poder. También hay otras posibilidades como por ejemplo mejorar el funcionamiento de las organizaciones que representan a los productores, las cuales son igualmente valiosas. Sin embargo, una regulación específica para esta industria no es necesaria ni deseable en los países productores, en los consumidores ni a nivel internacional. Uno de los principales objetivos buscado por las agencias multilaterales al presionar la agenda de la liberalización es reducir lo que se ha visto como una presencia excesiva del gobierno en los sectores exportadores de productos básicos. Las estructuras reguladoras de antes de la reforma, hoy en día desmanteladas casi en su totalidad, aumentaron los costos, inhibieron la competencia y la innovación y redistribuyeron los ingresos disminuyendo los de los agricultores. Existe el peligro de que el eslogan «un mejor ejercicio del poder» pueda camuflar la desmantelación de algunas de estas reformas.

CONCLUSIONES

Dado que el análisis de la cadena de valor es sólo un marco de análisis, este no tiene implicaciones sustantivas en sí mismo. Por lo tanto, lo importante es saber si este análisis es útil, y no si es correcto. Gereffi et al. (1994) afirman que el análisis de la Cadena Global de Valor «...nos permite plantear preguntas sobre desarrollo contemporáneo que no son manejadas con facilidad por los anteriores paradigmas...» (ibid, p. 2). En este estudio he argumentado que la aplicación del análisis de la Cadena Global de Valor ha sido útil para resaltar algunos aspectos que los economistas tradicionales tienden a negar, pero que también motiva a sus proponentes a sobre simplificar otros

27. Feuerstein (2002), Bettendorf y Verboven (2003), Krivonos (2004), Durevall (2006), Leibtag et al (2007) y Gilbert (2007).

temas importantes en donde el análisis económico tradicional es más útil.

A pesar de lo que reclaman los proponentes del análisis de la Cadena Global de Valor, éste no siempre es útil para explicar las participaciones en el valor y de hecho la participación del productor en el precio minorista no siempre es un concepto útil, por dos razones:

El concepto de la cadena de valor de un producto básico no siempre está bien definido. La noción de la cadena de valor del cacao y del chocolate puede parecer natural para los productores de cacao pero no tanto para los fabricantes de chocolate y de repostería que usan como insumos un amplio rango de materias primas. En este caso el concepto de la cadena de valor es una sobresimplificación y plantea preguntas equivocadas.

Los mercados terminales, y específicamente los mercados de la Bolsa de Nueva York y Euro-Next LIFFE del cacao y del café, separan los productores y los mercados minoristas. El importante rol de estos mercados no ha sido reconocido en la literatura de la cadena de valor. Aunque sólo una pequeña proporción del volumen total de ventas y compras pasa a través de estos mercados terminales, ellos ofrecen precios de referencia para casi todo el comercio mundial del café y del cacao. Históricamente esto no siempre ha sido así y no hay garantía de que vaya a seguir siendo de esta manera en el futuro, pero sí es la situación actual. Los mercados terminales aumentan la competencia ya que los productores siempre le pueden vender a la bolsa y los procesadores siempre pueden comprar allá. Un resultado probable es que ambos conjuntos de actores se convierten en tomadores de precios del mercado terminal y que ésta es la fuente de la separación productor-minorista. Dada esta división, es más lógico mirar separadamente la participación del productor en el precio del mercado terminal y el margen del procesador sobre el precio del mercado terminal, que combinar los dos en una sola medida difícil de interpretar. Este enfoque también supera exitosamente el problema que mencionamos anteriormente de complejas cadenas de valor –la participación del productor

en el mercado terminal del cacao es un concepto bien definido pero la participación del productor en el precio al por menor del chocolate no lo es.

Aunque el análisis de la Cadena Global de Valor fracasa en explicar las participaciones en el valor, que es su propio terreno, puede tener éxito en algunos terrenos ajenos: Daviron y Ponte (2005) deben ser felicitados por su discusión sobre las posibilidades de los productores para agregar valor, aunque pueden ser demasiado optimistas sobre el alcance de esas posibilidades. Sin embargo, hay que ser cuidadosos con sus sugerencias de que para alcanzar estos objetivos se deben crear (o recrear) estructuras reguladoras, porque éstos se logran mejor al interior de un marco voluntario.

Pasando a los hallazgos sustantivos, se ha acusado varias veces a los procesadores de café y de cacao de ejercer poder monopólico –monopsónico con la consecuente reducción en la participación de los productores. Los altos niveles de concentración de los procesadores han contribuido a darle credibilidad a esta impresión. El análisis de las industrias del café y del cacao descrito en este documento ha fracasado en dar evidencia que apoye esta afirmación. Las participaciones de los productores en los precios de los mercados terminales han aumentado en términos generales como consecuencia de la liberalización del mercado y de los menores niveles de impuestos. Se ha analizado la disminución de la participación de los productores en el valor de los precios al por menor para ver la evolución de la estructura de costos de las industrias procesadoras. La conjunción de los menores precios de la materia prima (café y pepa de cacao) y un costo creciente en términos reales del trabajo y otros costos incurridos en los países consumidores ha resultado sólo en una leve caída en los precios reales al por menor (en el caso del café) o en precios estables en términos generales (en el caso del chocolate). A pesar de los altos niveles de concentración tanto en la conversión del cacao como en la tostión del café, hay poca evidencia de que este cambio en la estructura de costos tenga algo que ver con las intensidades relativas de competencia.

De acá se deduce que no hay razón para la creación de una autoridad antimonopolio para las industrias del café y del cacao. Los problemas de poder monopólico que pueden estar presentes en el Japón y en el Reino Unido pueden ser abordados de manera adecuada por las autoridades nacionales reguladoras de la competencia.

La explicación del descenso en la participación del productor en el precio al por menor es más simple –sólo una proporción, quizás cerca de la mitad, del costo del café tostado es atribuible a los costos del grano de café. La otra mitad es el resultado de los costos de procesamiento, transporte y comercialización incurridos en los países consumidores, los cuales han tendido a aumentar o a permanecer prácticamente constantes. La disminución del precio mundial del café no tuvo ningún efecto sobre estos costos en los países consumidores. Los precios al por menor del café reflejan todos los costos de producción y no sólo aquellos incurridos en los países productores. Algunas personas han sugerido que la liberalización del mercado en los países productores de cacao y café, con frecuencia vista como impuesta y/o mal ejecutada, ha contribuido a la disminución en la participación del productor en los precios al por menor. Pero esto no es cierto. Los productores han tendido a recibir una porción creciente del precio en el

mercado terminal la cual ha compensado la tendencia de los precios del mercado terminal a decrecer como proporción de los precios al por menor. En ausencia de una liberalización del mercado, los productores (en particular los productores de cacao del oeste de África) hubieran sufrido una disminución aún más grande en su participación en los precios al por menor.

Durante las dos últimas décadas los precios del café han estado débiles e inclusive desastrosos. Hay dos razones principales que explican esta debilidad –grandes avances en la productividad por la mecanización en Brasil y la falta crónica de alternativas de ingreso en muchos países productores africanos y latinoamericanos, países que no pueden competir con el moderno sector cafetero de Brasil y se ven obligados a abandonar la producción de café o a aceptar menores niveles de remuneración real. Como la alternativa de abandonar la actividad sólo es atractiva en países que están experimentando crecimiento en otros sectores, la mayoría de agricultores pobres se ven forzados a tomar la segunda alternativa. Un próspero sector de agricultura de exportación puede contribuir a la prosperidad general y a la reducción de la pobreza, pero en el ambiente actual es poco probable que el sector genere crecimiento en la forma en que pudo parecer posible hace cincuenta años.

Referencias bibliográficas

- Akiyama, T. (2001), «Coffee market liberalization since 1990», en Akiyama, T., J. Baffes, D. Larson y P. Varangis eds., *Commodity Market Reforms: Lessons of Two Decades*, Washington D.C., Banco Mundial.
- Bettendorf, L. y F. Verboven (2003), «Incomplete transmission of coffee bean prices: evidence from the Netherlands», *European Review of Agricultural Economics*, 27, 1-16.
- Clarence-Smith, W.G. (2000), *Cocoa and Chocolate, 1765-1914*, Londres, Routledge.
- Daviron, B., y S. Ponte (2005), *The Coffee Paradox*, Londres, Zed Books.
- Durevall, D.J. (2006), «Competition in the Swedish coffee market, 1978-2002», disponible en <http://ssrn.com/abstract=881746>.
- Feenstra, R.C. y G.H. Hanson (1996), «Globalization, outsourcing and wage inequality», *American Economic Review, Papers and Proceedings*, 86, 240-51.
- Feenstra, R.C. y G.H. Hanson (1999), «The impact of outsourcing and high-technology capital on wages: estimates for the United States, 1979-1990», *Quarterly Journal of Economics*, 114, 907-40.
- Feuerstein, S. (2002), «Do coffee roasters benefit from high prices of green coffee?», *International Journal of Industrial Organization*, 20, 89-118.
- Gereffi, G., M. Korzeniewicz y R.P. Korzeniewicz (1994), «Introduction: global commodity chains», en G. Gereffi y M. Korzeniewicz eds., *Commodity Chains and Global Capitalism*, Westport, Greenwood Press.
- Gilbert, C.L. (1996), «International commodity agreements: an obituary notice», *World Development*, 24, 1-19.
- Gilbert, C.L. (1998), «Cocoa market liberalization: Its effects on quality, futures trading and prices», London, Cocoa Association of London.
- Gilbert, C.L. (2004), «International commodity agreements as internationally sanctioned cartels», en P.Z. Grossman ed., *How Cartels Endure and How They Fail*, Cheltenham, Edward Elgar.
- Gilbert, C.L. (2005), «The long run impact of the ending of coffee control», artículo preparado for the Second World Coffee Conference, Salvador (Bahia), Brasil, 23 a 25 de septiembre 2005, http://dev.ico.org/event_pdfs/wcc2/presentations/gilbert%20text.pdf
- Gilbert, C.L. (2007), «Have we been mugged? Market power in the world coffee market», Department of Economics, University of Trento, processed.
- Gilbert, C.L. y E. Tollens (2003), «Does market liberalisation jeopardise export quality? Cameroonian cocoa, 1988-2000», *Journal of African Economies*, 12, 303-42

- Gilbert, C.L. y P. Varangis (2004), «Globalization and international commodity trade with specific reference to the West African cocoa producers», ch. 4 of R.E. Baldwin y L.A. Winters eds., *Challenges to Globalization*, Chicago, University of Chicago Press (for the National Bureau of Economic Research).
- Hopkins, T.K., y I. Wallerstein (1977), «Patterns of development of the modern world-system», *Review*, 10, 11-145.
- Hopkins, T.K., y I. Wallerstein (1986), «Commodity chains in the world economy prior to 1800», *Review*, 10, 157-79.
- Hopkins, T.K., y I. Wallerstein (1994), «Commodity chains: construct and research», en G. Gereffi y M. Korzeniewicz eds., *Commodity Chains and Global Capitalism*, Westport, Greenwood Press.
- Organización Internacional del Cacao (ICCO) (1990), «Recent evolution of the share of the cocoa cost component in the retail price of chocolate in the United Kingdom», Note by the ICCO Secretariat for the Seventh Meeting of the Advisory Group on the World Cocoa Economy, Accra, Ghana, 18-22, junio 1990.
- Kaplinsky, R. (2006), «How can agricultural commodity producers appropriate a greater share of value chain incomes?», en A. Sarris y D. Hallam eds., *Agricultural Commodity Markets and Trade*, Cheltenham, Edward Elgar.
- Korzeniewicz, M., y W. Martin (1994), «The global distribution of commodity chains», en G. Gereffi y M. Korzeniewicz eds., *Commodity Chains and Global Capitalism*, Westport, Greenwood Press.
- Krivosos, E. (2004), «The impact of coffee market reforms on producer prices and price transmission», Policy Research Working Paper, 3358, Washington DC, Banco Mundial.
- Law, A.D. (1975), *International Commodity Agreements*, Lexington, D.C. Heath.
- Leibtag, E., A. Nakamura, E. Nakamura y D. Zerom (2007), «Cost pass-through in the U.S. coffee industry», Economic Research Report, 38, Washington D.C., USDA.
- Marshall, C.F. (1983), *The World Coffee Trade*, Cambridge, Woodhead-Faulkner.
- Comisión de Monopolios y Fusiones (1991), *Soluble Coffee*, London, HMSO.
- Othick, J. (1976), «The cocoa and chocolate industry in the nineteenth century», en D. Oddy y D. Miller (eds.), *The Making of the Modern British Diet*, London, Croom Helm.
- Oxfam (2002a), *The Cocoa Market – A Background Study*, <http://www.maketrade-fair.com/en/assets/english/CocoaStudy.pdf>
- Oxfam (2002b), *Mugged – Poverty in your Cup*, Oxford, Oxfam, <http://www.maketrade-fair.com/assets/english/mugged.pdf>
- Samper K., M. (2003), «The historical construction of quality and competitiveness: a preliminary discussion of coffee commodity chains», en W.G. Clarence-Smith y S. Topik (eds.), *The Global Coffee Economy in Africa, Asia, and Latin America, 1500-1989*, Cambridge, Cambridge University Press.
- Robbins, P. (2003), *Stolen Fruit*, London, Zed Books.
- Sutton, J. (1991), *Sunk Costs and Market Structure*, Cambridge (Mass.), MIT Press.
- Talbot, J.M. (1997), «Where does your coffee dollar go? The division of income and surplus along the coffee value chain», *Studies in Comparative International Development*, 32, 56-91.
- van Dijk, J.B., D.H.G.M. van Doesberg, A.M.A. Heijbroek, M.R.I.A. Wazir y G.S.M. de Wolff (1998), *The World Coffee Market*, Utrecht, Rabo Bank International.
- Varangis, P., y G. Schreiber (2001), «Cocoa market reforms in West Africa», en Akiyama, T., J. Baffes, D. Larson y P. Varangis eds., *Commodity Market Reforms: Lessons of Two Decades*, Washington D.C., World Bank.

El Comercio Justo como un enfoque para administrar la globalización

Michael J. Hiscox¹

PREOCUPACIÓN SOBRE EL IMPACTO DE LA GLOBALIZACIÓN EN LAS NACIONES EN DESARROLLO

El impacto del comercio y la inversión sobre los derechos humanos y los estándares de trabajo en los países en desarrollo viene jugando un papel cada vez más importante en los debates políticos sobre globalización en Europa y en los Estados Unidos. En particular, los sindicatos de trabajadores, los grupos de derechos humanos y otras organizaciones no gubernamentales (ONG) han disparado las alarmas sobre la explotación que tiene lugar en las industrias que producen bienes para exportación en las naciones en desarrollo (un ejemplo típico son los productos textiles, tejidos o cosidos) que se caracterizan por bajos salarios, largas jornadas de trabajo, condiciones de trabajo inseguras y malas, trabajo infantil y normatividad en contra de las organizaciones de trabajadores.

Mucha gente teme que la globalización haya contribuido a ampliar la explotación en los países en desarrollo en la medida en que éstos tienen que competir para establecer nuevos sectores de exportación y atraer la inversión de las firmas multinacionales (Rodrik, 1996; Klein, 2000). Los críticos más obstinados de la globalización argumentan que esto hace parte de un acelerado deterioro en los estándares sociales y ambientales en los países en desarrollo. Esta clase de preocupaciones han contribuido a crear en muchos países de occidente una cre-

ciente oposición política contra la globalización, que está movilizando grupos activistas y organizaciones no gubernamentales transnacionales y creando dudas entre los electores sobre futuros acuerdos comerciales.

¿CÓMO MANEJAR ESTOS PROBLEMAS?

Las preocupaciones sobre estos temas han hecho surgir nuevas exigencias, expresadas de la manera más apasionada por los sindicatos de trabajadores europeos y norteamericanos y por los grupos defensores de los derechos humanos, que piden la inclusión de unos estándares mínimos de trabajo en los acuerdos comerciales regionales y su incorporación en el marco de la Organización Mundial del Comercio (Rodrik, 1996)². Estos estándares podrían ponerse en vigor por medio de sanciones comerciales: a los países que se les encontrara violando los estándares se les negarían los aranceles preferenciales y otras concesiones que los miembros del acuerdo normalmente tendrían³.

Una preocupación muy importante relacionada con este tipo de enfoque es que imponer sanciones comerciales a los países en desarrollo por estar incumpliendo los estándares de trabajo podría tener un impacto negativo severo sobre su crecimiento económico. Si se recortaran los flujos de comercio e inversión hacia los países pobres porque sus gobiernos se rehúsan a adoptar estándares más altos, sólo empeoraría la situación de los trabajadores. Como un todo,

1. Universidad de Harvard. Memorando preparado para la Conferencia sobre Europa y la Administración de la Globalización, Universidad de Princeton, febrero 23 de 2007.
2. En la actualidad, la Organización Internacional del Comercio sólo incluye una provisión sobre el trabajo en prisión - Artículo XX(e) del Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio (GATT).
3. Una versión débil de este enfoque es el acuerdo colateral del NAFTA sobre cooperación en el trabajo, que ofrece medios para mejorar el cumplimiento de las leyes de trabajo existentes en México. Ese acuerdo sólo permite imponer multas monetarias a las violaciones a las leyes existentes en materia de trabajo infantil, salarios mínimos y códigos de salud y seguridad. Ninguna queja ha llegado a esta etapa de penalización. Desde ahí se han incluido provisiones similares de estándares de trabajo en los textos principales de los acuerdos comerciales de los Estados Unidos con Jordania (2001), Chile (2003) y Singapur (2003).

las sanciones económicas no han mostrado ser muy efectivas para forzar a los países a cambiar políticas o instituciones muy importantes (véase Hufbauer, Schott, y Elliott 1990). Los gobiernos sancionados tienden a oponerse a las reformas exigidas por los extranjeros, especialmente en regímenes no democráticos donde los líderes mal pueden aceptar dar una apariencia de debilidad. La mayoría de gobiernos de los países en desarrollo no aceptan ser coaccionados para establecer estándares en las regulaciones domésticas que satisfacen a las naciones occidentales y socavan la ventaja comparativa de sus economías en la producción intensiva en trabajo⁴. De hecho los gobiernos de los principales países en desarrollo, que incluyen China, India e Indonesia, ya han manifestado su firme oposición a la introducción de estándares de trabajo en las negociaciones de la Organización Internacional de Comercio. Esta clase de exigencias conlleva el riesgo de atascar o descarrilar las negociaciones comerciales multilaterales. Incluso en el mejor escenario, si las naciones más pobres ante la amenaza de estas sanciones comerciales, adoptaran unos estándares de trabajo más altos, este logro podría tener efectos adversos sobre las tasas de crecimiento del mundo en desarrollo. Como los mayores estándares de trabajo vuelven más costosa la producción de los países en desarrollo, es probable que las firmas multinacionales disminuyan su inversión en estas localidades, desacelerando el ritmo del crecimiento económico y la transferencia de tecnología⁵.

Otra preocupación distinta consiste en que la campaña para ligar los estándares laborales a los tratados de comercio (y a sanciones comerciales) puede ser un lobo proteccionista disfrazado de oveja. Recientes campañas anti explotación en el trabajo llevadas a cabo en los Estados Unidos, organizadas por grupos defensores de derechos humanos y estudiantes acti-

vistas, cuyo blanco era la inversión extranjera y la subcontratación externa de fabricantes de ropa en países como Vietnam y China, han recibido apoyo financiero de los sindicatos de las industrias de textiles y confecciones de los Estados Unidos. El miedo es que estas coaliciones (de bautistas y contrabandistas) se las apropien organismos con intereses proteccionistas que apoyen la imposición de restricciones a las importaciones sin importar cómo afecten los estándares laborales (y el crecimiento económico) en los países en desarrollo.

EL COMERCIO JUSTO COMO UN ENFOQUE ALTERNATIVO

La mejor definición del movimiento de Comercio Justo dice que éste es una forma de relación empresarial social dirigida a crear relaciones comerciales que lleven a mejoras específicas en los estándares laborales, ambientales, de salud y educación a grupos de ciudadanos de los países en desarrollo. Las organizaciones de Comercio Justo establecen redes que conectan a los productores y a los trabajadores marginados de los países en desarrollo con los importadores, los distribuidores minoristas y los consumidores de las economías desarrolladas. Es un enfoque basado en el mercado, que involucra la certificación y el etiquetado de los productos de Comercio Justo que son producidos por cooperativas y empresas que cumplen ciertos estándares (en términos de los precios pagados a los agricultores, los salarios pagados a los trabajadores, las condiciones de trabajo y la sostenibilidad ambiental entre otros). Este proceso permite que los consumidores de países en desarrollo identifiquen y premien a estos productores pagándoles unos precios más altos por sus productos (en relación con los productos no certificados), compensándolos por los costos asociados a los mejores estándares y por las in-

4. Elliot y Freeman (2003, 75-84), han examinado la historia del Sistema General de Preferencias de los Estados Unidos (SGP) el cual da acceso libre de aranceles al mercado de los Estados Unidos para la importación de productos específicos de ciertos países menos desarrollados. Para ser elegido beneficiario, el Sistema General de Preferencias incluye como condición que el país menos desarrollado en cuestión realice esfuerzos para asegurar los derechos básicos de los trabajadores. La pérdida, o amenaza de pérdida, de elegibilidad para el Sistema General de Preferencias parece haber mejorado los estándares de trabajo en varios casos de investigaciones que se han abierto por quejas sobre la violación de los derechos de los trabajadores, pero no en la mayoría de esos casos.

5. El impacto depende de si los mayores estándares laborales también mejoran notoriamente la productividad del trabajo; los estudios empíricos existentes sobre el vínculo entre la inversión y los estándares laborales no son concluyentes. Véase Rodrik 1996; Morici y Shultz 2001; Kucera 2001.

versiones en educación, salud y sostenibilidad ambiental.

Los actores clave en este movimiento son las organizaciones sin ánimo de lucro que vigilan la certificación y las etiquetas, autorizando el uso de la marca comercial Comercio Justo en los principales mercados. La más antigua y conocida de estas organizaciones es Max Havelaar, fundada en Holanda en 1988. En los Estados Unidos la certificación de Comercio Justo es organizada por Transfair USA, creada en 1998. Estas distintas organizaciones nacionales, de las cuales ya hay cerca de veinte, han creado una organización sombrilla internacional conocida como las Organizaciones de Etiquetado para el Comercio Justo (FLO por sus siglas en inglés) para coordinar sus actividades y armonizar los estándares y métodos de inspección y certificación de Comercio Justo⁶.

La FLO ha desarrollado un grupo de estándares genéricos para las empresas de pequeños agricultores (casi todos los productores certificados por la FLO son cooperativas de pequeños agricultores) y otro grupo distinto de estándares para las empresas grandes y las compañías que emplean trabajadores que producen bienes para los cuales se han desarrollado estándares específicos del Comercio Justo. La FLO ha desarrollado estándares específicos de Comercio Justo para los siguientes productos: café, té, cacao, quinua, banano, caña de azúcar, arroz, semilla de algodón, uvas para vino, nueces y semillas oleaginosas, frutas secas, frutas y verduras frescas (excluyendo el banano), jugos de fruta, hierbas y especias, flores y plantas, y pelotas para deportes.

Los estándares se enfocan en 5 puntos clave:

- Precios justos: los productores deben recibir una garantía de precio mínimo para cada bien y adicionalmente una prima de Comercio Jus-

to fijada separadamente para cada producto de FLO.

- Condiciones laborales justas: a los trabajadores se les asegura la libertad de asociación, condiciones de trabajo seguras, salarios consistentes con los mínimos legales y con los promedios regionales para cada ocupación (y/o cualquier acuerdo de negociación colectiva existente). La discriminación y el trabajo de niños menores de 15 años están prohibidos.
- Organizaciones democráticas y transparentes: los agricultores que hacen parte de las cooperativas (y los comités conjuntos de trabajadores y administradores de las grandes empresas que emplean trabajadores) deciden democráticamente cómo invertir los ingresos de las primas de Comercio Justo y cómo llevar las cuentas (para auditoría) de la forma en que se asignan estos recursos.
- Sostenibilidad ambiental: están prohibidos algunos agroquímicos nocivos y los Organismos Modificados Genéticamente (OMG) y los productores deben presentar evaluaciones sobre su impacto en el ambiente circundante y sobre sus prácticas con respecto a sus fuentes de agua, la erosión del suelo, el manejo de basuras entre otros.
- Sostenibilidad económica y acceso al crédito: los compradores deben firmar contratos de compra a largo plazo (de un año mínimo) con los productores y ofrecer financiación anticipada a los productores (hasta el 60% del valor del contrato).

Las organizaciones FLO llevan a cabo las inspecciones a los productores en los países en desarrollo, examinan sus contratos con los com-

6. Además de FLO existen otras organizaciones internacionales del Comercio Justo. La Asociación Internacional del Comercio Justo - IFAT por sus siglas en inglés) es una asociación de cooperativas de productores del Comercio Justo, compañías de comercio exportador, importadores y minoristas dirigidos a promover el Comercio Justo. En el año 2004 el IFAT introdujo su propia marca registrada para identificar a sus miembros como «organizaciones del Comercio Justo» - esto es empresas que sólo manejan bienes del Comercio Justo. La Asociación Europea del Comercio Justo (EFTA por sus siglas en inglés) es una organización de importadores y distribuidores mayoristas y minoristas establecida para ayudar a promover en Europa el comercio de bienes del Comercio Justo. La Federación del Comercio Justo (FTF por sus siglas en inglés) es una organización similar establecida por importadores y distribuidores mayoristas y minoristas en los Estados Unidos y Canadá.

pradores y monitorean la cadena de custodia mediante la cual se ofrecen los bienes a los distribuidores minoristas en los mercados de los países desarrollados. Los distribuidores minoristas reciben una autorización para usar la marca registrada «FairTrade» (o Certificado Comercio Justo) sólo cuando cumplen todos los estándares establecidos por FLO. Para finales del año 2006 había unas 586 organizaciones de productores certificadas en 58 países en desarrollo en África, Asia y América Latina. Las ventas globales de productos certificados fueron de aproximadamente US\$1.5 billones en 2005.

Los atractivos del enfoque de Comercio Justo son claros. Más que centrarse en castigar los malos comportamientos, el etiquetado de Comercio Justo ofrece un sistema para hacer más rentable el buen comportamiento. Estas pueden verse en términos macroeconómicos como una forma de remover una ineficiencia que surge por la carencia de información completa por parte de los consumidores⁷. Con las etiquetas, la demanda por los distintos tipos de bienes y sus precios de equilibrio reflejan el grado en el cual los consumidores valoran los estándares con los que se producen. La etiqueta de Comercio Justo es esencialmente una forma de diferenciación ética del producto. Los consumidores que escogen pagar más por los bienes etiquetados deciden consumir de una manera que a ellos les produce mayor satisfacción dadas sus preocupaciones éticas. Los consumidores que no escogen pagar los precios más altos por los bienes etiquetados (tal vez porque no tienen el dinero para pagarlos) no son forzados a hacerlo. Los productores marginados pueden mejorar su trabajo y sus condiciones de vida sin perder oportunidades de hacer negocio. No se corre el riesgo de caer en el proteccionismo (porque no hay nuevas limitaciones sobre el comercio impuestas por el gobierno) y tampoco hay efectos adversos sobre la inversión y el crecimiento en los países en desarrollo.

TEMAS Y DIFICULTADES

El movimiento de Comercio Justo tiene el apoyo de algunas de las principales organizaciones humanitarias del mundo (incluidas Amnistía Internacional y Oxfam) pero también ha sido criticado desde muchos ángulos. Una lista corta de las principales preocupaciones y preguntas sobre el Comercio Justo incluyen:

¿Distorsiones de mercado y sobreproducción?

Una crítica prominente al enfoque de Comercio Justo afirma que los precios mínimos para los bienes crean distorsiones en los mercados de esos bienes, estimulan la sobreproducción y dificultan la reasignación de recursos hacia tipos alternativos de producción en los países en desarrollo. El argumento es que si los precios mundiales de los bienes básicos de exportación estratégicos para los países en desarrollo, como el café, están en niveles bajos es porque hay sobreproducción. Al estimular la producción de café ofreciendo a los productores precios artificialmente altos, el Comercio Justo empeora esta situación y, por ende, la situación de la mayoría de los productores de café que no están certificados por el Comercio Justo. De acuerdo con este punto de vista, los productores de café de las naciones más pobres necesitan obtener las señales correctas del mercado y dedicarse a otros cultivos alternativos que ofrezcan buenas posibilidades de crecimiento.

Este argumento no contempla la esencia de la certificación del Comercio Justo; los productos certificados de Comercio Justo se diferencian de los productos que no están certificados. El café certificado por el Comercio Justo y el que no está certificado no son iguales. Ellos tienen distintas curvas de demanda y oferta. Si el mercado del café del Comercio Justo apoya un precio más alto para este tipo de café, la señal correcta que esto envía es que más productores de café deberían pasarse a producir café certifi-

7. Revisar Bonroy y Constantatos (2003) para un tratamiento formal en el cual la falta de información sobre la calidad moral de los bienes disponibles al consumidor lleva a pérdidas de bienestar porque el consumidor consciente no puede identificar ni recompensar los productores de alta calidad, y éstos últimos son arrastrados, a través del mercado, por los productores de baja calidad. Elliott y Freeman (2003, 47-48) señalan que éste es el rol que juegan las organizaciones no gubernamentales, como intermediarios, para ofrecer información crítica a los consumidores y facilitar el acceso al crédito, porque tienen antecedentes en los mercados financieros que se apoyan en las calificaciones de las agencias como Moody's.

cado. Acá el tema teórico clave es que todos los costos asociados con la producción de café bajo los estándares de la FLO, incluido el mantenimiento de unos precios mínimos y el pago de una prima de Comercio Justo, toman su precio en el mercado; esto es, los consumidores pagan voluntariamente por estos estándares comprando bienes etiquetados. Esto no es una distorsión del mercado⁸.

Beneficio ¿para quién?

Algunos críticos han señalado que el Comercio Justo no es la forma más directa de ayudar a los pobres. Un cálculo indica que de US\$20 centavos adicionales pagados por una libra de bananos Certificados por el Comercio Justo por los consumidores de los Estados Unidos, sólo US\$5 centavos por libra llegarían a los productores de banano en el extranjero (Nicholls y Opal 2004, p. 51). Los importadores y los distribuidores mayoristas y minoristas todos tienen un margen y necesitan recuperar la inversión que han realizado para el establecimiento de sus cadenas de oferta y sus costos de comercialización. A los críticos también les preocupa que los minoristas cobren unos márgenes de ganancia aún más altos en los bienes del Comercio Justo que en los bienes regulares porque ellos saben que los consumidores esperan pagar más por esos bienes (pero no están del todo seguros de cuánto más se justifica pagar).

Ciertamente, sería más directo y eficiente que los consumidores aportaran sus donaciones directamente a los productores, pero esa es una referencia irrelevante – en la práctica uno tendría que establecer una red para distribuir esas donaciones (o reforzar las redes privadas y gubernamentales), calcular todos los costos asociados con la operación de esa red y se abriría espacio para problemas potenciales de corrup-

ción e incompetencia entre otras. Quienes apoyan el modelo del Comercio Justo señalan que los beneficios «externos» del proceso del Comercio Justo (e.g. el desarrollo de organizaciones colectivas y democráticas, la provisión de información, el acceso al crédito y el establecimiento de relaciones de largo plazo con los compradores) ofrecen beneficios a los productores marginados que van mucho más allá de la prima del Comercio Justo que les pagan por sus bienes.

¿Son apropiados los estándares?

Hay mucho espacio para debatir los estándares específicos del Comercio Justo, que la FLO aplica en la actualidad. En particular, muchos economistas ortodoxos se preocupan sobre la prohibición del uso del trabajo infantil y también hay bastante controversia alrededor de la limitación a la aplicación de la tecnología de Organismos con Modificaciones Genéticas en los países en desarrollo.

El argumento estándar en contra de prohibir el trabajo infantil es que reduce el ingreso de las familias más pobres de los países en desarrollo, porque la eliminación del trabajo de los niños en el sector formal no conduce a un incremento proporcional en la demanda por trabajadores adultos, y los salarios y las condiciones para el trabajo de los niños son mucho peores cuando ellos tienen que encontrar empleo en el sector informal.

Por supuesto, los partidarios del Comercio Justo defienden sus estándares señalando que los mayores precios pagados por los productos del Comercio Justo hacen posible que los productores reemplacen sus niños trabajadores por empleados adultos, y que las cooperativas de productores normalmente prefieren invertir sus ingresos procedentes de la «prima del Comer-

8. Y uno puede hacer más objeciones a los supuestos sobre los que se apunala el enfoque ortodoxo y sus críticas al Comercio Justo. Uno de estos supuestos cuestionables es, por ejemplo, que los mercados laboral y de capital en los países en desarrollo son tales que las señales de precio conducen a reasignaciones de recursos entre sectores; este supuesto es especialmente cuestionable allí donde los productores marginados de los países más pobres tienen información limitada sobre las alternativas de producción y muy poco, o ningún, acceso al crédito. Uno también se puede poner con sutilezas sobre la noción de que los precios mundiales de los productos básicos (en presencia de subsidios agrícolas en los países ricos) ofrecen una guía apropiada para una asignación de recursos lo más eficiente posible en los países en desarrollo. Los puristas argumentarían que existen soluciones «first best» para todos estos problemas que no involucran las iniciativas del Comercio Justo (e.g. eliminar los subsidios agrícolas europeos y norteamericanos, reformar los mercados laboral y de capital en las naciones en desarrollo) pero se quedan extrañamente silenciosos sobre si, en realidad, esas soluciones se van a materializar y, en caso positivo, cuándo se llevarían a cabo las reformas correspondientes.

cio Justo» para financiar escuelas locales. Los estándares de la FLO también establecen que las organizaciones que se certifiquen, y que hayan empleado niños menores de 15 años en el pasado, deben implementar un programa «remedial» para asegurar que un niño que pierda un empleo no entre a otro trabajo peor y pueda costear asistir al colegio. (El productor debe cubrir los costos de la educación y/o emplear adultos miembros de la familia para que ésta pueda cubrir dichos costos, y/o pagarle a la familia el equivalente a la pérdida de ingreso).

En términos generales, en el futuro es plausible adaptar la certificación del Comercio Justo y el proceso de etiquetado para permitir diferentes combinaciones de grados y estándares. En particular, no parece haber una razón muy poderosa para atar el trabajo y los estándares ambientales tan fuertemente. Las etiquetas de orgánico o «no-OMG» pueden ser independientes de, por ejemplo, una que sólo haga referencia a los salarios y a las condiciones de trabajo, aunque esto puede aumentar las posibilidades de confusión y de «fatiga de etiquetas» entre los consumidores.

¿Credibilidad?

Cualquier etiqueta que afirme algo sobre cómo es producido un bien se enfrenta al problema general de que los consumidores no pueden verificar esas afirmaciones examinando el ítem. Ellos deben creer en la organización que aporta las etiquetas. Si los mismos productores (o los distribuidores minoristas) son los que afirman que sus productos fueron hechos acogiendo los estándares del Comercio Justo, es poco probable que los consumidores crean en esta información. FLO juega el papel clave de ser una agencia para sensibilizar éticamente a los consumidores –todas las organizaciones miembro de la FLO son ONG independientes, sin ánimo de lucro, con fuertes lazos con grupos humanitarios y ampliamente conocidas por trabajar

para mejorar el respeto a los derechos humanos y los estándares de vida en los países en desarrollo. Generalmente estas organizaciones son transparentes en términos de sus finanzas, actividades y manejo del poder.

En los últimos años las organizaciones encargadas del etiquetado del Comercio Justo han sido criticadas por haberse «vendido» a los grandes distribuidores en un esfuerzo por expandir el mercado y promover sus etiquetas. En los Estados Unidos, por ejemplo, Transfair USA ha sido muy criticada por trabajar con grandes corporaciones como Starbucks, Dunkin' Donuts, Walmart, y McDonalds, autorizándolas a usar la etiqueta de «Certificado por el Comercio Justo» para vender café certificado en sus tiendas. A los críticos les preocupa que estas corporaciones, realizando esfuerzos mínimos, estén usando el Comercio Justo como una forma de engaño o fachada, para exaltar su imagen pública y desviar la atención de fallas o abusos más generales en términos de sus responsabilidades sociales y ambientales.

Sin embargo, no parece razonable exigir que las grandes corporaciones cambien inmediata y totalmente para poder vender los productos certificados por el Comercio Justo. Muchos de los productos que esas firmas venden aún no están cubiertos por los estándares de la FLO o están actualmente disponibles para la compra a productores certificados en cantidades relativamente pequeñas. La posición de Transfair es que se debería seguir permitiendo que las corporaciones probaran el mercado de los productos de Comercio Justo y gradualmente desarrollar nuevas cadenas de oferta e incrementar la cantidad y variedad de sus líneas de productos de Comercio Justo (señalando que inclusive esfuerzos relativamente pequeños con el Comercio Justo por parte de las grandes corporaciones pueden tener efectos sustanciales y positivos sobre los productores marginales de las naciones en desarrollo⁹).

9. Una consecuencia de esta tensión en el movimiento de Comercio Justo sobre la credibilidad de las etiquetas es que los distribuidores minoristas que venden sólo bienes certificados han empezado a usar la nueva etiqueta de IFAT «Organización de Comercio Justo» (y no la marca «Certificado por el Comercio Justo») para diferenciarse de los grandes distribuidores.

Limitaciones prácticas ¿el tamaño del mercado?

Existe una gran duda sobre si el mercado del Comercio Justo podría lograr un tamaño lo suficientemente grande para tener un impacto sustancial sobre los estándares en las naciones en desarrollo. Las ventas totales de bienes del Comercio Justo en los Estados Unidos en 2005, último año para el cual hay cifras disponibles, llegaron aproximadamente a US\$391 millones. Para poner esto en perspectiva, esta cifra representa sólo un cuarentavo del mercado de productos orgánicos en los Estados Unidos (US\$15.1 billones en 2005). Pero el mercado por bienes del Comercio Justo parece estar creciendo a una tasa sobresaliente. En los Estados Unidos éste creció más de 60% entre 2004 y 2005, y entre 2001 y 2005 la tasa promedio de crecimiento anual fue sólo un poco inferior a la mencionada (cerca de 50%). Las ventas mundiales de bienes del Comercio Justo crecieron casi 40% en el mismo período.

Esta es una expansión extraordinariamente rápida. En comparación, el muy comentado crecimiento del mercado orgánico – las ventas en los Estados Unidos han crecido cerca del 20% cada año desde principios de la década de los noventa – parece casi lento (las ventas totales al por menor en la mayoría de los mercados de occidente crecieron cerca de 2% anual). Si las ventas del Comercio Justo en los Estados Unidos continúan creciendo a la misma tasa, este mercado alcanzará el tamaño actual del mercado de los bienes orgánicos (es decir, llegará a los US\$15 billones) en el año 2012. La principal pregunta es si en realidad el modelo del Comercio Justo puede extenderse al sector de la industria manufacturera y en particular al mercado de las confecciones.

