

FUNDACIÓN MANUEL MEJÍA

Gestión integral hacia la calidad del café



Módulo

**COMERCIALIZACIÓN DEL CAFÉ
¿CÓMO APROVECHO EL CONOCIMIENTO
DE LA COMERCIALIZACIÓN PARA LOGRAR
EL MEJOR PRECIO DE VENTA DEL CAFÉ DE MI FINCA?**



FUNDACIÓN MANUEL MEJÍA

PROGRAMA

GESTIÓN INTEGRAL HACIA LA CALIDAD DEL CAFÉ

MÓDULO: COMERCIALIZACIÓN DEL CAFÉ

¿Cómo aprovecho el conocimiento de la comercialización para lograr el mejor precio de venta del café de mi finca?

Este material es para uso del convenio interinstitucional 031 SENA - Federación Nacional de Cafeteros - Fundación Manuel Mejía.

Mauricio Perfetti del Corral
Director Ejecutivo*

Beatriz Elena Restrepo Vargas
Coordinadora Área de Emisión Educación Virtual

Luís Hernán Cardona Orozco
Director Centro integrado de Gestión Educación para el Trabajo y el Desarrollo Humano

Gloria Marcela Calderón Zuluaga
Coordinadora Área de Educación Presencial y a Distancia

Lucía Llanes Valenzuela
Director Centro integrado de Gestión Educación Formal

Contenidos
Oficina de Comercialización Federación Nacional de Cafeteros de Colombia
Adaptación de Contenidos
Carlos Augusto Villa Henao

Juanita Arboleda Arciniegas
Director Centro integrado de Gestión Comunicación Estratégica y Gestión humana

Corrección de Texto y Estilo
Beatriz Castaño Duque

Luis Germán Botero Ortíz
Director Centro integrado de Gestión Administrativo y Financiero

Asesores Pedagógicos
Patricia Enciso Patiño
Ricardo Lucio

Claudia María Agudelo Vélez
Líder Planeación y Seguimiento

Diseño y Diagramación
Jhon Jairo Loaiza Martínez

Beatriz Ramírez Aristizabal
Erika Mosquera Ortega
Coordinadora Área de Diseño Educación Virtual

Fotografía
Gonzalo Hoyos Salazar - Cenicafé
Jhon Jairo Loaiza Martínez
Archivos Fundación Manuel Mejía

**Expresamos los agradecimientos a la Dra. María Teresa Matijasevic Arcila y a todas las personas que contribuyeron al diseño y construcción de los programas a distancia de la institución.*

ARTÍCULO 32 DE LA LEY 23 DE 1982

El siguiente material se reproduce con fines estrictamente académicos y es para uso exclusivo de los estudiantes de la Fundación Manuel Mejía, de acuerdo con el Artículo 32 de la Ley 23 de 1982, cuyo texto es el siguiente: "Es permitido utilizar obras literarias o artísticas o parte de ellas, a título de ilustración, en otras destinadas a la enseñanza, por medio de publicaciones, emisiones o radiodifusiones, o grabaciones sonoras o visuales, dentro de los límites justificados por el fin propuesto, o comunicar con propósito de enseñanza la obra radiodifundida para fines escolares, educativos, universitarios y de formación personal sin fines de lucro, con la obligación de mencionar el nombre del autor y el título de las obras utilizadas".

Este módulo es propiedad de la Fundación Manuel Mejía y tiene derechos reservados de autor. Prohibida su reproducción total o parcial por cualquier medio impreso.

PRESENTACIÓN

La calidad del café colombiano se ha destacado por muchos años en los mercados del mundo confiriéndole un gran prestigio entre los consumidores. Este reconocimiento compromete al caficultor colombiano con la producción de un café excelso de excelente calidad si lo que busca es verse beneficiado en la cadena de comercialización.

El caficultor, en el contexto actual, siempre debe garantizar la consistencia en el tiempo de la calidad del café que produce en su finca; debe responder por las técnicas de producción y por la procedencia de su café; propender por la conservación de los recursos naturales y por el mejoramiento de la calidad de vida de los trabajadores.

En este sentido a la caficultura colombiana se le han impuesto enormes retos, pero también se le abren nuevas oportunidades. Entre los retos se destacan: garantizar el cumplimiento de los estándares de alta calidad y superarlos, y ampliar la oferta de cafés especiales con mayor valor agregado para lograr niveles adecuados de rentabilidad y competitividad. Entre las oportunidades se destaca la de llegar a mercados especializados y exigentes que pagan más por un café de excelente calidad.

Así las cosas, para afrontar estos retos y aprovechar las nuevas oportunidades, es condición necesaria capacitar al talento humano cafetero colombiano. En este sentido la Fundación Manuel Mejía pone en sus manos el programa Gestión Integral Hacia la Calidad del Café, en el que se pretende aportar nuevos elementos para fortalecer su formación integral como caficultor, favoreciendo la gestión empresarial de la finca, para que con la aplicación de principios humanísticos, técnicos, administrativos y ambientales, obtenga una producción de café de alta calidad.

El programa de Gestión Integral Hacia la Calidad del Café está apoyado en el desarrollo de actividades de aplicación en la finca, hace énfasis en el mejoramiento de la calidad del café en todas las etapas productivas y reconoce su experiencia como productor de café, permitiendo así mejorar

su capacidad de análisis para enfrentar los diferentes problemas de calidad que se presenten en la finca.

Con este programa se busca fortalecer su condición como empresario cafetero, de tal forma que pueda tomar decisiones soportadas en el conocimiento que adquiera, por experiencia personal y por la de otros, con el propósito de aprovechar ese saber adquirido en la comercialización del café para lograr vender su café al mejor precio posible. Es por eso que le proponemos resolver las actividades ordenadamente, una a una, sin saltarse ninguna, así algunas le parezcan demasiado sencillas y otras muy complicadas, para no dejar de descubrir detalles importantes en el logro de sus propósitos.

**¡Lo invitamos pues a estudiar con todo entusiasmo
el programa!**

COMPETENCIA GENERAL ESPERADA

Una vez termine el programa de Gestión Integral Hacia la Calidad del Café podré afirmar que:

Produzco de manera permanente café de alta calidad en la finca, con criterios técnicos, empresariales, humanísticos y ambientales que me permitirán ser competitivo en el actual mercado globalizado.

El programa completo se desarrolla en tres niveles:

Nivel de fundamentación, mediante el desarrollo de los siguientes módulos:

Iniciación al programa: ¿Cómo estudio desde mi región en la Fundación Manuel Mejía?

Desarrollo humano: ¿Cómo fortalezco mi desarrollo personal y el progreso de mi comunidad?

Nivel de profundización, conformado por los siguientes módulos temáticos específicos:

Agroecología del cultivo de café: ¿Cómo mejoro los sistemas de producción de café en la finca para garantizar su calidad?

Tecnología del cultivo de café: ¿Cómo mejoro el proceso productivo del café en la finca para garantizar su calidad?

Cosecha y beneficio del café: ¿Cómo debo realizar el beneficio del café en la finca para conservar la calidad del grano?

Comercialización del café: ¿Cómo aprovecho el conocimiento de la comercialización para lograr el mejor precio de venta del café de mi finca?

Gestión empresarial: ¿Cómo gestiono mi empresa para garantizar la calidad y la rentabilidad?

Nivel de aplicación, con el desarrollo de un plan de acción, que haga posible la práctica de los contenidos y contribuya a los procesos de mejoramiento de las fincas y las comunidades.

COMERCIALIZACIÓN DEL CAFÉ

¿Cómo aprovecho el conocimiento de la comercialización para lograr el mejor precio de venta del café de mi finca?

En el presente módulo, de forma sencilla, a través de sus páginas y ejercicios prácticos, voy a reconocer como es el negocio mundial del café y la forma como se lleva a cabo el proceso de comercialización del café.

Con la ayuda del tutor, voy a comprender, en compañía de mi familia y mis compañeros de grupo, cómo se lleva a cabo el proceso de comercialización, y como se crean los precios en el mercado mundial de acuerdo con la oferta y la demanda, y la forma como una excelente calidad del café puede verse recompensada con un diferencial en el precio.

COMPETENCIA ESPERADA

Una vez termine de estudiar el módulo podré demostrar que:

Comprendo como es el proceso de comercialización del café colombiano para beneficiarme de los mejores precios al vender café de calidad.