A la fecha, FLO ha desarrollado estándares específicos por productos para sólo un tipo de producto manufacturado, las pelotas para deportes, y ha certificado a sólo cuatro productores. En 2006 Transfair USA dio a conocer un

informe sobre la factibilidad de extender el sistema de certificación al sector de las confecciones, concluyendo que este salto se podría dar en un plazo cercano. Las principales dificultades y retos están relacionados en cómo fijar los precios mínimos, las primas del Comercio Justo y los salarios mínimos de supervivencia, para que éstos estándares pudieran aplicarse tanto a contratistas de corto plazo como a proveedores directos y a quienes trabajan desde la casa, y qué tan incluyentes serían en términos de la certificación de todos los insumos materiales y de todos los vínculos de la cadena de oferta. Entre más rigurosos e incluyentes sean los estándares y el proceso de certificación, es más probable que limiten el desarrollo del mercado de las confecciones.

Hay más dudas por resolver con respecto a si hay suficiente demanda entre los consumidores éticos para permitir la extensión del enfoque del Comercio Justo a los bienes manufacturados (y a las confecciones en particular). Una encuesta disponible indica que la mayoría de los consumidores están dispuestos a pagar más por productos hechos con buenos estándares de trabajo. Una encuesta manejada por el Programa sobre las Actitudes respecto a la Política Internacional (PIPA por sus siglas en inglés) en los Estados Unidos en 1999 encontró que el 76% de los encuestados dijeron que estaban dispuestos a pagar US\$25 por una prenda de US\$20 que estuviera certificada por no haber sido hecha bajo explotación (PIPA 2000)¹⁰.

Claro está que lo que la gente dice que hará en una encuesta, y lo que en realidad hace a la hora de gastar su dinero pueden ser dos cosas totalmente diferentes. Pero la evidencia de dos experimentos en campo recientes llevados a cabo en almacenes minoristas sugiere que los consumidores en distintas situaciones respondieron positivamente a etiquetas que indicaban que los bienes manufacturados habían sido hechos bajo «buenas condiciones laborales» y que estaban dispuestos a comprar más de estos bienes a pre-

10. Una encuesta hecha en 1999 por el National Bureau of Economic Research (NBER) obtuvo resultados muy similares: grosso modo el 80% de las personas encuestadas dijo que estaba dispuesta a pagar más por un ítem si se aseguraba que éste había sido fabricado bajo buenas condiciones de trabajo. Para una discusión sobre la evidencia de la encuesta véase Elliot y Freeman 2003, pp.29-35.

cios más altos (véanse Kimeldorf, et.al. 2004; Hiscox y Smyth 2005).

EL COMERCIO JUSTO EN EUROPA Y EN LOS ESTADOS UNIDOS

El movimiento del Comercio Justo nació en Europa en los años sesenta. La organización humanitaria británica OXFAM jugó un importante papel comenzando en 1965 un programa de «ayuda vendiendo», comercializando artesanías importadas en los almacenes de Oxfam en el Reino Unido. En los años setenta se comenzaron a expandir en Europa los «Almacenes del Mundo» que vendían café y artesanías hechas por productores en desventaja de los países en desarrollo. La primera certificación de Comercio Justo y la primera iniciativa de etiquetado nacieron en Europa en los años ochenta. En los Estados Unidos Equal Exchange fue pionero en el mercado del Comercio Justo, importando y tostado sólo café «comerciado justamente» por primera vez en 1986. Equal Exchange, una cooperativa de propiedad de los trabajadores, que hoy en día también importa té y cacao, empezó usando el proceso de certificación de FLO en 1999, cuando Transfair USA comenzó seriamente las operaciones de etiquetado en el mercado norteamericano.

Mientras Europa ha guiado a los Estados Unidos en el desarrollo del mercado del Comercio Justo, las ventas de los bienes certificados de Comercio Justo han aumentado rápidamente en América del Norte en los últimos años. El Cuadro 1 reporta algunos datos básicos sobre el crecimiento de las ventas del Comercio Justo en distintos mercados. Las ventas agregadas de bienes certificados del Comercio Justo aumentaron en cerca del 350% en los Estados Unidos entre 2001 y 2005 y en 60% entre 2004 y 2005¹¹; para Europa como un todo, las ventas aumentaron 191% y 27% en esos mismos periodos. Europa aún representa casi dos tercios de las ventas mundiales de los productos del

Comercio Justo y los Estados Unidos representan menos de un tercio.

En términos del gasto per cápita en bienes del Comercio Justo, reportados en el Cuadro 2, los consumidores europeos exceden a sus contrapartes norteamericanas, con frecuencia por márgenes muy grandes. Los consumidores suizos gastan en promedio aproximadamente 20 veces más en bienes del Comercio Justo que los estadounidenses, mientras que los consumidores británicos gastan casi 5 veces más. El europeo promedio gasta cerca del doble que el promedio norteamericano en bienes del Comercio Justo.

La evidencia de las encuestas disponibles sugiere que los consumidores europeos y de los Estados Unidos no tienen visiones o valores radicalmente diferentes en cuanto al consumo ético. En las encuestas realizadas en Gran Bretaña, cerca del 80% de los consumidores dijeron estar dispuestos a cambiar sus decisiones de comprar y pagar más por los bienes por razones éticas. En el año 2003, una encuesta realizada en el Reino Unido, por ejemplo, reportó que el 74% de los encuestados estaba de acuerdo con la afirmación: «Si yo tuviera más información sobre el comportamiento social, ambiental y ético de las compañías, esto hubiera influenciado mis decisiones de compra» (Laing 2004, p. 36). Una encuesta realizada en el año 2004 encontró que el 84% de los consumidores del Reino Unido dijo que estaba dispuesto a pagar más por productos que ayudaran a la gente de los países en desarrollo a aumentar sus niveles de vida (Nicholls y Opal 2004, p. 183). Estas respuestas son muy similares a las obtenidas en encuestas a los consumidores de los Estados Unidos. El estudio del NBER llevado a cabo en 1999 y mencionado anteriormente, encontró que alrededor del 80% de los consumidores de los Estados Unidos dijo que estaría dispuesto a pagar más por productos que ellos supieran que habían sido hechos bajo buenas condiciones de trabajo (Elliott y Freeman 2003, 29).

11. Buena parte de este rápido crecimiento se debe la corriente dominante del Comercio Justo que comenzó en el año 2000 cuando Starbucks introdujo el café de Comercio Justo en sus almacenes. En el año 2003, Green Mountain Coffee Roasters empezaron a producir cafés de Comercio Justo para grandes cadenas de supermercados, y en el año 2004 Walmart comenzó a vender café del Comercio Justo. Sólo Starbucks cuadruplicó sus compras de café de Comercio Justo entre los años 2001 y 2004.

Cuadro 1. Ventas totales de los productos del Comercio Justo

	Ventas anuales (millones de euros)			Crecimiento de las ventas en (%)	
	2001	2004	2005	2001-05	2004-05
Austria		15,8	25,6		62
Bélgica		13,6	15		10,3
Dinamarca		13	14		7,7
Finlandia		7,6	13		71,1
Francia		69,7	109		56,4
Alemania		57,5	70,9		23,3
Irlanda		5,1	6,6		29,4
Italia		25	28		12
Luxemburgo		2	2,3		15
Holanda		35	36,5		4,3
Noruega		4,8	6,7		39,6
Suecia		5,5	9,3		69,1
Suiza		136	143,1		5,2
Reino Unido	100,3	205,6	276,8	175,9	34,6
Total EUROPA	260	596,2	756,8	191,1	26,9
Estados Unidos	75,8	214,6	344,1	353,9	60,3
Canadá		17,5	34,8		98,9
Japón		2,5	3,4		36
Australia/Nueva Zelanda		0,9	2,5		184,1
TOTAL		831,7	1141,6		37,3

Fuentes: Reporte Anual FLO; Nicholls y Opal (2004)

La mayor diferencia entre los consumidores europeos y americanos aparece en las medidas de los niveles de conciencia sobre las etiquetas y la certificación del Comercio Justo. Los consumidores europeos en general parecen estar mucho más concientes del Comercio Justo que sus contrapartes de los Estados Unidos. Una encuesta del año 2002 reportó que el 42% de los encuestados suizos estaba conciente de las eti-

quetas del Comercio Justo, y las tasas de conciencia eran también muy altas en Alemania (40%), Austria (38%), Francia (34%) y Gran Bretaña (24%). Otra encuesta diferente hecha en Gran Bretaña sólo dos años después encontró que el 39% de los consumidores de este país reconocía la etiqueta del Comercio Justo. En contraste, los datos sobre los niveles de conciencia en los Estados Unidos indican que sólo una

Cuadro 2. Gasto en productos del Comercio Justo
Gasto per capita anual (euros)

	2001	2004	2005
Suiza		18,4	19,3
Reino Unido		3,4	4,6
Luxemburgo		4,0	4,6
Austria		1,9	3,1
Dinamarca		2,4	2,6
Finlandia		1,5	2,5
EUROPA	0,8	1,8	2,3
Países Bajos		2,2	2,2
Francia		1,2	1,8
Irlanda		1,2	1,6
Noruega		1,0	1,5
Bélgica		1,3	1,4
Estados Unidos	0,3	0,7	1,2
Canadá		0,5	1,1
Suecia		0,6	1,0
Alemania		0,7	0,9
Italia		0,4	0,5
Australia / N. Zelanda		0,0	0,1
Japón		0,0	0,0

pequeña porción de los consumidores americanos están concientes del Comercio Justo. Una encuesta del año 2004 realizada por la Asociación Nacional de Café de los Estados Unidos entre los consumidores de esta bebida reportó que sólo el 12% de ese grupo – presumiblemente los grandes consumidores que tenían más probabilidad de haber entrado en contacto con las etiquetas de «Certificado por el Comercio Justo» de Transfair en cafés y tiendas de café - eran concientes del Comercio Justo (Nicholls y Opal 2004, p. 189-90).

Parece ser que el movimiento del Comercio Justo en Europa ha recibido bastante más apoyo por parte de la Comisión Europea y los gobiernos miembros de la Unión Europea que el

apoyo que sus contrapartes han recibido por parte del gobierno de los Estados Unidos. En 1994 la Comisión Europea expidió una declaración de apoyo al fortalecimiento de los vínculos del Comercio Justo entre Europa y las naciones en desarrollo. El Parlamento Europeo aprobó una resolución anunciando su apoyo a las iniciativas del Comercio Justo en ese mismo año y aprobó resoluciones pidiéndole a la Comisión apoyar a los importadores de banano del Comercio Justo y otros productos de este movimiento en 1997 y 1998. La Comisión publicó una encuesta especial sobre las actitudes de los consumidores hacia el Comercio Justo de banano en 1997 reportando los niveles de banano viables comercialmente en varios estados miembros de la

Unión Europea. Además en el Acuerdo de Cotonou 2000 entre la Unión Europea y los países africanos, del Caribe y del Pacífico se incluyó una declaración pidiendo la promoción a las iniciativas del Comercio Justo.

Desde el año 2000, las agencias gubernamentales de varios países europeos han comenzado a comprar café y té certificados de Comercio Justo (y ambos son los que se ofrecen hoy en día en el edificio del Parlamento Europeo). La Comisión Europea ha cofinanciado (vía Europe Aid) con la EFTA, un proyecto llamado «Fair Procura» dirigido a aumentar la conciencia entre las autoridades europeas, nacionales, regionales y locales sobre el impacto del consumo público de los bienes del Comercio Justo en las naciones en desarrollo y asegurar el compromiso de quienes formulan la política de incluir el criterio de Comercio Justo en las nuevas legislaciones. Varios gobiernos europeos también están ofreciendo donaciones para cubrir los costos de certificación de los productores de los países en desarrollo. En el año 2006 el Parlamento Europeo adoptó por unanimidad una resolución sobre «Comercio Justo y Desarrollo» que pedía un enfoque amplio por parte de la Unión Europea de apoyo al movimiento del Comercio Justo.

EL ENFOQUE DE COMERCIO JUSTO: LA GLOBALIZACIÓN COMO UNA «OPORTUNIDAD ADMINISTRABLE»

Pensando en términos del marco teórico, es claro que quienes apoyan el movimiento de Comercio Justo ven la globalización como una oportunidad – específicamente como una oportunidad de mejorar los niveles de vida y las condiciones de trabajo de las naciones en desarrollo. Ellos sostienen que esta oportunidad puede ser manejada creando mecanismos más directos con los cuales los ciudadanos de las naciones desarrolladas que estén interesados, puedan recompensar a los productores de los países en desarrollo por mejorar los estándares de trabajo y por crear empresas que sean sostenibles en términos económicos y ambientales. Muchos

partidarios del Comercio Justo no sugieren que éste deba ser el único instrumento usado para manejar la globalización. Algunos, como el economista laboral Richard Freeman, también apoyan la inclusión de los estándares de trabajo en los acuerdos comerciales y creen que las iniciativas de etiquetado podrían ser, en el mejor de los casos, un complemento útil y, en el peor de los casos, un sustituto parcial.

Los críticos del Comercio Justo han tomado una variedad de posiciones en una matriz Jacoby-Meunier de 2x2:

Algunos niegan totalmente la globalización como una oportunidad para el desarrollo y argumentan que al mundo en desarrollo (y tal vez a las naciones desarrolladas también) les iría mejor estando un poco más aisladas del comercio y de los esfuerzos por diversificar la producción, viendo al Comercio Justo como otra forma de relación desigual o de explotación entre los ricos y los pobres. Probablemente muchos activistas anti-globalización y comentaristas encajan en esta categoría. Estos críticos están particularmente preocupados porque los compromisos mínimos del Comercio Justo puedan ser usados como una fachada para que las corporaciones continúen explotando y marginalizando a los pobres.

Otros críticos aceptan que la globalización puede ofrecer una oportunidad para el desarrollo en los países más pobres pero sostienen que las iniciativas del Comercio Justo generalmente son poco efectivas para dirigirse hacia los problemas fundamentales y creen que se necesitan formas más fuertes de regulación y administración. Para estos analistas – como el economista Dani Rodrik – la globalización es administrable y su principal preocupación es que el mercado del Comercio Justo tiene un potencial limitado. De este modo, los esfuerzos para desarrollarlo más puedan distraer la atención de enfoques más directos y amplios para mejorar las condiciones en los países más pobres a través de la acción del gobierno.

Finalmente, hay otro grupo de críticos que ven la globalización como una oportunidad para el desarrollo, aunque se preocupan porque las

iniciativas del Comercio Justo (y quizás también cualquier otra forma de administración) pueden tener consecuencias que limiten los efectos de promover la eficiencia que brinda el libre mercado a las naciones en desarrollo. Para este grupo, que incluye muchos economistas ortodoxos especializados en el tema del comercio (e.g., Jagdish Bhagwati, Alan Deardorff; véanse también artículos recientes en *The Economist* y en *The Financial Times*), la globalización no es vista, en su mayor parte, como un proceso administrable. A estos críticos les preocupa especialmente los precios mínimos del Comercio Justo para los bienes básicos, que interfieren las señales del mercado y entorpecen la asignación de recursos hacia distintos tipos de producción en los países en desarrollo. Ellos también critican los estándares del Comercio Justo que prohíben el trabajo infantil, argumentando que estas prohibiciones pueden reducir el ingreso de los hogares en las naciones en desarrollo y empeorar las condiciones de vida de los niños.

De esta manera, los debates sobre el Comercio Justo reflejan, en un sentido general, los diferentes puntos de vista resaltados por la matriz de Jacoby-Meunier. La experiencia con las iniciativas del Comercio Justo hasta la fecha también sugieren que Europa ha adoptado esta forma de administración antes y con más entusiasmo que los Estados Unidos y que la Comisión Europea ha jugado un papel importante en

animar la conciencia y apoyar el Comercio Justo en Europa.

Los debates también plantean algunas preguntas importantes sobre el grado en el cual, las diferentes formas de «administrar» la globalización, se complementan o se contrarrestan. Analizan además si la conformación de sociedades privadas entre organizaciones no gubernamentales y empresarios pueden ofrecer una forma de administración que sea mejor que la regulación oficial.

Referencias bibliográficas

Bonroy, O. y Constantatos, C. (2003). Consumer uncertainty about which firm sells the high quality: on the slow penetration of some credence goods. Artículo no publicado. Universidad de Laval.

Elliott, K. y Richard B., F. (2003). Can Labor Standards Improve Under Globalization? Washington, DC: Institute for International Economics.

Hiscox, M. y Smyth, N. F.B. (2005). Is there Consumer Demand for Improved Labor Standards? Evidence from Field Experiments in Social Labeling. Manuscrito no publicado. Universidad de Harvard.

<http://www.people.fas.harvard.edu/~hiscox/SocialLabeling.pdf>

Kimeldorf, H.; Meyer, R.; Prasad, M. y Robinson, I. (2004). Consumers of the World Unite: A Market-based Response to Sweatshops. Artículo no publicado. Departamento de Sociología, Universidad de Michigan.

Nicholls, A., y Opal, C. (2004). Fair Trade: Market-Driven Ethical Consumption. Londres: Sage.

Program on International Policy Attitudes (PIPA). (2000). Americans on Globalization. Universidad de Maryland. http://www.pipa.org/onlinereports/globalization/global_rep.html

Rodrik, D. (1996). Labor Standards in International Trade: Do They Matter and What Do We Do About Them? En Robert Lawrence, Dani Rodrik, y John Whalley (eds), *Emerging*

Agenda For Global Trade. Washington DC: Johns Hopkins University Press.

La cadena de valor de los productos orgánicos y del comercio justo y sus implicaciones sobre los productores de América Latina

Cash Rice

Bernard Kilian, Connie Jones, Lawrence Pratt y Andrés Villalobos¹

INTRODUCCIÓN

La producción de bienes agrícolas sostenibles ha crecido constantemente en América Latina durante los últimos años. Las principales fuerzas que han impulsado este desarrollo han sido, por una parte, los bajos precios de muchos productos básicos como el banano y el café, que hacen que la producción de los pequeños y medianos empresarios (PYMES) no sea rentable y, por otra parte, el gigantesco y constante crecimiento de los mercados de productos alimenticios socialmente responsables y ambientalmente preferidos en los países desarrollados. Por ejemplo, los mercados de alimentos orgánicos alcanzan ventas anuales de US\$12 billones en los Estados Unidos y de •11 billones en Europa (ICT 2002). Estos mercados gozan de altos diferenciales de precios y tasas de crecimiento exponenciales, características que han atraído a los productores y a la industria alimenticia en general.

En un principio la industria de alimentos sostenibles estaba compuesta por pequeñas compañías procesadoras y de distribución minorista. Pero hoy en día, en razón de la fuerte expansión del mercado, la industria de alimentos sostenibles certificados se caracteriza por un creciente volumen de ventas en las cadenas de supermercados y un aumento progresivo de la concentración en industrias procesadoras y de

comercio mayorista. La comercialización de alimentos, tanto sostenibles como convencionales, requiere una cadena de oferta altamente eficiente, que llegue hasta el consumidor y fije los precios de oferta. Sin embargo, es necesario investigar hasta qué punto esta industria cumple con los objetivos de una cadena de valor sostenible², que son parte inherente del concepto básico de una producción sostenible y propenden por la viabilidad económica de todos los miembros de la cadena de valor.

OBJETIVOS Y METODOLOGÍA

Los sistemas de producción sostenible, y en especial el Comercio Justo, no sólo tratan de tomar en consideración los aspectos ambientales de los procesos productivos, sino también los aspectos sociales y económicos. El objetivo primario de la iniciativa del Comercio Justo es mejorar la situación económica de muchos pequeños productores agrícolas de los países desarrollados de todo el mundo, que se están viendo negativamente afectados con la tendencia decreciente de los precios de los productos básicos. Por lo tanto, el Comercio Justo introduce condiciones específicas en sus estándares, los cuales buscan asegurar la sostenibilidad económica de los productores, exigiendo a las firmas comercializadoras lo siguiente:

1. Bernard Kilian, Connie Jones y Lawrence Pratt y trabajan para la Universidad INCAE en San José de Costa Rica. Andrés Villalobos trabaja para el Centro Internacional de Mercado Sostenible CIMS, en el mismo país.
2. La administración de una cadena alimenticia sostenible hace énfasis en el bienestar y la salud de las personas y los animales, en mejorar el ambiente de trabajo y de vida y en promover la equidad, la sociedad y la cultura. (Sustain 2004: Sustainable food chains – briefing paper 2, Londres, Reino Unido, página 2).

- Pagar a los productores un precio que cubra los costos de la producción sostenible y sus necesidades básicas;
- Pagar una prima para que los productores la puedan invertir en desarrollo;
- Aportar un pago parcial anticipado si los productores lo solicitan;
- Firmar contratos que permitan una planeación de largo plazo y prácticas de producción sostenible (FLO 2005).

Sin embargo, el Comercio Justo no es la única propuesta que incorpora objetivos económicos en sus estándares. La Federación Internacional de Movimientos de Agricultura Orgánica (IFOAM por sus siglas en inglés) también incluye un criterio económico en su definición de los principales objetivos de la producción orgánica. Estos objetivos son:

- Ofrecer a todas las personas involucradas en la agricultura y en el procesamiento de productos orgánicos una calidad de vida que satisfaga sus necesidades básicas en un ambiente de trabajo seguro y sano.
- Apoyar el establecimiento de cadenas productivas completas que abarquen la producción, el procesamiento y la distribución, que sean socialmente justas y responsables ecológicamente (IFOAM 2005).

Sin embargo, con frecuencia estos enfoques reciben fuertes críticas procedentes de los partidarios del mercado libre, quienes los tildan de inviables por ser mercados intervenidos. Por ejemplo Lindsay (2003) los describe como «propuestas sin salida» cuyos resultados sólo serán simbólicos. Manifiesta lo siguiente: «Existe un mercado limitado de compradores con motivaciones políticas que adquieren el café del Comercio Justo – los cafés orgánicos o los cultivados a la sombra- porque están de acuerdo con la forma en que se producen. Pero la gran mayo-

ría de los consumidores compran el café sobre la base de cómo es su sabor y cuánto cuesta».

Si estos enfoques (Comercio Justo e IFOAM) son considerados «propuestas sin salida», esto significa que dependen del desarrollo de una demanda por sus productos y del comportamiento y compromiso de los distintos actores que participan en la cadena de valor. Sin embargo, este compromiso a veces no es tan claro, como lo sugiere un artículo publicado en *The Wall Street Journal* titulado «Qué tan Justo es el Comercio Justo» (Stecklow y White 2004a).

Para encontrar respuestas a estas preguntas, en este artículo exploramos la evolución del mercado del Comercio Justo y de algunos productos orgánicos de importancia para los productores de América Latina, tales como las frutas frescas (banano) y el café. También se examinará si los productos socialmente responsables y ambientalmente preferidos cumplen los principios de la administración de una cadena de valor sostenible de productos alimenticios. En el caso de los productos sostenibles, esto implica investigar si la distribución del valor creado en la cadena de valor es más equitativa (mirando en especial las necesidades de los productores latinoamericanos). Los impactos sobre la sostenibilidad de la cadena de valor serán investigados de manera individual para los distintos esquemas de certificación, a saber los productos orgánicos y el Comercio Justo, y posteriormente comparados. Además de estos impactos, se considerará el efecto del mercado de destino de exportación de los productos (Estados Unidos y Europa).

Los datos requeridos para este estudio se recolectaron durante dos años. Entre estas cifras se encuentran los precios en las diferentes etapas de la cadena de valor (productor-exportador-importador-comercializador mayorista-comercializador minorista) de varios productos frescos como el banano y el café de origen latinoamericano. Dada la ausencia de estadísticas oficiales de comercio y precios de los productos sostenibles, toda la información fue recolectada directamente de los actores del mercado. Los precios al productor se obtuvie-

ron por medio de una encuesta general de mercado de la oferta de frutas tropicales sostenibles (orgánicas y de Comercio Justo) de América Latina, la cual contactó a más de 500 productores. La información referente a los exportadores y comercializadores mayoristas se obtuvo por medio de entrevistas personales y telefónicas. Para recolectar los precios minoristas se hicieron visitas directas a los supermercados y a las tiendas de comida naturista.

EVOLUCIÓN DEL MERCADO DE LOS PRODUCTOS ORGÁNICOS Y DEL COMERCIO JUSTO

En los últimos años el mercado de los productos orgánicos y de Comercio Justo de la mayoría de países desarrollados ha venido creciendo a una tasa porcentual de dos dígitos, hasta lograr volúmenes anuales superiores a US\$10 billones tanto en los Estados Unidos como en Europa. Los productos dominantes en estos mercados son las frutas y verduras, aunque también las bebidas, hecho que ofrece grandes oportunidades

futuras para los países latinoamericanos que tradicionalmente han sido productores de frutas y verduras, Cuadro 1. Además América Latina es un líder mundial en la producción de bebidas sostenibles, excluyendo el café. Estas buenas perspectivas se ven reforzadas por el hecho de que se espera que en el futuro cercano el mercado siga creciendo a la misma velocidad que lo hizo en el pasado reciente. A continuación se da una mirada más detallada a la oferta y la demanda del banano y del café orgánicos y de Comercio Justo procedentes de América Latina.

El mercado del banano certificado

Los principales programas de agricultura sostenible y esquemas de certificación a escala mundial han definido estándares para las frutas tropicales. Es evidente que este hecho está relacionado con la alta importancia económica que tienen las frutas tropicales para los países en desarrollo y con las conocidas implicaciones ambientales y sociales de la producción y el comercio de estos productos. El banano ocupa el primer lugar en las listas de frutas tropicales cer-

Cuadro 1. Estimación ventas y crecimiento del mercado de las categorías de alimentos orgánicos en Estados Unidos

Categorías de alimentos orgánicos	2001	2003	2010	2001 - 2003	2003 - 2010
	Ventas en millones de US\$			Crecimiento anual en %	
Lácteos	952	1.385	3.481	21%	14%
Pan y grano	683	966	2.314	19%	13%
Bebidas (incluye no lácteos)	1.148	1.581	3.878	17%	14%
Frutas y verduras	2.502	4.336	8.469	32%	10%
Refrigerios (Snack Food)	318	484	1.398	23%	16%
Comidas empacadas/preparadas	1.006	1.326	2.989	15%	12%
Salsas/condimentos	166	229	554	17%	13%
Carnes/pescado/aves	33	75	762	51%	39%
Total ventas al consumidor de alimentos orgánicos	5.797	10.381	23.845	21%	13%

Fuente: NBJ 2004

tificadas. A principios de la década de los noventa, la producción orgánica de banano en América Latina era de cerca de 50,000 toneladas y en el año 2003/04 llegó a 250,000 toneladas –una tasa de crecimiento anual superior al 20%, Figura 1. La tendencia decreciente que mostraron los precios del banano en la segunda mitad de la década de los noventa y principios del nuevo milenio hizo que cada vez más agricultores trataran de diferenciar su producto a través de la certificación de su producción.

Europa es el principal mercado del banano orgánico, pero la demanda en los Estados Unidos muestra altas tasas de crecimiento, al igual que su participación en el mercado global. Un estudio de CIMS muestra que en 2002 Europa importó un poco menos de 200,000 toneladas de banano orgánico y los Estados Unidos algo más de 50,000 toneladas. Hasta el momento los mercados de Japón y Canadá tienen menos importancia para los exportadores latinoamericanos, Figura 2.

Debido a que el esquema de certificación del Comercio Justo es más reciente, el tamaño

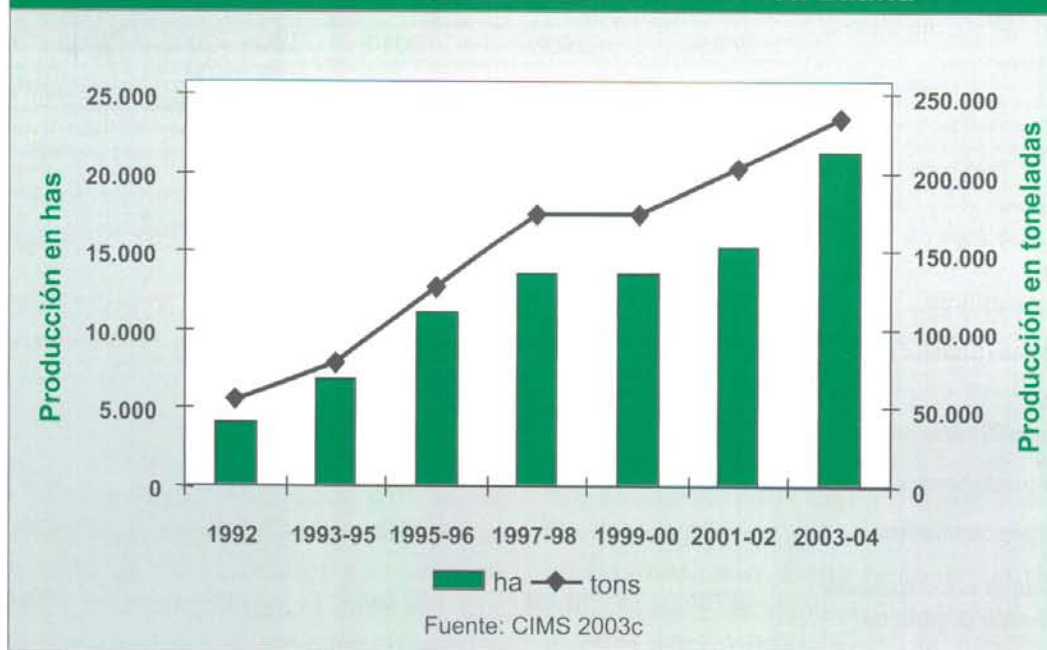
del mercado de casi todos los productos que cuentan con esta certificación es aún significativamente menor que el de los productos orgánicos. Se estima que el mercado global del banano del Comercio Justo es de 50,000 toneladas, cerca de una quinta parte del mercado orgánico. Vale la pena mencionar que hasta el 2003 el banano del Comercio Justo sólo se vendía en Europa³. Desde 1997 el mercado ha mostrado un crecimiento estable y casi exponencial, Figura 3.

Aprovechando el éxito que ha tenido el café de Comercio Justo en los Estados Unidos, el banano de Comercio Justo entró a este mercado en enero de 2004 y se espera que su crecimiento sea aún más veloz. Para el 2004, Transfair USA proyectaba un volumen de ventas cercano a 3,800 toneladas de banano (Transfair USA 2005).

Evolución y estado actual de la producción de café sostenible en América Latina⁴

La producción de café orgánico comenzó a principios de la década de los noventa, pero sólo daba cuenta de aproximadamente 30,000 hec-

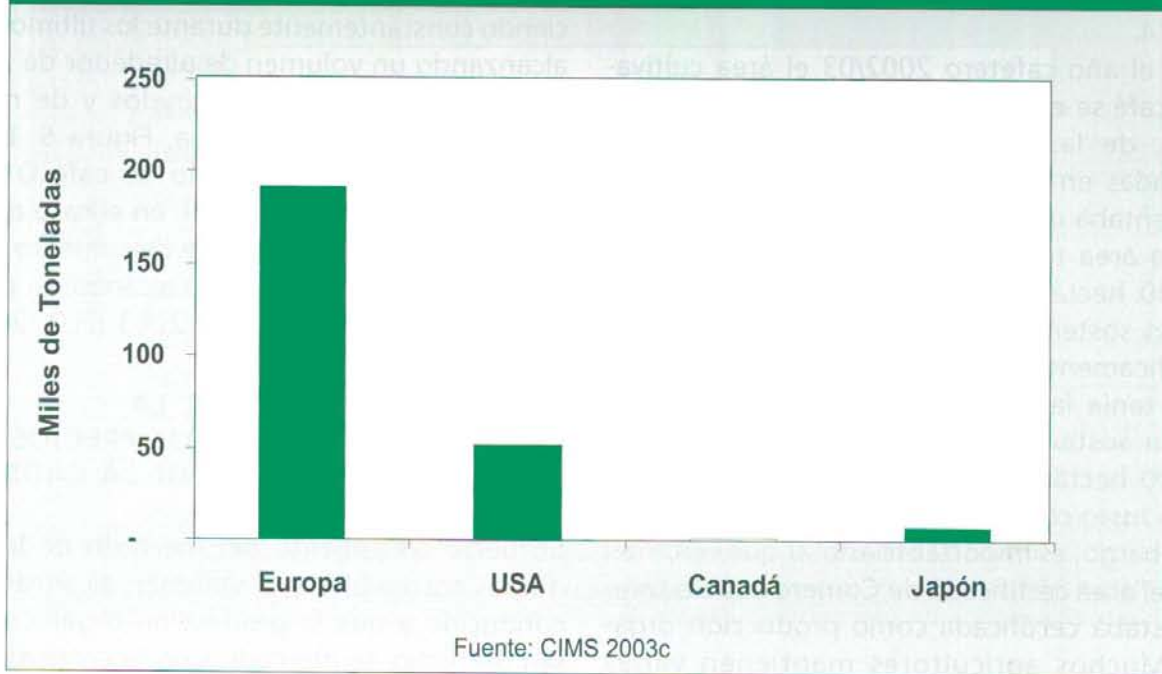
Figura 1. Evolución de la producción de banano orgánico durante los 10 últimos años en América Latina



3. Antes del 2004 todo el banano de Comercio Justo era vendido en Europa.

4. Si no se especifica algo diferente, los siguientes resultados son basados en la investigación de CIMS, CIMS 2003.

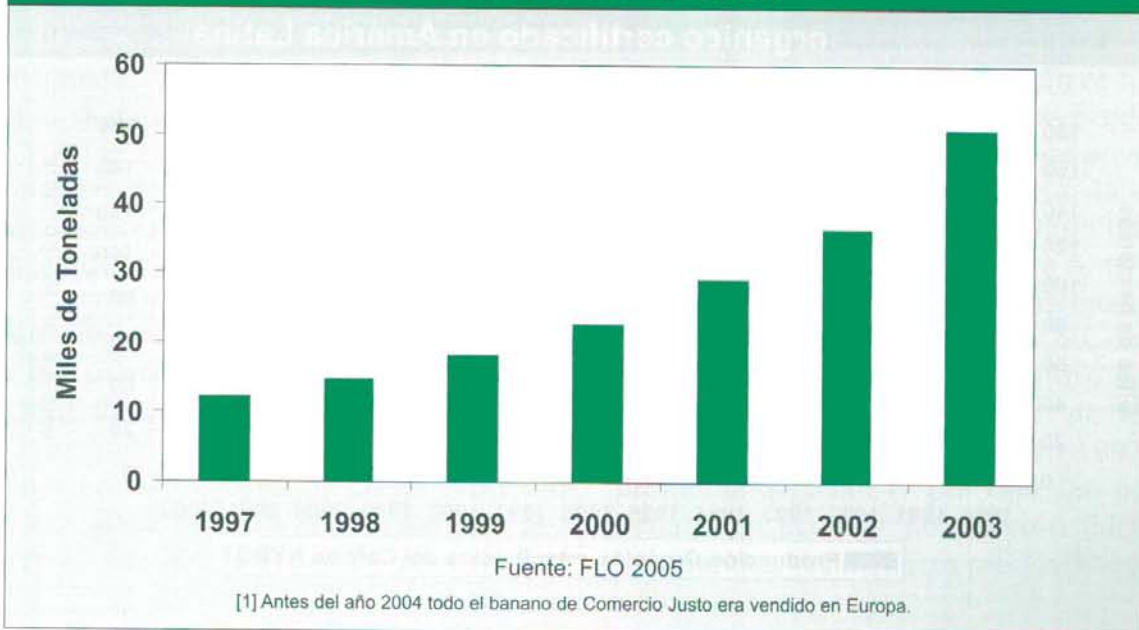
Figura 2. Importaciones de banano orgánico procedente de América Latina en 2002



táreas en toda América Latina. El primer auge de la producción de café orgánico tuvo lugar en 1995 como consecuencia de la depresión de los precios de principios de los noventa. Debido

al período de transición de tres años, durante el cual no se permite a los agricultores vender su producto como orgánico, existe un rezago entre la caída de los precios y la respuesta de la

Figura 3. Evolución de las ventas globales de banano de Comercio Justo¹



producción. Desde ese momento, la producción orgánica ha crecido a una tasa constante hasta llegar a un área de 150,000 hectáreas en 2002, Figura 4.

En el año cafetero 2002/03 el área cultivada en café se estimaba en 10,8 millones de hectáreas, de las cuales 5,9 millones estaban localizadas en América Latina y el Caribe, que representaba un 55% del área total (FAO 2003). De esta área total cultivada, aproximadamente 244.000 hectáreas (4%) correspondían a producción sostenible de café en América Latina. Específicamente, la producción orgánica certificada tenía la mayor participación en la producción sostenible de café, aproximadamente 150,000 hectáreas, seguida por el café de Comercio Justo con 63.000 hectáreas (CIMS 2003). Sin embargo, es importante anotar que cerca del 45% del área certificada de Comercio Justo también estaba certificada como producción orgánica. Muchos agricultores mantienen varias certificaciones para mejorar su posición en el mercado y además la organización de Comercio Justo reconoce una prima adicional por el café orgánico.

En concordancia con el crecimiento de la producción, la demanda de café orgánico y de Comercio Justo a la vez (O+CJ) ha venido creciendo constantemente durante los últimos años, alcanzando un volumen de alrededor de 20,000 toneladas en los Estados Unidos y de más de 30,000 toneladas en Europa, Figura 5. La tasa de crecimiento del mercado de café O+CJ se estima entre 10 y 15% anual; en el caso del café de Comercio Justo la tasa de crecimiento fue de 11% en los últimos 5 años y alcanzó un pico de 26% entre los años 2002 y 2003 (FLO, 2005).

ANÁLISIS DE IMPACTO DE LA CERTIFICACIÓN SOBRE LOS PRECIOS EN LAS DIFERENTES ETAPAS DE LA CADENA DE COMERCIALIZACIÓN

El fuerte crecimiento del mercado de los productos sostenibles y el volumen alcanzado han conducido a que la producción orgánica ya no sea un nicho de mercado sino la corriente principal. En consecuencia, muchas nuevas firmas de alimentos, que antes sólo trabajaban con alimentos convencionales, se han visto tentadas a participar en el prometedor mercado de los ali-

Figura 4. Evolución del área en producción de café orgánico certificado en América Latina

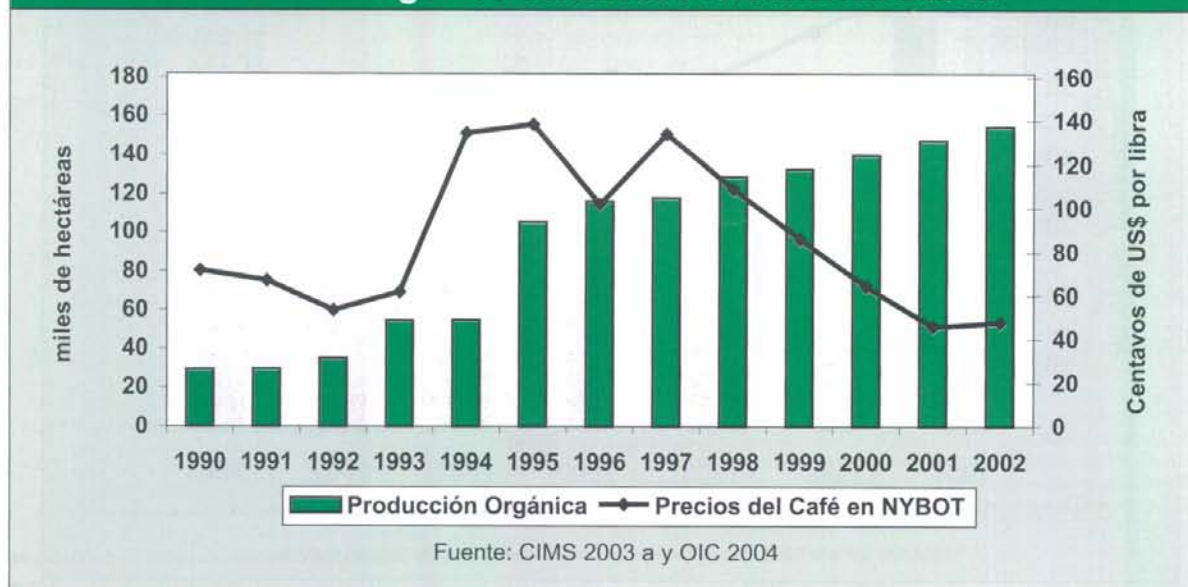
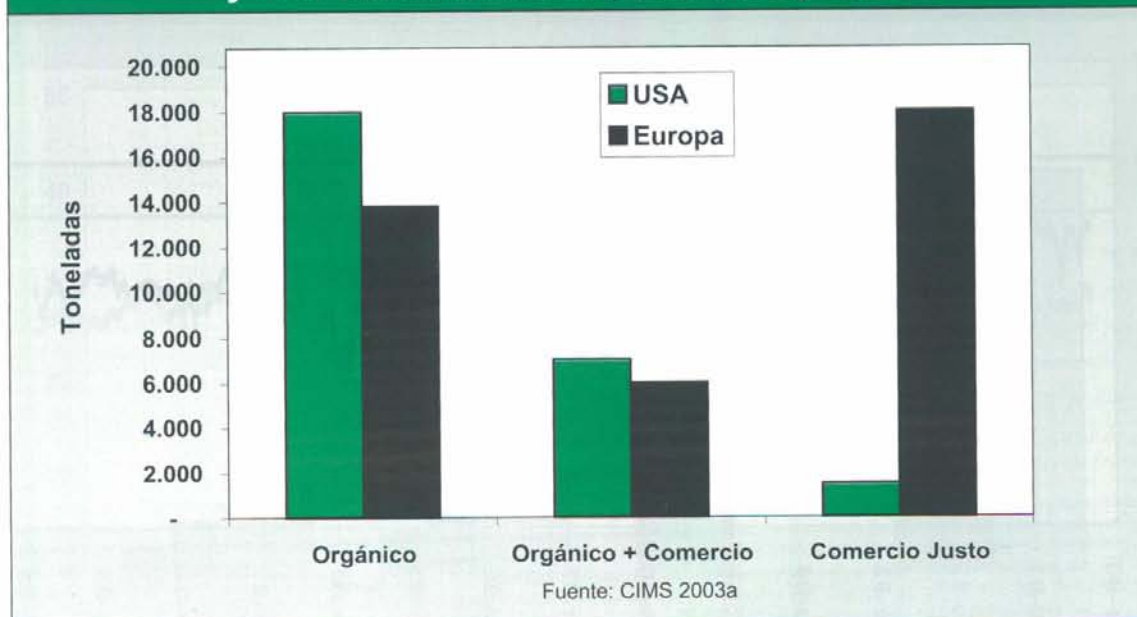


Figura 5. Volumen estimado mercado de café orgánico y Comercio Justo Estados Unidos y Europa



mentos orgánicos. La entrada de las principales firmas de alimentos, con frecuencia a través de la adquisición de pequeñas compañías tradicionales de productos orgánicos, ha llevado también a un cambio en la filosofía del negocio de los productos orgánicos, aumentando el énfasis en el negocio y en la rentabilidad. En consecuencia, los alimentos orgánicos y de Comercio Justo pueden encontrarse cada vez con más frecuencia en los estantes de los supermercados convencionales. En tal sentido, esta situación genera la duda de si estas compañías convencionales están comprometidas con la solidaridad con el productor, tal como lo establecen los objetivos de las certificaciones del Comercio Justo y de la producción orgánica.

Análisis de impacto de la certificación sobre los precios del banano a lo largo del canal de comercialización

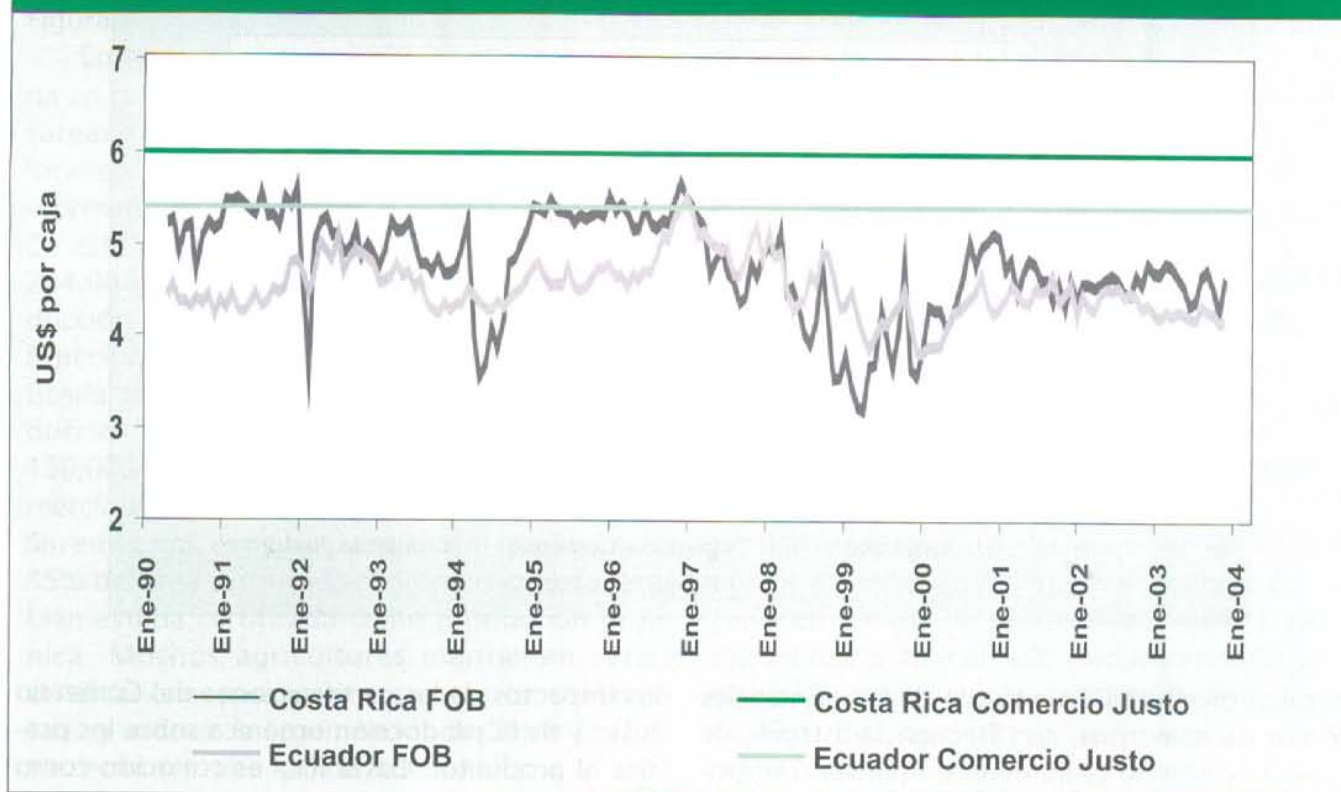
La producción de banano difiere significativamente entre los distintos países productores. Hemos seleccionado a los dos mayores productores –Costa Rica y Ecuador– para mostrar

los impactos de las certificaciones del Comercio Justo y de la producción orgánica sobre los precios al productor. Costa Rica es conocido como un país productor con altos costos, en tanto que Ecuador se distingue por su competitividad en la producción de banano. En el análisis que sigue, se usan los precios FOB como indicadores de los precios al productor ya que son las mejores cifras disponibles. La correlación entre estos precios es comparativamente alta y el precio mínimo del Comercio Justo también es fijado a nivel FOB. Como los precios de los productos básicos sufren grandes fluctuaciones en el tiempo, la evaluación necesita considerar la evolución del precio a lo largo de un período de tiempo.

Como se ilustra en la Figura 6, desde 1990 los precios FOB del banano experimentaron, de hecho, grandes fluctuaciones. En el caso de Costa Rica los precios se movieron entre un mínimo de US\$3,30 por caja⁵ a finales de 1999 y un máximo de US\$6,20 por caja en 1997, con un promedio de US\$5,17 por caja. Los precios del banano en Ecuador no tuvieron fluctuaciones tan grandes; los menores precios fueron de cer-

5. Una caja de banano tiene un peso promedio de 18,2 kg.

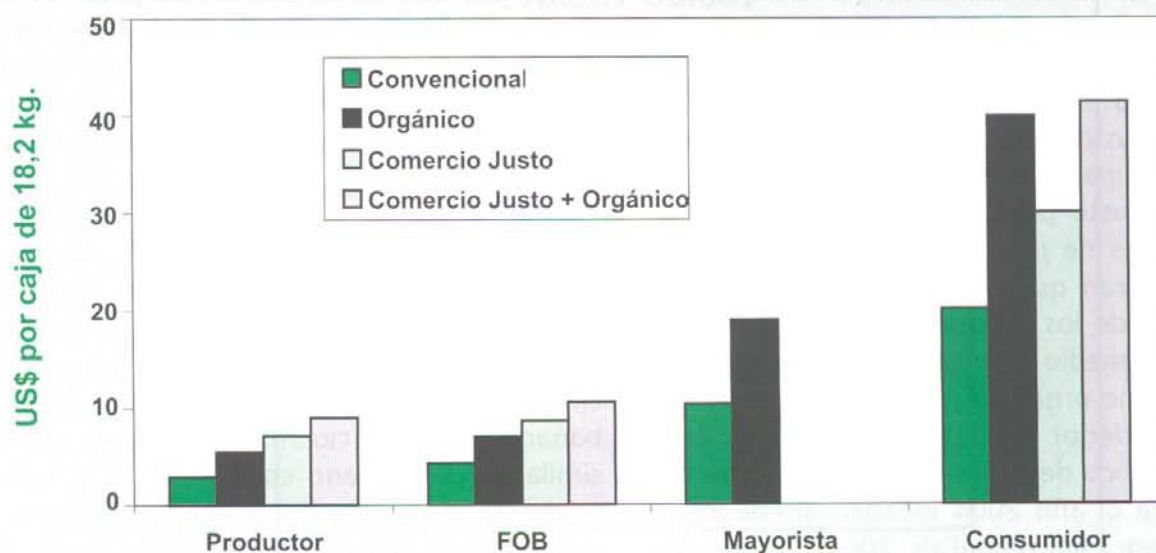
Figura 6. Evolución de los Precios FOB y Comercio Justo del banano en Costa Rica y Ecuador



ca de US\$4 por caja y los mayores de cerca de US\$6 por caja, con un promedio de US\$4,88 por caja. Los precios del Comercio Justo se fijaron en US\$6 por caja para Costa Rica y en US\$5,25 para Ecuador. Esto indica que en ambos casos los precios del Comercio Justo se fijaron por encima del promedio de largo plazo de los precios FOB y que la tendencia de los precios del banano es convencional. Sin embargo, en el caso de Costa Rica la diferencia entre el precio FOB promedio de largo plazo y el precio mínimo del Comercio Justo (cerca de US\$0,80 por caja) es mucho mayor que en Ecuador (cerca de US\$0,40 por caja). Esto hace que el concepto del Comercio Justo sea mucho más atractivo económicamente en Costa Rica. Sin embargo, también es importante mencionar que muchas compañías, especialmente las que comercializan productos del Comercio Justo, pagan precios aún mayores que los mínimos, de forma que el promedio observado de los precios FOB en la región fue de US\$8,60 por caja, Figura 7.

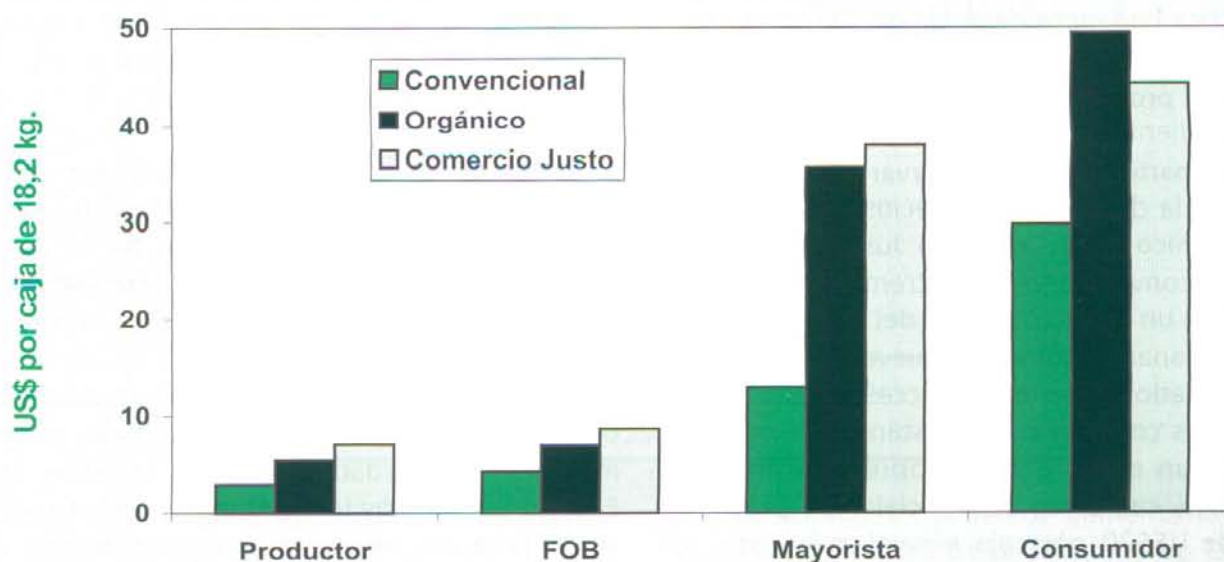
En el caso del banano orgánico la situación es un poco diferente. La certificación orgánica no fija restricciones de precio y por lo tanto los productos orgánicos están sujetos a las condiciones del mercado libre. Mientras que en la fase inicial de la producción del banano orgánico, a principios de los años noventa, los precios FOB casi siempre estuvieron por encima de US\$15 por caja, los precios han venido decreciendo considerablemente a la vez que la producción de banano orgánico ha venido creciendo continuamente en América Latina. Hoy en día, los precios del banano orgánico se mantienen aún por encima de los precios del banano convencional, pero en el futuro la evolución del precio va a estar más correlacionada con ambos mercados. La diferencia entre los precios del banano orgánico y el convencional puede interpretarse como una prima de precio. En el año 2004, el promedio del precio FOB del banano orgánico de la región fue de US\$7 por caja; en Ecuador éste fluctuó en el rango entre US\$6

Figura 7. Precios del banano orgánico y de Comercio Justo a lo largo de la cadena de comercialización en Estados Unidos



Fuente: CIMS 2005

Figura 7 A. Precios del banano orgánico y Comercio Justo a lo largo de la cadena de comercialización en Europa



Fuente: CIMS 2005

y US\$ 7 por caja y en países como República Dominicana llegó a superar los US\$8 por caja.

Es necesario mencionar otro hecho. Como los precios han venido cayendo mucho desde principios de la década de los noventa, la agricultura orgánica se ha vuelto menos rentable. Por lo tanto muchos productores han decidido certificar su producción como orgánica y de Comercio Justo al mismo tiempo. Esto ha llevado, por una parte, a elevar el precio mínimo del Comercio Justo pero, por otra parte, muchos compradores de productos del Comercio Justo ahora esperan que estos bienes cumplan los estándares de los productos orgánicos. El precio FOB promedio alcanzado por el banano certificado como orgánico y de Comercio Justo ha estado alrededor de US\$10,50 por caja. En el caso específico de Ecuador, los precios identificados para el año 2004 estaban alrededor de US\$9,50 por caja (BanaFair, 2004).

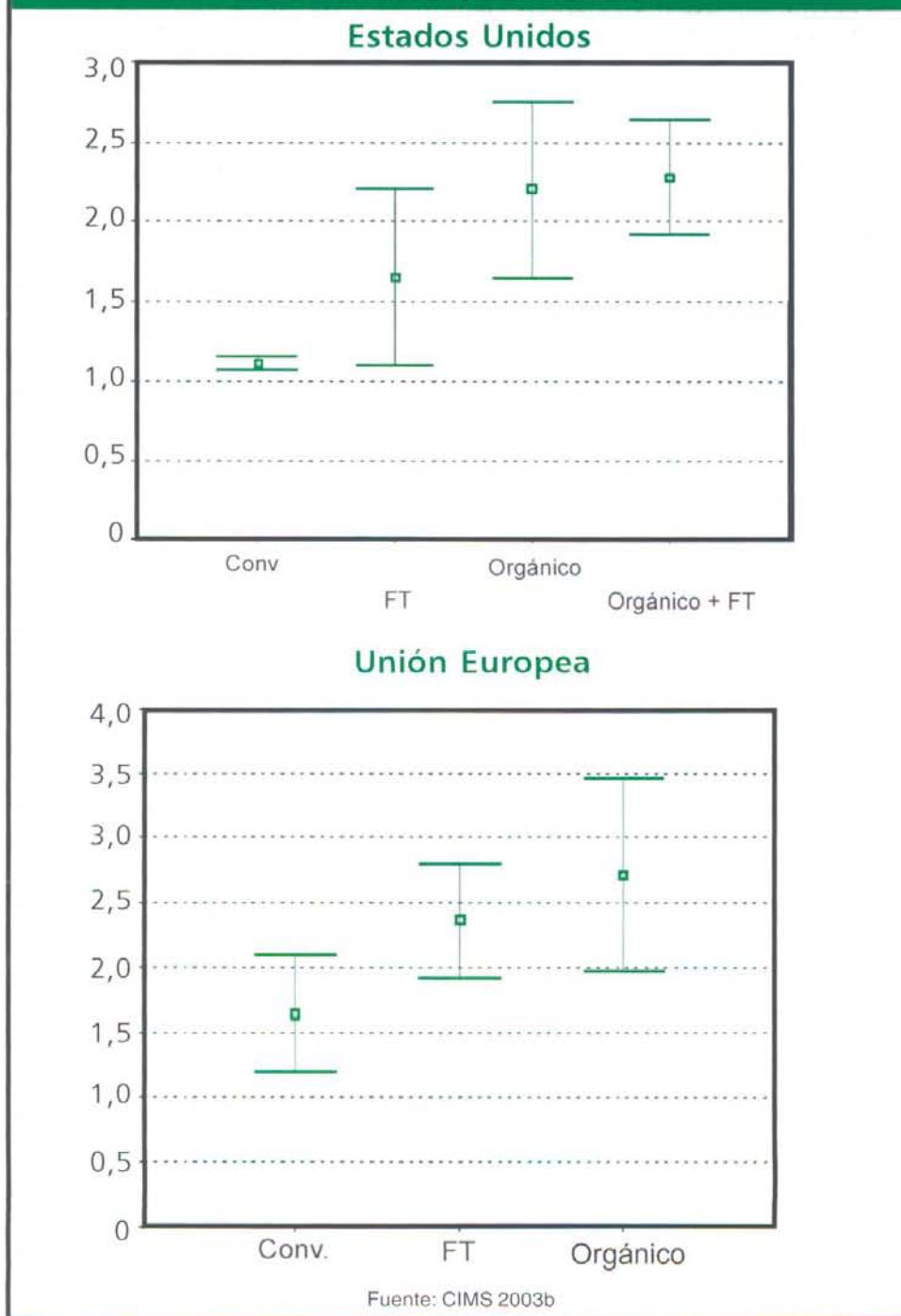
Al analizar los precios en las diferentes etapas del canal de comercialización, se pueden hacer algunas observaciones interesantes con respecto al comportamiento del mercado en los Estados Unidos y en la Unión Europea. La primera es que los precios del banano en los niveles mayorista y minorista en la Unión Europea son significativamente mayores que en los Estados Unidos, lo cual se explica principalmente por la política bananera de la Unión Europea de un sistema de cuota fija y por su objetivo de apoyar a los productores «europeos» de banano – independiente de las condiciones del mercado. Por otra parte, se puede observar que en la Unión Europea la diferencia de precios entre el banano orgánico y de Comercio Justo (O+CJ) y el banano convencional es extremadamente alta, lo cual es un efecto colateral del sistema de cuotas del banano. Como los nuevos exportadores e importadores tienen un acceso limitado a la cuota, las compañías que están en el mercado ejercen un cierto control sobre la producción corriente, causando diferenciales de precio de más de US\$20 por caja a nivel mayorista. Sin embargo, a nivel minorista los diferenciales de precio son mucho menores como resultado, por una parte, de la estructura diversa del sector de

comercio minorista para los productos orgánicos y, por otra parte, como señal de que el mercado de los productos O+CJ está alcanzado su madurez.

La situación en los Estados Unidos es un poco diferente. Como el mercado del banano en este país es mucho más abierto, los importadores y los mayoristas no tienen impacto sobre los diferenciales de precios del banano O+CJ y el convencional. Sin embargo, los minoristas de este país sí tienen impacto. Como se presenta de manera más explícita en la Figura 8, los niveles de precios del banano de Comercio Justo y, en especial, del orgánico, se mueven en un rango bastante más alto que el del banano convencional. Aunque en unos pocos casos el precio banano de Comercio Justo estuvo en un nivel similar al del banano convencional, el banano orgánico más barato que se encontró era un 50% más costoso que el convencional, y esta diferencia alcanzó máximos del 100%. En el caso de la doble certificación, ha sido normal encontrar primas de precio del 100% y más. Por su parte, en Europa tanto el banano del Comercio Justo como el orgánico pueden encontrarse a precios comparables a los del producto convencional, dependiendo del tipo de minorista, pero la mayoría de los precios identificados son significativamente superiores a los del banano convencional pero las primas rara vez llegan al tope del 100%, tal como lo muestra el estudio de Stecklow y White (2004b).

Una explicación de las diferencias entre los mercados de los Estados Unidos y Europa se puede encontrar analizando la diferente evolución de los mercados del banano O+CJ. Mientras que en Europa los mercados de Comercio Justo y orgánicos se establecieron hace más de 10 años y su crecimiento se ha desacelerado recientemente para varios productos, en los Estados Unidos los productos O+CJ están experimentando un verdadero auge en la actualidad. El Food Technology Institute agrupó los productos orgánicos y otros productos sostenibles entre las diez categorías de alimentos y bebidas con mayor crecimiento (Sloan, 2005). Estas favorables condiciones dan a los distribuidores

**Figura 8.
Rangos de precios minoristas del banano
convencional y certificado**



minoristas la posibilidad de ampliar los márgenes sobre estos productos. Otra explicación es la creciente concentración de la industria de los alimentos sostenibles en los Estados Unidos, por la entrada reciente de muchas grandes compa-

ñas tradicionales del sector alimentario a los mercados de alimentos orgánicos y de Comercio Justo, que aumentó el poder de mercado de unas pocas compañías en este mercado que aún es pequeño.

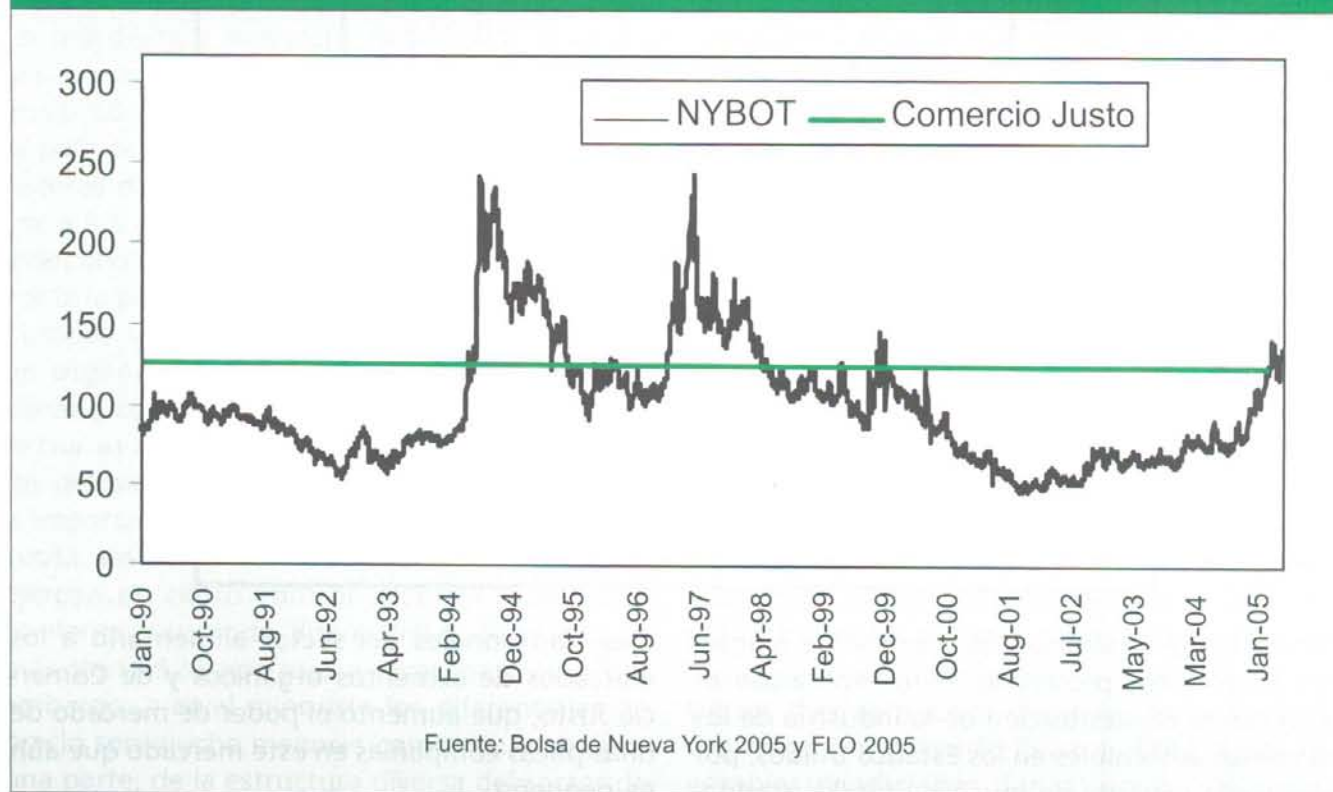
Para tener una perspectiva más amplia del comportamiento del mercado de los productos O+CJ, se han investigado los mercados del banano y el café O+CJ, teniendo en cuenta que estos dos productos son muy importantes para los países Latinoamericanos por su alto impacto en el empleo y la pobreza rural.

Análisis de impacto de la certificación sobre los precios del café a lo largo de la cadena de comercialización

El colapso del Acuerdo Internacional del Café que tuvo lugar a finales de la década de los ochenta llevó a un mercado mundial del grano abierto y no regulado. A raíz de esta ruptura, los precios FOB del grano cayeron a niveles no registrados anteriormente, sólo un poco por encima de los US\$0,50 por libra, de acuerdo con información de la Bolsa de Nueva York (NYBOT), y desde ahí han tenido dramáticas fluctuaciones. Entre 1994 y 1997/98, cuando ya no esta-

ban en vigencia las cuotas cafeteras, los precios se dispararon hasta alcanzar US\$2 por libra, debido a fuertes pérdidas en la cosecha brasileña, antes de comenzar a caer de nuevo a los niveles reales más bajos observados en más de un siglo. Como respuesta, muchos agricultores empezaron a buscar alternativas y decidieron certificar sus productos. En el caso del café, el Comercio Justo fija su precio mínimo FOB en términos regionales y no de país como el del banano, y su magnitud es de US\$1,26 por libra. Con una certificación de producto orgánico, el precio mínimo obtenido por el productor es de US\$1,41 por libra. En el contexto de las grandes fluctuaciones que ha experimentado en la última década, el precio del café convencional en la Bolsa de Nueva York (Contrato «C») ha superado varias veces el precio mínimo e inclusive durante un período considerable (más de un año entre 1994 y 1995), situación que se repitió a principios de 2005, Figura 9.

Figura 9. Evolución de los Precios del café Contrato C y "Comercio Justo"



Inclusive en el caso en que los precios de mercado estén por encima de los precios mínimos – dando lugar a una prima de precios de US\$0,15 sobre los precios de mercado – la producción de Comercio Justo pierde competitividad económica debido a los costos de la certificación y a los mayores costos de producción. Los diferenciales promedio de precio para los 15 años considerados en el estudio han sido aproximadamente de US\$0,26 por libra. Sin embargo, como las prácticas de manejo de los pequeños caficultores con frecuencia tienen fallas, los precios mínimos ayudan sustancialmente a los agricultores a sobrevivir durante las «crisis cafeteras», como por ejemplo en 2003 cuando las primas de precio fueron del orden de US\$0,60 por libra, Cuadro 2.

Por su parte, el café orgánico, al igual que el banano, no tiene un precio FOB fijo; su precio está bastante ligado al del mercado del café convencional. Sin embargo, también existen diferencias importantes. Las características del café tales como la calidad y el sabor difieren mucho entre países y regiones e inclusive entre productores individuales, resultando en grandes diferenciales de precios para cada región. Además, en algunos países la producción orgánica ha llegado a representar más del 10% de la producción total, como es el caso de México, Perú y Bolivia, saturando la demanda de café orgánico de estos orígenes. En consecuencia las primas de precio varían en un amplio rango, que va desde sólo US\$0,05 por libra hasta US\$1,50 por libra, con un promedio de aproximadamente US\$0,20 por libra.

La evolución de los precios en las distintas etapas de la cadena de comercialización del café muestra un comportamiento diferente en los Estados Unidos y Europa, pero más homogéneo que en el caso del banano. Los precios al productor y los precios FOB de exportación no dependen del destino del producto. Las diferencias comienzan con la venta al por mayor, o en el caso del café a nivel del tostador. En Europa, la diferenciación de precios a nivel del tostador entre el café convencional y el café O+CJ es sig-

Cuadro 2. Primas de precio por certificación de café verde, FOB

Prima	Orgánico	Comercio Justo
	Centavos dólar por libra	Centavos dólar por libra
Máximo	150	106
Promedio	15-25	62
Mínimo	5	56

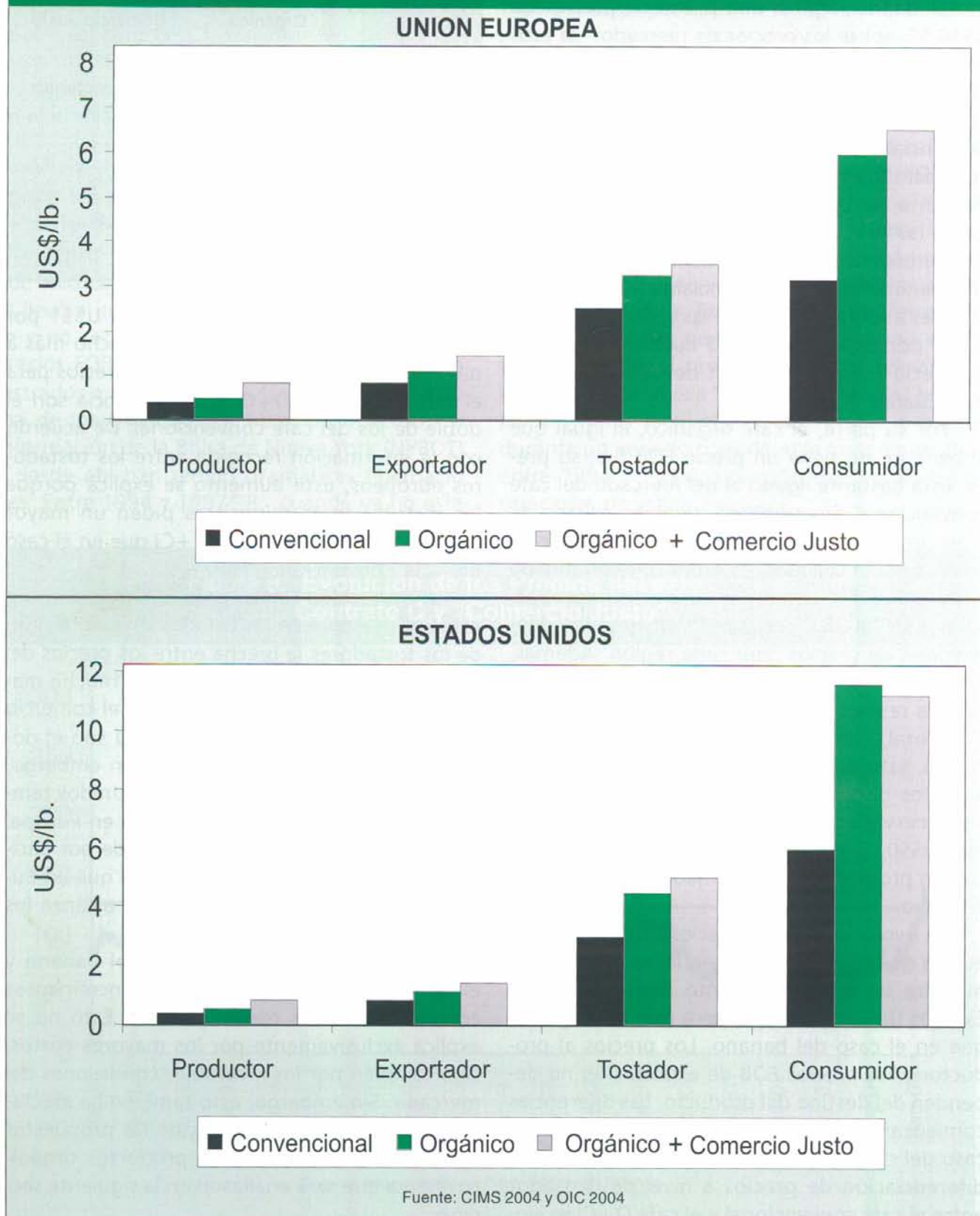
Fuente: CIMS, 2004

nificativa y alcanza cifras cercanas a US\$1 por libra, pero la diferencia aumenta mucho más a nivel del consumidor, en donde los precios para el café certificado O+CJ con frecuencia son el doble de los del café convencional. De acuerdo con la información recogida entre los tostadores europeos, este aumento se explica porque los distribuidores minoristas piden un mayor margen en el caso del café O+CJ que en el caso del café convencional, Figura 9.

Una situación similar pero aún más pronunciada se presenta en los Estados Unidos. A nivel de los tostadores la brecha entre los precios del café convencional y los del O+CJ es mucho mayor, del orden de US\$2 por libra. En el comercio minorista, los precios del café O+CJ son el doble de los del café convencional. Sin embargo, los niveles de precio en los Estados Unidos también son el doble de los observados en Europa. El café O+CJ con frecuencia se vende por encima de los US\$10 por libra, mientras que en Europa esta clase de café difícilmente alcanza los US\$8 por libra.

En consecuencia, los precios del banano y el café O+CJ experimentan fuertes incrementos con respecto a los convencionales. Esto no se explica exclusivamente por los mayores costos, sino también por las favorables condiciones del mercado. Sin embargo, esto también ha afectado seriamente los conceptos de las propuestas de Comercio Justo y de los productos orgánicos, tema que será analizado en la siguiente sección.

Figura 10. Precios del café a lo largo de la cadena de comercialización



IMPLICACIONES DE LA POLÍTICA DE PRECIOS A LO LARGO DE LA CADENA DE COMERCIALIZACIÓN SOBRE EL SECTOR PRODUCTOR

Los mercados de los productos O+CJ certificados tienen varias diferencias con respecto a los mercados de los productos convencionales. La producción certificada se caracteriza por mayores costos de producción y mayores costos de manipulación por las menores economías de escala. Esto conduce a que los productos certificados tengan mayores precios de mercado (P_{SE}) que los productos convencionales (P_{CE}), inclusive en condiciones de total equilibrio y transparencia de mercado. La elasticidad de la oferta de los productos certificados es similar a la de los productos convencionales, pero la elasticidad precio de la demanda es considerablemente mayor en los productos certificados debido a los mayores niveles de precios a nivel minorista y también a las crecientes preferencias de los consumidores por productos responsables en términos sociales y ambientales (Elliot et al. 2003, Gendall et al. 1999). Esta situación se representa en el modelo de mercado presentado en la Figura 10, el cual muestra curvas de oferta con similar respuesta al precio, pero con niveles diferentes (compárense las curvas S_S y S_C) – y diferentes curvas de demanda, en donde la demanda por los productos certificados muestra mayor elasticidad al precio (D_S) en comparación con la demanda de productos convencionales (D_C).

La introducción de precios mínimos en un mercado de competencia perfecta causa una reducción del volumen transado, de V_{SE} a V_{FT} . Para el sector productor, este precio mínimo lleva a pérdidas de ingreso causadas por los menores volúmenes vendidos, del tamaño del rectángulo B, pero al mismo tiempo el ingreso aumenta en una cantidad equivalente a A por lo mayores precios.

Como puede verse en la Figura 10, las ganancias de ingreso (rectángulo A) claramente exceden las pérdidas de ingreso (rectángulo B), aunque el aumento en el precio de mercado no es transferido en su totalidad al productor ($P_{FT} - P_{SE}$).

Con:

D_S = Demanda por productos sostenibles

D_C = Demanda por productos convencionales

les

S_S = Oferta de productos sostenibles

S_C = Oferta de productos convencionales

P_{SE} = Precio de equilibrio de los productos sostenibles

P_{CE} = Precio de equilibrio de los productos convencionales

V_{FT} = Volumen vendido de los productos del Comercio Justo

V_{SE} = Volumen vendido de los productos sostenibles en equilibrio de mercado

V_{CE} = Volumen vendido de los productos convencionales en equilibrio de mercado

Sin embargo, para aprovechar las favorables condiciones de mercado y los mayores precios de los productos orgánicos y del Comercio Justo, el comercio minorista cambia el balance de ingresos de manera profunda –sin compartir los ingresos adicionales con los otros actores de la cadena de comercialización, Figura 11.

Mediante incrementos de precio adicionales a escala minorista, de P_{FT} a $P_{FT'}$, el volumen total de ventas se reduce de V_{FT} a $V_{FT'}$. Por lo tanto las pérdidas de ingresos corresponden al tamaño del rectángulo B, el cual es similar al tamaño de las ganancias de ingreso obtenidas a través del precio mínimo del Comercio Justo. Este balance de ingresos demuestra que esta política de precio mínimo es, de hecho, atractiva para el sector de comercio minorista. Con una elevación del precio de P_{FT} a $P_{FT'}$, el sector minorista ganará ingresos adicionales correspondientes al tamaño del rectángulo D que, de nuevo, es evidentemente más grande que el rectángulo C, que representa las pérdidas de ingreso causadas por la reducción del volumen transado en el mercado. En este caso, los beneficios económicos obtenidos con la certificación del Comercio Justo son obtenidos sólo por el sector de comercio minorista, en tanto que el sector productor (visto en su totalidad) difícilmente obtiene ingresos adicionales.