El módulo consta de las siguientes guías de aprendizaje:

Guía 1. ¿Cómo es el mercado mundial del café?

Guía 2. ¿Cómo es la cadena de comercialización del café?

Guía 3. ¿Cómo se determinan los precios del café?

Además consta de:

Un glosario de términos.

Guía

1



¿Cómo es el mercado mundial del café?



¿Cómo es el mercado mundial del café?

En la presente guía de aprendizaje, en forma sencilla, voy a comprender como es el mercado del café en el mundo. Con la ayuda de mi tutor, mi familia y mis compañeros de grupo, comprenderé la relación que se da entre la oferta y la demanda de café en el mundo.

Conocer sobre el mercado mundial del café me servirá para ampliar mis conocimientos acerca del negocio del café; me permitirá comprender que Colombia hace parte de una gran cantidad de países productores y, además, que hace parte de un selecto grupo de países que producen café suave y de alta calidad. Todo este conocimiento, me permitirá planear las diferentes actividades que sean necesarias de realizar en mi finca con el propósito de proyectar mi finca en la búsqueda y aseguramiento de una excelente calidad que me permita beneficiarme de los mejores precios del mercado.



COMPETENCIA ESPERADA

Una vez termine esta guía de aprendizaje podré demostrar que:

Identifico la dinámica del negocio mundial del café.

Para lo cual trabajaré los siguientes temas básicos:

La oferta de café en el mercado mundial

La demanda de café en el mercado mundial

El balance de café en el mercado mundial

RECONOZCO LO QUE SÉ



Ejercicio 1. El negocio mundial del café

Para abordar el tema del negocio mundial de café, es conveniente explorar mis conocimientos acerca del mismo. Para ello responderé de forma espontánea las preguntas que se relacionan a continuación, contestando lo que conozco. Las preguntas que no comprenda no las responderé. Tampoco tendré en cuenta los conceptos que no conozco.



- ¿Cuántas especies de café se producen y consumen en el mundo?

- ¿Cuáles son los tipos de café arabica que se consumen en el mundo?

- ¿Cuáles son los tres principales países productores de café?



- ¿Cuáles son los tres principales países importadores de café?

- ¿Cómo se hace la oferta del café colombiano y qué países compran nuestro café?

- De acuerdo con mis respuestas, considero que mis conocimientos acerca del mercado mundial del café son:

Comparto esta experiencia con mis amigos y vecinos.



ENRIQUEZCO MIS CONOCIMIENTOS

La oferta de café en el mercado mundial

La oferta o cantidad de café disponible en el mercado la constituyen dos elementos: producción e inventarios del producto.

Producción de café:

De acuerdo con estimaciones de la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación - FAO, el café se produce en once (11) millones de hectáreas repartidas entre más de cincuenta países productores ubicados en la franja comprendida entre el Trópico de Cáncer y el Trópico de Capricornio. En América Latina se encuentran cultivadas en café cerca de 6,2 millones de hectáreas, en Asia cerca de 1,4 millones y en África cerca de 3,4 millones. De acuerdo con información de la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia, para finales del 2006 se tenían en Colombia 873.683 hectáreas cultivadas en café, lo que representa cerca del 7,9% del área cultivada en café del mundo.

El café es producido en diferentes países del mundo donde las condiciones climáticas (temperatura, precipitación, humedad y brillo solar) y las propiedades físicas y químicas del suelo son adecuadas para su cultivo.

Aunque en la naturaleza existen muchas especies de café, son solamente dos las especies que tienen verdadera importancia económica: el *Coffea canephora*, más conocido como café robusta y el *Coffea arábica*.

Café robusta



Este café es cultivado en zonas de altitud baja y de clima cálido. Se caracteriza por su sabor amargo y su alto contenido de cafeína. La producción de café robusta representa entre el 30% y el 40% de la producción total mundial y se concentra principalmente en:

- ▣ Países asiáticos como Vietnam, Indonesia e India.
- ▣ Brasil: la producción de café robusta de Brasil está entre 5 y 10 millones de sacos anuales, pero de ella la mayoría se consume a nivel interno por lo que la exportación es muy baja.
- ▣ En menor cantidad, en algunos países africanos como Costa de Marfil y Uganda.

Café arábica

El café arábica es cultivado en zonas de altitud media y de clima templado o moderado. Se caracteriza por sus cualidades en sabor y su menor contenido de cafeína. La producción de café arábica se encuentra en el rango entre 60% y 70% de la producción mundial de café. Los principales países productores de este tipo de

café son: Brasil con la mayor participación, seguido de Colombia, los países centroamericanos (Guatemala, México, Honduras, etc) y en menor cantidad algunos países africanos como Etiopía y Kenia.

De acuerdo con la Organización Internacional del Café - OIC la producción de café en los últimos años ha sido la siguiente:

Tabla 1. Producción mundial de café años 2002-2005 en millones de sacos de 60Kg

Producción Mundial de Café	(Millones de sacos 60 Kg)			
	2002	2003	2004	2005
Café Arabica	82,6	64,9	78,6	69,1
Café Robusta	39,3	39,0	35,2	37,2
Total Producción	121,9	103,9	113,8	106,3



Ejercicio 2. Evolución de la producción mundial de café

De acuerdo con la tabla 1, analizo el comportamiento de la producción en los años referenciados y contesto las siguientes preguntas:

1) ¿En cuantos millones de sacos disminuyó la producción mundial entre los años 2002 a 2005?

2) ¿Qué efectos pueden esperarse en el mercado mundial relacionados con una disminución en la producción de café?

3) ¿Es valido estimar algún efecto en el mercado mundial relacionado con la disminución de la producción sin considerar el nivel de inventarios y el nivel de demanda de café?

4) ¿Cómo cree usted que fue la producción de café en los cinco años anteriores al 2002?

5) De acuerdo con mis respuestas, considero que mis conocimientos acerca de la producción mundial de café son:

Comparto esta experiencia con mis amigos y vecinos.

La producción mundial de café ha variado su composición de arábica a robusta, al pasar de un 80% en producción de arábica en 1960 a cerca de 65% en los últimos años debido al notable incremento en producción de café robusta de los países asiáticos. Además, es importante destacar que las grandes variaciones de producción de café de un año a otro, como sucedió entre 2002 y 2003 (al pasar de 121,9 a 103,9 millones de sacos) son causadas principalmente por los altibajos en la cosecha de Brasil, el mayor productor de café del mundo. Dichos altibajos son un fenómeno natural, conocido como bienalidad de la producción del café arábica, que consiste en un año de cosecha alta y el siguiente año de cosecha baja.

En Colombia, la producción es netamente de café arábica y se estima entre 10 y 12 millones de sacos de 60 Kilogramos.

-Clasificación del café por grupos comerciales:

Para comprender mejor la forma de clasificar el café por grupos comerciales, es necesario reconocer que existen dos clases de café arábica: el arábica

lavado y el arábica no lavado. La diferencia entre ambos está determinada en el proceso de beneficio.

En el caso del café arábica lavado, el fruto es recolectado en el estado de maduración adecuado y despulpado; a los granos de café se les desprende el mucílago por procesos bioquímicos o mecánicos y son lavados con agua limpia para resaltar sus propiedades naturales; posteriormente se secan al sol o en secadores mecánicos. Esto implica que antes de obtener el café excelso (café en almendra, también llamado café verde) para exportarlo, el grano pasó por la fase de café pergamino seco.

Para el caso del café arábica no lavado, los frutos recolectados se secan sin ser despulpados, lo que implica que cuando se obtiene el excelso para exportarlo, el grano no pasó por la fase de café pergamino seco. Esto quiere decir que los granos adquieren los sabores y olores que les aporta el mucílago y la cereza durante el proceso de secado, lo que genera notables diferencias en la taza con relación al café lavado. Además, el fruto recolectado puede presentar diferentes estados de maduración cuando la cosecha es mecanizada, lo que incrementa dichas diferencias.

De acuerdo con lo anterior, la OIC clasifica el café sobre la base del tipo de café ofertado y producido en cuatro grupos, según el país de procedencia, así:

1) Arábicas Suaves Colombianos: Colombia, Kenya y República Unida de Tanzania. Representan aproximadamente el 15% del mercado mundial.