Figura 11. Modelo general de mercado para los productos sostenibles y los efectos ingreso al productor causados por la introducción de

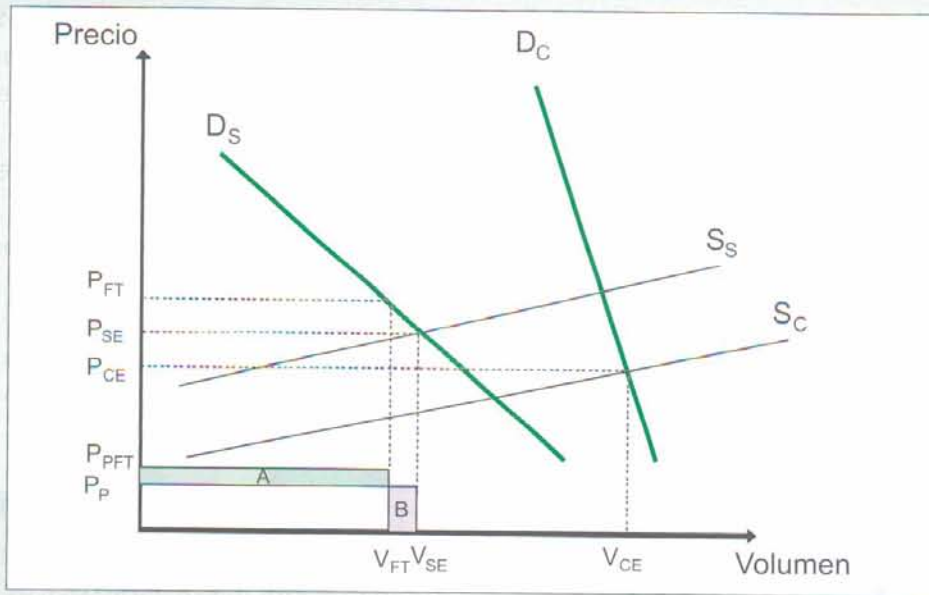
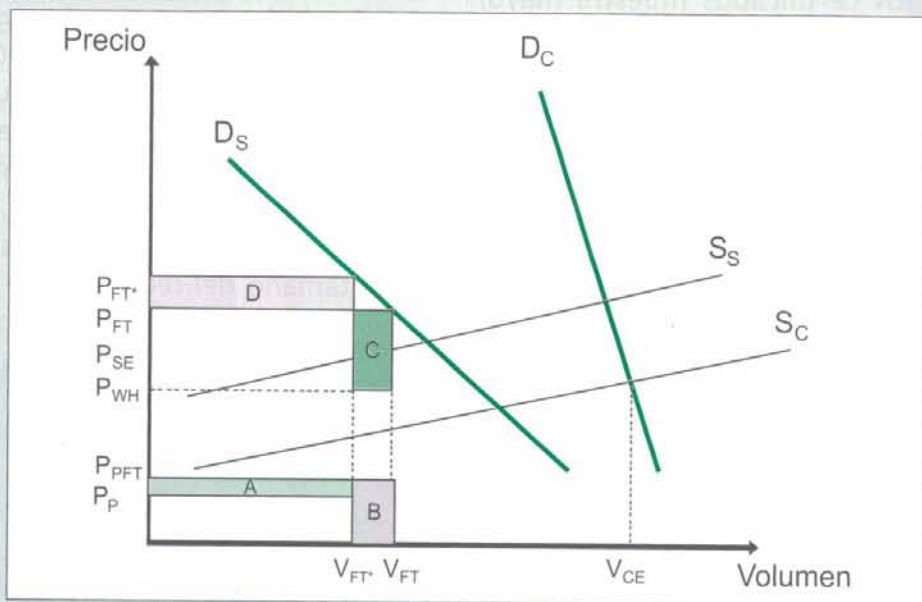


Figura 12. Balance de ingresos para los sectores de comercio minorista y productor a través del mayor precio pagado por los productos sostenibles



Como conclusión del modelo presentado se puede afirmar que las distorsiones de precio a lo largo de los canales de comercialización pueden poner en riesgo los beneficios de las certificaciones de Comercio Justo y, en general, de la producción sostenible. Para crear realmente beneficios para el sector productor, se requiere la solidaridad de todos los participantes en la cadena de comercialización.

Es importante tener en cuenta que actualmente los mercados de los productos alimenticios orgánicos y de Comercio Justo están creciendo rápidamente, lo cual ha impedido que se observen estos efectos negativos. Aunque más agricultores podrían recibir los beneficios del Comercio Justo, los principales ganadores serán aquellos situados más adelante en la cadena de comercialización –y no a quienes se tenía la intención de beneficiar.

CONCLUSIONES

Los mercados de los productos alimenticios orgánicos y de Comercio Justo están experimentando un fuerte crecimiento en los Estados Unidos y Europa, y ofrecen interesantes perspectivas para muchos agricultores latinoamericanos, especialmente para quienes producen frutas, verduras y café. Muchos agricultores latinoamericanos convirtieron su producción convencional a orgánica y de Comercio Justo, basados en las expectativas de que de esta manera podrían escaparse a las pérdidas de ingresos causadas por los precios decrecientes de la mayoría de productos básicos. Sin embargo, es válido preguntarse hasta qué punto estos esquemas de certificación han aumentado los ingresos del sector productor de América Latina.

Para analizar esta pregunta se estudiaron los casos del banano y del café, dos productos agrícolas de gran importancia para América Latina, profundizando sobre la evolución del mercado y de los precios a lo largo de la cadena de comercialización. Se desarrolló un modelo estándar del mercado para identificar los beneficios económicos de la producción orgánica y del Comercio Justo.

Los resultados del estudio muestran que los productores orgánicos, y especialmente los de Comercio Justo, están recibiendo primas de precio. Sin embargo, los beneficios obtenidos dependen del producto y del lugar de producción ya que la rentabilidad económica de cada producto se ve afectada por los criterios específicos de cada país –en el caso del Comercio Justo– y por las condiciones del mercado específico de cada producto. El estudio sobre la evolución de los precios a lo largo de la cadena de comercialización muestra que la prima de precios crece continuamente y en ciertos casos llega a causar un incremento promedio en los precios al consumidor superior al 100%.

Un hallazgo muy interesante es que los precios FOB y al importador no son muy sensibles al lugar de destino del producto. Sin embargo, los precios mayoristas y en especial los precios al consumidor de estos productos alcanzan mayores niveles en los Estados Unidos que en Europa, lo cual se explica por el mayor crecimiento del mercado norteamericano, por la reciente incorporación de grandes compañías alimenticias ya exitosas en el mercado convencional y por la mayor concentración del mercado mayorista en los Estados Unidos que en Europa. Los resultados obtenidos con un modelo de mercado estandarizado muestran que la distorsión de precios a lo largo de la cadena de valor afecta seriamente la distribución de beneficios de la producción sostenible, y favorece a los sectores de comercio minorista y mayorista en vez de beneficiar al sector productor.

¿Son los sistemas de producción orgánica y de Comercio Justo sólo propuestas bien intencionadas pero sin salida? Por el momento, debido al gran crecimiento del mercado de alimentos orgánicos y de Comercio Justo, las distorsiones de precios generadas a lo largo de la cadena de valor no han afectado de manera evidente los ingresos del sector productor. Sin embargo, el crecimiento se desacelerará y la desigual distribución de beneficios se volverá más evidente y forzará a las pequeñas y medianas empresas (PYMES) a aumentar su productividad agrícola. Una consecuencia de estos desarrollos será que

los productores de bienes sostenibles, como frutas y café en América Latina, se enfrentarán a un mercado con una evolución similar a la que ha tenido el mercado convencional. Por mucho tiempo el comercio de productos orgánicos y de Comercio Justo ha estado dominado por PYMES. Sin embargo, debido a que estos productos se han ido convirtiendo en la corriente dominante del mercado, a la creciente incorporación de

grandes compañías y a la tendencia hacia la concentración de la industria, se verán reflejados muchos efectos en la estructura del comercio tradicional. No es probable que las PYMES de América Latina logren competir exitosamente en los mercados dominantes, y por lo tanto su presencia en los mercados de productos sostenibles está amenazada por estas nuevas tendencias del mercado.

Referencias bibliográficas

- BananaFair (2004). Preiskalkulation Bio-Fair-Trade-Bananen von UROCAL/ Ecuador. Gelnhausen, Alemania.
- CIMS (Centro de Inteligencia sobre Mercados Sostenibles) (2003^a). An analysis of the Latin American supply of sustainable coffee. www.cims-la.com. Alajuela, Costa Rica.
- CIMS (Centro de Inteligencia sobre Mercados Sostenibles) (2003c). Estudio de Precios del Banano Convencional y Sostenible en los EEUU y la Union Europea. www.cims-la.com. Alajuela, Costa Rica.
- CIMS (Centro de Inteligencia sobre Mercados Sostenibles) (2004). Prices of Sustainable Coffee from Latin America. Alajuela, Costa Rica.
- CIMS (Centro de Inteligencia sobre Mercados Sostenibles) (2005). Banano – Situación y perspectivas del mercado. CORPEI Seminar on Market Perspectives, Quito, Ecuador; 18.02.05. Alajuela, Costa Rica.
- OIC (Organización Internacional del Café) (2004). Coffee prices. <http://www.ico.org/frameset/priset.htm>, Enero 2004. Londres, Reino Unido.
- ICT (International Trade Center) (2002). Overview World Markets for Organic Food & Beverages. Ginebra, Suiza.
- IFOAM (International Federation of Organic Agriculture Movement) (2004). IFOAM Basic Standards for Organic Production and Processing. <http://www.ifoam.org/standard/norms/ibs.pdf>; Septiembre 2004; Nuremberg, Alemania.
- Lindsay, B. (2003): Grounds for Complaint? Understanding the «Coffee Crisis». Cato Institute, Trade Briefing Paper, No. 16, Mayo 6, 2003. Estados Unidos.
- NBJ (Nutrition Business Journal) 2004: NBJ's Organic Foods Report 2004. San Diego, California, Estados Unidos.
- NYBOT (2005). Market Information – Historical Data. Available at: <http://www.nybot.com/>. Contactado en: Mayo 2005. Nueva York, Estados Unidos.
- Sloan, E. (2005). Top 10 Global Food Trends. Food Technology, Vol. 59, No. 4., Abril 2004. Publicado por Institute of Food Technologists. Chicago, Estados Unidos.
- Stecklow, S. y E. White (2004a). How fair is Fair Trade? That's tough to figure; confusing labels, claims make it hard for shoppers to know where money goes. Wall Street Journal. Junio, 8 2004; p. 8. Nueva York, Estados Unidos.
- Stecklow, S y E. White (2004b). What price virtue? Wallstreet Journal; Junio, 8 2004. Nueva York, Estados Unidos.
- Transfair USA (2005). Comunicación personal. Mayo 2005. California, Estados Unidos.

Relaciones de tamaño, producción y trabajo en las fincas cafeteras colombianas¹

Andrés Lozano Karanauskas²

Colombia

INTRODUCCIÓN³

La relación inversa entre la productividad de la tierra y el tamaño de las fincas ha sido un hecho ampliamente observado en países en vía de desarrollo. Gran parte de los estudios dedicados a explorar este tema se han realizado con datos provenientes de India. Ejemplo de ello son los trabajos de Bardhan (1973), Carter (1984) y Newell, Pandya & Symons, (1997). Otros análisis de este tipo también se han efectuado para Malasia (Barnum & Squire, 1978), Pakistán (Heltberg, 1996), Kenya y Burkina Faso (Udry, 1996).

Berry y Cline, en un estudio publicado en 1979, identificaron la presencia de la relación inversa en Colombia, al igual que en Filipinas, Pakistán, India, Malasia y Brasil. Para estos autores, en Colombia podría explicarse tal relación, en parte, como resultado de las diferencias en la intensidad del uso de la tierra entre fincas grandes y pequeñas, la cual disminuye considerablemente a medida que aumenta el tamaño de las propiedades. En un estudio posterior para fincas agrícolas colombianas, Rubio (1994) encontró que los incrementos en el área de cultivo se encuentran ligados a disminuciones en las ventas agrícolas por hectárea, al igual que a disminuciones en la participación de los costos de mano de obra en los costos totales. De esta manera, las disminuciones en las ventas por hectárea, a medida que aumenta el área de cultivo,

podrían deberse a la caída en el uso del factor trabajo por hectárea.

Con un área sembrada de 873 mil hectáreas y una producción anual de 12 millones de sacos de 60 Kg., la caficultura en Colombia es una actividad de gran importancia económica que ha respondido por poco más del 20% del PIB agrícola del país, en los últimos años. En términos sociales, cerca de dos millones de personas dependen en forma directa de esta actividad, que se desarrolla en gran medida en fincas de pequeña y mediana extensión. De hecho, el 87% de las propiedades cuenta con superficies menores de 10 hectáreas⁴. En ellas el 47% del área, en promedio, se encuentra dedicada al café, cifra que indica la relevancia de este cultivo para el sostenimiento de la economía familiar.

En el sector cafetero colombiano hay indicios que advierten la posible existencia de una relación inversa entre la productividad y el tamaño del cultivo, al igual que entre la productividad y el tamaño de la finca. Las Figuras 1 y 2 presentan la productividad de los cafetales y de las fincas según su tamaño, a partir de los resultados de encuesta de «Análisis del Mercado Laboral Cafetero y Acceso al Crédito para Pequeños Productores de Café en Colombia» (MLYCC-P) realizada por la Federación Nacional de Cafeteros en 2006. Si bien, la productividad del área cultivada disminuye a medida que aumenta el

1. Texto preparado a partir del artículo publicable presentado en julio de 2007 para optar al grado de Magister en Economía en la Universidad de los Andes. Esta versión presenta algunas diferencias respecto al original. Es conveniente indicar que se suprimió la gran mayoría del álgebra con el fin de simplificar la lectura.

2. Andrés Lozano es investigador en temas económicos y sociales en la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia. Las preguntas y los comentarios sobre el presente artículo pueden ser enviados a: andres.lozano@cafedecolombia.com

3. Se agradecen especialmente los valiosos consejos aportados por Juan Camilo Cárdenas en la elaboración de este documento. También se agradecen las sugerencias de José Leibovich y Jorge Maldonado, al igual que de los asesores e investigadores de la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia.

4. Fuente: FNC - SICA/AFIC, corte 30 de septiembre de 2006.

Figura 1. Productividad de los cafetales según tamaño

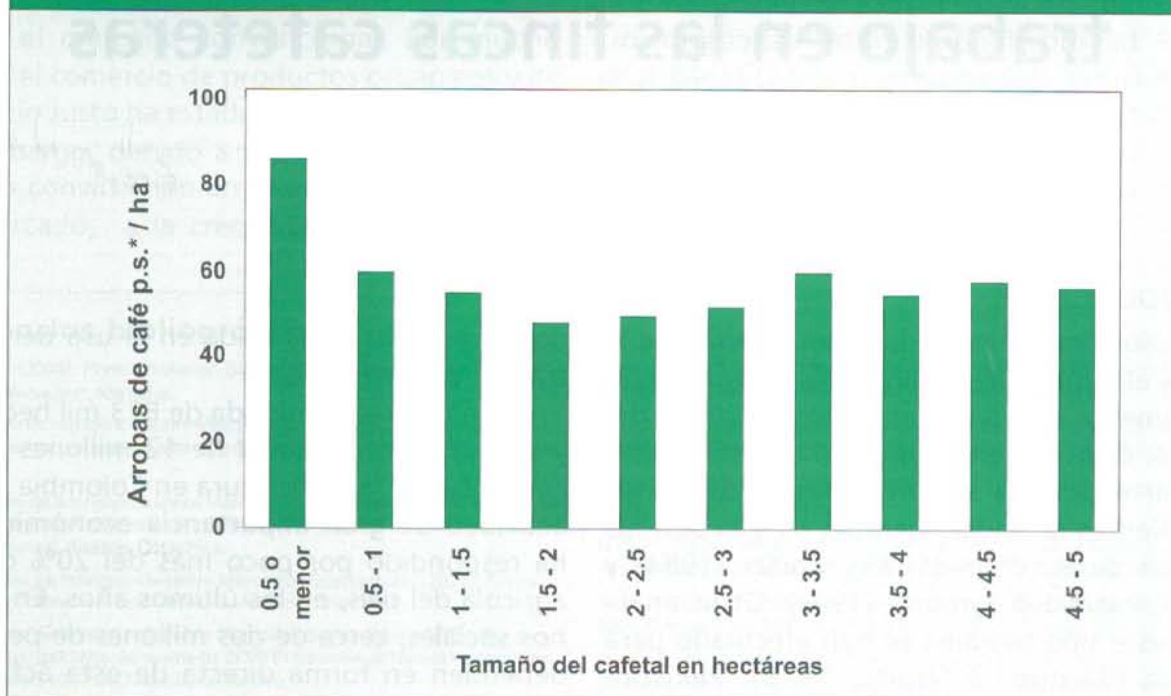
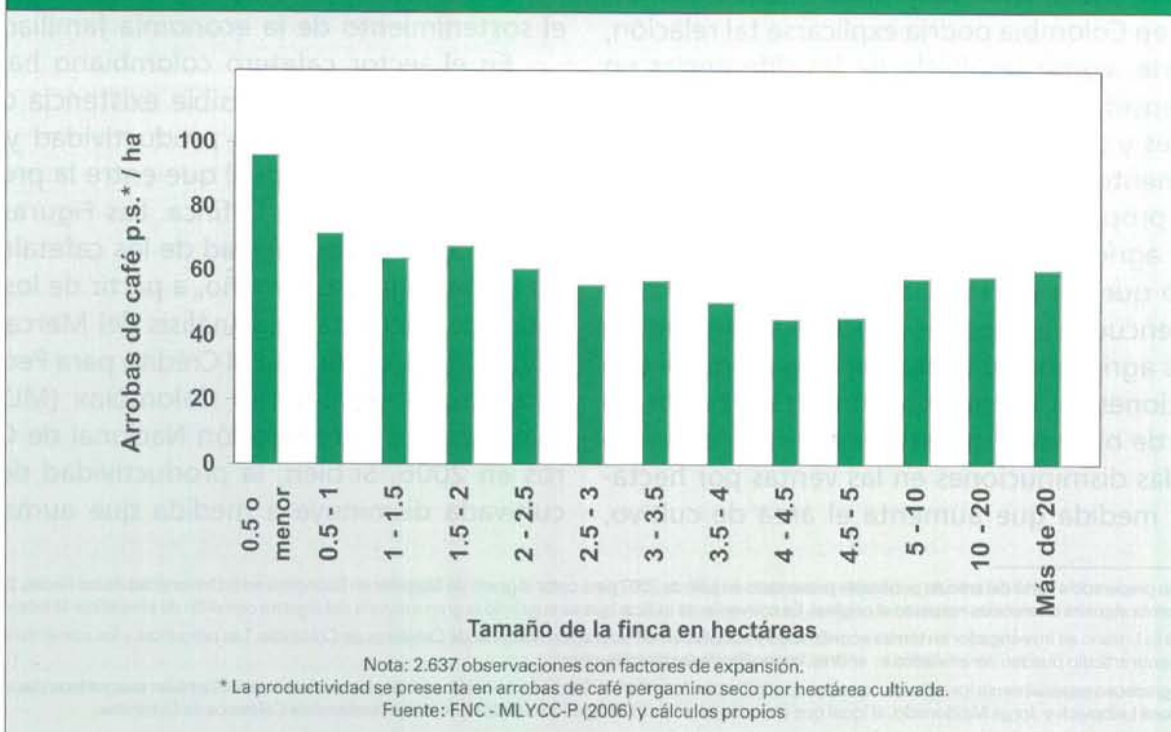


Figura 2. Productividad de las fincas cafeteras según tamaño



tamaño de los cultivos y de las fincas, hasta las 2 y 5 hectáreas, respectivamente, después de estos tamaños la relación inversa no se observa de manera clara. Lo anterior puede estar indicando, por un lado, que la relación inversa es válida únicamente para los rangos menores de tamaño de finca o de cultivo. Por otro lado, puede estar señalando que los cafetales y fincas de rangos menores se encuentran restringidos en su productividad, como consecuencia una situación que les atañe a ellos particularmente, o en mayor medida. Este podría ser el caso del difícil acceso al mercado de capitales.

Estudios anteriores al presente han encontrado diferentes resultados sobre la relación entre la productividad y el tamaño del cultivo. En el caso de la Zona Cafetera Central (departamentos de Caldas, Quindío y Risaralda) Leibovich y Barón (1997) hallaron que el área cultivada no era una variable relevante a la hora de explicar la productividad, mientras que Duque y Bustamante (2002) encontraron un efecto positivo para el caso específico de Caldas. Por otro lado, al estudiar el caso colombiano, en agregado, Leibovich y Barón hallaron que la relación entre las variables mencionadas es negativa antes de las 2 hectáreas y positiva después de este tamaño.

La existencia de una relación inversa entre la productividad y el tamaño de los cafetales y fincas podría esconder particularidades de la actividad, diferencias en las características agroclimáticas entre regiones, al igual que desequilibrios en los mercados de factores que irían en detrimento del bienestar de los cafeteros. El estudio de la existencia de la relación inversa permitirá avanzar en la comprensión de un sector económica y socialmente relevante para el país, de modo que sea posible formular políticas que promuevan el desarrollo de la actividad y el bienestar de los cafeteros.

Así las cosas, este estudio tiene como objetivo determinar la existencia de la relación in-

versa entre la productividad y el tamaño del cultivo y de la finca cafetera colombiana, e indagar las causas que podrían estar detrás de ella, con énfasis en las particularidades agroclimáticas de las fincas y las características del mercado laboral. Igualmente, se exploran de manera breve las consecuencias de la existencia de la relación inversa y los efectos de las restricciones crediticias sobre la misma.

Con el fin de cumplir el objetivo propuesto, este trabajo se dividirá en siete secciones distintas. La primera pretende introducir al lector en el problema a estudiar. En la segunda sección se prueba la existencia de la relación inversa entre la productividad y el tamaño del cultivo, en primera instancia, y entre la productividad y el tamaño de la finca, en segunda. En las secciones tercera, cuarta y quinta se exploran tres posibles causas de la existencia de la relación inversa, junto con la evidencia empírica respectiva. Éstas versan sobre las diferencias agroclimáticas entre regiones, las imperfecciones en el mercado laboral por el lado de la oferta y las diferencias en la eficiencia del trabajo de la mano de obra familiar y la contratada. En la sección sexta se evalúa si las restricciones en el mercado de capitales afectan la productividad. Para terminar, se señalan algunas consecuencias de aceptar la existencia de imperfecciones en el mercado laboral, como fuente de la relación inversa, y se presentan sus nexos con el mercado de capitales. Adicionalmente, se presenta evidencia empírica de la evolución reciente de la estructura de las propiedades cafeteras y se ofrecen algunas recomendaciones de política.

Los datos utilizados en el presente estudio se tomaron principalmente de la encuesta MLYCC-P efectuada por la Federación Nacional de Cafeteros entre marzo y abril de 2006, la cual tiene el año 2005 como período de referencia. Esta encuesta presenta información estadísticamente significativa para productores con cultivos menores a 5 hectáreas en café, los cuales representan el 94% del total⁵. El Cuadro 1 contiene

5. Con el fin de obtener información discreta del área de los cultivos y las fincas cafeteras encuestadas en el MLYCC-P se cruzaron las bases de datos de esta encuesta con las provenientes de la Encuesta de Condiciones de Vida de los Hogares Cafeteros (2005) y el Sistema de Información Cafetera con corte a enero de 2007. Para finalizar se eliminó el 2% de las observaciones que contenían información insuficiente o incoherente, como la ausencia del valor de la producción, la densidad, la edad o el área. La muestra final contó 2.637 observaciones, que representan a 498.832 hogares de todo el país.

algunas de las estadísticas principales de la muestra de fincas cafeteras. Se puede apreciar que la finca promedio cuenta con 5 hectáreas, de las cuales 1,4 se encuentran dedicadas al cultivo de café, el cual produce 77 arrobas de café pergamino seco. En promedio, cada cultivo demanda 292 jornales al año, los cuales incluyen la mano de obra familiar de las personas con 10 o más años.

RELACIÓN ENTRE LA PRODUCTIVIDAD, EL TAMAÑO DEL CULTIVO Y LA FINCA

El presente estudio toma como punto de partida teórico los Modelos Agrícolas de Hogar (AHM)⁶. Éstos intentan reflejar la interacción entre las decisiones de producción y consumo que se presentan al interior de las familias del sector rural, a partir de la maximización de la utilidad de la familia agrícola y los beneficios obtenidos de la producción de la finca. Si bien gran parte de las

posibilidades de predicción de estos modelos se basan en la conexión existente entre las decisiones de producción y consumo, a continuación se hará caso omiso de esta característica, suponiendo un modelo sencillo y recursivo, que permita separar las decisiones de producción de las de consumo. Así, con el fin de probar la existencia de la relación inversa entre la productividad y el tamaño del cultivo, se puede asumir que la producción se comporta de acuerdo a una función tipo Cobb-Douglas⁷, que depende de las características del cultivo, el capital instalado, el trabajo y el área de producción:

$$Q = (e^{\beta_0 + \beta_1 D_a + \beta_2 D_v} e d^{\beta_3} n^{\beta_4} n^{2\beta_5} l^{\beta_6} A^{\beta_7}) * f(b) \quad (1)$$

Q es la producción anual de café pergamino seco en arrobas. Mientras,

$$e^{\beta_0 + \beta_1 D_a + \beta_2 D_v} e d^{\beta_3} n^{\beta_4} n^{2\beta_5}$$

Cuadro 1. Principales estadísticas descriptivas

Variable	Unidad	Mediana	Media	Desviación Estándar	Mínimo	Máximo
Producción	arrobas de café*	40	75,5	107,6	0,00	1.500
Edad del cafetal	años	6	8,6	8,5	0,00	90
Densidad	árboles / hectárea	4.333	4.260,2	1.727,1	200,00	10.000
Área de la finca	hectáreas	2,3	5,0	10,1	0,10	260
Área del cafetal	hectáreas	1,0	1,4	1,1	0,05	5
Edad del jefe del hogar	años	53	54,0	14,6	19,00	99
Escolaridad del jefe	años	3	3,2	2,8	0,00	22
Tamaño de la familia	número de integrantes	4	3,8	1,9	1,00	12
Trabajo en café sin recolección**	jornales / año	202	241,3	194,0	0,00	1.433
Trabajo en café	jornales / año	245	292,1	234,8	0,00	2.153
Valor del jornal	Miles de pesos colombianos de 2005	11	11,0	2,7	5,00	22

Nota: 2.637 observaciones con factores de expansión.

*La producción se presenta en arrobas de café pergamino seco. **Es el trabajo familiar y contratado llevado a cabo en el cafetal, sin incluir el trabajo contratado para la recolección de café.

Fuente: FNC - MLYCC-P (2006). Cálculos propios.

6. Para mayor información vale la pena remitirse al libro de Chihiro Nakajima (1986), en el cual se ofrece una excelente introducción teórica a los AHM. El libro de Singh, Squire y Strauss (1986) adicionalmente presentan algunas de las aplicaciones prácticas. Por su parte, De Janvry, Fafchamps y Sandoulet (1991), al igual que Benjamín (1992), analizan algunas consecuencias de la existencia de imperfecciones en los mercados.

7. Dentro de la literatura de los AHM es común suponer modelos tipo Cobb-Douglas. Ejemplo de ello son los estudios de Bardhan (1973), Barnum y Squire (1978) y (1979), Carter y Wiebe (1990). Para la estimación de la productividad en el sector cafetero Leibovich y Barón (1997) y Duque y Bustamante (2002) también asumen una forma similar.

es la fracción de la ecuación que representa la tecnología utilizada y el capital invertido en el cultivo por hectárea. Da indica la utilización de variedades de porte bajo y alto rendimiento, en este caso, Caturra y Colombia. La fracción:

$$e^{\beta_2 Dv} ed^{\beta_3}$$

Representa el lugar en la curva de producción en el que se encuentra el cultivo según la edad de los cafetales ed y el envejecimiento de los mismos, denotado por la variable dicotómica Dv ⁸. La n indica la densidad del cultivo en árboles por hectárea y n^2 es la densidad del cultivo al cuadrado.

La variable l representa los jornales de trabajo por hectárea demandados en el cultivo de café durante un año. Al respecto, vale la pena aclarar que, durante la época de cosecha, la demanda de trabajo para la recolección se encuentra determinada por la producción, situación que no se presenta durante las etapas de establecimiento y sostenimiento del cultivo. Con el fin de dejar a un lado el efecto de la recolección sobre la demanda de mano de obra, la variable l sin recolección, no tiene en cuenta la demanda de trabajo contratado para dicha actividad⁹.

Por su parte, la variable A es el tamaño del cultivo en hectáreas y $f(b)$ es una función que depende de las características específicas de la finca que podrían afectar la producción, como la extensión de la finca, el porcentaje del área de la finca dedicada al cultivo de café, como medida de especialización en la actividad cafetera, o las condiciones agroclimáticas de la finca. La ecuación anterior indica que la producción de una hectárea de café se obtiene a partir de:

$$e^{\beta_0 + \beta_1 Da + \beta_2 Dv} ed^{\beta_3} n^{\beta_4} n^2 \beta_5 l^{\beta_6}$$

y $f(b)$. Así, al multiplicar la producción por el tamaño del cultivo se consigue la producción total del cultivo. Por su parte, el valor que adquiera β_7 indicará la relación entre la productividad y el tamaño del cultivo. De esta manera, si β_7 es menor a 1, la productividad disminuirá a media que aumente el área cultivada. Similarmente, si β_7 es mayor a 1, la productividad aumentará a medida que aumente el área cultivada. Finalmente, si β_7 es igual a 1, el tamaño del cafetal no tendrá efecto sobre la productividad.

Con el fin de estimar la ecuación anterior y poder evaluar el tipo de relación que existe entre la productividad y el tamaño del cafetal, se realiza una transformación logarítmica que permite linealizar la ecuación¹⁰. Así, el modelo a estimar puede ser expresado de la siguiente manera:

$$\ln Q = \beta_0 + \beta_1 Da + \beta_2 Dv + \beta_3 \ln ed + \beta_4 \ln n + \quad (2)$$

$$\beta_5 \ln n^2 + \beta_6 \ln l + \beta_7 \ln A + \sum_i \beta_i b_i + \varepsilon$$

En las Columnas 1, 2 y 3 del Cuadro 2 se presentan los resultados del modelo especificado con anterioridad. Como se puede observar, las tres estimaciones¹¹ pasan la prueba F , indicando que todas las variables en su conjunto explican la variación de la producción en logaritmos. El valor correspondiente al R^2 , que indica la bondad de ajuste del modelo, es del 52%. La prueba t indica que todas las variables son significativas al 99%, exceptuando al logaritmo del área de la finca y la relación entre el tamaño del cultivo y la finca.

8. Dv es una variable dicotómica asignada a los cultivos envejecidos según los parámetros utilizados por la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia, es decir con una edad superior a los 9 años para la caficultura al sol y 12 años para la caficultura a la sombra y sombra parcial.

9. Con el fin de aislar el efecto de la recolección sobre la demanda de mano de obra, sería ideal tampoco tener en cuenta la demanda de trabajo familiar para esta actividad. Sin embargo, la encuesta que nutre este trabajo no permite hacerlo. Por tal motivo, se excluye únicamente la mano de obra contratada para la recolección, como la mejor aproximación posible a la variable de demanda de mano de obra por hectárea sin recolección. Por otro lado, se encontró que la correlación entre la producción y la demanda de mano de obra para el café, incluyendo la recolección, es del 45%, lo cual indica que existe una correlación moderada entre las variables y hace viable incluir en algunas estimaciones la variable de demanda de mano de obra total por hectárea.

10. Bardhan (1973) y Barnum y Squire (1978) realizan pruebas similares para observar la existencia de retornos decrecientes, constantes o crecientes a escala.

11. Todas las estimaciones econométricas de este trabajo se realizaron mediante el uso de factores de expansión utilizando el programa STATA 9, el cual permite obtener coeficientes robustos ante la presencia de heterocedasticidad en los errores.

Cuadro 2. Estimación de la producción y la productividad (en logaritmos).

Variable Dependiente:	ln Q				ln q	
	1	2	3	4	5	6
Const	-1,262 **	-1,295 **	-1,280 **	-0,391	-1,330	-0,782
Da	0,579 **	0,584 **	0,573 **	0,490 **	0,536 **	0,489 **
ln ed	0,437 **	0,437 **	0,438 **	0,456 **	0,515 **	0,510 **
Dv	-0,664 **	-0,666 **	-0,664 **	-0,631 **	-0,785 **	-0,727 **
ln n	0,008 **	0,008 **	0,008 **	0,008 **	-0,001 *	-0,001 *
ln n2	0,210 **	0,210 **	0,209 **	0,181 **	0,213 **	0,187 **
ln l sin recolección	0,038 **	0,039 **	0,038 **	0,033 **	0,040 **	0,044 **
ln A	0,756 **	0,739 **	0,752 **	0,737 **	-0,247 **	
ln Área finca		0,024				-0,105 **
A / Área finca			0,054			
F regiones Φ				(24, 2605) **		
Observaciones	2.637	2.637	2.637	2.637	2.637	2.637
Prob. > F	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
R ²	0,526	0,526	0,526	0,536	0,176	0,161

Nota: 2.637 observaciones con factores de expansión. Φ Prueba F sobre significancia de variables agroclimáticas en conjunto.

Asteriscos indican que pasan la prueba con el nivel de significancia indicado abajo.

* : significancia mayor al 90% ** : significancia mayor al 99%.

Fuente: FNC - MLYCC-P (2006). Cálculos propios.

La columna 1 presenta la regresión básica sin tener en cuenta la función de características específicas de la finca $f(b)$. Se observa que las variedades de alto rendimiento implican producciones mayores. También se encuentra que el coeficiente que acompaña al logaritmo de la edad es positivo y el de envejecimiento es negativo, como se supondría, ya que, después de sembrado o zoqueado¹², el cafetal obtiene producciones cada vez mayores. Por su parte, cuando se encuentra envejecido la producción disminuye paulatinamente.

Por otro lado, los coeficientes asociados a la densidad de siembra y a la densidad al cuadrado son positivos y significativamente distintos de cero. Estos resultados son diferentes a los encontrados con anterioridad¹³. Leibovich y Barón (1997), por su parte, encontraron un coeficiente positivo asociado a la densidad de siembra y uno negativo relacionado con la versión al cuadrado. Estos coeficientes indican la concavidad esperada de la curva de producción. El hecho de que la versión al cuadrado influya positivamente sobre la producción puede indi-

12. La zoca es una poda drástica del cafetal.

13. Vale la pena indicar que en los trabajos anteriores sobre la productividad del café, el coeficiente asociado a la densidad de siembra ha contado con comportamiento variable. A la hora de explicar la productividad en la zona central cafetera Duque y Bustamante (2002) encuentra que la densidad es significativa y tiene un impacto positivo sobre la productividad. En un ejercicio similar, Leibovich y Barón (1997) hallan que la densidad no es una variable significativa a la hora de explicar la productividad. Sin embargo, al realizar un análisis para el conjunto de fincas cafeteras del país, encuentran que esta variable sí es significativa, aunque presenta una elasticidad muy elevada, y en su versión al cuadrado cuenta con un coeficiente negativo.

car la coexistencia de tecnologías de cultivo diferentes, situación que puede derivarse del proceso de tecnificación que se ha presentado en los últimos años. Esto podría implicar que el país cuenta con un margen amplio para aumentar la tecnificación de la caficultura, vía incrementos en la densidad. Sin embargo, es necesario que estudios posteriores corroboren esta conjetura.

El trabajo por hectárea se encuentra relacionado de manera positiva con la producción. Por su parte, el coeficiente asociado al área sembrada es positivo, lo cual es intuitivamente correcto. Se espera que al aumentar el tamaño del cultivo aumente la producción. Adicionalmente, este coeficiente resultó ser menor a uno con una significancia del 99%, es decir que se rechaza la hipótesis de que β_7 sea mayor o igual a 1. Este resultado indica que un aumento en el área del cultivo implica un aumento proporcionalmente menor en la producción, lo cual necesariamente reduce la productividad y afirma la existencia de una relación inversa entre la productividad y el área cultivada.

Sobre este último punto, vale la pena recordar los resultados presentados en estudios anteriores para la caficultura colombiana. Como bien se mencionó en la introducción, en el caso de la Zona Cafetera Central Leibovich y Barón (1997) hallaron que el área cultivada no era una variable relevante a la hora de explicar la productividad, mientras que Duque y Bustamante (2002) encontraron un efecto positivo para el caso específico de Caldas. Por su parte, Perdomo (2006), en un estudio sobre eficiencia de los cultivos en la Zona Cafetera Central, señala la existencia de retornos crecientes a escala para las fincas cafeteras pequeñas y medianas. Sin embargo, observa la existencia de retornos decrecientes a escala en las fincas de mayor tamaño¹⁴. Finalmente, para el caso agregado colombiano, Leibovich y Barón (1997) hallaron que la relación entre la productividad y el área cultivada presenta una forma convexa¹⁵.

En las columnas 2 y 3, se incluye dentro de las estimaciones el tamaño de la finca en logaritmos y la razón entre el tamaño del cafetal y de la finca, como características específicas de cada finca. Estas variables no se incluyen dentro de la misma estimación para evitar posibles problemas de colinealidad entre ellas. Como aparece en la Cuadro 2, éstas no resultaron ser significativamente distintas de cero.

Es posible que el área de la finca no haya resultado ser una variable significativa a la hora de explicar la producción debido a su relación positiva con el tamaño del cafetal¹⁶. Por ello, se decidió estimar un modelo en el cual fuera posible apreciar la relación entre el tamaño de la finca y el área del cultivo con la productividad, por separado. Con lo anterior en mente, se estimó un modelo en el cual la productividad por hectárea en logaritmos ($\ln q$) es la variable dependiente y Da , Dv , ed , $\ln n$, $\ln n^2$ y $\ln l$ sin recolección son las variables independientes. Adicionalmente, se ingresaron en estimaciones separadas el logaritmo del área de cultivo y el de la finca, como se exhibe en las columnas 5 y 6 de la Cuadro 2. Como resultado, se obtuvieron regresiones con una bondad de ajuste del 16% y en ambos casos se logró pasar la prueba F. Se encontró que el logaritmo del área del cafetal y el de la finca presentaban coeficientes negativos con una significancia del 99%, confirmando la relación negativa entre la productividad con el tamaño del cultivo y el de la finca.

DIFERENCIAS EN LAS CARACTERÍSTICAS DE SUELO Y CLIMA

Una explicación posible a la relación inversa, inspirada en la teoría malthusiana de la migración, puede hallarse en los procesos de colonización, valoración y división de la tierra, los cuales se encuentran estrechamente relacionados con la fertilidad presentada en las diferentes zonas. Esta tesis indica que la población se

14. Los predios pequeños son menores a 2,1 hectáreas. Los medianos presentan tamaños entre 2,11 y 6,89 hectáreas. Los grandes tienen extensiones mayores a 7 hectáreas.

15. Es importante mencionar que en el presente trabajo también se probó el área del cultivo al cuadrado como variable independiente. Sin embargo, el coeficiente asociado a ésta no resultó ser significativa en ninguna de las estimaciones probadas y el ajuste del modelo tampoco presentó mejoría.

16. Asumiendo una razón entre el área cultivada en café y el tamaño de la finca, se espera que aumentos en el tamaño de la finca impliquen aumentos en el tamaño del cafetal, y viceversa.

asienta en las zonas de mayor fertilidad, donde la productividad de la tierra es mayor. Así, las familias campesinas pueden obtener su sustento a partir de propiedades más pequeñas que en otras zonas donde la fertilidad es menor. Por otro lado, el mayor costo de la tierra asociado a la creciente demanda por la misma, fruto del aumento de la densidad poblacional, tiene como consecuencia la reducción del tamaño de las propiedades. De ser válida esta explicación, al tener en cuenta el efecto de las diferencias en las condiciones que hacen una región más productiva que otra, la relación inversa entre la productividad y el área de la finca debería desaparecer¹⁷.

Con el fin de probar si la relación inversa entre la productividad y el tamaño de la finca obedece a diferencias en las características de las regiones que hacen a unas más fértiles que otras, se dividió la muestra de estudio en 25 grupos diferentes. Esta desagregación se realizó de acuerdo a i) la agrupación básica realizada por el Centro Nacional de Investigaciones de Café (Cenicafé) de los ecotopos cafeteros¹⁸, ii) las diferencias climáticas que tienen como consecuencia variaciones en las épocas de floración de los árboles, y por lo tanto de la cosecha cafetera, y iii) los cambios en la latitud que se presenta la zona cafetera colombiana.

Posteriormente, se realizaron estimaciones econométricas teniendo en cuenta los efectos fijos de las regiones sobre la producción, cuyos resultados se presentan en la Columna 4 de la Cuadro 2. Al realizar la prueba F para observar la significancia conjunta de las variables regionales, se encontró que éstas en conjunto son distintas de cero con una significancia del 99%.

Al controlar el modelo inicial (2) con las variables dicotómicas de las regiones, se encuentra que los resultados originales se mantienen en gran medida. Los coeficientes de las variables explicativas continúan presentando los sig-

nos esperados y el logaritmo del tamaño del cultivo continúa siendo menor que uno con una significancia del 99%. Estos resultados revelan que las diferencias de suelo, clima y latitud no son la causa de la relación inversa entre la productividad y el tamaño del cultivo.

IMPERFECCIONES EN EL MERCADO LABORAL

La relación inversa entre la productividad y el tamaño de la finca también podría estar relacionada con imperfecciones del mercado laboral por el lado de la oferta, en la medida en que ésta conlleve a la explotación intensiva de la mano de obra familiar dentro de las fincas¹⁹. Esta situación es usual en las actividades agrícolas durante las épocas de sostenimiento de los cultivos, cuando la oferta de mano de obra supera la demanda. Lo anterior suele cambiar durante los periodos de cosecha, cuando la demanda por mano de obra puede superar la oferta.

Siguiendo a Benjamin (1992), la poca demanda de mano de obra fuera del predio familiar, trae consigo la imposibilidad de obtener por fuera de la finca los recursos esperados. Esto conlleva a que las familias con parcelas pequeñas empleen más tiempo dentro de su finca, del que dedicarían en ausencia de imperfecciones en el mercado laboral. Esto lo efectúan con el fin de aumentar la producción y los ingresos derivados de la finca. Tal comportamiento permite contrarrestar parcialmente los efectos de las fallas del mercado laboral sobre el ingreso de la familia agrícola. Sin embargo no es óptimo. Como consecuencia del incremento del trabajo dentro de la finca, aumenta la productividad por hectárea, especialmente en las propiedades más pequeñas. Allí mismo, la productividad marginal del trabajo será menor al salario de mercado.

En el caso anterior, la propiedad de separabilidad a la cual se recurrió en la segunda sec-

17. Siguiendo a Carter (1984), Newell, Pandya y Symons (1997) y Bardhan (1973),

18. Cenicafé identificó la existencia de 86 ecotopos cafeteros, regiones en las cuales reinan condiciones geológicas y climáticas parecidas que permiten la producción de cafés con cualidades físicas y organolépticas similares.

19. Varios autores como Sen (1966), Carter (1984), Newell, Pandya y Symons (1997), Bardhan (1973), Benjamin (1992) y Mabro (1971), entre otros, han desarrollado esta tesis dentro de sus estudios.

ción se anula, ya que la producción depende de la cantidad de trabajo que la familia quiera asignar a la finca, según los niveles de consumo deseados. Es decir, con imperfecciones en el mercado laboral vinculantes a la estructura de producción familiar, las preferencias de consumo y trabajo de la familia tienen implicaciones sobre la producción. Por su parte, las características propias de cada familia, que desempeñan un rol importante en las decisiones de consumo, no serán ajenas a las de producción.

En la medida en que las características de la familia sean significativas a la hora de explicar la producción, será claro que la propiedad de separabilidad se habrá anulado. Con esto en mente, la existencia de fallas en el mercado laboral será una excelente candidata para explicar tal situación. A continuación se presenta la especificación de dos modelos econométricos que tienen como fin observar si las características de las familias cafeteras afectan los niveles de producción y la demanda de trabajo en los cultivos de café.

Relaciones de dependencia entre la producción y las características de la familia

Para determinar si la producción se encuentra relacionada con las características específicas de la familia se evalúa la ecuación (3), donde a_j denota las características específicas del productor y su familia.

$$\ln Q = \beta_0 + \beta_1 Da + \beta_2 Dv + \beta_3 ed + \beta_4 \ln n + \beta_5 \ln n^2 + \beta_6 \ln l + \beta_7 \ln A + \sum_i \beta_i b_i + \sum_j \beta_j a_j + \varepsilon \quad (3)$$

Los resultados de la estimación se pueden observar en la Columna 1 del Cuadro 3. Los resultados cuentan con un R^2 de 0,55 y el estadístico F indica que todas las variables en conjunto son significativas. Al incluir características de la familia dentro de la regresión, se observa que el signo de los coeficientes de las

variables principales del modelo no cambia. Adicionalmente, el coeficiente correspondiente al tamaño del cafetal continúa siendo menor a 1 con un nivel de significancia del 99%. Por otro lado, al realizar una prueba F para determinar la significancia de todas las variables en su conjunto que denotan características de la familia, se encontró que éstas son significativas al 99%.

El hecho de contar con variedades de alto rendimiento aumenta la producción en un 44%. Es importante mencionar que, después de controlar mediante variables agroclimáticas y de características familiares, se observa que el envejecimiento de los cafetales afecta la producción en un 59%. Este resultado pone en evidencia las implicaciones que puede tener sobre la producción cafetera del país una política de renovación de cafetales. Ésta haría que el 36% del parque cafetero colombiano, que actualmente presenta problemas de envejecimiento²⁰, dejara de cosechar café durante el año posterior a la renovación, a cambio de obtener aumentos sustanciales en la producción durante los siguientes años, hasta cuando fuera necesario efectuar nuevamente una renovación.

En la columna 2 se incluye como variable explicativa la demanda de trabajo total por hectárea. Se aprecia que su coeficiente presenta una relación de mayor magnitud con la producción que la del trabajo sin tener en cuenta la mano de obra contratada para la recolección.

Por otro lado, se evidencia que el hecho de que la finca sea propia (*D Propia*) concuerda con aumentos del 17% en la producción de café. Este resultado es coherente debido a que el carácter del café como cultivo permanente genera los incentivos para que un propietario sea cuidadoso con el manejo de su cafetal, ya que de éste podrá derivar ingresos por un número mayor de años. Entre tanto, la persona que alquila estos cultivos, querrá sacar el mayor rendimiento del cultivo a corto plazo, disminuyendo los costos de sostenimiento, lo cual redundará en menores producciones a futuro.

20. Resulta de tomar el porcentaje del área en café cultivada con el sistema tradicional y un sistema tecnificado pero envejecido. Es importante recordar que el sistema de cultivo tradicional no contempla renovaciones. Fuente: FNC - SICA/AFIC, corte 30 de septiembre de 2006.

**Cuadro 3. Estimación de la producción y la productividad (en logaritmos)
Inclusión de las características de la familia como variables explicativas**

Variable dependiente:	ln Q					ln q	
	1	2	3	4	5	6	7
Const	0,699	0,757	0,842	0,593	1,095	0,657	1,210
ln ed	0,463 **	0,456 **	0,469 **	0,489 **	0,154 a	0,543 **	0,532 **
Dv	-0,587 **	-0,562 **	-0,580 **	-0,673 **	-0,082	-0,712 **	-0,650 **
Da	0,442 **	0,438 **	0,418 **	0,487 **	0,038	0,394 **	0,349 **
ln n	0,008 **	0,008 **	0,008 **	0,008 **	0,010 **	-0,001 **	0,000 **
ln n2	0,163 **	0,149 **	0,162 **	0,159 **	0,224 **	0,165 **	0,139 **
ln l sin recolección	0,025 **		0,025 **	0,022 *	0,032 a	0,028 **	0,033 **
ln l		0,060 **					
ln A	0,703 **	0,718 **	0,672 **	0,583 *	0,691 **	-0,296 **	
ln Área finca							-0,111 **
D Propia	0,176 **	0,148 *	0,156 *	0,155 *	0,197	0,167 *	0,117
D Jefe Mujer	-0,449 **	-0,428 **	-0,446 **	-0,450 *	-0,360 **	-0,284 **	-0,260 *
ln Edad Jefe	-0,264 *	-0,258 *	-0,229 *	-0,173	-0,417 **	-0,284 **	-0,266 *
ln Escolarida Jefe	0,017 *	0,017 *	0,016 *	0,012	0,023 **	0,014 *	0,012 *
ln Tamaño Familia	0,206 *	0,196 *	0,181 *	0,162	0,149 *	0,244 **	0,231 **
D Sin Crédito			-0,310 **	-0,265 **	-0,235 **		
F regiones Φ	(24, 2597) **	(24, 2597) **	(24, 2596) **	(23, 1828) **	(24, 731) **	(24, 2597) **	(24, 2597) **
Hogares	2.634	2.634	2.634	1.865	769	2.634	2.634
Prob. > F	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
R ²	0,545	0,549	0,547	0,494	0,782	0,239	0,217

Nota: 2.634 observaciones con factores de expansión. Se utilizaron controles por región según características agroclimáticas.

Φ Prueba F sobre la significancia de las variables agroclimáticas en su conjunto. Los asteriscos indican que pasan la prueba con el nivel de significancia indicado abajo.

* : significancia mayor al 90%. ** : significancia mayor al 99%. En el caso de la Columna 5 también se señalan mediante una

"a" las variables cuyo coeficiente sea distintos de cero con una significancia mayor al 85%.

Fuente: FNC - MLYCC-P (2006). Cálculos propios.

Las fincas con mujeres cabeza de familia (*D Jefe Mujer*) ven perjudicada la producción de café en un 45%. Ya que una cifra considerable de los hogares cafeteros con cultivos menores de 5 hectáreas está a cargo de mujeres (18%), se decidió realizar ejercicios adicionales con el fin de hallar una explicación a la menor producción de los cultivos a cargo de mujeres. Al respecto se encontró que las familias con mujer jefe

de hogar con menor cantidad de integrantes son las que ven reducida su producción en mayor medida. Sin embargo, no se encontraron diferencias estadísticamente significativas en la productividad y en el número de integrantes de las familias de las mujeres casadas y no casadas, que permitieran señalar que las disminuciones en la producción y productividad se deban principalmente a la ausencia del esposo o compañero²¹.

21. También se trató de identificar si la presencia de niños, era la responsable de las disminuciones en la producción, sin obtener resultados concluyentes. De esta manera se hace necesario continuar investigando sobre las posibles causas que pueden estar detrás de la menor producción y productividad asociada a las mujeres jefes de hogar.

Por otro lado, la edad del jefe de la familia, en años (*ln Edad Jefe*), afecta negativamente la producción, como consecuencia, seguramente, de la elevada edad promedio de los productores cafeteros (54 años). Adicionalmente, los incrementos en los años de escolaridad del jefe (*ln Escolaridad Jefe*) tienen efectos positivos sobre la producción. Estas relaciones se explican en la medida en que la adopción de mejores prácticas de producción disminuye con la edad del productor y aumenta con la educación²².

Finalmente, la relación positiva entre la producción y el número de integrantes de la familia (*ln Tamaño Familia*) hace pensar que a medida que la familia crece, el trabajo dentro de la finca se intensifica teniendo como consecuencia aumentos en la producción.

Como se puede apreciar en las columnas 6 y 7 del Cuadro 3, al estimar la productividad en logaritmos, incluyendo las variables de la extensión de la finca y el cultivo en logaritmos, y teniendo en cuenta las variables agroclimáticas, al igual que las características familiares, se mantiene la consistencia con los resultados presentados en la Cuadro 2 que versan sobre la existencia de la relación inversa que presenta la productividad con el tamaño de la finca y el cultivo.

Los hallazgos anteriores indican que la productividad del cultivo de café se encuentra relacionada con las características específicas de la familia, lo cual señala que el mercado laboral cafetero cuenta con algunas rigideces en el lado de la oferta. La variable que hace más clara esta situación es el número de integrantes de la familia. El hecho de que el tamaño de la familia influya sobre la producción sugiere que algunos de los integrantes de las familias necesitarían emplearse fuera de su predio para obtener mayores ingresos, pero como no lo logran, intensifican el trabajo dentro de su finca. A continuación se intentará reconfirmar esta idea mediante la estimación de un modelo de demanda de trabajo.

Relaciones de dependencia entre la demanda de trabajo y las características de la familia

En los AHM, la eliminación de la propiedad de separación entre las decisiones de producción y consumo implica que los salarios hipotéticos por los cuales trabaja la familia dentro de la finca (salarios sombra) se determinan de manera endógena, según las características de la familia. Este no es el caso del modelo en el cual se cumple la propiedad de separación, en el cual los salarios los determina el mercado y las familias productoras los asumen como dados a la hora de tomar sus decisiones.

Con el fin de probar la invalidez de la propiedad de separación en el caso cafetero colombiano, se asume que los productores escogen la demanda de trabajo y las cantidades a producir de acuerdo al salario de mercado w . Rechazar la afirmación anterior implica que la demanda de mano de obra y la producción se determinan conjuntamente con un salario sombra w^* , que varía de acuerdo a la estructura familiar.

La demanda de mano de obra está determinada por los salarios, el capital invertido en el cultivo, la extensión del área en café y las características específicas de la finca. La ecuación (4) presenta una estimación para la demanda de mano de obra de acuerdo a una función loglineal. En este caso, la demanda de mano de obra L depende del salario sombra w^* , que es igual al salario de mercado cuando se cumple la separabilidad entre las decisiones de producción y consumo, y del área dispuesta para el cultivo del café A . También se incluyen dentro del modelo las variables tecnológicas y de capital instaladas con anterioridad (Da , Dv , ed , n , n^2) y las características específicas de la finca. Por otro lado, debido a que la demanda de mano de obra durante la época de recolección depende de la producción, la variable (*ln Q*) también se incluye dentro del modelo a estimar, como se aprecia en la ecuación (4).

22. La menor producción asociada al género femenino y la relación positiva entre la educación y la productividad del cultivo encontrados en este estudio confirman los hallazgos presentados anteriormente por Leibovich y Barón (1997).

$$\ln(L) = \beta_1 + \beta_2 \log w^* + \beta_3 Da + \beta_4 Dv + \beta_5 ed + \beta_6 n + \beta_7 n^2 + \beta_8 \ln A + \beta_9 \ln Q + \sum_i \beta_i b_i + \varepsilon \quad (4)$$

Seguendo a Benjamin (1992), dado que el salario sombra tiene como referencia el salario de mercado y depende de la estructura familiar $h(a)$, es posible plantear la siguiente función,

$$w^* = h(a) * w$$

En este caso $h(a)$ puede entenderse como la suma de las distintas variables a_j , que determinan la estructura familiar, multiplicados por distintos ponderadores:

$$h(a) = 1 + \sum_j \delta_j a_j \quad 23$$

De esta manera, la función de demanda por mano de obra dentro del cultivo de café se puede expresar según lo indicado por la ecuación (5).

$$\ln L = \beta_1 + \beta_2 \log w + \beta_3 Da + \beta_4 Dv + \beta_5 ed + \beta_6 n + \beta_7 n^2 + \beta_8 \ln A + \beta_9 \ln Q + \sum_i \beta_i b_i + \beta_2 \sum_j \delta_j a_j + \varepsilon \quad (5)$$

En este caso, para que la propiedad de separación sea válida, los coeficientes $\beta_2 \delta_j$ deben ser iguales a 0, de lo contrario la propiedad de separación se rechazará. En el Cuadro 4 se encuentran los resultados de esta estimación teniendo en cuenta las diferencias agroclimáticas específicas.

Como era de esperar, el valor del jornal afecta negativamente la demanda de trabajo. Al respecto, es importante señalar que la elasticidad de la demanda a cambios en el salario es menor a -0,2 con una significancia del 99%, indicando que aumentos en el salario conllevan disminuciones en la demanda de trabajo. Debido a que durante la época de cosecha parte de la modalidad de pago se da al destajo²⁴ se decidió incluir la variable $Dc \times \ln v$, que presenta el efecto

crucado de pagar al destajo y su valor correspondiente en jornales equivalentes²⁵ transformado a logaritmos. Al respecto, se encuentra que esta variable es altamente significativa y positiva. Este resultado indica la importancia que los caficultores le otorgan a la recolección del grano, al igual que la posible existencia de restricciones para contratar trabajadores para la recolección del café, situación típica del sector rural durante la época de cosecha²⁶.

La encuesta que nutre este trabajo indica que el 65% de los productores que han tenido dificultad para contratar recolectores, atribuye el problema a las mejores oportunidades de trabajo que ofrecen otras zonas y el 56% paga más dinero como estrategia para combatir el problema. Por ello, es posible que las fincas de las zonas que han presentado la necesidad de atraer un mayor número de trabajadores en época de cosecha ofrezcan más dinero por cada kilogramo de café cereza recogido, lo cual, a su vez, atrae un mayor número de recolectores, explicando la relación positiva entre el valor del pago al destajo y la demanda de trabajo.

Por su parte, la variedad del cafeto, no resultó ser una variable significativa, mientras que la densidad sí, y presenta efectos importantes en su versión al cuadrado. La producción resultó ser positiva y significativa, como era de esperar. La variable dicotómica asociada al envejecimiento de los cafetales es significativa e indica que un cafetal envejecido demanda 72% menos trabajo que los no envejecidos. Con seguridad esto se debe a que la disminución en la producción del cafetal envejecido implica menores requerimientos de mano de obra. También es posible que los cafeteros opten por disminuir la cantidad de labores que realizan en su cultivo a medida que los cafetos aumentan de edad, ante una menor expectativa de producción.

El área en café influye positivamente en la demanda de trabajo y es una variable altamente significativa en todos los casos. En las cuatro

23. El uno (1) al comienzo de la expresión indica que el efecto del salario de mercado sobre el salario sombra se mantiene, aunque se presente el caso en el que la estructura familiar no tenga efecto alguno.

24. Es decir que se paga por kilogramo de café cereza recogido y no por día de trabajo.

25. Esto es, cuánto se gana una persona al día recibiendo su pago al destajo.

26. La correlación entre los errores de la estimación y los salarios resultó menor a 0,05.

Cuadro 4. Estimación del trabajo (en logaritmos)
Variable dependiente: ln L

	1	2	3	4
Const	0,077	0,532	0,373	0,390
ln w	-0,876 **	-1,062 **	-1,054 **	-1,030 **
Dc x ln v		0,551 **	0,545 **	0,686 **
ln ed	0,042	0,043	0,038	0,036
Dv	-0,754 *	-0,720 *	-0,709 *	-0,709 *
Da	-0,195	-0,222	-0,246	-0,209
ln n	-0,002 *	-0,001 *	-0,001 *	-0,001 *
ln n2	0,349 **	0,280 **	0,282 **	0,284 **
ln A	0,353 **	0,170 *	0,302 **	0,192 *
ln Q	0,184 **	0,121 *	0,124 **	0,129 **
ln Área Finca			-0,197	
D Propia	0,644	0,653 *	0,629 *	0,664 *
D Jefe Mujer	-0,555 *	-0,585 **	-0,605 **	-0,551 **
ln Edad Jefe	-0,075	0,013	0,079	0,017
ln Escolarida Jefe	-0,004	-0,018	-0,015	-0,014
ln Tamaño Familia	0,426 **	0,506 **	0,512 **	0,458 **
En Edad de Trabajar / Total	0,741 **	0,837 **	0,819 **	0,798 **
Trabajo contratado / Trabajo Total				-0,957 **
F regiones Φ	(24, 2595) **	(24, 2594) **	(24, 2593) **	(24, 2593) **
Hogares	2.634	2.634	2.634	2.634
Prob. > F	0,000	0,000	0,000	0,000
R ²	0,144	0,176	0,179	0,180

Nota: 2.637 observaciones con factores de expansión. Se utilizaron controles por región según características agroclimáticas.

Φ Prueba F sobre significancia de variables agroclimáticas en conjunto. Asteriscos indican que pasan la prueba con el nivel de significancia indicado abajo.

* : significancia mayor al 90%. ** : significancia mayor al 99%.

Fuente: FNC - MLYCC-P (2006). Cálculos propios.

regresiones se rechaza con un nivel de significancia del 99% que el coeficiente asociados al área en café sea mayor o igual a 1. Esto ratifica que aumentos en el área en café incrementan la demanda por trabajo, en una proporción menor. Es decir, disminuciones en el tamaño del cultivo se relacionan con aumentos

en la intensidad del trabajo, lo cual se aprecia bien en el Cuadro 4. En la Columna 3, también se aprecia que el tamaño de la finca cuenta con un coeficiente negativo, sin embargo este no es significativamente distinto de cero.

Por otro lado, gran parte de las características de la familia incluidas en las regresiones son

significativas a la hora de explicar el trabajo demandado en los cafetales. Al igual que en el caso de la producción, la propiedad de la finca y el tamaño de la familia tiene efectos positivos sobre la demanda de trabajo. También se encuentra que la razón entre el número de integrantes de la familia en edad de trabajar y el número de integrantes total (*En Edad de Trabajar / Total*)²⁷ implica aumentos en el trabajo que se lleva a cabo en el cultivo de café. Por su parte, en los casos en que el jefe del hogar es una mujer la demanda de trabajo cae. Finalmente, las variables de edad y educación del jefe no son significativas a la hora de explicar la demanda de trabajo. Nuevamente, se observa que las características familiares influyen sobre la variable dependiente, lo cual apoya la tesis acerca de la existencia de imperfecciones en el mercado laboral.

DIFERENCIAS EN LA EFICIENCIA DE LA MANO DE OBRA

Es posible que la relación inversa también se presente como consecuencia de diferencias entre la eficiencia de la mano de obra familiar y la contratada, como bien lo indica Bardhan (1973). Es razonable pensar que los miembros de la familia, al trabajar dentro de su cultivo, estén incentivados a realizar con mayor esmero sus labores, lo cual podría implicar una eficiencia mayor a la proporcionada por la mano de obra contratada. En este caso, los cultivos con extensiones menores, donde la proporción de mano de obra familiar sobre la total es mayor, presentarían mayores productividades que los demás.

Errázuriz (1987: 110), por su parte, comenta que en la caficultura sucede lo contrario. Según la autora, el proceso de tecnificación de la caficultura colombiana ha llevado a las familias cafeteras a emplear una fuerza de trabajo más especializada y eficiente de la que ellos mismos pueden ofrecer. Al parecer, la existencia de niños y mujeres dentro de la familia hace que su mano de obra sea menos eficiente a la que es

posible encontrar en el mercado laboral cafetero.

Con el fin de evaluar la hipótesis de la existencia de diferencias en la eficiencia de la mano de obra, se estimó el modelo (6), siguiendo la intuición presentada por Benjamin (1992). Éste se diferencia del (5) en la medida en que agrega la relación entre el trabajo contratado L^h y el trabajo total, ponderado por el parámetro α , el cual denota el factor de rendimiento laboral. Dependiendo del valor de α será claro si se afirma el primer caso planteado, en el cual la familia es más eficiente que la mano de obra contratada. Por otro lado, también se podrá fortalecer el segundo, planteado por Errázuriz (1987), según el cual la mano de obra contratada se encuentra más especializada en la ejecución de sus labores que la mano de obra familiar.

$$\ln(L) = \beta_1 + \beta_2 \log w + \beta_3 Da + \beta_4 Dv + \beta_5 ed + \beta_6 n + \beta_7 \ln A + \beta_8 \ln A + \beta_9 \ln Q + \sum_i \beta_i b_i + \beta_{10} \sum_j \delta_j \alpha_j + (1-\alpha) \frac{L^h}{L} + \varepsilon \quad (6)$$

a) *La familia es más eficiente que la mano de obra contratada* ($\alpha < 1$). En este caso, ocurre que $(1 - \alpha) > 0$, lo cual implica que al aumentar la proporción de trabajo contratado sobre el total la demanda total de trabajo se incrementa. Es decir, que entre mayor sea la proporción mencionada, se necesitan más trabajadores para efectuar el trabajo asociado al cultivo de café. Esto implicaría que la mano de obra contratada es menos eficiente que la familiar.

b) *La familia es menos eficiente que la mano de obra contratada* ($\alpha > 1$). En este caso, se da que $(1 - \alpha) < 0$, lo cual implica que al aumentar la proporción de trabajo contratado sobre el total la demanda total de trabajo disminuye. Es decir, que entre mayor sea la proporción mencionada, se necesitan menos trabajadores para efectuar el trabajo asociado al cultivo de café. Esto implicaría que la mano de obra contratada es más eficiente que la familiar.

Para comprobar la validez del primer caso es necesario asumir como hipótesis nula que γ y $\alpha \geq 1$ por lo tanto que :

27. Para este caso específico se tomaron los integrantes mayores de 18 años y menores de 65 sobre la totalidad de miembros de la familia.

$$(1-\alpha) \leq 0$$

Los resultados presentados en la Columna 5 del Cuadro 4 indican la imposibilidad de rechazar esta hipótesis. De hecho, el coeficiente negativo y altamente significativo de la relación entre el trabajo contratado y el trabajo total sugiere que la mano de obra contratada es más eficiente, apoyando la afirmación de Errazuriz (1987) y concordando con lo encontrado por Rubio (1994) para el caso de las fincas agrícolas colombianas.

Así las cosas, la única hipótesis tratada en este estudio que da razón de la relación inversa de la productividad con el tamaño de la finca y el cultivo, es la que versa sobre las imperfecciones en el mercado laboral, por el lado de la oferta. Es importante mencionar que después de controlar la estimación básica (ecuación 2) a través de características familiares, el coeficiente asociado al tamaño del cultivo continuó siendo significativamente menor que 1. Este resultado puede indicar que haya características familiares omitidas en este trabajo que explican de una manera más satisfactoria la relación inversa. Por otro lado, también es posible que parte de esta relación se deba a otras causas como el mayor riesgo sobre el ingreso de subsistencia enfrentado por los pequeños productores.

Esta situación puede conllevar a aumentos en los niveles de trabajo en las fincas más pequeñas con el fin de asegurar un ingreso mínimo. Siguiendo a Eswaran y Kotwal (1986)²⁸, también es posible que la contratación de mano de obra le imprima un costo adicional a la producción. Si la familia se encuentra obligada a dedicar parte de su tiempo a vigilar los empleados para evitar disminuciones en su rendimiento, cultivos y fincas más grandes van a contar con menores productividades. Lo anterior puede deberse al costo asociado a vigilar el personal contratado, o a disminución en el tiempo de vigilancia por persona contratada que se presenta a medida que aumenta la extensión del cultivo o de la finca.

LAS RESTRICCIONES AL CRÉDITO COMO LIMITANTES A LA PRODUCTIVIDAD

Como bien se dijo en la introducción, el salto en la productividad que se evidencia en las Figuras 1 y 2 para los cafetales y fincas de más de 2 y 5 hectáreas, respectivamente, podría estar indicando que la relación inversa es válida únicamente para los cafetales y fincas de cierta extensión. Por otro lado, también se señaló que el salto en la productividad que presentan las figuras podía ser resultado del efecto de las restricciones en el mercado de capitales sobre la productividad de los cafetales y fincas de menor tamaño.

Fidel Cuellar (2004) indica que en la historia de caficultura colombiana el racionamiento del crédito ha sido un problema constante. Adicionalmente, señala que para 2001 entre el 70% y el 90% de los cafeteros no eran usuarios de los medios de financiamiento institucional. Un análisis de la situación del crédito cafetero, a partir de la encuesta que ha alimentado este trabajo, permite observar que el 68% de los hogares cafeteros indicaron no tener créditos. Adicionalmente, se encuentra que la proporción de las familias sin crédito disminuye a medida que aumenta el tamaño de la finca y, especialmente, el del cafetal (ver Figura 3). Esta circunstancia podría afectar la productividad de las fincas cafeteras, especialmente de las pequeñas, otorgándole a la relación entre la productividad y el tamaño del cafetal y de la finca, un ligero aspecto de «U». Al respecto, Carter y Wiebe en su artículo de 1990 señalan que este tipo de relación se puede presentar ante la existencia de restricciones en el mercado de capitales, que disminuyen el potencial productivo de las propiedades pequeñas.

Como se puede observar en la Columna 3 del Cuadro 3, aquellos hogares cafeteros que indicaron no tener crédito (D Sin Crédito) cuentan con producciones 30% menores en sus cultivos que los demás hogares. Es importante mencionar que, dados los resultados que presenta la encuesta, pareciera que esta situación

28. Feder (1985) presenta un argumento similar.

Figura 3. Porcentaje de hogares cafeteros sin créditos, según tamaño del cafetal



no se debe totalmente a las restricciones del mercado de capitales mismo, sino a restricciones que los caficultores se han impuesto a sí mismos. Tres hechos sustentan la afirmación anterior: (1) el 46% de las personas que no tienen créditos no acostumbra pedirlos nunca, (2) el 41% de los hogares que sí han pedido préstamos, pero no tienen uno actualmente, dice no haber solicitado un crédito debido a que no le gusta endeudarse y (3), contrario a lo que se pensaría, el valor de los últimos créditos obtenidos por los cafeteros dividido por el tamaño de las fincas de las familias que los adquirieron aumenta a medida que se reduce el tamaño de las fincas.

Con el fin de observar si la relación inversa se cumple entre los distintos rangos de tamaño de cafetal, se realizaron dos regresiones adicionales que se presentan en el cuadro 3 Cuadro 3. En la Columna 4 se presenta la estimación de la producción controlada mediante las características familiares y las regiones agroclimáticas para los cultivos menores a 2 hectáreas. En la Columna 5 se realiza una estimación similar para los cultivos de 2 a 5 hectáreas. Se encuentra que

el coeficiente asociado al tamaño del cafetal es menor a 1 con una significancia del 99% en ambos casos. Adicionalmente, todos los demás coeficientes presentan los signos esperados. Lo anterior indica que la relación inversa entre la productividad y el tamaño del cultivo se cumple entre los distintos rangos de tamaño y que la forma de «U» presentada en las Figura 1 puede deberse más bien a otro tipo de causas, como las restricciones o la falta de uso del mercado crediticio.

LAS IMPERFECCIONES DE LOS MERCADOS COMO FACTORES QUE DETERIORAN EL BIENESTAR DE LOS CAFICULTORES CON FINCAS Y CAFETALES MÁS PEQUEÑOS

En el presente artículo se confirmó la existencia de una relación inversa entre la productividad por hectárea y el tamaño del cafetal y la finca. Tres hipótesis distintas, basadas en las diferencias agroclimáticas entre regiones, en las imperfecciones del mercado laboral cafetero por el lado de la oferta y en las diferencias en la eficiencia del trabajo familiar y el contratado, fue-

ron evaluadas con el fin de encontrar una explicación a este suceso. De las anteriores, solamente la segunda hipótesis, referente a las imperfecciones del mercado laboral, logró ser confirmada. En primera instancia aceptar esta hipótesis implica admitir que la propiedad de separación no es válida para una gran parte de los caficultores colombianos. Es decir, que los productores cafeteros colombianos no separan las decisiones de producción de las de consumo. Esto muestra que detrás de las decisiones de producción cafeteras no se encuentra la racionalidad típica de la empresa capitalista, sino una más compleja, en la cual se involucran las características y preferencias de cada uno de los hogares cafeteros.

Por el otro lado, esta hipótesis implica que las imperfecciones en el mercado laboral, por el lado de la oferta, afectan principalmente a las familias con cultivos y fincas más pequeñas, en los cuales los miembros del hogar logran realizar las labores asociadas a la producción agrícola de su predio y, además, contar con un excedente de trabajo para ofrecer en el mercado, con el fin de completar los ingresos necesarios para la subsistencia. Al encontrar restricciones para el empleo de su mano de obra

fuera de la finca, la familia se ve en la necesidad de incrementar su trabajo dentro de la finca para obtener mejores resultados de producción y, por lo tanto, mayores ingresos. Es decir, al haber restricciones en el mercado laboral, la familia se ve obligada a trabajar dentro de su cultivo y finca, más allá de lo que sería óptimo si no existieran tales restricciones. Adicionalmente, sus ingresos son mayores a los que obtendría del cultivo, pero menores a los que derivaría del cultivo y de su trabajo fuera de la finca sumados, si no existiesen tales restricciones.

Si bien, el presente trabajo deja abierta la posibilidad a la existencia de factores adicionales, a las restricciones del mercado laboral, que expliquen una porción de la relación inversa entre la productividad y el tamaño de la finca y cultivo (ver discusión al final de la sección quinta), los resultados encontrados en la sección cuarta y la evidencia empírica que se presenta en las Figuras 4 y 5 indica que las restricciones del mercado laboral dan razón, en buena medida, de la relación inversa. Como se puede observar en la Figura 4, la cantidad de trabajo por hectárea realizado dentro del cultivo aumenta a medida que los cafetales disminuyen de tamaño. Algo similar se evidencia al comparar los jorna-

Figura 4. Jornales trabajados al año por hectárea, según tamaño de cafetal

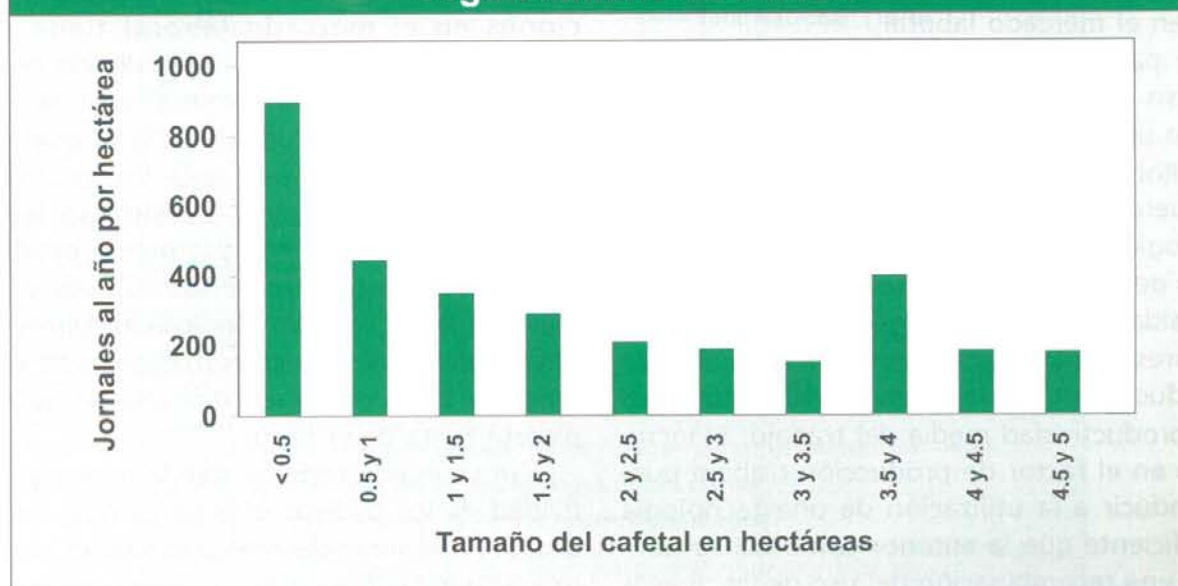


Figura 5. Productividad media por jornal, según tamaño del cafetal



les trabajados con el tamaño de las fincas. Adicionalmente, de acuerdo con la Figura 5, la productividad media del trabajo es menor para los cafetales más pequeños que para los grandes. De lo anterior, se puede concluir que la mayor productividad por hectárea cultivada que obtienen las familias con cafetales más pequeños se deriva, en gran medida, del mayor trabajo que le imprimen al cultivo. Esta situación concuerda perfectamente con la existencia de fallas en el mercado laboral.

De particular interés resulta mencionar la hipótesis de Ester Boserup sobre la intensificación de la agricultura, formalizada en el artículo de Robinson y Schutjer publicado en 1984. De acuerdo con ésta, suponiendo el uso de la tecnología más eficiente conocida según los recursos de producción existentes, aumentos en la densidad poblacional y en la cantidad de trabajadores disponibles conducen a aumentos en la productividad de la tierra y a disminuciones en la productividad media del trabajo. El incremento en el factor de producción trabajo puede conducir a la utilización de una tecnología más eficiente que la anterior como consecuencia de una recombinación del uso de las nuevas

cantidades de recursos existentes. Sin embargo, el uso de ésta última tecnología únicamente permite aumentar más la productividad de la tierra y disminuir menos la productividad media del trabajo. En este sentido, los aumentos en la densidad poblacional conllevan a disminuciones en el ingreso de los agricultores siempre y cuando los cambios en la tecnología únicamente permiten aminorarlo.

En el caso cafetero, la existencia de restricciones en el mercado laboral tiene como consecuencia una mayor dependencia de la familia de la producción de una finca de un tamaño fijo. Esto es algo similar a lo que ocurre en una región o un país ante los incrementos en la densidad poblacional. En este caso, la mayor productividad de la tierra y la menor productividad media del trabajo de los cultivos y fincas más pequeñas, indican que los caficultores presentan niveles de bienestar más bajos de los que tendrían si no existiesen dificultades para emplearse fuera de la finca.

No se puede concluir que la mayor productividad de los cultivos más pequeños, derivada de las restricciones del mercado laboral, presente una situación favorable para los productores

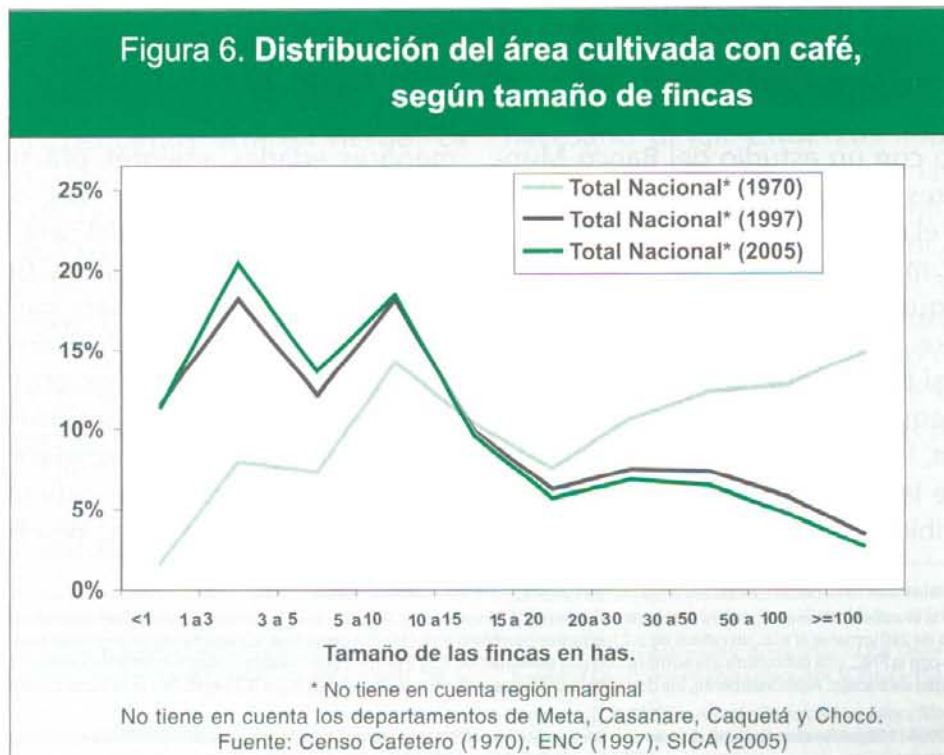
cafeteros. Por el contrario, indica la imposibilidad que tiene gran parte de los caficultores colombianos de obtener los recursos necesarios para satisfacer sus necesidades, e indica que los pequeños productores se encuentran trabajando dentro de sus fincas por un salario menor al de mercado. Adicionalmente, si bien la productividad de la tierra aumenta gracias a los incrementos en el trabajo, la productividad media del trabajo se ve reducida en los cafetales y fincas de menor tamaño. Esto último indica que una parte del trabajo realizado en los cafetales podría ser utilizado de manera más eficiente.