2) Otros Arábicas Suaves: Bolivia, Burundi, Costa Rica, Cuba, Ecuador, El Salvador, Guatemala, Haití, Honduras, India, Jamaica, Malawi, México, Nicaragua, Panamá, Papua Nueva Guinea, Perú, República Dominicana, Rwanda, Venezuela, Zambia y Zimbabwe. Representan aproximadamente el 30% del mercado mundial.

3) Brasileños y Otros Arábicos Naturales: Brasil, Etiopía y Paraguay. Representan aproximadamente el 25% del mercado mundial.

4) Robustas: Angola, Benin, Camerún, Congo, Côte d'Ivoire, Filipinas, Gabón, Ghana, Guinea, Guinea Ecuatorial, Indonesia, Liberia, Madagascar, Nigeria, República Centroafricana, República Democrática del Congo, Sierra Leona, Sri Lanka, Tailandia, Togo, Trinidad y Tobago, Uganda y Vietnam. Representan aproximadamente el 30% del mercado mundial.

Inventarios.



Los inventarios de café hacen referencia a la cantidad de producto que los actores de la cadena de comercialización tienen almacenados en sus bodegas, ya sea en países productores o importadores. La importancia de los inventarios de café radica en que son parte de la oferta y sirven para suplir la demanda por el grano cuando la producción es inferior al consumo mundial. Por lo tanto inventarios altos pueden significar que no hay escasez de café en el mercado y los precios no serían tan altos.

El inventario en los países productores es difícil de establecer ya que son datos que maneja cada país y no siempre son exactos, por lo que puede existir imprecisión en las cifras. Sin embargo, de acuerdo con los cálculos

de la OIC el nivel de existencias de café en países exportadores puede estar cercano a los 20 millones de sacos (cifras de 2006) que es el inventario más bajo visto en décadas.

En el caso de los inventarios en países importadores la OIC estima que para el 2006 estuvieron cercanos a los 19 millones de sacos. Sin embargo, cabe hacer la aclaración que estos inventarios pueden ser de dos tipos:

1. Inventarios propiedad de la industria tostadora de café en países importadores: que corresponden a los millones de sacos ubicados principalmente en Estados Unidos, Europa y Japón.
2. Inventarios certificados en las bolsas de Nueva York y Londres.

En total, los inventarios mundiales de café de acuerdo con las cifras de la OIC pudieron estar, en el 2006, en poco menos de 40 millones de sacos, lo que representa un nivel de existencias mínimo no visto hace muchos años. Esta disminución de inventarios se explica por la utilización del café almacenado en bodegas para dar cumplimiento a la demanda.

En Colombia no existe una cifra exacta sobre el inventario de café por parte de exportadores y cooperativas, pero la cifra más cercana señalaba un inventario de 1,4 millones de sacos al final del año 2006. Adicionalmente algunos volúmenes de café colombiano se encuentran en inventarios de Japón, Estados Unidos y en la bolsa de Nueva York.

La demanda de café en el mercado mundial

Cuando se habla de demanda, se debe tener en cuenta que esta corresponde a la cantidad de café que se consume en el mundo. De acuerdo con las cifras de la OIC para 2005, el consumo de café en el mundo ascendió a 115 millones de sacos. El consumo se concentra principalmente en países desarrollados, no productores, ubicados por encima del Trópico de Cáncer y, en una menor proporción, en los países productores.

1. Países importadores: la OIC calculó que el consumo en estos países para 2005 fue de 85 millones de sacos, es decir una participación en el consumo total de cerca del 75%. Los principales consumidores de café en su orden son: Estados Unidos, Alemania, Japón, Italia y Francia. Sin embargo, es en los países escandinavos como Finlandia, Noruega y Dinamarca donde se consume mayor cantidad de café por persona. En estos países el consumo puede alcanzar los 10 Kg de café excelso en el año.

Si bien las importaciones de café no son un reflejo exacto del consumo del mismo, los datos relacionados con las importaciones si pueden emplearse como medida aproximada del consumo.

Tabla 2. Importaciones de café de países importadores miembros de la OIC año 2005

País	Sacos de 60 kg
Austria	1.673.922
Belgium/Luxembourg	4.423.534
Cyprus	80.099
Czech Republic	1.200.385
Denmark	1.035.314
Estonia	228.752
Finland	1.160.110
France	6.012.503
Germany	17.012.699
Greece	973.140
Hungary	971.541
Ireland	253.944
Italy	7.307.629
Japan	7.506.962
Latvia	220.403
Lithuania	345.992
Malta	23.445
Netherlands	3.075.885
Norway	752.796
Poland	2.916.170
Portugal	856.285
Slovakia	382.093
Slovenia	209.797
Spain	4.432.798
Sweden	1.698.805
Switzerland	1.641.049
U.S.A.	23.191.150
United Kingdom	3.489.890
Total	93.077.092

Fuente: OIC. <http://www.ico.org/asp/display3.asp>



Ejercicio 3. Importaciones de café en el mundo.

De acuerdo con la tabla 2, analizo el comportamiento de las importaciones del año 2005 y contesto las siguientes preguntas:

1) ¿Cuáles fueron los principales países importadores de café en año 2005?

2) ¿Qué representan unas importaciones totales para el año 2005 de 93.077.092 de sacos de 60kg frente a la producción total de 2005 de la tabla 1?

3) Si Brasil consumió en el año 2005 cerca de 13.000.000 de sacos de 60 kg, ¿por qué no aparece registrado en la tabla 2?

4) De acuerdo con mis respuestas, considero que mis conocimientos acerca de la demanda mundial de café son:

Comparto esta experiencia con mis amigos y vecinos.

Anteriormente el consumo en los países desarrollados era principalmente café arábica. Sin embargo, en la última década, en países europeos principalmente, se han venido utilizando mezclas de café con un mayor contenido de café robusta, debido a una mayor disponibilidad de este tipo de café en el mercado y al menor costo frente al café arábica. En el caso de otros países desarrollados como Estados Unidos y Japón el consumo de café, a pesar de seguir incluyendo café robusta en sus importaciones, está incrementando gradualmente la participación de cafés especiales (origén, sostenibles entre los que se incluyen los orgánicos y de preparación) y de cafés con mejor perfil de taza, es decir con mejores características.

Colombia exporta el café que produce a un total de 36 países.

2. Países productores: en estos países se consume entre 25% y 30% del total mundial, lo que representa para 2005, según la OIC, 30 millones de sacos. La producción de café de estos países se distribuye entre el consumo interno y la exportación. Los principales países consumidores de café en esta categoría son Brasil, Etiopía y México.

Colombia consume aproximadamente 1,2 millones de sacos anuales de café verde que resultan principalmente de los subproductos de la trilla del café. En Colombia se consume café tostado y molido y café soluble. Igualmente un colombiano puede consumir cerca de 1,5 Kg de café verde al año, que es una cifra muy baja al compararla con el consumo de los países escandinavos.

EL BALANCE DEL CAFÉ EN EL MERCADO MUNDIAL

Un balance representa el resultado entre lo que entra y lo que sale de un producto determinado. Específicamente el balance cafetero mundial incluye por el lado de la oferta la producción y los inventarios existentes, y por el lado de la demanda el consumo al interior de los países productores y de los países importadores. En la siguiente tabla se presenta el balance cafetero mundial en los años cafeteros (octubre de un año a septiembre del año siguiente) 2004/05 a 2006/07:

Tabla 3. Balance mundial de café años 2004/05 a 2006/07 de acuerdo con la OIC

Balance Mundial de Café OIC	(Millones de sacos 60 Kg)		
	2004/05	2005/06	2006/07
Produccion	113,6	106,4	120,0
Consumo	115,0	117,0	118,7
Balance	-1,4	-10,6	1,3
Inventarios	50,6	40,0	41,3



Ejercicio 4. Balance mundial de café.

De acuerdo con la tabla 3, ¿que relación existe entre los precios registrados en el mercado durante los últimos tres años y el balance mundial de café?

Comparto esta experiencia con mis amigos y vecinos.

En este balance se puede observar que en los años 2004/05 y 2005/06 hubo un déficit de café de 1,4 y 10,6 millones de sacos respectivamente, lo que implica que el consumo fue superior al café producido, lo que a su vez genera una disminución en inventarios. Para el comienzo del año 2006/07 la OIC estima que las existencias totales serán aproximadamente 40 millones de sacos. Además, según pronósticos, la producción en el año 2006/07 superará en 1,3 millones de sacos al consumo mundial, por lo cual en septiembre de 2007 se espera un inventario cercano a los 41,3 millones de sacos.