Ahora bien, siguiendo a Sen (1966), la presencia de imperfecciones en el mercado laboral señala la existencia de fallas en el mercado de tierras y capitales. De suponer un mercado de capitales y de tierra perfectos, no podría existir un mercado laboral como el descrito con anterioridad. En la medida en que la productividad marginal de la tierra sea mayor en las fincas pequeñas que en las grandes, los propietarios de estas últimas estarán incentivados a vender o alquilar su tierra a los primeros hasta que la productividad marginal de la tierra se iguale, y con-

secuentemente la del trabajo también. De esta manera, es posible que las imperfecciones en el mercado laboral encuentren su origen en las fallas del mercado de tierras y de capitales.

Sobre este último punto vale la pena mencionar el caso de la evolución del área sembrada en café y de los predios cafeteros ocurrida a partir de 1970, Como es posible apreciar en la Figura 6, al comparar el área en café por tamaño de la finca en los años 1970, 1997 y 2005, se observa que el cultivo del café se ha trasladado claramente a fincas más pequeñas. Este comportamiento no resulta ajeno al descrito por Sen, en el cual las imperfecciones en el mercado laboral deben ir mitigándose en la medida en que las condiciones del mercado permitan cambiar la distribución de la propiedad agrícola. Sin embargo, el aumento del área cultivada en fincas menores a 3 e incluso a 1 hectárea, que no logran emplear la totalidad de su mano de obra familiar, sugiere que otros factores también están desempeñando un rol importante. Al respecto, se ha indicado que la cesión tradicional de las propiedades de padres a hijos puede estar contribuyendo ampliamente al fraccionamiento

Figura 6. Distribución del área cultivada con café, según tamaño de fincas



to de las explotaciones cafeteras (García, 2003). En este sentido, es importante mencionar que los cambios registrados en el tamaño y número de las propiedades cafeteras desde 1970 han tenido un impacto negativo sobre la brecha existente entre grandes y pequeños cafeteros. El coeficiente de Gini, que en este caso mide la equidad en la distribución del área de las fincas cafeteras²⁹, pasó de 0,722 en 1970 a 0,737 para 2005.

García y Ramírez (2002) señalan que una familia con una propiedad cafetera de 3.8 hectáreas alcanza a remunerar la mano de obra y, adicionalmente, obtener algunos recursos adicionales que le permiten satisfacer sus necesidades básicas. Unos cálculos rápidos indican que una finca de este tamaño que cuente con un cultivo no menor a 3.2 hectáreas permitiría emplear la mano de obra familiar³⁰. Teniendo en cuenta lo anterior, ante la existencia de un mercado de tierras y capitales perfecto, se habría esperado que entre 1970 y 2005 la caficultura no hubiera presentado tal concentración del área cultivada en fincas con extensiones menores de tres hectáreas. Esto se debe a que la teoría de Sen no apoyaría el aumento de fincas que no logran emplear la totalidad de la mano de obra familiar y mantener insatisfechas sus necesidades básicas, ante la presencia de fallas en el mercado laboral.

De acuerdo con un estudio del Banco Mundial (2004), antes de la apertura económica realizada en 1990, el mercado de tierras en Colombia se encontraba marcado por comportamientos especulativos que dificultaban el acceso de la población pobre a la propiedad de las mismas. Por otro lado, si bien ahora hay más facilidades para que los pequeños productores puedan acceder a la tierra, la ausencia de crédito para una porción alta de la población cafetera, cuya evidencia fue exhibida en la última sección, obsta-

culiza el alquiler y la compraventa de tierras³¹. La ausencia del crédito, además, dificulta la obtención de los insumos de producción en momentos anteriores a la venta de la producción y contribuye a la disminución de la productividad de los pequeños caficultores, alejándolos más de la posibilidad de agrandar su predio.

La situación descrita con anterioridad plantea la necesidad de identificar con precisión las razones por las cuales se presentan las fallas en el mercado laboral y una parte importante de los cafeteros no utilizan mecanismos de financiación. Esto permitirá generar las políticas pertinentes para fomentar la eficiencia de los mercados. A continuación se presentan algunas recomendaciones dirigidas, principalmente, a incrementar los requerimientos de trabajo de los predios cafeteros más pequeños, de tal manera que permitan el empleo de la totalidad de la mano de obra familiar. En este sentido, lo que se pretende es eliminar las restricciones del mercado laboral para una porción importante de los cafeteros, en la medida en que no necesiten conseguir trabajo fuera de la finca.

En primera instancia, es conveniente aumentar los requerimientos de mano de obra por hectárea. En este sentido, resulta de gran importancia incentivar una caficultura con mayores niveles de tecnificación y aprovechamiento de la tierra, es decir, con mayores densidades, menores edades, mejores prácticas agrícolas y con diversificación de cultivos, después de realizada la siembra o zoca del café, entre otros. La tecnificación de la caficultura tiene las bondades de demandar una mayor cantidad de mano de obra, aumentar la producción (de café y otros productos) y disminuir los costos por unidad producida. De manera complementaria resulta conveniente fomentar la asociación y la creación de microempresas entre caficultores, que les permitan emplear la mano de obra, que excede

29. El coeficiente de Gini se acerca a 0 en los casos de distribución equitativa y a 1 en los de desigualdad extrema.

30. Según los datos de la encuesta, la familia cafetera promedio cuenta con 3.8 integrantes, de los cuales 2 trabajan. Suponiendo que un trabajo de tiempo completo en el campo consta de 240 jornales al año, un cafetal de 3.2 hectáreas permitiría emplear dos personas, si cada hectárea en café requiere 150 jornales de trabajo al año. De acuerdo con la FNC, una caficultura a la sombra con una densidad de 4.329 árboles por hectárea, muy similar a la densidad promedio de la encuesta, requiere esta cantidad de trabajo. Adicionalmente, los datos de la encuesta indican que un cafetal de 3 a 3.5 hectáreas utiliza una cantidad similar de jornales por hectárea.

31. Según Deininger (2004: 118), el funcionamiento del mercado de crédito es prácticamente una condición para el funcionamiento de los mercados de arriendo y compraventa de tierras.

los requerimientos de trabajo del cultivo, a cambio de un ingreso adicional.

En los casos en que el aumento de los requerimientos de trabajo de las fincas no sea suficiente para permitir el empleo de la mano de obra familiar, podrá ser viable fomentar el aumento de las extensiones de las fincas de menor tamaño, por ejemplo mediante incentivos y apoyos al crédito. Esto le permitiría a los caficultores obtener mayores ingresos derivados del empleo eficiente de su propia mano de obra. Adicionalmente, no se debe olvidar la importancia de fomentar la distribución equitativa de la tierra. En la medida en que continúen existiendo imperfecciones en el mercado laboral y se acentúe la tendencia de fragmentación de la propiedad cafetera se propiciará el traslado de los productores a otro tipo de actividades, que bien podrían encontrarse en el marco de la ilegalidad.

De manera complementaria, es conveniente tener en cuenta que la tendencia revaloracionista del peso colombiano observada desde mediados de 2003, ataca directamente la rentabilidad de la mediana y gran empresa caficultora. La reducción de este tipo de fincas, sin un aumento correspondiente del tamaño de los predios cafeteros más pequeños, podría afectar nuevamente las condiciones del mercado laboral. Dentro de este contexto, no sólo el bienestar de los caficultores más pequeños está en riesgo. La ocupación pacífica del territorio rural colombiano también se puede ver afectada.

El crédito, por su parte, no solamente le es útil a los caficultores para endeudarse con el fin de comprar un predio. También resulta de gran importancia para solventar los gastos asociados a la producción, como bien podría ser el pago del alquiler de un lote, la compra de fertilizantes o la contratación de la mano de obra duran-

te la época de recolección, asuntos vitales para el incremento de la producción y, por lo tanto, del ingreso y la capacidad de ahorro. En este sentido, fomentar el crédito en el sector cafetero resulta fundamental. Ahora bien, la evidencia presentada con anterioridad indica que la falta de uso del crédito puede no deberse totalmente a las restricciones crediticias del mercado de capitales, sino que podía hallarse también en factores culturales. Ahondar en la investigación de este hecho resulta de gran importancia, ya que las políticas que se implementen para aumentar la utilización del crédito no tendrían que dirigirse necesariamente a eliminar las fallas del mercado de capitales. La ejecución de campañas con un alto componente educativo podría tener un gran impacto, igualmente.

Los frutos de la tecnificación y el acceso al crédito se incrementan, en la medida en que ofrecen mayores oportunidades a las generaciones jóvenes de quedarse en el campo, al mejorarles sus condiciones de trabajo tanto dentro como fuera de sus fincas. Éstas, además de contar con edades menores que los jefes de los hogares cafeteros actuales, cuentan con niveles superiores de educación, condiciones vitales para lograr una mayor absorción e implementación de nuevas tecnologías de producción.

De manera resumida, con el fin de aumentar el bienestar de los pequeños caficultores es necesario dirigir esfuerzos importantes a eliminar las fallas del mercado laboral cafetero. Para ello es necesario incrementar la generación de empleo dentro de la finca mediante la tecnificación de los cultivos, el aumento del tamaño de los predios más pequeños, de manera que permitan emplear la mano de obra familiar, el apoyo a nuevas fuentes de empleo y el fomento del desarrollo y uso del mercado crediticio.

Referencias bibliográficas

Banco Mundial (2004) Colombia: una política de tierras en transición. Documento CEDE 29-2004. Universidad de los Andes. Bogotá

Bardhan, P. (1973) Size, Productivity and Returns to Scale: An Analysis of Farm-Level Data in Indian Agriculture. *The Journal of Political Economy*. Vol. 81, No. 6. Pp. 1370-1386.

Bardhan, P.; Bowles, S.; Gintis; H. (1999) *Wealth Inequity, Wealth Constraints and Economic Performance*. University of California; University of Massachusetts.

Barnum, H. & Squire, L. (1978) *Technology and Relative Economic Efficiency*. Oxford Economic Papers. New Series, Vol. 30, No. 2. Pp. 181-198.

_____ (1979) An Econometric Application of the Theory of the Farm-Household. *Journal of Development Economics*. Vol. 6. Pp. 79-102.

Benjamin, D. (1992) Household Composition, Labor Markets, and Labor Demand: Testing for Separation in Agricultural Household Models. *Econometrica*. Vol. 60, No. 2. Pp. 287-322.

- Berry, R. A. & Cline W. R. (1979) *Agrarian Structure and Productivity in Developing Countries*. International Labor Organization, The John Hopkins University Press. London.
- Carter, Michael. (1984) Identification of the Inverse Relationship between Farm Size and Productivity: An Empirical Analysis of Peasant Agriculture Production. *Oxford Economic Papers*. Vol. 36. No. 1. Pp. 131-145.
- Carter, M. & Wiebe, K. (1990) Access to Capital and Its Impact on Agrarian Structure and Productivity in Kenya. *American Journal of Agricultural Economics*. Vol. 72. No. 5. Pp. 1146-1150.
- Cochuelo, A. (1989) Empleo y salarios en la actividad cafetera. *Economía Colombiana*. Pp. 110-115.
- Cuellar, F. (2004) El crédito cafetero en Colombia. *Economía, instituciones y política (1920-2002)*. Universidad de los Andes y Universidad Nacional. Bogotá
- Deininger, K. (2004) Políticas de Tierras para el Crecimiento y la Reducción de la Pobreza. Banco Mundial. Alfaomega Colombiana S.A. Bogotá.
- Duque, H. & Bustamante, F. (2002) Determinantes de la Productividad del Café. FNC-Cenicafé.
- Erazuriz, María (1987) Evolución del empleo cafetero en Colombia, 1970-1985. Ocampo, José. Compilador. *Lecturas de Economía Cafetera*. Tercer Mundo Editores. Bogotá.
- Eswaran, M. & Kotwal A. (1986) Access to Capital and Agrarian Production Organization. *The Economic Journal*. Vol. 96. No. 382. Pp. 482-498.
- Feder, Gershon (1985) The Relation Between Farm Size and Productivity. The Role of Family Labor, Supervision and Credit Constraints. *Journal of Development Economics*. No. 18. Pp. 297-313.
- García, J. & Ramírez, J. (2002) Sostenibilidad Económica de las Pequeñas Explotaciones Cafeteras Colombianas. *Ensayos de Economía Cafetera*. No. 18. Pp. 73-89.
- García, J. (2003) Evolución de la Distribución de las Fincas Cafeteras. Hacia una Regionalización de la Caficultura Colombiana. *Ensayos de Economía Cafetera*. No. 19. Pp. 193-213.
- Heltberg, R. (1996) How Rural Market Imperfections Shape the Relation Between Farm Size and Productivity – A General Framework and Application to Pakistani Data. *Development Economics Research Group. Working Paper No. 4*.
- Janvry, A.; Fafchamps, M. & Sandoulet, E. (1991) Peasant Household Behavior with Missing Markets: Some Paradoxes Explained. *The Economic Journal*. Vol. 101. No. 409. Pp. 1400-1417.
- Junguito, R. & Pizano, D. Coordinadores. (1991) *Producción de café en Colombia Fedesarrollo-Fondo Cultural Cafetero*. Bogotá.
- Lawrence, L.; Lin, W. & Yotopoulos, P. (1978) The Linear-Logartmic Expenditure System: An Application to Consumption-Leisure Choice. *Econometrica*. Vol. 46. No. 4. Pp. 843-868.
- Lebovich, J. & Barón, C. (1997) Determinantes de la Productividad Cafetera en Finca. Documentos CEDE. Centro de Estudios sobre Desarrollo Económico. Universidad de los Andes. Bogotá.
- Mabro, R. (1971) Employment and Wages in Dual Agriculture. *Oxford Economic Papers*. New Series, Vol. 23 No.3. Pp. 401-417.
- Machado, A. (1988) *El Café: de la aparcería al capitalismo*, Tercer Mundo Editores. Bogotá.
- Nakajima, Ch. (1986) *Subjective Equilibrium Theory of the Farm Household*. Elsevier. Amsterdam.
- Newell, A.; Pandya, K. & Symons, J. (1997) Farm Size and the Intensity of Land Use in Gujarat. *Oxford Economic Papers*. New Series, Vol. 49 No. 2. Pp. 307-315.
- Ocampo, J. Compilador. (1997) *Historia Económica de Colombia*. Tercer Mundo Editores. Santafé de Bogotá.
- Perdomo, J. (2006) Estimación de funciones de producción y eficiencia técnica en el Eje Cafetero colombiano: una aplicación con Fronteras Estocásticas vs DEA. Artículo publicable para optar al título de Magister. Universidad de los Andes. Bogotá
- Rios, A. & Shively, G. (2005) Farm size and non parametric efficiency measurements for coffee farms in Vietnam. Selected Paper prepared for presentation at the American Agricultural Economics Association. Annual Meeting, Providence, Rhode Island, July 24-27.
- Robinson, W. & Schutjer, W. (1984) Agricultural Development and Demographic Change: A Generalization of the Boserup Model. *Economic Development and Demographic Change*, Vol. 32 No. 2. Pp. 355-366.
- Rubio, C. (1994) La participación de la mano de obra en los costos de la finca campesina colombiana: resultados de una encuesta. Artículo publicable para optar al título de Magister. Universidad de los Andes. Bogotá.
- Sánchez, H. (1993) ¿Qué tan escaso es el mercado laboral en la zona cafetera? *Papeles de Economía y Café*. Federación Nacional de Cafeteros, División de Investigaciones Económicas. Bogotá.
- Salehi-Isfahani, D. (1987) On the Generalization of the Boserup Model: Some Clarifications. *Economic Development and Demographic Change*, Vol. 35 No. 4. Pp. 875-881.
- Sen, A. (1966) Peasants and Dualism with or without Surplus Labor. *The Journal of Political Economy*. Vol. 74. No. 5. Pp. 425-450
- Singh, I; Squire, L & Strauss, J. Ed. (1986) *Agricultural Household Models. Extensions, Applications and Policy*. World Bank Publication. Washington.
- Udry, Ch. (1996) Efficiency and Market Structure: Testing for Profit Maximization in African Agriculture. En: <http://www.econ.yale.edu/~cru2/pdf/separate.pdf> (visitado el 15 de enero de 2007).

Café de Colombia, Café Veracruz y Café de la Montaña Azul de Jamaica

Indicaciones Geográficas de Origen en el Mercado Global del Café

Ramona Teuber¹

«El café está ahora en donde el vino estaba hace diez años»²

INTRODUCCIÓN

Por mucho tiempo el mercado del café fue considerado un mercado sin diferenciación de producto. Este concepto ha ido cambiando porque la calidad del producto y del proceso se vuelven cada vez más importantes para el consumidor. En especial, el origen como proxy de la calidad del producto y del proceso adquiere con el tiempo mayor importancia en las decisiones de compra de los consumidores. Como reacción a la creciente demanda del consumidor por diversificación también se puede observar en el mercado cafetero y, particularmente, en el llamado mercado de cafés especiales, una creciente diferenciación del producto basada en el origen geográfico (Kaplinsky y Fitter, 2004; Lewin et al., 2004).

Los cafés especiales no están definidos de una manera precisa; abarcan un amplio rango de cafés que se diferencian de alguna manera, tales como los orgánicos, los del Comercio Justo y los cafés amigables con las aves. Además de éstos, recientemente han surgido otro tipo de cafés especiales llamados de origen único o cafés con un indicación geográfica de origen (GI por sus siglas en inglés) (Daviron y Ponte, 2005; Lewin et al., 2004). La gran mayoría del café se vende

a los consumidores como una mezcla de cafés de diferentes orígenes no identificados. Por su parte, los cafés de origen único son todo lo contrario a las mezclas. Al igual que el término café especial, el término origen único no está definido de manera precisa y por lo tanto éstos pueden proceder de un país, una región o inclusive de un estado o finca (Knox y Sheldon Huffaker, 1996).

La diferenciación del producto basada en el origen geográfico no es un desarrollo nuevo sino, por el contrario, tiene una historia bastante larga especialmente en los países del sur de Europa.

Parmigiano Reggiano es un ejemplo ampliamente conocido de una Denominación de Origen Protegida (PDO por sus siglas en inglés) bajo el Reglamento (CE) No. 510/2006 de la Comisión Europea, la cual tiene antiguos orígenes que datan del siglo XIII. Lo nuevo es el número creciente de productos etiquetados con GI en el mercado europeo y, en general, al nivel internacional. Desde que entró en vigencia el Reglamento No.510/2006³ en 1992, el número de solicitudes anuales ha aumentado continuamente y en la actualidad hay más de 700 productos

1. Institute of Agricultural Policy and Market Research, Justus-Liebig-University Giessen, Alemania. Estoy agradecida con el Prof. Dr. Roland Herrmann por sus valiosas sugerencias y por el apoyo que me prestó para llevar a buen término este trabajo.
2. Afirmación hecha por el jefe de compras de un distribuidor minorista muy importante del Reino Unido (Kaplinsky y Fitter 2004, p. 7).
3. La Regulación del Consejo (CEE) No. 2081/92 sobre la protección de las indicaciones geográficas y las designaciones de origen para los productos agrícolas fue reemplazada en marzo de 2006 por la Regulación del Consejo (CE) No. 510/2006 como una respuesta a las críticas expresada en la decisión OMC – Panel sobre dos de los principales componentes de la regulación anterior (CE 2006).

registrados ya sea como PDO o como Indicación Geográfica Protegida (PGI).

Más aún, las indicaciones geográficas son un tema de actualidad internacionalmente. El Acuerdo de los Aspectos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio (TRIPs por sus siglas en inglés) que entró en vigencia en 1995 es considerado el primer acuerdo multilateral que da una definición explícita del término «indicación geográfica». Según este Acuerdo las «indicaciones geográficas» son «indicaciones que identifican a un bien como originado en el territorio de un Miembro, región o localidad en ese territorio, en el cual una cierta cualidad, reputación o característica de ese bien es esencialmente atribuible a su origen geográfico» (TRIPs Artículo 22.1). Más aún, el TRIPs requiere que cada signatario establezca unos estándares mínimos para la protección de las GI en sus leyes nacionales. Los países desarrollados tuvieron que implementar los requisitos del TRIPs en 1996, los países en desarrollo y en transición tuvieron que hacer en el 2000 y para los países menos desarrollados la fecha final para dicha implementación se extendió al 2006 (Calboli 2006 p. 83; Liebig 2000, p. 9).

Todos estos desarrollos recientes muestran el creciente interés en las GI. Aunque en el pasado las GI fueron principalmente una herramienta para la diferenciación del producto en los mercados europeos, recientemente cada vez más países en desarrollo han descubierto este instrumento de mercadeo para sus productos. Existe una buena cantidad de estudios sobre el tema de las GI europeas, pero muy pocos que traten el tema en los países en desarrollo. Por este motivo, el objetivo general de este artículo es ofrecer una mirada a los desarrollos recientes en el mercado cafetero y explorarlos enfocándose particularmente en las GI. Para el logro de este amplio objetivo, es necesario explorar primero el marco legal de las GI con el fin de encontrar las repuestas a las siguientes preguntas planteadas en la investigación:

- ¿Cuáles son las GI que existen ya en el mercado cafetero?

- ¿En qué mercados están protegidas las GI y por qué medios legales?

En segundo lugar es necesario examinar el impacto económico de las GI especialmente su efecto sobre el precio. Las preguntas que surgen en este contexto son:

- ¿Qué primas de precio se logran por las GI ?
- ¿Difieren las primas de precio entre países y regiones debido a las indicaciones geográficas?

El artículo está estructurado de la siguiente manera. La segunda parte ofrece una visión general de la situación legal de las GI en el mercado del café. La tercera parte que viene a continuación explora los aspectos económicos de los cafés relacionados con las GI. Esto se hace en dos partes. Primero se da una visión general de los cafés disponibles marcados con GI y de sus precios al por menor en el mercado de los Estados Unidos. En segundo lugar, se estima un modelo hedonístico de los precios usando las cifras de varias subastas por Internet en las cuales los importadores o tostadores compran directamente cafés de un origen único. Esta herramienta econométrica se aplica para investigar de qué manera el precio del café de alta calidad es influenciado por el país o región de origen, controlando por otros atributos relevantes del producto como la variedad de café, la calidad sensorial y certificaciones como las del Comercio Justo y orgánica.

ASPECTOS LEGALES – ACTORES PRINCIPALES Y DESARROLLOS RECIENTES

Aunque el TRIPs es considerado el primer acuerdo multilateral que da una definición explícita del término «indicación geográfica», no es el primer acuerdo multilateral que trata con esta clase de derechos de propiedad intelectual. Otros acuerdos multilaterales que tocan este tema son el Convenio de París para la Protección de la Propiedad Industrial de 1883, el Arreglo de Madrid relativo al Registro Internacional de Marcas de

1891 y El Acuerdo de Lisboa para la protección de Apelaciones de Origen y su registro internacional de 1958. Ninguno de estos acuerdos tocan explícitamente el término indicación geográfica sino «indicación de fuente» o «apelación de origen» (APO por sus siglas en inglés). Las diferencias entre estos tres conceptos se encuentran en la Figura 1.

La indicación de origen es el concepto más amplio. Éste sólo requiere que el producto se origine en una cierta área geográfica y por lo tanto no implica un vínculo con cierta calidad o reputación. Este aspecto distingue la definición de indicación de fuente de los otros dos conceptos. Un producto marcado con una indicación geográfica o con una apelación de origen debe tener características de calidad causadas por su origen geográfico. Como en algunos aspectos el concepto de apelación de origen es inclusive más estrecho que el de indicación geográfica, se puede concluir que todas las apelaciones de origen son indicaciones geográficas y que todas las indicaciones geográficas son indicaciones de origen, pero no todas las indicaciones de origen son indicaciones geográficas ni apelaciones de origen (WIPO 2002). La situación se vuelve más compleja cuando se consi-

dera la regulación europea. El Reglamento CE No. 510/2006 del Consejo distingue entre la Denominación de Origen Protegido (PDO por sus siglas en inglés) y las Indicaciones Geográficas Protegidas (PGI por sus siglas en inglés). Los requisitos para que un producto se convierta en un PDO son mayores que los necesarios para volverse un PGI pues en el primer caso todas las etapas de la producción deben tener lugar en el área geográfica definida, mientras que en el segundo caso por lo menos una etapa de la producción debe estar localizada en el área especificada (Comisión Europea 2004).

De lo anterior se puede establecer que no existe una sola definición de indicaciones geográficas ni una sola forma de protegerlas. Más aún, a través de los diferentes países se puede observar una pluralidad de sistemas regulatorios bajo los cuales se protegen las GI (Thevenod-Mottet 2006:26; WTO 2004:75). Las GI pueden estar protegidas a través de medios especiales de protección (e.g. PDO/PGI), como marcas registradas (e.g. en los Estados Unidos) o por otras leyes ya existentes, como las leyes que reprimen la competencia desleal o las que protegen a los consumidores (ibidem). Aunque la mayoría de países desarrollados tienen sistemas regulatorios

Figura 1. Relación entre Indicación de Origen, Indicación Geográfica y Apelación de Origen



bien estructurados, éste no es el caso en la mayoría de países en desarrollo. En estos países, el establecimiento de los sistemas regulatorios para proteger la propiedad intelectual en general, y las indicaciones geográficas en particular, con frecuencia se encuentra en las primeras etapas de su desarrollo (van Caenegem 2004:170; Josling 2006:343). Muchos países que son importantes productores de café pertenecen a este grupo.

Hasta el momento no existe un registro internacional de las GI. Por lo tanto, se ofrecerá un vistazo general de las GI ya protegidas y registradas en el mercado cafetero, apoyado en la revisión de la literatura sobre el tema, en las bases datos de marcas registradas, en información gubernamental y de las asociaciones de productores. En este contexto, es necesario distinguir entre los mercados doméstico y extranjero. Como el consumo de café aún es bajo en la mayoría de los países productores, los mercados de exportación son más importantes que los domésticos en términos de la generación de ingresos (Lewin et al. 2004, p. 59). Por lo tanto, es indispensable mirar las GI registradas en los principales mercados de exportación. Los principales mercados de exportación para los cafés de origen único son Japón, Estados Unidos y Europa. Por lo tanto, después de mirar la protección de las GI cafeteras en el mercado doméstico se examinarán las GI protegidas en las jurisdicciones extranjeras mencionadas.

Como puede verse en el Cuadro 1 todos los países productores de café considerados han implementado leyes para proteger la propiedad intelectual en general o para la protección de las indicaciones geográficas en particular. En la mayoría de los países estas leyes se establecieron recientemente, en respuesta a la fecha de vencimiento de la implementación de los requisitos del TRIPS. Más aún, el Cuadro 1 apoya la afirmación de que no existe una definición única de indicación geográfica ni un solo marco

regulatorio para su protección. Los países que pertenecen a la Comunidad Andina, como Bolivia y Colombia, distinguen las indicaciones de origen de la denominación de origen⁴ como dos conceptos legales en la categoría de indicaciones geográficas. Otros países como Costa Rica, Guatemala, Honduras y México manejan los términos indicación geográfica y denominación de origen, e Indonesia, por su parte, protege las indicaciones geográficas bajo sus leyes de marcas registradas. Este enfoque es similar al de los Estados Unidos, en donde las indicaciones geográficas no son reconocidas como una clase separada de propiedad intelectual. Sin embargo, las indicaciones geográficas pueden ser protegidas con las actuales leyes estadounidenses de propiedad intelectual (Josling 2006, p. 347).

Lo realmente sorprendente es el hecho de que hasta el momento sólo se han registrado y protegido tres indicaciones geográficas para el café en su mercado doméstico o por medio de un acuerdo multilateral. El término Café de Colombia es una denominación de origen protegida para los granos de café verde en Colombia, en tanto que los cafés mexicanos Café Chiapas y Café Veracruz están registrados y protegidos en México bajo una ley nacional y también como apelaciones de origen en el Acuerdo de Lisboa⁵. Café Veracruz fue registrado por México en el 2001 como una apelación de origen para el «café verde o tostado». En 2004, se registró el Café Chiapas. El registro del Café Chiapas va más allá del registro del Café Veracruz de forma tal que cubre «el café verde o tostado/molido de las especies *Coffea Arabica*» y «la apelación de origen puede usarse, siempre y cuando se tenga la autorización para este propósito del Instituto Mexicano de Propiedad Industrial (IMPI), por un individuo o entidad legal directamente involucrada en la extracción, producción o elaboración de Café Chiapas, en el territorio designado en la declaración general de protección, y en cumplimiento de la correspondiente

4. En la mayoría de los casos los términos apelación de origen y denominación de origen son intercambiables y sólo reflejan diferencias en las traducciones. En las versiones de los textos legales en español con frecuencia se encuentra el término «Denominación de Origen». En las versiones en inglés este término es traducido ya sea como «Apelación de Origen» o como «Denominación de Origen».

5. El Acuerdo de Lisboa cuenta hoy con 26 estados miembros. Una lista completa de esos estados se encuentra en <http://www.wipo.int/treaties/en/registration/lisbon/>

Cuadro 1. Sistemas de propiedad intelectual en algunos países productores de café

País	Regulación	GI registradas para el café	Proyectos actuales
Bolivia	Decisión 486 de la Comunidad Andina, 2000: <i>IOC</i> y <i>DO</i>	Ninguna hasta el momento	
Brasil	Ley de Propiedad Industrial de Brasil Ley No. 9.279 (1996): <i>IOC</i> y <i>DO</i>	Ninguna hasta el momento	
Costa Rica	Ley de Marcas y otros Signos Distintivos, 2000: <i>GI</i> y <i>DO</i>	Ninguna hasta el momento	ICAFFE ¹ ha establecido el proyecto "7 Regiones, 7 Cafés".
Colombia	Decisión 486 de la Comunidad Andina, 2000: <i>IOC</i> y <i>DO</i>	Café de Colombia	Proyecto "Los Cafés Especiales Colombianos"
Etiopía	Ley de Propiedad Intelectual	n/a	Iniciativa de Marcas Registradas y Patentes de Cafés Etiopes Finos
Guatemala	Ley de Propiedad Intelectual, Decreto 57-2000: <i>IG</i> y <i>DO</i>	Genuino Antigua ²	Atlas Cafetero 2007/2008: se definen 8 cafés regionales; Proyecto Piloto Antigua: Establecimiento de la primera <i>DO</i> bajo el nombre "Café Antigua"
Honduras	Ley de Propiedad Intelectual, Decreto 12-99: <i>IG</i> y <i>DO</i>	Ninguna hasta el momento	
Indonesia	Ley de Marcas Registradas 2001	Ninguna hasta el momento	Proyecto piloto para estudiar la posible aplicación de la protección de las <i>IG</i> en la región de Kintamani de Bali
Jamaica	Ley de Protección de las Indicaciones Geográficas, 2004	n/a	
Kenia	Ley de Propiedad Industrial, 2001	Ninguna hasta el momento	
México	Ley de Propiedad Intelectual, 1994: <i>DO</i>	Café Chiapas ³ Café Veracruz	

Notación: *DO* = Denominación de origen; *GI* = Indicación geográfica; *IOC* = Indicación de origen; n/a: podría no estar especificada.

Notas: ¹ Instituto del Café de Costa Rica (ICAFFE); ² No está protegido por medios legales pero está certificado desde el año 2003 por la Société General de Surveillance, una compañía privada de inspección. ³ Ambos términos están protegidos por Apelaciones de Origen ante el Acuerdo de Lisboa.

Fuentes: Presentación propia basada en EIPO (2006); Garcia Muñoz-Nájar (2001); Gerz y Avelino (2006); Mawardi (2005); WIPO (2004); <http://www.sice.oas.org> y <http://www.antiguacoffee.org>.

ley oficial» (WIPO 2007). Esta diferencia entre las dos APO enfatiza un punto importante en el contexto de las indicaciones geográficas, el alcance de la protección. En el caso del Café

Chiapas, el alcance de la protección puede ser interpretado de forma tal que sólo el café procesado o inclusive molido en la región de Chiapas puede ser vendido como Café Chiapas (Schulte

2005). Algunos expertos en la ley argumentan que en vez de apoyar a los productores locales de café y contribuir al desarrollo rural, este amplio alcance podría incluso perjudicarlos en la medida en que los comerciantes pueden no estar dispuestos a asumir el riesgo de comprar café que ha sido tostado o inclusive molido en el país de origen (Schulte 2005).

Hasta la fecha la GI Genuino Antigua no está protegida por las leyes nacionales. En el año 2000 se fundó la Asociación de Productores de Café Genuino Antigua (APCA) y desde el 2003 la compañía de inspección de alimentos de Suiza, Société Generale de Surveillance (SGS) certifica el café producido en la región Antigua que cumpla ciertos requisitos de altitud, suelo y métodos de beneficio. Este café certificado es etiquetado como Genuino Antigua (página Web de la APCA).

El Cuadro 1 también tiene información de algunos proyectos que se vienen desarrollando recientemente en el contexto del café y de las indicaciones geográficas. Costa Rica, Colombia, Guatemala, Indonesia y Etiopía pueden ser considerados como actores líderes en el sector cafetero en cuanto al establecimiento de indicaciones geográficas. Colombia ya ha establecido una indicación geográfica nacional, y en la actualidad está haciendo esfuerzos para establecer cafés regionales y departamentales además de otros cafés especiales tales como el orgánico o los *Relationship Coffees* (página Web de la FNC). Con este objetivos se definieron 86 distintos micro climas, con base en un conjunto de variables que incluyen localización, lluvias, altitud y métodos de beneficio (Germain 2005). Costa Rica y Guatemala, por su parte, también están siguiendo un enfoque regional y ambos países ya han identificado varias regiones productoras, cada una de ellas con un perfil de taza individual (página Web de ICAFE; ANACAFE 2006). La definición de estas regiones productoras es aún informal, pero todos los esfuerzos de estos países se est n orientando a formalizar estas regiones por los medios legales (ibidem).

Guatemala y Costa Rica también hacen parte del proyecto GEOCaf  que se ha desarrollado con financiación del Programa Café de Calidad de la USAID⁶. Con la ayuda de un GPS se ubican de manera precisa en un mapa fincas, cooperativas y beneficiaderos y para cada una de estas entidades se recoge información que incluye condiciones geográficas y climáticas, información socioeconómica, períodos de cosecha, temas relacionados con la certificación, clases de árboles protectores y métodos de procesamiento del café. Con estos datos se crean mapas interactivos de café haciendo posible visitas virtuales a las fincas y regiones cafeteras. Estos mapas también deben ofrecer una base para el establecimiento de sistemas de apelación para el café (Página Web de GeoCaf ).

Con frecuencia se encuentra en la literatura la comparación entre los buenos vinos y los cafés de origen  nico (Lewin et al. 2004; Kaplinski y Fitter 2004; Daviron y Ponte 2005). La frase introductoria de este artículo «El café está ahora en donde el vino estaba hace 10 años» ilustra ese hecho. El establecimiento de sistemas de apelación para el café similares a los del vino en Francia e Italia son interpretados como una forma en que los países productores podrían aumentar el valor a nivel de la producción (Daviron y Ponte 2005:230; Neilson 2005:203). Los desarrollos que han tenido lugar en muchos países productores, mencionados anteriormente, señalan que la mayoría de ellos parecen estar de acuerdo con este punto de vista.

En una etapa siguiente se recogió información sobre indicaciones geográficas protegidas en los principales mercados de exportación. Sólo se consideraron los mercados de los Estados Unidos y Europa puesto que no se pudo obtener información alguna sobre el mercado japonés.

Se deduce del Cuadro 2, que Colombia, Etiopía, Jamaica, Hawai y México ya han protegido y registrado indicaciones geográficas para el café en los mercados de Estados Unidos y Europa. En los años ochenta Jamaica había comenzado a

6. Agencia de Estados Unidos para el Desarrollo Internacional

Cuadro 2. Indicaciones Geográficas Protegidas para el café en Europa y en los Estados Unidos, Enero 2007

Nombre	Tipo de protección	Año de registro	Dueño
Europa			
Café de Colombia	CTM – Figurativa	2001	FNC ¹
100% Café de Colombia	CTM –Figurativa	2004	FNC
Juan Valdez 100% Café de Colombia	CTM – Figurativa	2005	FNC
Café de Colombia Denominación de Origen	CTM – Figurativa	2006	FNC
Café de Colombia	IGP	2007	FNC
Café de la Montaña Azul de Jamaica	CTM – Figurativa	2004	Coffee Marks Ltd.
Supremo de la Alta Montaña de Jamaica	CTM – Palabra	2003	Coffee Marks Ltd.
Harrar	CTM – Palabra	2006	Gobierno de Etiopía
Sidamo	CTM – Palabra	-1	Gobierno de Etiopía
Yirgacheffe	CTM – Palabra	2006	Gobierno de Etiopía
ESTADOS UNIDOS			
Colombiano	CM	1981	República de Colombia
Juan Valdez	TM	1969/2005	FNC
100% Café de Kona	CM	2000	Departamento de Agricultura del Estado de Hawai
Café de la Montaña Azul de Jamaica	CM	1986	Coffee Marks Ltd.
Supremo de la Alta Montaña de Jamaica	TM	2003	Coffee Marks Ltd.
Harrar	TM	-1	Gobierno de Etiopía
Sidamo	TM	-1	Gobierno de Etiopía
Yirgacheffe	TM	2006	Gobierno de Etiopía
Café Veracruz	CM	2005	Consejo Regulador del Café Veracruz

Legenda: CM= Marca de Certificación; CTM= Marca Registrada de la Comunidad; FNC = Federación Nacional de Cafeteros de Colombia; IGP = Indicación Geográfica Protegida; TM= Marca Registrada. ¹ en estos casos no se ha tomado una determinación final sobre la posibilidad de registrar la marca.

Fuente: Presentación propia basada en CTM-En línea (2007), Diario Oficial de la Unión Europea (2006), Schulte (2005) y TESS (2007).

apoyarse en la protección de las marcas registradas, pero todos los otros registros fueron hechos en los últimos años. El gobierno de Etiopía, bajo la Iniciativa de Licencias y Marcas Registradas para el Café Fino de Etiopía, ha llenado los formularios de aplicación para registrar la marca del café procedente de tres regiones productoras diferentes Harrar, Sidamo y Yirgacheffe, en más de 30 países, incluyendo los Estados Unidos y la Unión Europea (EIPO 2006).

Esta iniciativa ha causado una disputa entre la Oficina de Propiedad Intelectual de Etiopía (EIPO, por sus siglas en inglés) y la Asociación de Cafés Especiales de América (SCAA por sus siglas en inglés)⁷ sobre la mejor forma de proteger las indicaciones geográficas en el sector cafetero. La Organización Mundial del Comercio recomienda usar marcas de certificación para la protección de las indicaciones geográficas, posición que es compartida por la SCAA (SCAA 2006). El Gobierno de Etiopía, por su parte, considera que las marcas registradas son una mejor forma de proteger las indicaciones geográficas para el café. Aunque ambos conceptos descansan en el mismo principio de racionalidad económica, la protección del goodwill frente al free riding por parte de terceros y la reducción de los costos de búsqueda del consumidor son las diferencias sustanciales entre ellos (Josling 2006; WIPO 2003). Primero, las marcas registradas identifican a quien manufactura un producto, pueden ser vendidas y patentadas. Segundo, las marcas registradas no requieren reputación o vínculo de calidad.

En contraste, las marcas de certificación son derechos colectivos que informan al consumidor que los bienes en cuestión poseen ciertas características como por ejemplo un origen específico. Más aún, el dueño del derecho no está autorizado a producir pero puede promover la marca de certificación. Por lo tanto, con frecuencia los dueños de las marcas de certificación son entes gubernamentales.

Contrario a las marcas registradas, las marcas de certificación no pueden ser vendidas ni

patentadas (Josling 2006:348). En tanto que un análisis detallado de las ventajas y desventajas de ambos conceptos está fuera del alcance de este artículo, de esta disputa puede deducirse un punto importante. Las indicaciones geográficas y su protección no están libres de controversias e inclusive al interior del sector cafetero se encuentran grandes diferencias en torno al tema de cómo proteger y hacer cumplir esta propiedad intelectual. Esto se refuerza por el punto de que en Europa Harrar ya está registrada como una marca comercial común, mientras que en los Estados Unidos no se ha tomado una decisión final sobre el registro de Harrar como una palabra marca.

Como puede verse en el Cuadro 2 ambos medios legales, las marcas registradas y las marcas de certificación, son usadas para proteger las indicaciones de origen en el mercado de los Estados Unidos. Mientras que la protección de la marca registrada existe tanto en Europa como en los Estados Unidos, la protección de las Indicaciones Geográficas Protegidas o Denominación de Origen Protegidas sólo son posibles en la Unión Europea.

En 2005 la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia (FNC) solicitó el registro de Café de Colombia como una Denominación de Origen Protegida (PDO). Ésta fue la primera solicitud de un país no miembro de la Unión Europea y la primera para el café bajo la Regulación 510/2006. En diciembre de 2006 el resumen de la solicitud fue publicado en el Diario Oficial de la Unión Europea y desde septiembre de 2000 Café de Colombia es el primer producto registrado como una Indicación Geográfica Protegida que no es de la Unión Europea (Comisión de la UE 2004; Diario Oficial de la UE 2006).

El resumen de la solicitud publicado contiene la especificación del producto incluyendo la definición del área geográfica y los métodos de producción. En dicho resumen se define la recolección, el beneficio húmedo y la trilla y se establece que las tres etapas deben efectuarse en el área geográfica especificada, lo cual no se

7. La SCAA fue fundada en 1982 como reacción a la decreciente calidad del café ofrecida por las principales firmas tostadoras. Hoy en día es la principal asociación de comercio del café y cuenta con más de 3.000 compañías miembros (SCAA 2007).

requiere en el proceso de tuestión. Esto podría explicar por qué el término Café de Colombia se convirtió en una Indicación Geográfica Protegida y no en una Denominación de Origen Protegida, que fue la figura legal solicitada inicialmente por la FNC. Más aún, la aplicación da información sobre los factores responsables del vínculo entre la calidad del producto y el origen geográfico. De acuerdo con el resumen de la solicitud, las características esenciales del Café de Colombia son, entre otras, la calidad del suelo, el clima típico del país, las áreas montañosas del trópico, la altitud y la recolección manual grano por grano (Diario Oficial de la Unión Europea 2006).

IMPPLICACIONES ECONÓMICAS DE LAS INDICACIONES GEOGRÁFICAS DE ORIGEN PARA EL CAFÉ

Datos y metodología

Aunque existe un buen número de estudios que tratan sobre las indicaciones geográficas desde un punto de vista legal, los análisis económicos son escasos y en especial los análisis precio o costo beneficio del impacto de las indicaciones geográficas (Josling 2006, p.340; WTO 2004, p. 87). Esto es especialmente cierto para los países no europeos y para el café. Existe buena documentación sobre el mercado cafetero en general pero los datos y los análisis sobre el mercado de cafés de origen único son muy limitados (Lewin et al. 2004, p. 17).

Para explorar los efectos económicos de las indicaciones de origen para el café, en primer lugar, se hizo una encuesta entre las tiendas minoristas de Internet de los Estados Unidos que venden cafés de origen único. Se escogió el mercado de los Estados Unidos porque éste cuenta con una relativa alta disponibilidad de cafés de origen único en comparación con el mercado europeo, en donde esta clase de café comenzó a introducirse recientemente (Lewin et al. 2004, p. 112). La búsqueda de las tiendas minoristas se hizo sobre un listado de los miembros de los Tostadores Mayoristas de la SCAA,

del cual se seleccionaron los tostadores que tienen una tienda en línea y venden directamente a los consumidores. Todos son precios al por menor, expresados en US\$ por libra de café tostado y corresponden al período agosto a diciembre de 2006. Los precios incluyen impuestos y excluyen fletes. Se identificaron los cafés de origen único más populares tomando como indicador de popularidad el número de tiendas minoristas en línea que ofrecen cierto tipo de café. Estos datos se usaron para comparar los precios minoristas de los cafés de origen único con el promedio general de los precios minoristas. Además se recolectaron cifras sobre el volumen vendido de cafés de origen único a los diferentes mercados de exportación, las cuales fueron tomadas de reportes individuales de países como Colombia e Indonesia y de estadísticas de la Asociación de Productores de Café Genuino Antigua.

Además se estimó un modelo hedónico de precios tomando cifras de varias subastas por Internet para cafés de origen único. Esta herramienta econométrica se usa para determinar el valor implícito de la región o país de origen para los cafés de alta calidad, controlando por otros atributos relevantes del producto como variedad, calidad sensorial o certificaciones. El enfoque hedónico se aplica con más frecuencia a los conjuntos de datos sobre el vino para explorar el valor de los distintos atributos de este producto. Además, algunos estudios aplican este enfoque a las indicaciones geográficas europeas, como el aceite de oliva y el queso (Santos y Ribeiro 2005; Schamel 2006; Schamel y Anderson 2003). Aunque es difícil encontrar análisis hedónico de precios para el café, existe un estudio que estimó el efecto de los atributos sensoriales y de reputación de calidad del café sobre los precios de los cafés de origen único, usando datos de subastas por Internet de cafés especiales (Donnet y Weatherspoon 2006). Nosotros aplicamos un enfoque similar pero nuestro estudio difiere en dos puntos cruciales. Primero, nuestro conjunto de datos es más amplio. Segundo, nos enfocamos claramente en el

valor del origen para explorar la importancia de la reputación a nivel tanto de país como de región.

La primera subasta por Internet para cafés especiales tuvo lugar en Brasil en 1999. A partir de ésta, se estableció el concurso de La Taza de la Excelencia y subastas por Internet en siete países de América Latina ⁸. El procedimiento es el siguiente. Los agricultores localizados en el país anfitrión, envían una muestra al comité de la organización sin costo adicional. Estas muestras son catadas por un jurado nacional e internacional y cada café recibe un puntaje entre 0 y 100 por su perfil de sabor. Este enfoque es muy similar al que usa la industria vinícola en el cual se utilizan con mucha frecuencia las valoraciones de expertos sobre la calidad del vino (Schamel y Anderson 2003, p. 359). Sólo los cafés que obtienen un puntaje de 84 puntos o más se premian por La Taza de la Excelencia. Estos cafés se venden al mejor postor durante las subastas de Internet (página Web de La Taza de la Excelencia). Contrario a la información de precios de las tiendas de café en línea, éstos son precios de adquisición.

Todas las cifras de las fincas premiadas y de los precios obtenidos en las subastas están disponibles en la página WEB de la Taza de la Excelencia. Las cifras de los cafés subastados incluyen el puntaje logrado en la competencia de cata, el precio pagado en la subasta y varias características de la finca como altitud, pluviosidad anual, tamaño area sembrada y tipo de suelo. Con frecuencia también está disponible la información sobre certificaciones como por ejemplo orgánica o de Comercio Justo. Después de estas subastas de La Taza e la Excelencia se establecieron otras subastas de cafés de alta calidad, como por ejemplo Ecafe Gold en Etiopía, la Cosecha de Oro en Costa Rica y la Taza Excepcional en Guatemala.

Con el objetivo de investigar los efectos del país de origen se recolectaron cifras de las subastas de la Taza de la Excelencia para el período 2003 a 2006. Nosotros postulamos la

hipótesis de que inclusive después de controlar por las diferencias de calidad entre los distintos orígenes de café, el país de origen ha adquirido un impacto significativo sobre el precio de subasta. Estos efectos pueden ser considerarse como efectos reputación. Nuestra primera hipótesis es que Guatemala y Colombia logran las mayores primas de precio debido a su imagen establecida de productores de café de alta calidad.

Adicionalmente, para explorar los efectos de la región de origen se usaron las cifras de las subastas de Etiopía y Colombia para los años 2005 y 2006. Se escogieron Etiopía y Colombia por dos motivos. Primero, estos dos países contaban con amplias bases de datos. Segundo, el conjunto de datos permitía cubrir los dos enfoques planteados, es decir el establecimiento de las indicaciones geográficas para el café a nivel nacional o regional. Mientras que Colombia en el pasado siguió una estrategia de indicación geográfica nacional, recientemente ha comenzando a definir cafés regionales. Por el contrario, en Etiopía la diferenciación de los café basada en su origen regional ha sido usada por los exportadores y tostadores por más de 100 años (SCAA 2006). Por lo tanto encontramos que hay una significativa diferenciación regional de precios en Etiopía, pero no se espera una diferenciación regional de precios significativa en Colombia porque el establecimiento de regiones cafeteras es muy nuevo.

Las estadísticas descriptivas de los datos utilizados se encuentran en el Anexo 1.

Resultados - Precios y cantidades

Aunque sólo unas pocas indicaciones geográficas para el café tienen protección legal, en el mercado de los cafés especiales de los Estados Unidos hay disponible una gran variedad de cafés de origen único. Tomando el número de tiendas minoristas que ofrecen esta clase de café como proxy de su popularidad, los cafés de origen único más populares pueden dividirse en tres grupos: los Cafés Latinoamericanos, los Ca-

8. Bolivia, Brasil, Colombia, El Salvador, Guatemala, Honduras y Nicaragua

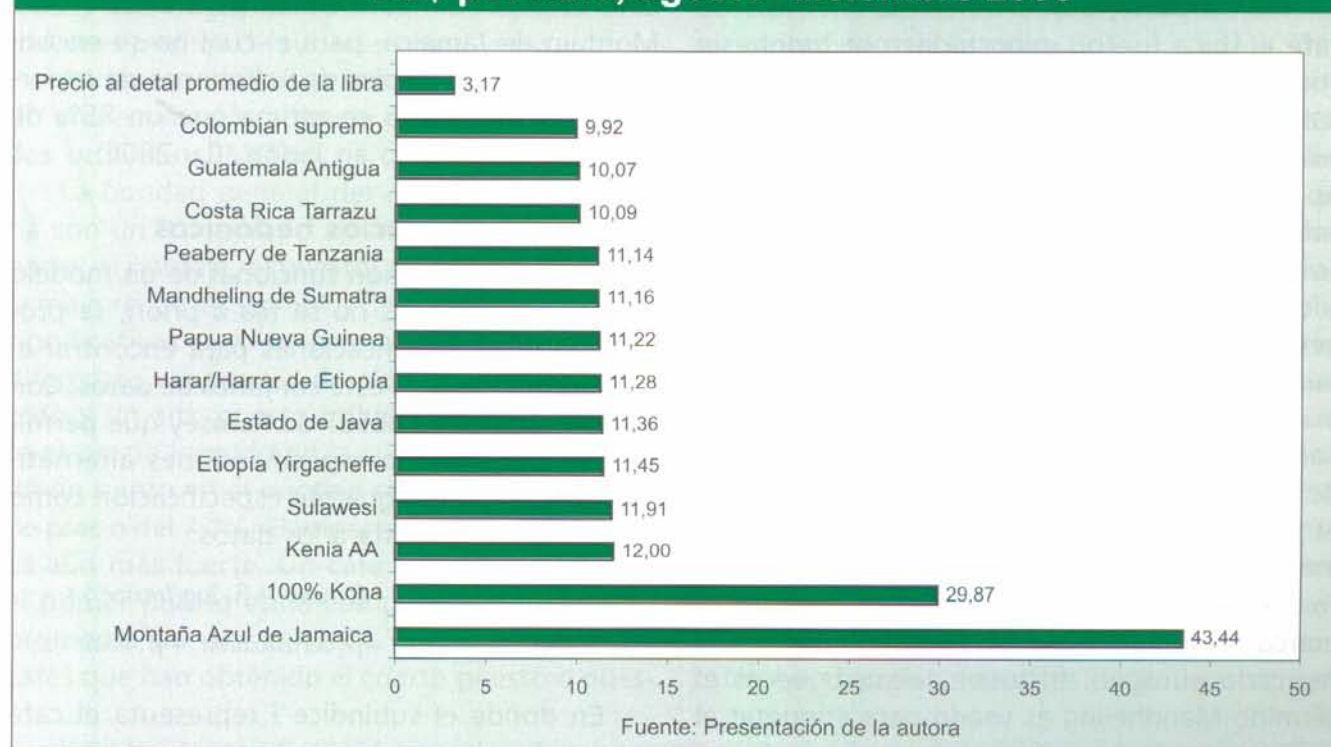
fés del Éste de África y los Cafés Isleños que incluyen los de Indonesia, Jamaica y Hawai. En el grupo de América Latina, el café Colombia Supremo era ofrecido en 52 tiendas en línea, seguido por el café Costa Rica Tarrazu (38) y por el Guatemala Antigua (33). Esto es consistente con el planteamiento de los actores líderes de la segunda parte. Los más populares del del Éste de África son los cafés de Kenia (77), Tanzania (41) y los cafés etíopes Harrar (39) y Yirgacheffe (33). El grupo de los cafés isleños incluye Sumatra Mandheling (67), Sulawesi⁹ (40), Java Estate (31), 100% Kona (41), Jamaica Blue Mountain (28) y Papua Nueva Guinea (27). El precio promedio al por menor para estos cafés de origen único se presenta en la Figura 2.

Todos estos cafés se venden a un precio que por lo menos es tres veces el precio promedio al por menor del café tostado en los Estados Unidos. Los cafés de América Latina están en el rango entre US\$9 y US\$10 por libra. Los cafés del Éste de África e Indonesia son un poco más cos-

tosos, con un precio promedio entre US\$11 y US\$12 por libra. Los cafés más caros son el Hawaiano 100% Kona y el de la Montaña Azul de Jamaica. Con un precio promedio al por menor de US\$29.87 y US\$43.44 por libra respectivamente. Al calcular las desviaciones estándar y los coeficientes de variación para todos los precios de los cafés en consideración, se encuentra que los dos cafés más costosos son también los que muestran mayor variación en el precio.

La información sobre las cantidades vendidas de cafés de origen único es aún más escasa que la de precios. Aún así, nos fue posible recoger alguna información de las fuentes mencionadas anteriormente. Del Cuadro 3 se deduce que la producción y exportación anual de café verde Genuino Antigua está cerca de las 3,000 toneladas métricas. Como este país no cuenta con un sistema legal de protección adecuado y con los medios para hacerlo cumplir, el incentivo para el free-riding es muy alto. En efecto, diferentes fuentes establecen que el volumen anual de café

Figura 2. Precio promedio al por menor de café tostado US\$ por libra, agosto–diciembre 2006



9. Éste incluye todos los café marcados como Sulawesi, Celebes Kalossi o Celebes Kalossi Toraja.

Cuadro 3. Volumen de Exportación de las Indicaciones de Geográficas, 2002

Pais	Cantidades exportadas (Toneladas métricas)	Participación en las exportaciones totales de café (Porcentaje)	Principales mercados de exportación
Colombia			
<i>IG regionales</i>	8,1	1.40	Japón
Guatemala			
<i>Genuino Antigua</i>	2,94	1.42	Estados Unidos y Japón
Indonesia			
<i>Toraja, Kalosi, Mandheling</i>	3,644	1.13	Estados Unidos y Japón

Fuente: Presentación basada en FAOStat; Giovannucci et al. (2002); Neilson, J. (2005).

vendido como Genuino Antigua es de 23.000 toneladas métricas, siete veces la cantidad producida (Raknekar 2004; Comisión de la Unión Europea 2003).

Por su parte, 3.600 toneladas métricas de café arábica fueron exportadas por Indonesia con indicaciones geográficas relacionadas con Sulawesi, cifra que representa menos del 2% del volumen total de café exportado por este país. Aparte de esto, los principales orígenes de los cafés arábica de alta calidad de Indonesia son Sulawesi, Sumatra Norte y el Éste de Java. Las cifras del Cuadro 3 sólo cubren las exportaciones de café de Sulawesi. Este café no es etiquetado de manera uniforme sino que puede marcarse como Sulawesi, Toraja, Kalosi, Toraja Kalosi o Mandheling dependiendo del destino de exportación. En el mercado japonés, que es el principal destino de exportación del café indonesio de alta calidad, se prefiere el término Toraja, en tanto que la misma clase de café se marca como Kalosi cuando está dirigido para el mercado europeo. Inclusive, algunas veces el término Mandheling es usado para etiquetar el café originado en Sulawesi, lo cual constituye una práctica fraudulenta porque Mandheling es

una región productora de café del Norte de Sumatra (Neilson 2005).

El mercado de exportación más importante para los tres cafés de origen único es el Japón. Esto es especialmente cierto para el café Blue Mountain de Jamaica, para el cual no se encontraron cifras confiables de volúmenes de exportación; sin embargo se estima que un 85% de este café es vendido en Japón (Lu 2006).

El modelo de precios hedónicos

Como la especificación funcional de un modelo hedónico de precios no se fija a priori, se probaron varias especificaciones para encontrar el más apropiado para este conjunto de datos. Con base en la prueba RESET de Ramsey que permite discriminar entre especificaciones alternativas, se escogió la siguiente especificación como la que mejor se ajusta a los datos:

$$\log(p_i) = \alpha + \beta_1 score_i + \beta_2 rank_i + \beta_3 \log(lotsize_i) + \beta_4 origin_i + \beta_5 variety_i + \beta_6 certification_i + \beta_7 year_i + \varepsilon_i$$

En donde el subíndice i representa el café subastado i , \log es el logaritmo natural y p es el precio de café subastado en dólares de los Esta-

dos Unidos por libra. La variable *score* es el puntaje logrado en el concurso de la Taza de la Excelencia y la variable *lotsize* indica la cantidad vendida expresada en kilos. Las otras cinco son variables dummy categóricas para el puesto obtenido en el concurso, la variedad de café, el país de origen, los esquemas de certificación posibles y el año de la subasta ε_i es el término de error estocástico. Desafortunadamente no se pudieron incluir las cifras sobre altitud, precipitación, tipo de suelo o métodos de procesamiento por la ausencia de algunas observaciones.

El puntaje obtenido en el concurso de taza puede considerarse como una *proxy* de calidad sensorial y se espera que tenga un impacto positivo sobre el precio. También se espera una influencia positiva para los tres primeros puestos, que son incluidos como variables dummy de forma tal que a la variable correspondiente al primer puesto se le ha dado el valor de 1 cuando el café en cuestión obtuvo el primer puesto y 0 en caso contrario. Por el contrario, se espera una influencia negativa de la variable *lotsize*, lo cual se basa en la idea de que esta variable puede interpretarse como un *proxy* de exclusividad, una disponibilidad limitada conducirá a mayores precios de subasta y vice versa.

Primero se estimó un modelo completo usando una estimación robusta de mínimos cuadrados ordinarios (MCO).

La bondad general del ajuste es satisfactoria con un R cuadrado ajustado de 0,70, Por su parte, el puntaje, el puesto, el tamaño del lote y la mayoría de las variables de año son todas muy significativas pero lo contrario ocurre para las diferentes variedades de café. El puntaje obtenido y un alto puesto influyen positivamente el precio logrado en la subasta. Un aumento de un punto en el puntaje resulta en una prima de precio del 7,7%. El impacto de un buen puesto es aún más fuerte. Un café que haya obtenido el primer puesto en la competencia obtiene en promedio un precio 125%¹⁰ más alto que los cafés que han obtenido el cuarto puesto o pue-

tos inferiores. Los cafés que quedaron en el segundo y tercer puesto lograron primas de precio de 30% y 33% respectivamente. De acuerdo con la hipótesis, las cantidades ofrecidas tienen una influencia negativa sobre el precio obtenido en la subasta. Como la cantidad está expresada en logaritmo, el coeficiente estimado puede interpretarse como el coeficiente de flexibilidad de precio¹¹. Un aumento del 1% en el tamaño del lote conlleva una disminución del precio del 0,35%, lo cual apoya el supuesto de que la escasez, que también puede interpretarse como exclusividad, es valorada por los compradores. Más aún, con un coeficiente de flexibilidad menor a 1 se concluye que la demanda por ese café especial subastado es altamente elástica al precio (Tomek and Robinson, 2002, p.53). Un café orgánico certificado recibe una prima de precio de cerca del 22% comparado con un café no certificado, mientras que el coeficiente para la certificación del esquema Rainforest Alliance no es significativa. Esto puede deberse al hecho de que en la base de datos utilizada muy pocos cafés tienen esta certificación. Por lo tanto la importancia de los esquemas de certificación en el segmento de cafés de alta calidad necesita ser objeto de más estudio.

Todas las dummies de país de origen son muy significativas; un café procedente de Honduras, que sea de la misma calidad en términos del puntaje y el puesto obtenido en el concurso, es vendido a un precio menor comparado con los cafés de los otros países de origen considerados. El ordenamiento de los países, obtenido a través del modelo hedónico de precios, confirma la información incluida en la sección 2, que fue extraída de la literatura (Knox y Sheldon 1996, p 49). Guatemala es visto como el principal proveedor de café de alta calidad, en tanto que Honduras aún tiene que establecer una imagen como productor de café de alta calidad. Además de los cafés guatemaltecos que reciben una prima de precio de cerca del 80% sobre los cafés hondureños, los cafés de Bolivia reciben

10. Como la variable dependiente está expresada en forma logarítmica, la interpretación porcentual de la variable dummy ha sido calculada como $100 * (\exp(\beta) - 1)$ (Halvorsen y Palmquist 1980).

11. La flexibilidad del precio es el cambio porcentual en el precio de un bien asociado con un cambio del 1% en la cantidad, ceteris paribus (Houck, 1965, p. 1).

Cuadro 4. Estimaciones por MCO para el conjunto de cifras de la subasta de la Taza de Oro

Variable dependiente	Modelo Completo		Modelo Reducido 1	
	Log (precio)		Log (precio)	
Puntaje	0.077***	(14.48)	0.077***	(12.61)
1 Puesto	0.843***	(12.37)	0.838***	(9.43)
2 Puesto	0.274***	(4.16)	0.276***	(3.65)
3 Puesto	0.240***	(3.78)	0.234**	(3.29)
Log (Tamaño lote kg)	-0.347 ⁴ ***	(-10.37)	-0.345***	(-10.44)
Variedad de café				
<i>Referencia: Bourbon</i>				
Catuai	-0.002	(-0.05)	-0.065* ¹	(-2.53)
Caturra	0.041	(1.26)		
Pacamara	-0.007	(-0.11)		
Typica	0.051	(0.52)		
Otros	0.024	(0.52)		
Pais de origen				
<i>Referencia: Honduras</i>				
Bolivia	0.468***	(6.76)	0.506***	(10.47)
Brasil	0.403***	(10.08)	0.394***	(10.01)
Colombia	0.279***	(6.13)	0.319***	(7.68)
El Salvador	0.224***	(4.60)	0.217***	(4.85)
Guatemala	0.585***	(7.94)	0.611***	(12.45)
Nicaragua	0.175***	(3.83)	0.202***	(5.71)
Esquema de certificación				
<i>Referencia: Ninguna</i>				
Orgánica	0.196**	(2.67)	0.201*	(2.58)
Alianza por los Bosques	-0.047	(-0.52)	-0.049	(-1.13)
Dummies de año				
<i>Referencia: 2003</i>				
2004	0.124**	(3.11)	0.123**	(2.79)
2005	0.082*	(2.14)	0.076	(1.84)
2006	0.248***	(6.29)	0.244***	(6.13)
2007	0.565***	(13.07)	0.559***	(14.22)
R cuadrado ajustado	0.70		0.70	
Estadístico F	81.79		101.24	
No. observaciones	762		764	

Nota: ***, **, * indican significancia a los niveles de 0.1%, 1% y 5% respectivamente; los valores del estadístico t se presentan entre paréntesis; ¹ Para el modelo reducido se construyó una nueva variable de variedad: el caso de referencia es que el lote ofrecido está compuesto por una sola variedad. Los lotes que están compuestos por más de una variedad se juntan en un solo grupo para el cual se presenta el coeficiente de regresión.

Fuente: Cálculos de la autora.

una prima de precio del 60%. Los cafés colombianos y brasileños tienen un precio superior a los cafés hondureños inferior a los cafés procedentes de Guatemala o Bolivia. Una limitación de este análisis es que los precios no incluyen los costos de transporte y es claro que este hecho podría conducir a un esquema sesgado de preferencias entre países oferentes por diferencias en los costos de transporte. Por lo tanto, como una primera aproximación, se calculó la diferencia entre los precios CIF para el café en el mercado de los Estados Unidos reportados en la base de datos Comtrade de las Naciones Unidas y los precios al productor reportados por la FAO y por la Organización Internacional del Café para los años 2002 y 2003.

Los resultados indican que los costos de transporte calculados como diferencia entre los precios CIF y los precios al productor están en el rango entre US\$0,15 y US\$0,45 dólares por libra, dependiendo del país de origen. Este nivel también es reportado por otros estudios (Daviron y Ponte 2005, p. 210). Como el punto importante para nuestro análisis no es el valor absoluto de los costos de transporte sino la relación entre los países productores de café, los países se ordenaron de acuerdo con sus costos de transporte. Si los costos de transporte son un componente importante en la decisión del postor, asumimos que los países que tienen un descuento en el precio tienen altos costos de transporte y vice versa. Esto no pudo confirmarse con las cifras (ver el Anexo 2). Más aún, los resultados indican que los países que reciben una prima de precio, es decir Guatemala y Bolivia, también son países con altos costos de transporte. Por lo tanto suponemos que en el mercado cafetero en general los costos de transporte son un determinante importante, teniendo en cuenta precios al productor de US\$0,50 por libra de café verde y precios al por menor del orden de US\$3,25 por libra de café tostado. Sin embargo, considerando que los precios de subasta de los cafés especiales tienen un promedio de US\$4,51 por libra y los precios al por menor están en el rango de US\$15 a US\$50 y más por una libra de café tostado, los costos de trans-

porte pueden ser vistos como un determinante casi insignificante de los precios de subasta.

En comparación con el año base 2003 los precios pagados en los siguientes años de subasta aumentaron. Si se incluye el indicador de precio de la OIC en vez de las variables dummy de año, se puede observar la misma influencia positiva sobre el precio. Esto indica que los crecientes precios de subasta en el tiempo pueden ser causados por la tendencia creciente de los precios en el mercado mundial del café en general. Como no se pudieron obtener resultados significativos para las variedades individuales de café, se construyó una nueva variable dummy, la cual fue incluida en un modelo reducido. La nueva variable prueba la hipótesis de que lotes en donde sólo se cultiva una variedad de café reciben un precio más alto que los lotes compuestos por distintas variedades de café. Los resultados confirman esta hipótesis porque la variable «más de una variedad cultivada» tiene una influencia negativa y significativa sobre el precio, pero comparada con otras variables su influencia es baja. Más aún, los resultados con respecto al puntaje, el puesto, la calidad ofrecida y el país de origen reafirman los hallazgos del modelo completo, en el cual la mayor influencia sobre el precio la tiene el primer puesto obtenido en el concurso.

Los resultados relacionados con el valor implícito de la región de origen no pudieron incluirse debido a la ausencia de algunas observaciones, para el caso de Etiopía, o por ausencia de varianza, para el caso de Colombia. La influencia de las variables puntaje, puesto y tamaño del lote es similar a la presentada anteriormente, con una diferencia en la variable puesto en el modelo de Etiopía. Ninguna de estas tres variables ha tenido una influencia significativa en el precio, pero en contraste casi todas las dummies regionales son significativas con un alto impacto comparado con las otras variables incluidas. Esto es especialmente cierto para Etiopía; los cafés de la región Yirgacheffe reciben una prima de precio sustancial con respecto a los de Sidamo o otras regiones cafeteras etíopes. El descuento para otras regiones productoras

Cuadro 5. Estimaciones por MCO para el conjunto de datos de Colombia y Etiopía

Variable dependiente	Colombia		Etiopía	
	Log (Precio)		Log (Precio)	
Puntaje	0.066***	(4.23)	0.116***	(3.86)
1 Puesto	0.811***	(4.00)	0.081	(0.45)
2 Puesto	0.244**	(2.73)	-0.078	(-0.39)
3 Puesto	0.347	(1.15)	0.022	(0.09)
Log (tamaño lote kg)	-0.270*	(-2.15)	-0.393*	(-2.54)
Dummies regionales				
<i>Referencia: Huila/ Yirgacheffe</i>				
Cauca / Sidamo	-0.280**	(-2.97)	-0.227*	(-2.20)
Meta	0.205**	(3.36)		
Nariño	-0.130*	(-2.45)		
Tolima	-0.249***	(-3.50)		
Otros	-0.013	(-0.19)	-0.396**	(-3.00)
Dummies de año				
<i>Referencia: Año de subasta 2005</i>				
Año de subasta 2006	-0.074	(-1.44)	0.011	(0.09)
R cuadrado ajustado	0.57		0.53	
Estadístico F	14.40		8.34	
Número de observaciones	111		53	

Nota: ***, **, * indican significancia a los niveles de 0.1%, 1% y 5% respectivamente; los valores del estadístico t representan entre paréntesis.
Fuente: Cálculos de la autora.

ras de café es casi de una tercera parte con respecto a los cafés de Yirgacheffe, manteniendo los otros factores constantes. Al contrario de nuestra hipótesis, los resultados para Colombia indican que en el segmento de los cafés especiales los compradores ya diferencian entre las regiones cafeteras de ese país. En comparación con la región de referencia Huila, casi todas las otras regiones productoras venden con descuentos entre el 15% (Nariño) y el 25% (Cauca). La excepción es el café de la región del Meta, cuyos cafés reciben una prima de precio del 23% con respecto a los del Huila.

CONSIDERACIONES FINALES

Las cantidades exportadas indican que el mercado del café de origen único es aún un nicho de mercado que exhibe unas altas tasas de crecimiento y los expertos proyectan aún mayores expansiones. Muchos países productores ya han decidido invertir en el establecimiento de sistemas de apelación para el café y están tratando de formalizar estas regiones por medios legales para reforzar la creciente demanda de los consumidores por diversificación y calidad. Hasta el momento Colombia, Costa Rica, Guatemala y Etiopía son los principales actores en este cam-

po, pero en otros países también se están haciendo esfuerzos para establecer cafés regionales y promoverlos.

Los principales mercados de exportación para los cafés de origen único son los Estados Unidos y Japón. En Europa estos cafés hasta ahora están emergiendo. Esta caracterización está basada en los resultados de las subastas por Internet para cafés de origen único. En todos los casos la mitad o inclusive más de la mitad de los cafés fueron comprados por importadores o tostadores japoneses. Además, los resultados de los modelos hedónicos de precios muestran que en las subastas por Internet para los cafés especiales los principales determinantes del precio son la calidad sensorial, representada por el puntaje obtenido en el concurso de la Taza de la Excelencia, y lograr uno de los tres primeros puestos en la competencia de catación. Estos atributos se pueden comunicar con facilidad a los consumidores y por lo tanto son una valiosa herramienta de mercadeo.

Más aún, los resultados revelan que las distintas regiones cafeteras ya han establecido una reputación lo cual es valorado por los compradores del segmento de los cafés especiales. Estos hallazgos sugieren que puede ser útil seguir una estrategia de marca de origen como herramienta de mercadeo. Sin embargo, la reputación tiene que construirse y eso toma tiempo y recursos financieros. Muchos proyectos del sector cafetero están dirigidos a mejorar la calidad del café educando a los productores sobre los principales factores determinantes de la calidad en el proceso de cultivo y recolección. Esto es muy importante ya que en contraste con la industria vinícola, los productores de café venden su producto semi-terminado. Ésta es una diferencia crucial en los paralelos que con frecuencia se hacen entre los mercados del vino y del café especialmente relevante en relación con el alcance de la protección que reciben las indicaciones geográficas. Proteger todo el proceso desde la recolección hasta la tostión claramente cambiaría toda la cadena de oferta y los pa-

trones de comercio. En alguna medida ya se puede observar este cambio en el ejercicio del poder a lo largo de la cadena de oferta. Etiopía ya está patentando el uso de los terminos Harrar, Sidamo y Yirgacheffe y existe la tendencia a que los tostadores de cafés especiales hagan contacto directo con los productores para asegurar que el café que ellos compran tenga el origen y calidad deseados (Ponte 2002, p. 7).

Los resultados han mostrado que los cafés de origen único obtienen precios considerablemente más altos y ofrecen la oportunidad de crear una posición de venta única, ya sea para el país en su totalidad, una región o un agricultor individual. Jamaica ha tenido mucho éxito en crear una posición vendedora única que se refleja en la increíble prima de precio que estos cafés obtienen en el mercado minorista de los Estados Unidos. Lo que es necesario anotar en este contexto es que muchos expertos en café no consideran que el café Blue Mountain de Jamaica sea de una calidad extraordinaria. Sin embargo los consumidores valoran este café exótico y para la industria cafetera de Jamaica no es importante si estas valoraciones están basadas en una calidad objetiva o en una percepción. Este punto lleva a la conclusión que los cafés de origen único son cafés que cuentan una historia. El éxito de un café con indicaciones geográficas dependerá de manera crucial de la historia que cuente. Esta tendencia a contar una historia puede observarse particularmente en las subastas por Internet de la Taza de la Excelencia. Mientras en los primeros años la Taza de la Excelencia sólo ofrecía una información limitada sobre el cafetero premiado, hoy en día está disponible toda una historia sobre el café la cual incluye información agronómica, datos personales del agricultor y fotos de la finca. Con frecuencia se usa esto como una herramienta de mercadeo en el mercado del consumidor. Los consumidores que están comprando esta clase de café ya no compran productos anónimos; ellos toman un café cultivado por Isaías Cantillo Osa¹².

12. Él fue el productor de café que ganó la subasta colombiana de la Taza de la Excelencia en el año 2007.

Anexo 1. Estadísticas descriptivas del conjunto de datos

	Cifras de La Taza de Oro 2003 - 2007	País	
		Colombia	Etiopía
Precio (en US\$/lb)			
Promedio	4.51	4.31	2.94
Min	1.20	1.85	1.50
Max	49.75	19.10	10.65
Puntaje			
Promedio	86.79	86.81	87.94
Min	80.25 ¹	84.05	85.03
Max	95.85	93.72	92.50
Tamaño lote (en kg)			
Promedio	1,395	1,202	1,286
Min	620	980	480
Max	8,417	5,253	2,22
Orígenes	Bolivia, Brasil, Colombia, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua	Cauca, Huila, Meta, Nariño, Tolima, Otros	Sidamo, Yirgacheffe, Otros
Variedad de café	Bourbon, Catuai, Caturra, Pacamara, Typica, Otros	Colombia	N/A
Esquemas de certificación (No.)			
Orgánico	18	2	N/A
Alianza para los Bosques	12	9	
None	737	100	
No. observaciones	767	111	53
Número de cafés comprados por			
Compañía japonesa			
Compañía norteamericana	369	67	28
Compañía europea	194	15	18
Otras	167	23	5
N/A	31	5	1
	6	-	1

Notas: En la competencia Taza de Oro que tuvo lugar Nicaragua, 2003, el requisito era un puntaje de 80 en vez de 84. Esto se cambió en 2004. N/A: cifras no disponibles.

Fuente: Cálculos de la autora.

Anexo 2. Costos de transporte

	Diferencia precio US CIF y precio al productor, US\$ por libra, 2002	Diferencia entre precio US CIF y precio al productor en US\$ por libra, 2003
Bolivia	0.297	0.361
Brasil	0.223	0.317
Colombia	0.272	0.393
El Salvador	0.329	0.379
Guatemala	0.415	0.382
Honduras	0.149	0.107
Nicaragua	0.152	0.183

Fuente: Cálculos de la autora con base en FAOSTAT, Bases de datos OIC y Comtrade de Naciones Unidas

Referencias Bibliográficas

Anacafé – Asociación Nacional del Café de Guatemala (2006), Atlas Cafetero 2006/2007. Mapping Hallmarks of Recognition. Disponible en línea en http://www.guatemalancoffee.com/GCContent/GCeng/notas_abril2006/CoffeAtlas_Eng.asp (se consultó en enero 30, 2007)

APCA – Asociación de Productores de Café Genuino Antigua, página Web: <http://www.antiguacoffee.org/index.php?idioma=ENG> (visitada en enero 25, 2007)

Calboli, I. (2006). Expanding the Protection of Geographical Indications of Origin under TRIPS: Old Debate or New Opportunity? Marquette University Law School Legal Studies Research Paper Series, Research Paper No. 06-19. Wisconsin: Marquette University Law School.

Taza de la Excelencia – página Web, <http://www.cupofexcellence.org> (consultada en enero 28, 2007).

CTM-Online, Community Trade Mark Consultation Service: http://oami.europa.eu/CTMOnline/RequestManager/de_SearchBasic?transition=start&source=Log-in.html&language=en&application=CTMOnline (consultada en enero 30, 2007).

Daviron, B. y S. Ponte (2005), *The Coffee Paradox*. Londres: Zed Books.

Donnet, M.L. y D.D. Weatherspoon (2006), Effect of Sensory and Reputation Quality Attributes on Specialty Coffee Prices. Artículo seleccionado, preparado para presentarlo ante la Reunión Anual del American Agricultural Economics Association, Long Beach, California, julio 23-26, 2006.