La importancia de un balance radica en que este presenta la escasez o abundancia de café en el mercado en un momento específico y, consecuentemente, la disminución o incremento de los inventarios. Este juego entre oferta y demanda de café a nivel mundial determina la tendencia de los precios internacionales. Cuando hay más café en el mercado del que se consume los compradores pueden escoger a quién comprarle y cuánto pagar, en el caso contrario, cuando existe menos café del que se consume en el mercado, los exportadores pueden vender su café a un mejor precio.

Es por lo anterior que los precios del café dependen principalmente de la escasez o abundancia del producto en el mercado a nivel mundial.

Para el caso colombiano, la siguiente tabla presenta el balance cafetero:

Tabla 4: Balance de café colombiano 2001 a 2005

Colombia Balance Cafetero		(Millones de sacos 60 Kg)				
Año		2001	2002	2003	2004	2005
1. Produccion		10,9	11,61	11,57	11,24	11,12
2. Ventas y consumo		11,3	11,58	11,53	11,51	12,09
3. Balance		-0,4	0,03	0,04	-0,27	-0,97
4. Inv. Totales		1,9	1,88	2,04	1,99	1,41

Como se puede observar, en los últimos dos años se ha presentado una disminución en los inventarios de café en el país porque la demanda ha sido superior a la producción y por lo tanto se requiere utilizar el café que se encuentra almacenado en bodegas.

REFLEXIONO Y CONCLUYO

A través del desarrollo de esta guía de aprendizaje, tengo claro que:

- En el mundo se consumen y producen principalmente dos especies o tipos de café, el *Coffea canephora* (robustas) y el *Coffea arábica* (arábicos).
- El consumo mundial de café es menos variable que la producción mundial año por año.
- Dependiendo de la cantidad de café ofrecido y demandado en el mercado dependerá que el precio sea alto o bajo.
- Colombia no es el único país productor de café suave de alta calidad. También lo producen otros países como Kenya y Republica Unida de Tanzania.



Ejercicio 5. Mis conclusiones de la guía 1.

Elaboro mis propias conclusiones y las comparto con mi familia y vecinos:

1) El conocimiento del mercado internacional del café me sirve para tomar:

2) ¿Que oportunidades puedo identificar en mi empresa para producir un café de alta calidad?





Ejercicio 6. Análisis de mis avances.

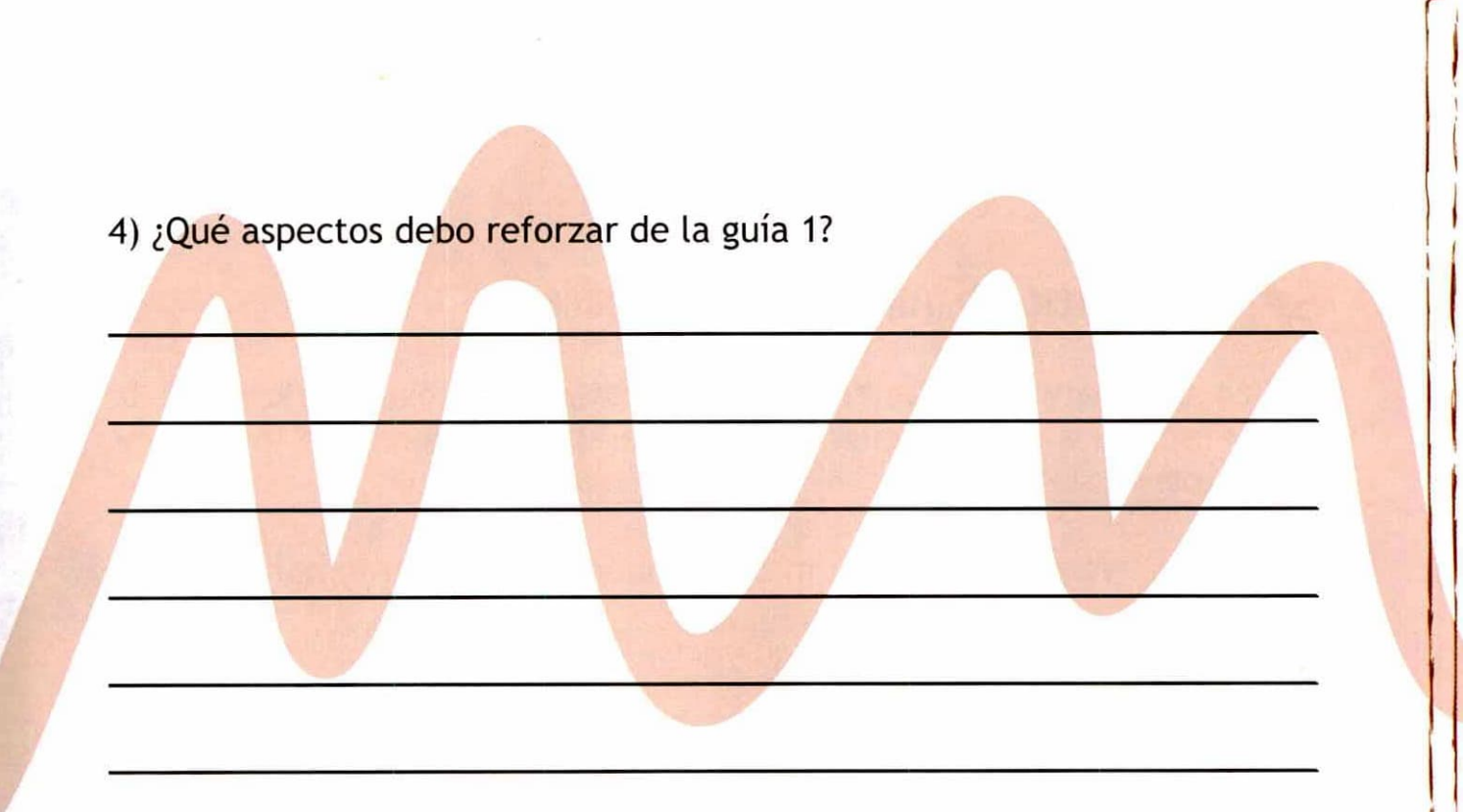
Realizo un análisis de las respuestas a los diferentes ejercicios de la guía y escribo a continuación mis consideraciones acerca de los nuevos conceptos:

1) ¿Fortalecí verdaderamente mis conocimientos frente al tema? ¿Por qué?

2) ¿Qué aspectos positivos encontré a partir de lo que sabía y los nuevos conocimientos?

3) ¿Cuáles fueron los aspectos negativos?

4) ¿Qué aspectos debo reforzar de la guía 1?