Oficina de Propiedad Intelectual de Etiopía (EIPO), Carta a Jim Donald, Gerente General de Starbucks Corporation, noviembre 3, 2006. Disponible en línea en http://www.ethiopianembassy.org/TradeMarkCampaign/EIPO_to_Jim_Donald.pdf (se consultó en enero 29, 2007)

Oficina de Propiedad Intelectual de Etiopía (EIPO), Carta a Rob Stephen, Presidente de la Junta Directiva de Specialty Coffee Association of America, octubre 12, 2006. Disponible en línea en http://www.ethiopianembassy.org/TradeMarkCampaign/EIPO_to_Specialty_Coffee_Association_of_America.pdf (se consultó en enero 29, 2007).

Comisión Europea (2006), el Consejo adopta mejores normas sobre la calidad de los productos agrícolas. IP/06/339, fecha 20/03/2006.

Comisión Europea (2004), Protection of Geographical Indications, Designations of Origin and Certificates of Specific Character for Agricultural Products and Foodstuffs. Guide to Community Regulations, 2da. Edición. Bruselas: EEDGA.

Comisión Europea (2003), Why do Geographical Indications matter to us? Bruselas, 30 de julio de 2003. Disponible en línea en: http://ec.europa.eu/trade/issues/sectoral/intell_property/argu_en.htm (consultado en enero 13, 2007)

Federación Nacional de Cafeteros de Colombia (FNC), Página Web Cafés Especiales Colombianos. Disponible en línea en http://www.cafedecolombia.com/nuestrosprod/cafespeciales/pag_csc.html (consultado en enero 20, 2007)

García Muñoz-Nájara, L.A. (2001), Some Notes on the Protection of Appellations of Origin in Countries with Emerging Economies: The Andean Community. Document presented on the Symposium on the International Protection of Geographical Indications organized by WIPO and the national Directorate for Industrial Property (DNPI). Montevideo, noviembre 28 y 29. Disponible como documento WIPO/WIPO/GEO/MVD/01/06.

Página Web de GeoCafe. Disponible en línea en <http://edcintl.cr.usgs.gov/geocafe/index.php> (consultado en enero 29, 2007)

Gerz, A. y J. Avelino (2006), Costa Rican Arabica Coffee: Legitimacy for Specialty. En: van de Kop, P., D. Sautier y A. Gerz (eds.), *Origin-based Products. Lessons for Pro-Poor Market Development*. Bulletin 372. KIT Publishers, Amsterdam: 65-74.

Giovannucci, D., J. Leibovich, D. Pizano, G. Paredes, S. Montenegro, H. Arevalo, P. Varangis (2002), Informe del Estudio sobre el Sector Cafetero Colombiano No. 24600-CO. Washington: Banco Mundial.

Halvorsen, R. y R. Palmquist (1980), The Interpretation of Dummy Variables in Semilogarithmic Equations. *The American Economic Review*, Vol. 70 (3), 474-475.

Houck, J.P. (1965), The Relationship of Direct Price Flexibilities to Direct Price Elasticities. *Journal of Farm Economics* Vol. 47 (3), 789-792.

Josling, T. (2006), The War on Terror. *Journal of Agricultural Economics*, 57 (3): 337-363.

Kaplinski, R. y R. Fitter (2004), Technology and Globalisation: Who Gains when Commodities are De-Commodified? *International Journal of Technology and Globalisation* 1 (1): 5-28.

Knox, K. y J. Sheldon Huffaker (1996), *Coffee Basics: A Quick and Easy Guide*. Nueva York: Wiley & Sons.

Lewin, B., D. Giovannucci y P. Varangis (2004), *Coffee Markets. New Paradigms in Global Supply and Demand*. Agriculture and Rural Development Discussion Paper 3. Washington: Banco Mundial.

Liebig, K. (2000), Der Schutz geistiger Eigentumsrechte in Entwicklungsländern: Verpflichtungen, Probleme, Kontroversen. Wissenschaftliches Gutachten im Auftrag der Enquete-Kommission des Deutschen Bundestages „Globalisierung der Weltwirtschaft-Herausforderungen und Antworten“, Bonn.

Lu, Z. (2006), Out of the Blue. *China Daily*, 01/23/2006. Disponible en línea en http://www.chinadaily.com.cn/english/doc/2006-01/23/content_514577.htm (consultado en enero 29, 2007).

- Mawardi, S. (2005), Geographical Indication Application in Indonesia: Opportunities and Challenges. Documento presentando ante el «Seminario sobre Indicaciones Geográficas: una Tierra de Oportunidades», Hanoi (Vietnam), 15-16 nov. de 2005.
- Neilson, J. (2005), Geographical identities along the coffee supply chain from Toraja to Tokio. En: Fold, N. y B. Pritchard (eds.), *Cross-Continental Food Chains*. Nueva York: Routledge.
- Diario Oficial de la Unión Europea, C 320/17, 28.12.2006. Disponible en línea en http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/site/en/oj/2006/c_320/c_32020061228en00170020.pdf (consultado en enero 22, 2007).
- Ponte, S. (2002), *Standards, Trade and Equity: Lessons from the Specialty Coffee Industry*. CDR Working Paper 02.13, noviembre 2003. Copenhagen: Centre for Development Research.
- SCAA – Specialty Coffee Association of America (2007): Fact sheet about the specialty Coffee Association of America. Disponible en línea en <http://www.scaa.org/pdfs/Press-About-SCAA.pdf> (Consultado en enero 10, 2007).
- SCAA (2006), Geographic Indications for the Origin of Coffee. Statement of the Specialty Coffee Association of America, Agosto 08, 2006. Disponible en línea en <http://www.scaa.org/pdfs/news/SCAA-GI-Ethiopia-Statement0806.pdf> (consultado en enero 20, 2007).
- Santos, J.F. y J. C. Ribeiro (2005), Product Attribute Saliency and Region of Origin: some Empirical Evidence from Portugal. Paper prepared for presentation at the 99th seminar of the EAAE 'The Future of Rural Europe in the Global Agri-Food system', Copenhagen, Dinamarca, agosto 24-27, 2005.
- Schamel, G. (2006), Auction Markets for Specialty Food Products with Geographical Indications. Artículo presentado a la 26th Conferencia de la Asociación Internacional de Economistas Agrícolas que tuvo lugar en Gold Coast, Queensland, Australia, en agosto 12-18, 2006.
- Schamel, G. y K. Anderson (2003), Wine Quality and Varietal, Regional and Winery Reputations: Hedonic Prices for Australia and New Zealand. *The Economic Record*, 79 (246): 357-369.
- Schulte, C. (2005), Smelling the Coffee? *Trademark World*, octubre 2005.
- TESS – Trademark Electronic Search System: <http://tess2.uspto.gov/bin/gate.exe?f=search&state=vqb7ym,1,1> (consultado en enero 30, 2007).
- Thévenod-Mottet, E. (2006), GIs legal and institutional issues. SINER-GI, WP1, Informe, versión final.
- Tomek, W.G. y K.L. Robinson (2002), *Agricultural Product Prices*. 4th ed., Itaca y Londres: Cornell University Press.
- Van Caenegem, W. (2004), Registered GIs: Intellectual Property, Agricultural Policy and International Trade. *European Intellectual Property Review*, 26 (4): 170-181.
- Van de Kop, P., D. Sautier y A. Gerz (eds.) (2006), *Origin-Based Products. Lessons for Pro-Poor Market Development*. Bulletin 372. KIT Publishers, Amsterdam.
- Wooldridge, J.M. (2003), *Introductory Econometrics. A Modern Approach*, 2nd Edition. South-Western; Thomson.
- World Intellectual Property Organization (WIPO) (2007), Intellectual Property Digital Library > Lisbon Structured Search. Disponible en línea en <http://www.wipo.int/ipdl/en/search/lisbon/search-struct.jsp> (consultado en enero 30, 2007).
- Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (WIPO) (2004), Intellectual Property as a Lever for Economic Growth. The Latin American and Caribbean Experience. *WIPO Magazine*, Enero – Febrero 2004: 2-5.
- Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (WIPO) (2003), Economic Importance of Trademarks and Geographical Indications and their Use in Commerce. Document prepared by the International Bureau of WIPO. WIPO/TM/BEY/03/3.
- Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (WIPO) (2002), Geographical Indications: Historical Background, Nature of Rights, Existing Systems for Protection and Obtaining Protection in Other Countries. Document SCT/8/4. Geneva: WIPO.

INFORMACIÓN ESTADÍSTICA



PRODUCCIÓN

- Cuadro No. 1: **Producción mundial total de café verde**
Años Cosecha 2001/02 – 2006/07
- Cuadro No. 2: **Colombia – volumen y valor de la producción registrada de café verde**
Años Cafeteros 2000/01 – 2006/07

EXPORTACIÓN

- Cuadro No. 3: **Exportación mundial de café verde a todo destino**
Años Cafeteros 2001/02–2006/07
- Cuadro No. 4: **Exportaciones de café colombiano según países de destino**
Años Cafeteros 2001/02 – 2006/07
- Cuadro No. 5: **Exportaciones colombianas de café según puertos de embarque**
Años Cafeteros 1999/00 – 2006/07
- Cuadro No. 6: **Exportaciones colombianas por tipos de café**
Años cafeteros 1999/00 – 2006/07
- Cuadro No. 7: **Volumen y valor de las exportaciones colombianas de café.**
Años Cafeteros 1999/00 – 2006/07

CONSUMO E IMPORTACIÓN

- Cuadro No. 8: **Consumo interno de café verde en países productores**
Años Cosecha 2000/01 – 2006/07.

PRECIOS

- Cuadro No. 9: **Precios indicativos según grupos de la Organización Internacional del Café**
Años Cafeteros 1997/98 – 2006/07
- Cuadro No.10: **Colombia – precio externo, precio interno y tasa de cambio**
Promedios 1999/00 – 2006/07

Cuadro 1. PRODUCCIÓN MUNDIAL TOTAL DE CAFE VERDE

Años Cosecha 2001/02 - 2006/07

Millones de sacos de 60 kilos

Países	Calidad de Café	01/02		02/03		03/04		04/05		05/06		06/07*	
		s/s	%	s/s	%	s/s	%	s/s	%	s/s	%	s/s	%
Total Mundial		108,2	99,9	123,4	98,8	105,5	98	117,5	100,0	111,6	100,0	122,76	100,0
Cosechas Abr - Mar		43,4	40,0	61,5	49,8	41,5	39,2	53,9	45,9	47,7	42,8	56,9	46,4
Brasil	(ANL/R)	30,8	28,5	48,5	39,3	28,8	27,3	39,3	33,4	32,9	29,5	42,5	34,6
Ecuador	(AS/R)	0,9	0,8	0,7	0,6	0,8	0,7	0,9	0,8	1,1	1,0	1,2	1,0
Papúa-N.Guinea	(AS/R)	1,1	1,0	1,1	0,9	1,2	1,1	1,0	0,8	1,3	1,1	0,8	0,6
Perú	(AS)	2,7	2,5	2,9	2,3	2,6	2,5	3,4	2,9	2,4	2,2	4,3	3,5
Indonesia	(R/AS)	6,8	6,3	6,8	5,5	6,6	6,2	7,5	6,4	8,7	7,8	6,8	5,5
Madagascar	(R/AS)	0,1	0,1	0,4	0,4	0,4	0,4	0,5	0,4	0,6	0,5	0,6	0,5
Otros		0,9	0,8	1,0	0,8	1,1	1,0	1,3	1,1	0,7	0,6	0,9	0,7
Cosechas Jul - Jun		2,6	2,4	2,7	2,3	2,1	2,0	2,5	2,1	2,0	1,8	2,4	1,9
Rep.Dominicana	(AS)	0,4	0,4	0,5	0,4	0,4	0,3	0,5	0,4	0,5	0,4	0,4	0,3
Tanzania	(AS/R)	0,6	0,6	0,8	0,7	0,6	0,6	0,8	0,6	0,7	0,6	0,8	0,6
Otros		1,5	1,4	1,5	1,2	1,1	1,1	1,2	1,1	0,8	0,7	1,2	1,0
Cosechas Oct - Sep		62,2	57,5	57,7	46,7	60,2	57,1	59,5	50,6	60,2	54,0	61,9	50,4
Colombia	(AS)	12,0	11,1	11,9	9,6	11,2	10,6	12,0	10,2	12,3	11,0	12,2	9,9
Costa Rica	(AS)	2,1	2,0	1,9	1,5	1,8	1,7	1,9	1,6	1,8	1,6	1,8	1,4
El Salvador	(AS)	1,7	1,6	1,4	1,2	1,5	1,4	1,4	1,2	1,5	1,3	1,2	1,0
Etiopia	(ANL)	3,8	3,5	3,7	3,0	3,9	3,7	5,0	4,3	4,5	4,1	5,0	4,1
Guatemala	(AS/R)	3,7	3,4	4,1	3,3	3,6	3,4	3,7	3,2	3,7	3,3	3,8	3,1
Honduras	(AS)	3,0	2,8	2,5	2,0	3,0	2,8	2,6	2,2	3,2	2,9	2,7	2,2
India	(AS/R)	5,0	4,6	4,6	3,7	4,5	4,3	4,7	4,0	4,6	4,1	4,8	3,9
Kenia	(AS)	1,0	0,9	0,9	0,8	0,7	0,6	0,8	0,6	0,7	0,6	0,8	0,7
México	(AS/R)	4,2	3,9	4,4	3,5	4,2	4,0	3,9	3,3	4,0	3,6	4,2	3,4
Nicaragua	(AS)	1,1	1,0	1,2	1,0	1,5	1,5	1,1	1,0	1,7	1,5	1,3	1,0
Camerún	(R/AS)	0,7	0,6	0,8	0,6	0,9	0,9	0,7	0,6	0,8	0,8	0,8	0,6
Costa de Marfil	(R)	3,6	3,3	3,1	2,5	2,7	2,5	2,3	2,0	2,4	2,1	2,5	2,0
R.D. del Congo (Zaire)	(R/AS)	0,4	0,4	0,3	0,3	0,4	0,4	0,4	0,3	0,3	0,3	0,4	0,3
Tailandia	(R)	0,7	0,7	0,7	0,6	0,8	0,8	0,9	0,8	1,0	0,9	1,0	0,8
Uganda	(R/AS)	3,2	2,9	2,9	2,3	2,6	2,5	2,6	2,2	2,2	1,9	2,4	1,9
Vietnam	(R/AS)	13,1	12,1	11,6	9,4	15,2	14,4	14,2	12,1	13,6	12,2	15,5	12,6
Otros		3,0	2,7	1,7	1,4	1,7	1,6	1,4	1,2	1,9	1,7	1,6	1,3
Otros países productores	**	N.A		1,5	1,2	1,768	1,7	1,6	1,3	1,6	1,4	1,6	1,3

* Preliminar.

** Guinea Ecuatorial, Guyana, Laos, Liberia, Malasia, Nueva Caledonia y Yemen

(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.

FUENTES: U.S. Department of Agriculture - Foreign Agriculture Service, junio/99, diciembre/99 y junio/00; Horticultural and Tropical Products Division, FAS/USDA, junio/02; Neumann Kaffee Gruppe, Statistical Unit-Quarterly Report I/99, III/99, II y III/00, y III y IV/01; Ministerio de Industria y Comercio del Brasil; Empresa Brasileña de Investigaciones Agropecuarias (EMBRAPA); Informe visita a Brasil Segundo Semestre 2000, FNC- Gerencia Técnica; F.O.

Licht's, International, Coffee Report, nov 8/00; Complete Coffee Coverage, diciembre 22/99, julio 2 y 11/02;

FNC; OIC - Coffee Statistics; LMC Coffee Quarterly May/2003

Cuadro 2. COLOMBIA - VOLUMEN Y VALOR DE LA PRODUCCIÓN REGISTRADA DE CAFE VERDE

Años Cafeteros 2000/01 - 2006/07

Años Cafeteros	Miles s/s 60 kilos	Millones \$ corrientes	Millones \$ constantes de sep/05
00/01	10.519	2.015.309	2.726.837
01/02	11.950	2.061.404	2.632.179
02/03	11.712	2.345.812	2.796.367
03/04	11.053	2.438.551	2.743.150
04/05	11.430	3.521.919	3.772.513
05/06	11.952	3.531.348	3.531.348
06/07	12.153	3.700.114	3.533.609

Fuente : FNC - Gerencia Financiera.

Cuadro 3. Exportación mundial de café verde a todo destino
Años Cafeteros 2001/02 - 2006/07

Millones de sacos de 60 kilos

PAISES	Calidad de Café	01/02		02/03		03/04		04/05		05/06		06/07*	
		S/S	%	S/S	%	S/S	%	S/S	%	S/S	%	S/S	%
TOTAL MUNDIAL		85,9	100	87,7	100	88,4	100	87,6	100	88,2	100	96,7	100,0
Cosechas Abr - Mar		35,3	41,0	37,9	43,1	35,5	40,2	38,2	43,7	37,1	42,1	39,1	40,4
Brasil	(ANL/R)	26,0	30,2	27,6	31,4	25,2	28,5	26,4	30,2	25,5	28,9	28,7	29,7
Ecuador	(AS/R)	0,6	0,7	0,7	0,8	0,6	0,7	0,8	0,9	0,9	1,1	1,0	1,1
Papúa-N. Guinea	(AS/R)	1,0	1,2	1,1	1,3	1,1	1,3	1,1	1,3	1,0	1,1	0,8	0,8
Perú	(AS)	2,7	3,1	2,7	3	2,6	3,0	2,9	3,3	3,1	3,5	3,5	3,7
Indonesia	(R/AS)	4,1	4,8	4,7	5,3	4,9	5,5	6,0	6,8	5,7	6,5	4,1	4,3
Madagascar	(R/AS)	0,107	0,1	0,2	0,2	0,2	0,2	0,1	0,1	0,2	0,2	0,1	0,1
Otros		0,8	0,9	1,0	1,1	0,8	1,0	1,0	1,1	0,6	0,7	0,7	0,8
Cosechas Jul - Jun		0,9	1,1	1,2	1,5	0,8	0,9	1,0	1,1	1,0	1,1	0,9	1,0
Rep. Dominicana	(AS)	0,114	0,1	0,1	0,2	0,1	0,1	0,0	0,0	0,1	0,1	0,1	0,1
Tanzania	(AS/R)	0,6	0,7	0,8	1,0	0,6	0,6	0,7	0,9	0,7	0,8	0,7	0,7
Otros		0,2	0,3	0,2	0,3	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,1	0,1
Cosechas Oct - Sep		49,7	57,8	48,6	55,4	52,2	58,9	48,4	55,2	50,1	56,9	56,7	58,6
Colombia	(AS)	10,6	12,4	10,5	12	10,2	11,5	10,8	12,4	10,7	12,2	11,2	11,6
Costa Rica	(AS)	1,9	2,2	1,7	1,9	1,5	1,7	1,5	1,7	1,3	1,5	1,3	1,4
El Salvador	(AS)	1,5	1,7	1,3	1,5	1,3	1,5	1,3	1,5	1,3	1,4	1,2	1,2
Etiopía	(ANL)	1,9	2,3	2,3	2,6	2,4	2,7	2,6	3,0	2,7	3,1	2,9	3,0
Guatemala	(AS/R)	3,3	3,9	4,0	4,5	3,3	3,7	3,5	3,9	3,3	3,8	3,7	3,9
Honduras	(AS)	2,6	3,0	2,4	2,8	2,8	3,2	2,4	2,7	2,9	3,3	3,2	3,3
India	(AS/R)	3,4	4,0	3,5	4	3,9	4,4	2,7	3,0	3,6	4,1	3,1	3,2
Kenia	(AS)	0,8	0,9	0,9	1	0,8	0,9	0,7	0,8	0,6	0,7	0,7	0,7
México	(AS/R)	2,9	3,4	2,6	2,9	2,4	2,7	1,8	2,1	2,5	2,8	2,9	3,0
Nicaragua	(AS)	0,9	1,1	1,0	1,1	1,3	1,4	1,0	1,1	1,4	1,6	1,2	1,3
Camerún	(R/AS)	0,6	0,7	0,7	0,8	0,8	0,9	0,7	0,8	0,8	0,9	0,7	0,8
Costa de Marfil	(R)	3,3	3,8	2,4	2,7	2,5	2,9	2,0	2,3	2,1	2,4	2,5	2,6
R. D. del Congo (Zaire)	(R/AS)	0,2	0,1	0,2	0,2	0,3	0,3	0,2	0,2	0,1	0,2	0,1	0,1
Tailandia	(R)	0,1	0,1	0,2	0,2	0,3	0,4	0,3	0,3	0,6	0,6	0,3	0,3
Uganda	(R/AS)	3,2	3,7	2,8	3,2	2,7	3,0	2,5	2,8	2,0	2,3	2,7	2,8
Vietnam	(R/AS)	12,0	13,9	11,6	13,2	14,9	16,8	14,0	16,0	13,2	15,0	18,2	18,8
Otros		0,5	0,6	0,7	0,8	0,8	0,9	0,6	0,6	0,9	1,1	0,6	0,7

(*) 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.

Cuadro 4. Exportaciones de café colombiano según países de destino
Años Cafeteros 2001/02 - 2006/07

Miles de sacos de 60 kilos

PAISES	01/02		02/03		03/04		04/05		05/06		06/07	
	Sacos	%	Sacos	%	Sacos	%	Sacos	%	Sacos	%	Sacos	%
TOTAL	10.625	99,9	10.499	100,0	10.220	100,0	11.032	100,0	10.752	100	11.177	100
AMERICA	4.153	39,1	4.260	40,6	4.368	42,7	4.533	41,1	4.532	42,2	4.659	41,7
Estados Unidos	3.419	32,2	3.633	34,6	3.638	35,6	3.817	34,6	3.793	35,3	3.968	35,5
Canadá	594	5,6	499	4,8	591	5,8	627	5,7	602	5,6	563	5,0
Argentina	13	0,1	9	0,1	12	0,1	7	0,1	8	0,1	8	0,1
Otros (1)	128	1,2	120	1,1	127	1,2	83	0,7	131	1,2	119	1,1
EUROPA	4.721	44,4	4.630	44,1	3.981	39	4.445	40,3	4.363	40,6	4.768	42,7
Unión Europea	4.540	42,8	4.415	42,1	3.738	36,6	4.136	37,4	4.181	39,0	4.555	40,8
Alemania	1.784	16,8	1.872	17,8	1.342	13,1	1.451	13,1	1.472	13,7	1.436	12,9
Bélgica	575	5,4	627	6,0	510	5,0	701	6,4	546	5,1	779	7,0
Italia	252	2,4	250	2,4	280	2,7	391	3,5	386	3,6	407	3,6
Reino Unido	306	2,9	311	3,0	266	2,6	367	3,3	441	4,1	448	4,0
Suecia	281	2,6	238	2,3	262	2,6	267	2,4	267	2,5	315	2,8
Países Bajos	262	2,5	252	2,4	240	2,4	173	1,6	209	1,9	225	2,0
España	244	2,3	250	2,4	220	2,1	234	2,1	275	2,6	290	2,6
Finlandia	212	2,0	141	1,3	171	1,7	175	1,6	203	1,9	228	2,0
Francia	340	3,2	202	1,9	163	1,6	153	1,4	158	1,5	17	0,1
Dinamarca	111	1,0	104	1,0	117	1,1	91	0,8	64	0,6	63	0,6
República Checa	53	0,5	62	0,6	46	0,5	57	0,5	6	0,1		
Polonia	44	0,4	45	0,4	42	0,4	16	0,1	72	0,7	64	0,6
Portugal	16	0,2	23	0,2	22	0,2	20	0,2	16	0,1	33	0,3
Austria	21	0,2	11	0,1	19	0,2	8	0,1	1	0,0		
Grecia	18	0,2	13	0,1	17	0,2	16	0,1	15	0,1	18	0,2
Otros U. Europea	24	0,2	14	0,2	20	0,2	17	0,2	50	0,5	231	2,1
Otros Europa	181	1,7	215	2,0	243	2,4	309	2,8	182	1,7	213	1,9
Noruega	111	1,0	145	1,4	147	1,4	155	1,4	117	1,1	148	1,3
Rusia	19	0,2	18	0,2	56	0,5	72	0,6	55	0,5	61	0,5
Suiza	14	0,1	31	0,3	9	0,1	37	0,3	5	0,0	1	0,0
Otros (2)	37	0,4	21	0,2	31	0,3	45	0,4	4	0,0	4	0,0
OTROS PAISES	1.752	16,4	1.609	15,3	1.871	18,3	2.054	18,6	1.856	17,3	1.750	15,7
Japón	1.482	13,9	1.316	12,5	1.569	15,4	1.679	15,2	1.495	13,9	1.313	11,7
Corea del Sur	88	0,8	125	1,2	130	1,3	205	1,9	150	1,4	190	1,7
Australia	32	0,3	33	0,3	36	0,4	43	0,4	45	0,4	51	0,5
Otros (3)	149	1,4	135	1,3	136	1,3	126	1,1	167	1,6	195	1,7

(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: Grupo Información Comercial - FNC

Cuadro 5. EXPORTACIONES COLOMBIANAS DE CAFE SEGUN PUERTOS DE EMBARQUE

Años Cafeteros 1999/00 - 2006/07

Miles de sacos de 60 Kilos

Años Cafeteros	Buenaventura		Cartagena		Santa Marta		Otros *		T o t a l	
	Sacos	%	Sacos	%	Sacos	%	Sacos	%	Sacos	%
1999/00	6.360	70,2	1.815	20,0	818	9,0	73	0,8	9.065	100,0
2000/01	5.985	63,2	2.782	29,4	618	6,5	88	0,9	9.473	100,0
2001/02	6.948	65,4	3.174	29,9	311	2,9	197	1,9	10.629	100,0
2002/03	7.588	72,3	2.356	22,4	416	4,0	139	1,3	10.499	100,0
2003/04	6.782	66,4	3.012	29,5	320	3,1	106	1,0	10.220	100,0
2004/05	6.579	59,6	4.180	37,9	219	2,0	52	0,5	11.032	100,0
2005/06	5.655	52,6	4.728	44,0	285	2,6	84	0,8	10.752	100,0
2006/07	5.138	46,0	5.696	51,0	274	2,4	69,253	0,6	11.177	100,0

* Barranquilla, Bogotá, Medellín, Cúcuta e Ipiales.

Fuente: Grupo Información Comercial - FNC

Cuadro 6. EXPORTACIONES COLOMBIANAS POR TIPOS DE CAFE

Años Cafeteros 1999/00 - 2006/07

Equivalente en miles de sacos de 60 kilos de café verde

Años Cafeteros	VERDE		SOLUBLE		EXTRACTO		OTROS *		TOTAL	
	Sacos	Indice	Sacos	Indice	Sacos	Indice	Sacos	Indice	Sacos	Indice
1999/00	8.423	86,5	596	121,3	32	79,4	15	29,5	9.065	87,8
2000/01	8.841	90,7	594	120,9	34	83,7	4	7,9	9.473	91,8
2001/02	10.003	102,7	593	120,6	27	67,2	6	11,4	10.629	103,0
2002/03	9.914	101,8	557	113,4	19	46,5	9	17,7	10.499	101,7
2003/04	9.566	98,2	614	125,0	24	59,7	16	32,2	10.220	99,0
2004/05	10.352	106,3	640	130,2	23	58,4	17	33,4	11.032	106,9
2005/06	10.110	103,8	604	122,9	19	48,5	18	36,5	10.752	104,1
2006/07	10.587	108,7	560	113,9	16	39,7	14	28,8	11.177	108,3

* Tostado y Molido.

Fuente: Grupo Información Comercial - FNC

Cuadro 7. VOLUMEN Y VALOR DE LAS EXPORTACIONES COLOMBIANAS DE CAFÉ Años Cafeteros 1999/00 - 2006/07

Miles sacos de 60 kilos

Años Cafeteros	FEDERACION		PARTICULARES		TOTAL	
	Sacos	%	Sacos	%	Sacos	%
99/00	3.268	36,0	5.798	64,0	9.065 (*)	100,0
00/01	3.415	36,1	6.057	63,9	9.473 (*)	100,0
01/02	3.400	32,0	7.229	68,0	10.629 (*)	100,0
02/03	2.532	24,2	7.947	75,8	10.478 (*)	100,0
03/04	2.913	28,7	7.241	71,3	10.154 (*)	100,0
04/05	2.827	25,6	8.204	74,4	11.032 (*)	100,0
05/06	3.179	29,6	7.573	70,4	10.752 (*)	100,0
06/07	2.447	21,9	8.730	78,1	11.177	100,0

US\$ Millones

Años Cafeteros	FEDERACION		PARTICULARES		TOTAL	
	US\$	%	US\$	%	US\$	%
99/00	432	34,5	821	65,5	1.253	100
00/01	318	34,9	594	65,1	912	100
01/02	267	31,0	594	69,0	861	100
02/03	221	28,8	546	71,2	767	100
03/04	304	30,7	685	69,3	989	100
04/05	416	26,7	1.142	73,3	1.558	100
05/06	488	30,5	1.114	69,5	1.602	100
06/07	425	23,5	1.379	76,5	1.804	100

(**) Preliminar. (1) Facturación.

Fuentes: FNC- Gerencias Comercial y Financiera.

Cuadro 8. CONSUMO INTERNO DE CAFÉ VERDE EN PAISES PRODUCTORES

Años Cosecha 2000/01 - 2006/07

Millones de sacos 60 kilos

Países	Calidad de Café	00/01		01/02		02/03		03/04		04/05		05/06		06/07*	
		s/s	%	s/s	%	s/s	%	s/s	%	s/s	%	s/s	%	s/s	%
Total Mundial		26,5	100	27,4	100	27,5	100	28,6	100	29,7	100	30,5	100	30,9	100
Cosechas Abr - Mar		15,5	58,4	16,0	58,6	16,2	58,7	16,9	59,3	17,8	60,1	18,5	60,7	18,9	61,1
Brasil	(ANL/R)	13,3	50,1	13,5	49,3	13,8	49,9	14,2	49,7	15,0	50,4	15,6	51,2	16,0	51,7
Ecuador	(AS/R)	0,2	0,8	0,2	0,7	0,2	0,5	0,2	0,5	0,2	0,5	0,2	0,5	0,2	0,5
Papúa-N. Guinea	(AS/R)	0,0	0,0	0,0	-	0,0	-	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Perú	(AS)	0,1	0,5	0,1	0,4	0,1	0,4	0,2	0,5	0,2	0,5	0,2	0,5	0,2	0,5
Indonesia	(R/AS)	1,7	6,3	2,0	7,3	1,8	6,7	2,0	7,0	2,0	6,7	2,0	6,6	2,0	6,5
Madagascar	(R/AS)	0,1	0,3	0,1	0,5	0,2	0,8	0,3	1,2	0,5	1,8	0,5	1,5	0,5	1,5
Otros		0,1	0,4	0,1	0,4	0,1	0,4	0,1	0,4	0,1	0,3	0,1	0,3	0,1	0,4
Cosechas Jul - Jun		1,717	6,5	1,7	6,4	1,8	6,3	1,9	6,5	1,9	6,4	1,9	6,3	1,9	6,2
Rep. Dominicana	(AS)	0,3	1,2	0,3	1,2	0,3	1,2	0,3	1,2	0,4	1,3	0,4	1,2	0,4	1,2
Tanzania	(AS/R)	0,0	0,1	0,0	0,1	0,0	-	0,0	0,1	0,0	0,1	0,0	0,2	0,0	0,2
Otros		1,4	5,2	1,4	5,1	1,4	5,1	1,5	5,2	1,5	5,0	1,5	4,9	1,5	4,8
Cosechas Oct - Sep		9,3	35,4	9,6	35,1	9,6	35,0	9,8	34,4	9,9	33,5	10,1	33,1	10,1	32,7
Colombia	(AS)	1,4	5,3	1,4	5,1	1,4	5,1	1,4	4,9	1,4	4,7	1,4	4,6	1,4	4,5
Costa Rica	(AS)	0,2	0,9	0,3	0,9	0,2	0,8	0,3	1,0	0,4	1,2	0,4	1,2	0,4	1,2
El Salvador	(AS)	0,1	0,4	0,2	0,6	0,2	0,6	0,2	0,5	0,2	0,6	0,2	0,7	0,2	0,7
Etiopía	(ANL)	1,7	6,3	1,8	6,7	1,8	6,7	1,8	6,4	1,8	6,2	1,8	6,0	1,8	5,9
Guatemala	(AS/R)	0,3	1,1	0,3	1,1	0,3	1,1	0,3	1,1	0,3	1,0	0,3	1,0	0,3	1,0
Honduras	(AS)	0,2	0,9	0,2	0,7	0,2	0,7	0,2	0,7	0,2	0,8	0,2	0,8	0,2	0,7
India	(AS/R)	0,9	3,5	1,1	3,9	1,1	4,1	1,2	4,1	1,3	4,2	1,3	4,4	1,3	4,3
Kenia	(AS)	0,1	0,2	0,1	0,2	0,1	0,2	0,1	0,2	0,1	0,2	0,1	0,2	0,1	0,2
México	(AS/R)	1,3	4,9	1,5	5,5	1,5	5,4	1,5	5,3	1,5	5,1	1,5	4,9	1,5	4,9
Nicaragua	(AS)	0,2	0,7	0,2	0,7	0,2	0,7	0,2	0,7	0,2	0,6	0,2	0,6	0,2	0,6
Camerún	(R/AS)	0,1	0,3	0,1	0,3	0,1	0,3	0,1	0,2	0,1	0,2	0,1	0,2	0,1	0,2
Costa de Marfil	(R)	0,3	1,2	0,3	1,2	0,3	1,2	0,3	1,1	0,3	1,1	0,3	1,0	0,3	1,0
R.D. del Congo (Zaire)	(R/AS)	0,2	0,8	0,2	0,7	0,2	0,7	0,2	0,7	0,2	0,7	0,2	0,7	0,2	0,6
Tailandia	(R)	0,5	1,9	0,5	1,8	0,5	1,8	0,5	1,8	0,5	1,7	0,5	1,6	0,5	1,6
Uganda	(R/AS)	0,1	0,5	0,1	0,5	0,1	0,5	0,1	0,5	0,1	0,4	0,1	0,4	0,1	0,5
Vietnam	(R/AS)	0,5	1,9	0,5	1,8	0,5	1,8	0,5	1,8	0,5	1,7	0,5	1,6	0,5	1,6
Otros		1,2	4,6	0,9	3,4	0,9	3,3	1,0	3,4	0,9	3,2	0,9	3,1	1,0	3,2

* 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.

FUENTES: U.S. Department of Agriculture - Foreign Agriculture Service, junio/99, diciembre/99 y junio/00; Horticultural and Tropical

Products Division, FAS/USDA, junio/02; Complete Coffee Coverage, diciembre 22/99, julio 2, 11/02; FNC; OIC-Coffee Statistics y

OIC - Coffee Market Report oct/05.

Cuadro 9. Precios indicativos según los grupos de la Organización Internacional del Café

Años Cafeteros 1997/98 - 2006/07

(Centavos de dólar por libra)

COLOMBIANOS	Oct.	Nov.	Dic.	Ene.	Feb.	Mar.	Abr.	May.	Jun.	Jul.	Ago.	Sep.	Cafetero
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	65,85	67,55	65,89
2003/04	66,17	64,39	66,68	73,76	76,53	77,97	75,22	77,17	82,51	76,13	75,35	81,02	74,41
2004/05	85,52	95,63	106,48	110,03	124,34	137,10	129,93	128,36	122,47	112,48	111,21	101,31	113,74
2005/06	108,77	111,66	106,54	129,64	123,17	117,00	119,87	113,03	106,84	109,45	116,22	112,26	114,54
2006/07	113,73	126,26	132,85	127,54	125,54	119,92	117,51	116,14	122,35	122,32	126,68	131,51	123,53
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
2003/04	64,30	62,28	64,86	72,73	76,21	78,06	75,44	76,99	82,21	74,94	73,61	80,47	73,51
2004/05	79,90	89,88	102,19	107,07	122,20	134,81	128,80	126,21	119,87	108,45	108,43	98,17	110,50
2005/06	106,09	108,81	102,68	124,26	118,46	112,20	114,65	107,96	101,21	102,77	112,13	109,36	110,05
2006/07	110,91	123,57	129,93	124,40	122,34	116,44	114,59	112,35	118,76	116,80	123,53	128,04	120,14
BRASILEROS Y O. ARABICAS													
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
2003/04	52,81	50,73	54,79	62,06	65,52	66,97	63,70	65,16	69,61	62,89	61,75	68,90	62,07
2004/05	68,63	80,20	89,17	94,00	108,05	117,03	112,82	111,89	105,08	94,66	95,66	87,02	97,02
2005/06	94,54	99,35	96,23	115,89	109,51	103,52	105,89	99,00	91,26	91,01	98,90	97,36	100,21
2006/07	97,39	109,34	115,60	111,99	109,78	102,34	100,84	99,66	105,89	105,25	112,47	116,43	107,25
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
2003/04	35,88	34,11	35,90	39,84	37,05	36,70	36,37	36,56	39,87	36,02	33,91	34,24	36,37
2004/05	31,77	34,07	38,98	39,63	44,61	50,70	53,32	58,66	62,96	60,57	55,60	50,07	48,41
2005/06	50,84	54,72	58,79	66,46	65,50	62,92	64,45	63,97	64,14	68,66	75,73	77,88	64,51
2006/07	76,26	79,67	77,71	80,55	80,97	78,95	81,64	86,06	94,76	93,47	88,51	93,61	84,35
PRECIO INDICATIVO COMPUESTO 3_/													
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
2003/04	51,72	49,81	52,44	58,69	59,87	60,80	58,80	59,91	64,28	58,46	56,98	61,47	57,77
2004/05	61,10	67,74	77,72	79,35	89,40	101,44	98,20	99,78	96,29	88,48	85,31	78,79	85,30
2005/06	82,55	85,93	86,85	101,20	97,39	92,76	94,20	90,00	86,04	88,57	95,78	95,98	91,44
2006/07	95,53	103,48	108,01	105,81	104,18	100,09	99,30	100,09	107,03	106,20	107,98	113,20	104,24

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

**Cuadro 10. COLOMBIA - PRECIO EXTERNO
PRECIO INTERNO
Y TASA DE CAMBIO
Promedios 1999/00 - 2006/07**

	PRECIO EXTERNO	PRECIO COMPRA BASE	TASA DE CAMBIO REPRESENTATIVA DEL MERCADO
	US Cts/libra Ex-dock	\$ por carga de 125 kilos Pergamino	\$ por dólar
Años Cafeteros *			
99/00	111,81	380.289	2.030,61
00/01	76,23	323.191	2.266,35
01/02	63,27	278.962	2.384,14
02/03	65,96	309.093	2.864,55
03/04	74,37	329.603	2.712,71
04/05	112,34	442.404	2.377,74
05/06	113,06	458.919	2.353,88
06/07	122,02	451.052	2.148,41
2006/07			
Octubre	112,29	429.121	2.362,61
Noviembre	122,24	475.658	2.290,52
Diciembre	131,63	509.867	2.261,56
Enero	127,17	477.403	2.236,11
Febrero	123,83	471.286	2.227,66
Marzo	119,49	440.387	2.202,49
Abril	116,96	424.708	2.145,35
Mayo	114,96	407.157	2.009,40
Junio	120,62	425.563	1.925,51
Julio	120,82	417.871	1.951,84
Agosto	125,03	449.964	2.054,48
Septiembre	129,18	483.642	2.113,37

* Octubre-Septiembre

** Además del Tipo Federación incluye el café con Prima de Calidad, adquirido mediante Factor de Rendimiento y Brocado dentro de normas.

Fuentes: FNC, Superintendencia Bancaria y OIC