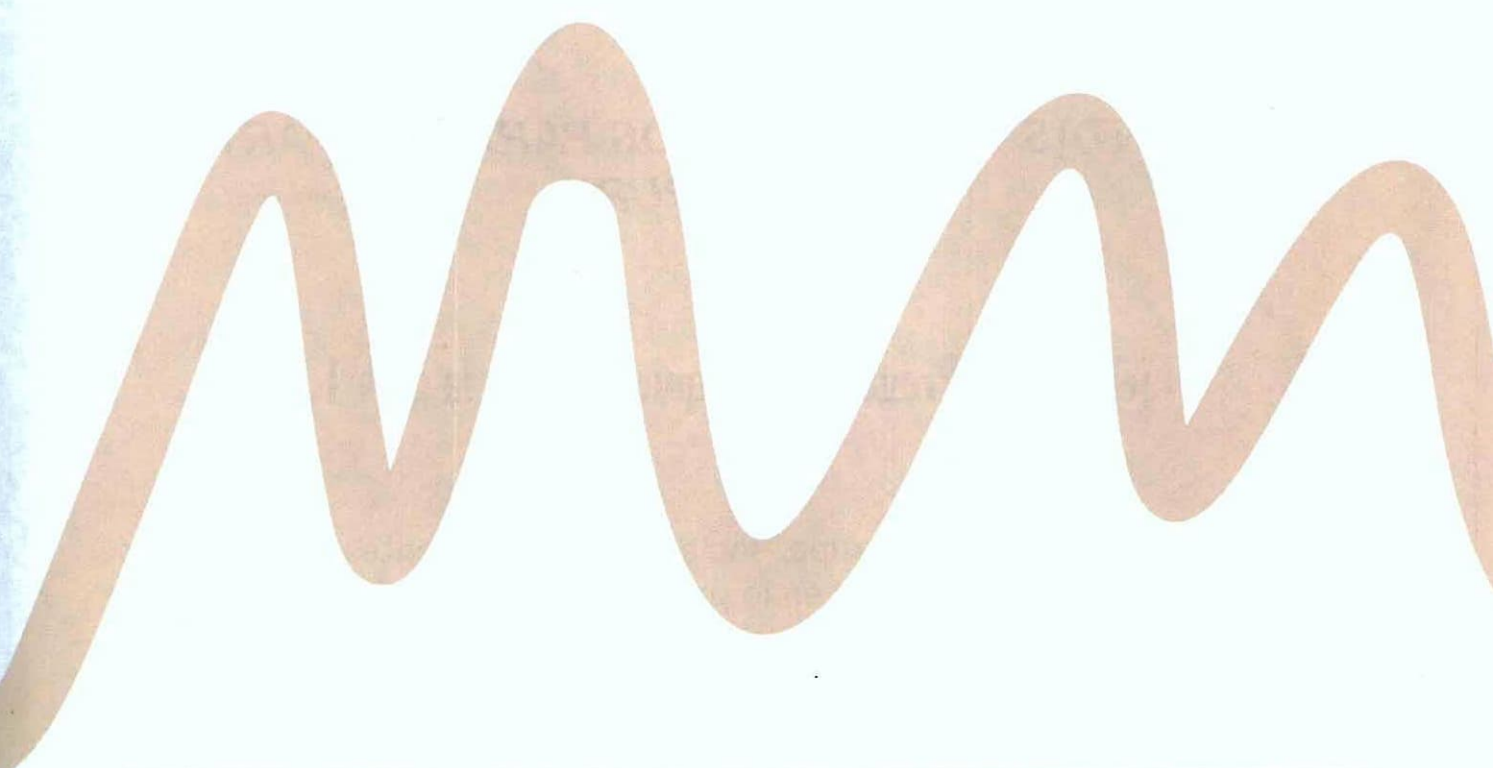
PREGUNTAS Y COMENTARIOS PARA COMPARTIR CON MI GRUPO



Ejercicio 7. Preguntas e inquietudes de la guía 1.

1) En el próximo encuentro grupal socializaré las siguientes experiencias de las actividades desarrolladas en la presente guía:

2) Y manifestaré las siguientes inquietudes, para ser resueltas con el tutor y mis compañeros de grupo:



En la siguiente guía voy a conocer como es la cadena de comercialización del café y como se integran en el mercado sus diferentes participantes.

GUÍA 2



**¿Cómo es la cadena de comercialización del
café?**



¿CÓMO ES LA CADENA DE COMERCIALIZACIÓN DEL CAFÉ?

En la presente guía de aprendizaje, en forma sencilla, voy a comprender en que consiste la cadena de comercialización del café. Con la ayuda de mi tutor, mi familia y mis compañeros de grupo, comprenderé el papel que cumple cada uno de los participantes en la cadena de comercialización del café, además comprenderé la forma como la institucionalidad cafetera participa dentro de la cadena de comercialización.

Conocer acerca de la cadena de comercialización, me permitirá comprender que para que el café llegue del productor a los consumidores es necesario que pase por ciertos participantes que permiten superar algunas restricciones como el acopio y el transporte, además de incorporarle valor al producto a través de la industrialización.



COMPETENCIA ESPERADA

Una vez termine esta guía de aprendizaje podré afirmar que:

Identifico la cadena de comercialización del café y la relación entre sus participantes.

Para lo cual trabajaré los siguientes temas básicos:

- Cadena de comercialización.
- Caficultores (productores).
- Puntos de compra.
- Exportadores.
- Importadores.
- Tostadores.
- Distribuidores.
- Consumidores.

RECONOZCO LO QUE SÉ



Ejercicio 8. La cadena de comercialización del café.

Antes de acercarme al tema de la cadena de comercialización del café, es conveniente explorar mis conocimientos acerca del mismo. Para ello responderé de forma espontánea las preguntas que se relacionan a continuación, contestando lo que conozco. Las preguntas que no comprenda no las responderé. Tampoco tendré en cuenta los conceptos que no conozco.



1) ¿Cuántos participantes puedo identificar dentro de la cadena de comercialización de café?

2) De acuerdo con la racionalidad económica, ¿es legítimo que un participante de la cadena de comercialización de café espere obtener ganancias?

3) ¿Cuál es el papel que un exportador cumple dentro de la cadena de comercialización de café?

4) ¿Cuál es el papel que cumple dentro de la misma cadena un distribuidor?

5) ¿Cómo es la participación de la institucionalidad cafetera colombiana en la cadena de comercialización?

6) De acuerdo con mis respuestas, considero que mis conocimientos acerca de la cadena de comercialización son: _____

Comparto esta experiencia con mis amigos y vecinos.



ENRIQUEZCO MIS CONOCIMIENTOS

Cadena de comercialización

Como he podido darme cuenta, existe un mercado muy importante relacionado con el café que involucra a productores y consumidores. Sin embargo, puedo advertir a través de un sencillo análisis que no se presenta una interacción directa entre los productores y los consumidores, si no más bien una interacción indirecta a través de otros actores. En el negocio del café, no es normal que un consumidor de café se sienta a negociar con un caficultor un embarque de café. Tanto el consumidor, como el productor cuentan con el apoyo de otros participantes para que dicha negociación pueda realizarse.

En realidad, el negocio del café resulta complejo y por lo tanto su desarrollo requiere de la participación de varios actores, cada uno de los cuales cumple un papel fundamental en el proceso de llevar el café desde el productor hasta el consumidor final. A éste proceso se le conoce como cadena de comercialización de café y se representa gráficamente señalando a cada uno de los participantes en el negocio.

En el siguiente diagrama puedo identificar a los diferentes actores que participan en la cadena de comercialización de café para profundizar acerca del papel que cumple cada uno de ellos. En el diagrama, las líneas continuas representan la secuencia y el vínculo entre los participantes y las líneas punteadas representan una condición especial dentro de los puntos de compra que permite agregar valor al producto.

Diagrama 1. Representación gráfica de la cadena de comercialización



En esta cadena es importante destacar que cada uno de los participantes persigue un interés económico, y busca, por lo tanto, obtener algún tipo de utilidad dependiendo de su papel. A continuación profundizo un poco más acerca del papel que cumple cada uno de los participantes de la cadena.

Caficultores (productores)

La cadena de comercialización de café empieza con el proceso de siembra, recolección y beneficio que realizan los productores. Este es un proceso lento que requiere mucho esfuerzo y cuidado por parte del caficultor y del cual dependen la cantidad y la calidad de la producción.

Por las condiciones climáticas propicias para el desarrollo de los cultivos de café, los países productores se encuentran ubicados en la zona tórrida o también llamada zona intertropical, comprendida entre los trópicos de Cáncer y de Capricornio y dividida por la línea del Ecuador. En general, los países productores son países en vías de desarrollo. Los tres principales productores son Brasil, Vietnam y Colombia que contribuyen aproximadamente con el 60% de la producción mundial. Brasil es el principal productor de café arábica no lavado, Vietnam es el principal productor de café robusta y Colombia es el líder en la producción de café arábica lavado.

El principal interés de los productores de café es vender su cosecha al mejor precio posible, de tal manera que logren cubrir sus costos de producción y realizar una utilidad.

Puntos de compra

Es muy importante que tenga en cuenta que la comercialización interna del café es diferente en cada uno de los países productores. En el caso de Colombia, la condición de que la caficultura sea, mayoritariamente, una actividad de pequeños productores (2 a 5 hectáreas en promedio) y que el

café se extienda por gran parte del territorio nacional (16 departamentos), hace que el mercado interno tenga una gran cantidad de participantes a quienes los caficultores pueden vender su café.

a) Intermediarios en la plaza



Son las personas que se encargan de comprar el café directamente a los caficultores. De acuerdo con su forma de operación pueden dividirse en dos clases: en primer lugar aquellos que actúan por cuenta propia y que buscan obtener un margen de intermediación entre el precio al que compran el café al caficultor y el precio al que lo venden a los exportadores privados, y en ocasiones a la industria torrefactora nacional; y en segundo lugar los agentes comisionistas que reciben una compensación por kilogramo de café comprado y entre cuyos clientes se encuentran las cooperativas de caficultores. Estas últimas también son un agente de compra en el mercado, y participan con su presencia a través de los puntos de compra que pueden ser manejados por empleados de las cooperativas o por agentes

b) Cooperativas

Las cooperativas de caficultores son asociaciones de productores de café que juegan un papel fundamental en el bienestar del caficultor colombiano. Las cooperativas son parte de la institucionalidad cafetera la cual ejerce la garantía de compra. Esta se hace efectiva a través de los puntos de compra de las cooperativas donde el caficultor puede vender su café en cualquier momento y recibir el mejor precio posible. Los caficultores se unen, aportan unos recursos y crean una empresa que además de comprarle el café cerca de la finca y pagarle de inmediato al caficultor, independientemente de si éste es socio de la cooperativa o no, le presta a los cooperados otros servicios entre los que se incluyen el crédito, la afiliación al sistema de salud y la educación.



Una vez la cooperativa ha sido constituida, la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia y el Fondo Nacional del Café apoyan a la cooperativa y patrocinan su funcionamiento de dos formas:

- La Federación Nacional de Cafeteros, a través de los Comités Departamentales de Cafeteros, aporta los recursos para capitalizar a la cooperativa. La participación en el capital no debe ser superior al 49% de acuerdo con las normas legales y puede variar dependiendo de la particularidad de los casos.

- El Fondo Nacional del Café (FoNC), a través de la gestión de la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia y de Almacafé, provee a las cooperativas del capital de trabajo necesario para garantizar que dispongan de los recursos suficientes para comprar el café a los productores.

En Colombia, de acuerdo con cifras del 2006, existen 37 cooperativas que tienen aproximadamente 500 puntos de compra de café en todo el país. El negocio de café de las cooperativas consiste en obtener un margen de intermediación entre el precio al que compran el café al caficultor y el precio al que se lo venden a un exportador. Para esto, las cooperativas tienen como referencia un precio que es al que le pueden vender a la Federación o a un exportador privado, descuentan sus costos y un pequeño margen de utilidad y le pagan al caficultor el resto. Es importante tener en cuenta que siempre hay un precio de referencia porque la Federación siempre tiene un precio al que compra toda la cantidad de café que el caficultor le quiera vender con los mínimos de calidad establecidos.

Adicionalmente, las cooperativas pueden tener negocios complementarios como parte de los servicios que le prestan a los caficultores. Uno de los negocios más frecuentes son los almacenes de provisión agrícola en los que los caficultores pueden comprar los insumos necesarios para producir café a buenos precios. Algunas cooperativas tienen el negocio de trilla, compran el café pergamino seco y en lugar de vender el café en este estado al exportador, lo trillan y lo venden en excelsa a los exportadores. Las cooperativas de Colombia también han incursionado en la exportación de café a través de una empresa de su propiedad llamada Expocafé.

Exportadores

El café es uno de los productos de exportación más importantes de Colombia. La producción colombiana, que fluctúa entre 10 y 12 millones de sacos de 60 kilogramos, en un 90% tiene como destino la exportación en forma de café verde. El restante 10% es dedicado a atender el consumo interno y la producción de café industrializado (soluble, tostado y molido) que tiene como destino la exportación y en un menor volumen el consumo interno.



Los exportadores son las empresas encargadas de comercializar el café colombiano en el exterior. Estos participantes compran el café en el interior a los caficultores directamente, a los intermediarios, a las cooperativas y en ocasiones a otros exportadores. Generalmente el café es comprado en pergamino para después trillarlo y exportarlo como café verde.

Para la trilla del café los exportadores pueden utilizar trilladoras propias o contratar el servicio de trilla con otra empresa. Luego, el café es llevado al puerto donde la Federación Nacional de Cafeteros y Almacafé realizan el control de calidad de todo el café que sale del país. Esta labor es muy importante porque es la que garantiza que la calidad y la imagen del café colombiano se conserven.

En Colombia hay aproximadamente 70 empresas exportadoras, de las cuales la más importante es la Federación Nacional de Cafeteros que participa con aproximadamente el 30% de las exportaciones totales. Entre los otros exportadores se destacan: Expocafé, Carcafé, Racafé, Ecom y SKN. A estos participantes de la cadena de comercialización también les interesa realizar un margen de intermediación, que es el resultado de la diferencia entre el precio de compra y el precio de venta del café al importador.

Importadores

Los importadores, también llamados “traders” o comercializadores internacionales, son intermediarios entre los exportadores y los tostadores. Su función es comprar el café a los exportadores, importarlo en los países destino y venderlo a los tostadores. En realidad, la diferencia entre éste grupo de agentes y los exportadores es indefinida. Por ejemplo, en Colombia hay exportadores que realmente son comercializadores internacionales. Los traders actúan como proveedores de tostadores locales, se encargan de los trámites de importación y de comprar el café directamente en origen o a exportadores.

En el proceso de llegar a los tostadores, los traders pueden comprar café con destino único a un tostador determinado o, alternativamente, pueden comprar una determinada cantidad de café para dividirla en partes más pequeñas y venderla a diferentes tostadores. Estos comercializadores, al igual que los exportadores, tratan de realizar un margen de intermediación, es decir, una utilidad proveniente de la diferencia entre el precio de compra y venta.





Ejercicio 9. Los importadores de café en el mundo.

Menciono algunos de los principales importadores de café que conozco:

Comparto esta experiencia con mis amigos y vecinos.

Cerca del 51% del café que se comercializa en el mundo, es comercializado por siete compañías comercializadoras transnacionales: Neuman Kafee con el 16%, Volcafe con el 13%, Esteve con el 8%, Coex con el 4%, ED&F Man con el 4%, Dreyfus con el 3% y Mitsubishi con el 3%. Estos son los intermediarios que consultan las necesidades de los tostadores y compran el café a los exportadores de cada país de acuerdo con las necesidades y exigencias de sus clientes.

Tostadores

Los tostadores son las empresas encargadas de convertir el café verde, a través de procesos industriales, en un producto listo para el consumo humano, que puede tomar varias formas: café tostado y molido, café soluble, bebidas de café, entre otros. Debido a que el café verde es la materia prima para sus productos, a este grupo de participantes de la comercialización de café le interesan los precios bajos.

En el mercado mundial del café, contrasta el gran número de productores frente al reducido número de tostadores importantes. Entre los principales tostadores se destacan: Kraft Foods Internacional Inc., Nestlé, Procter & Gamble, Sara Lee y Tchibo. Entre ellos procesan cerca del 94% del café del mundo, siendo las más grandes Nestlé y Kraft Foods Internacional Inc.

Distribuidores





Ejercicio 10. Los Distribuidores.

¿En que eslabón de la cadena de Comercialización de café se encuentran ubicadas las tiendas Juan Valdez?

Comparto esta experiencia con mis amigos y vecinos.

Los distribuidores son los encargados de llevar el café hasta el consumidor final. En este eslabón de la cadena se destacan las grandes superficies y los supermercados y muy especialmente las tiendas de café como las Tiendas Juan Valdez y Starbucks entre otras.

Consumidores

El consumo de café en el mundo se concentra principalmente en los países desarrollados que consumen aproximadamente el 85% de la producción mundial. Se destacan Estados Unidos, Japón y Alemania. Entre los países en vías de desarrollo y productores se destaca el consumo de Brasil que en la actualidad se acerca a 15 millones de sacos, aproximadamente entre el 30% y el 45% de su producción, lo que lo ubica como el tercer país consumidor de café.

La garantía de compra, principal mecanismo de participación de la institucionalidad cafetera colombiana en la cadena de comercialización.





Ejercicio 11. Participación de la institucionalidad cafetera en la cadena de comercialización.

De acuerdo con lo aprendido hasta el momento y con el conocimiento que tengo de la institucionalidad cafetera, menciono los eslabones de la cadena de comercialización donde identifico la participación de las instituciones de la caficultura colombiana.

Comparto esta experiencia con mis amigos y vecinos.

Si bien la institucionalidad cafetera participa activamente en todos los eslabones de la cadena, se puede afirmar que la garantía de compra puede considerarse el principal objetivo por el cual participa en la cadena de comercialización.

La institucionalidad cafetera colombiana tiene su base en el Fondo Nacional del Café - FoNC. El FoNC es una cuenta del Tesoro Nacional, de carácter parafiscal, que tiene como objetivos principales: ofrecer la Garantía de Compra, mejorar el bienestar del caficultor y comercializar parte de la producción de café. El FoNC es administrado por la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia - FNC de acuerdo con un contrato de administración celebrado entre la FNC y el Gobierno Nacional. La FNC es una empresa privada de propiedad de los caficultores colombianos.

El FoNC obtiene recursos de dos fuentes principales, en primer lugar del impuesto de Contribución Cafetera que lo paga el caficultor al momento de la venta de su café, lo recauda el exportador y éste lo entrega al FoNC en el momento de realizar la exportación y, en segundo lugar, de los ingresos provenientes de las exportaciones de café. Estos recursos son utilizados para poder cumplir con los objetivos antes mencionados, de los cuales el más importante es la Garantía de Compra.

La Garantía de Compra es el servicio que la FNC y el FoNC prestan al caficultor con la ayuda de las cooperativas de caficultores y Almacafé. Se define como: “El servicio por el cual, el caficultor colombiano tiene asegurada la venta de su cosecha en un punto cercano a su finca y por la cual recibirá el mejor precio posible de forma inmediata”.

La garantía de compra es el mecanismo más importante para la defensa del ingreso del caficultor y se hace efectiva a través de la función de comercialización que ha desarrollado el FoNC. Dependiendo de las condiciones del mercado interno se pueden presentar dos situaciones: 1. El precio ofrecido por el fondo es el más alto, comprándole al caficultor su café a través de las cooperativas de caficultores, sin límite de cantidad, en forma permanente a un precio competitivo o de mercado, con pago de contado y en lugares cercanos a su cultivo. 2. El precio del Fondo está por debajo del ofrecido en el mercado, caso en el que no realiza la transacción, pero le asegura un precio superior al caficultor porque obliga a otros participantes a ofrecer precios superiores para poder adquirir el café que requieren. El Fondo cumple con su función de comprador de última

instancia al ofrecer un precio de referencia mínimo y al estar preparado para comprar cualquier cantidad de café en caso de que se llegue a este nivel de precio. El FoNC participa en la garantía de compra aportando los recursos para comprar el café y fijando un precio justo para el caficultor, precio a través del cual se le traslada al caficultor colombiano más del 90% del precio internacional del café.

Las cooperativas de caficultores participan en la garantía de compra porque durante todo el año mantienen puntos de compra a lo largo y ancho del territorio nacional comprando el café para el FoNC, trasladando al caficultor el precio determinado por el FoNC menos un margen de intermediación que corresponde a los costos y a los gastos para garantizar la viabilidad financiera de la cooperativa en el largo plazo



REFLEXIONO Y CONCLUYO

A través del desarrollo de esta guía de aprendizaje, tengo claro que:

- En el negocio del café, no es normal que un consumidor de café se sienta a negociar directamente con un caficultor la compra de su café. Ambos requieren de la participación de otros actores para que dicha negociación pueda realizarse.
- En la cadena de comercialización participan diferentes actores motivados por una racionalidad económica.
- En la cadena de comercialización en Colombia, participan cerca de 70 empresas exportadoras, de las cuales la más importante es la Federación Nacional de Cafeteros con aproximadamente el 30% de las exportaciones totales.
- Cerca del 51% del café que se comercializa en el mundo, es negociado por siete compañías comercializadoras transnacionales.

- Entre los tostadores se destacan: Kraft Foods Internacional Inc., Nestlé, Procter & Gamble, Sara Lee y Tchibo. Entre ellos procesan cerca del 94% del café del mundo.
- Las tiendas Juan Valdez son una excelente estrategia de distribución del café colombiano y por lo tanto permiten a la institucionalidad participar en todos los eslabones de la cadena de comercialización del café.
- Los países consumidores se dividen en países productores y países importadores. Brasil, siendo el primer productor de café del mundo, es a su vez el tercer consumidor a nivel mundial.



Ejercicio 12. Mis conclusiones de la guía 2.

Elaboro mis propias conclusiones y las comparto con mi familia y vecinos:

El conocimiento de la cadena de comercialización de café me sirve para:



Ejercicio 13. Análisis de mis avances.

Realizo un análisis de las respuestas a los diferentes ejercicios de la guía y escribo a continuación mis consideraciones acerca de los nuevos conceptos:

1) ¿Fortalecí verdaderamente mis conocimientos frente al tema? ¿Por qué?

2) ¿Qué aspectos positivos encontré a partir de lo que sabía y los nuevos conocimientos?

3) ¿Cuáles fueron los aspectos negativos?

4) ¿Qué aspectos debo reforzar de la guía 2?

PREGUNTAS Y COMENTARIOS PARA COMPARTIR CON MI GRUPO



Ejercicio 14. Preguntas e inquietudes de la guía 2.

1) En el próximo encuentro grupal socializaré las siguientes experiencias de las actividades desarrolladas en la presente guía:

2) Y manifestaré las siguientes inquietudes, para ser resueltas con el tutor y mis compañeros de grupo:

En la siguiente guía voy a conocer como se determinan los precios del
café.



Guía 3



	END	C.NEG	ABERT	MIN	MAX	ULTIMO	OFC	OFU
MA16						126,50F		
JUL6						131,80F		
SET6	36	133,60	133,50	136,00	135,80	135,50		133,00
DEZ6	7	137,60	137,50	139,60	139,60	139,50		140,00
SET7						148,35F		

¿Cómo se determinan los precios del café?



¿Cómo se determinan los precios del café?

En la presente guía de aprendizaje, en forma sencilla, voy a comprender como se determinan los precios del café a nivel nacional e internacional. Con la ayuda de mi tutor, mi familia y mis compañeros de grupo, comprenderé la forma como se determina el precio internacional de acuerdo con la oferta y la demanda del café y como se establecen los diferenciales de acuerdo con la calidad del café. También conoceré la forma como se determina el precio interno del café colombiano y la forma como vendedores y compradores se protegen del riesgo de pérdidas económicas como consecuencia de los cambios presentados en los precios.

Conocer los aspectos relacionados con el precio del café me permitirá comprender que la manera de alcanzar los mejores precios posibles del mercado depende en gran medida de las acciones que emprenda en mi finca para mejorar y asegurar la calidad y diferenciar mi producto.



COMPETENCIA ESPERADA

Una vez termine esta guía de aprendizaje podré afirmar que:

Reconozco como se determina el precio del café en el mercado mundial, como se fija el precio interno y la forma como se cubren los riesgos en las negociaciones de café.

Para lo cual trabajaré los siguientes temas básicos:

- Precios del café.
- Sistemas de fijación del precio y modalidades de venta de acuerdo con el momento de la entrega.
- Negociación internacional de café.
- Comercialización de Café FoNC.

RECONOZCO LO QUE SÉ



Ejercicio 15. La determinación de los precios del café.

Antes de profundizar en el tema de la determinación de los precios del café, es conveniente explorar mis conocimientos acerca del mismo. Para ello responderé de forma espontánea las preguntas que se relacionan a continuación, contestando lo que conozco. Las preguntas que no comprenda no las responderé. Tampoco tendré en cuenta los conceptos que no conozco.

1) ¿Cuál es el precio de café con el que me encuentro más familiarizado?

2) ¿Qué conocimientos tengo acerca del precio que se fija en las bolsas de futuros?

3) ¿Se determina el diferencial de venta de acuerdo con la calidad del café?

4) ¿Qué entiendo por el término Precio Indicativo Compuesto - PIC de la OIC?

5) ¿Qué entiendo por contribución cafetera?

6) ¿Qué aspectos son tenidos en cuenta para determinar el precio base de compra del café colombiano?

7) ¿En que consiste el factor de rendimiento del café?

8) ¿Cómo se cubren los riesgos de pérdida económica en las negociaciones de café?

9) De acuerdo con mis respuestas, considero que mis conocimientos acerca de la determinación del precio son:

Comparto esta experiencia con mis amigos y vecinos.



ENRIQUEZCO MIS CONOCIMIENTOS

Precios del Café

En toda negociación de café a nivel internacional debe pactarse un precio base y un diferencial para llevar a cabo la compra del grano. Este precio depende de la oferta y la demanda que exista en el mercado y por lo tanto del interés de los diferentes actores de la cadena de comercialización. A continuación comprenderé cómo se pactan los precios base en una negociación internacional y cuáles son las diferentes cotizaciones que se deben conocer para entender el valor del café que se vende.

1. Precios de las Bolsas de Futuros:



Una bolsa de futuros es un lugar de encuentro entre la oferta y la demanda de una mercancía o activo, donde se realizan las negociaciones de compra y venta a un tiempo futuro. Este tipo de negociación no requiere la presencia del comprador y/o vendedor final, sino que se hace a través de intermediarios, ni tampoco el intercambio físico de la mercancía o el activo. Las principales funciones de una bolsa de Futuros son la formación y divulgación de precios de mercado, y la transferencia de riesgo de precios.

La formación de precios esta determinada por el equilibrio entre la oferta y la demanda, es decir, si existe un participante del mercado que está dispuesto a comprar a un precio determinado y encuentra un vendedor que acepta esa cotización se cierra el negocio y se tiene un nivel de precio. En una jornada pueden hacerse negociaciones a diferentes precios dependiendo de las necesidades y el interés de los participantes del mercado. El precio de cierre de un día o jornada en la bolsa se determina a partir de las negociaciones realizadas en los últimos minutos.

Se identifican dos tipos de participantes en las negociaciones de una bolsa de futuros:

Cubridores de Riesgo: Empresas que buscan reducir el riesgo de los movimientos desfavorables del mercado. En el caso del café encontramos los productores, exportadores, importadores y tostadores.

Especuladores: Estos agentes buscan generar ganancias a través de los movimientos de los precios.

En las Bolsas de Futuros existen los llamados “contratos de futuros”, que son compromisos en firme para comprar o vender una cantidad específica de un activo definido, a un plazo determinado en el futuro y a un precio que se fija en el momento de la negociación. Este contrato obliga al comprador a adquirir el activo específico el día de vencimiento o maduración del contrato pagando el precio previamente pactado. De igual manera, el vendedor está obligado a proveer el activo.

En café existen tres grandes Bolsas de Futuros: Nueva York, Londres y Sao Paulo. En cada una de estas se negocia un tipo de café diferenciado por la calidad.

Nueva York - NYBOT (New York Board of Trade): el café arábica lavado se cotiza en la Bolsa de Nueva York. Dentro de este grupo se encuentran clasificados los cafés de 19 países, entre ellos los suaves colombianos y otros suaves, principalmente provenientes de países centroamericanos. El precio se establece en centavos de dólar por libra de café (US¢ / lb).

Para ampliar mis conocimientos acerca del NYBoT puedo visitar la siguiente dirección electrónica: <http://www.nybot.com>

Londres - LIFFE (London Internacional Financial Futures and Options Exchange): en esta bolsa se cotiza el café robusta producido en los países asiáticos, africanos y latinoamericanos. El precio se establece en dólares por tonelada (US\$ / Ton).

Para ampliar mis conocimientos acerca del LIFFE puedo visitar la siguiente dirección electrónica: <http://www.liffe-commodities.com/commodities.aspx>

Sao Paulo - BM & F (Bolsa de Mercaderías y futuros de Brasil): en esta bolsa se cotiza el café arábica no lavado de Brasil. El precio se establece en dólares por saco de 60 Kg (US\$ / 60Kg).

Para ampliar mis conocimientos acerca de la BM & F puedo visitar la siguiente dirección electrónica: http://www.bmf.com.br/portal/portal_espanhol.asp

El café colombiano se cotiza en la bolsa de New York donde también se negocia cacao, azúcar, algodón, metales y monedas.

En la bolsa de Nueva York se cotizan los precios más altos para el café debido a que se transan los cafés de mejor calidad del mundo, luego siguen las cotizaciones en Brasil y por último los precios fijados en Londres.

En la siguiente tabla se presentan las cotizaciones de cada una de las bolsas en su unidad original y su equivalente en centavos de dólar por libra:

Precios del Café en Bolsa en Septiembre 19 de 2006

	Unidades originales	Centavos de dólar/libra
Precio Bolsa Nueva York	103,1 US¢ /lb	103,1
Precio Bolsa Brasil	121,8 US¢ /60Kg	92,1
Precio Bolsa Londres	1428 US¢ /ton	64,8

2. Precios diferenciales:



Los diferenciales son primas o descuentos que se aplican sobre los precios de bolsa, determinados por las características de calidad del grano. Los diferenciales son fijados en la negociación entre el exportador y el tostador de acuerdo con las condiciones del mercado y con las características físicas y sensoriales del producto. El diferencial se suma a la cotización establecida en la respectiva bolsa para determinar el precio total de venta para un café y puede ser positivo, resultando un precio total mayor al de la bolsa, o negativo, resultando un precio total menor al de la bolsa. En la siguiente tabla se observan diferenciales para algunos tipos de cafés suaves que se negocian en Nueva York:

Diferenciales para Cafés Suaves Septiembre 19 de 2006

	Centavos de dólar/libra
Tipo Colombia Preparación Europea	1,25
Tipo Guatemala Preparación Europea	4
Tipo Honduras Preparación Europea	- 3,5

Los diferenciales de la tabla se deben sumar o restar según sea el caso al precio fijado en Nueva York. Por ejemplo, para el caso del café colombiano al precio de bolsa de 103,1 US¢ / lb (19 de septiembre de 2006) se le sumó 1,25 US¢ / lb, obteniendo 104,35 US¢ / lb; el café de Guatemala obtuvo 107,1 US¢ / lb y el café de Honduras obtuvo 99,6 US¢ / lb.

En resumen, el precio al que se pacta una negociación de café a nivel internacional está determinado por lo descrito en los numerales 1 y 2. Por ejemplo, para el caso colombiano, el exportador negocia con el cliente un precio en la bolsa en un momento específico y adicionalmente negocian un diferencial por el producto para así obtener el precio final del café colombiano.

3. Precio indicativo compuesto OIC:

Regularmente los medios de comunicación publican un precio denominado: Precio Indicativo Compuesto de la Organización Internacional del Café que es un promedio ponderado de los precios de importación de los diferentes tipos de café (suaves colombianos, otros suaves, no lavados y robustas) en los principales mercados de importación (Estados Unidos, Alemania y Francia). Cada uno de estos tipos de café tiene un peso establecido por la OIC en el cálculo del precio general o compuesto. El precio OIC sirve como un indicador general del comportamiento del mercado mundial del café y se expresa en US¢ / lb.

Así como hay un precio indicativo OIC para todo el café, también hay un precio indicativo OIC por calidad de café. Para el caso del café colombiano este precio se conoce como precio OIC para los suaves colombianos.

El precio compuesto OIC para el 19 de septiembre de 2006 fue de 94,14 US¢ / lb, mientras que el precio OIC para los suaves colombianos el mismo día fue de 109,05 US¢ / lb.

4. Precios del café colombiano:

Para el caso del café de Colombia es necesario estudiar otros precios importantes para establecer el precio de venta del café y que se soportan en las anteriores cotizaciones. Estos precios son:

a) Precio representativo del suave colombiano y la contribución cafetera.

El precio representativo del café colombiano se utiliza en Colombia para el cálculo de la contribución cafetera. El cálculo del precio representativo fue fijado por el gobierno colombiano mediante el Decreto 1338 de 2003 y consiste en tomar un promedio ponderado de 6 días de la bolsa de Nueva York y sumarle la prima del café colombiano que se obtiene como la diferencia ente el precio OIC para los suaves colombianos y la primera

posición relevante de la bolsa de Nueva York. Se realiza un promedio para disminuir el efecto de la variabilidad en los precios de la Bolsa de Nueva York. El precio representativo para el café colombiano el 19 de septiembre de 2006 fue de 109,64 US¢ / lb para exportar en el mes de septiembre.

La Contribución Cafetera es el recaudo fijado por el gobierno nacional que deben pagar los productores de café, con destino al Fondo Nacional del Café - FoNC, con el fin de mantener la garantía de compra del grano a los caficultores colombianos y aportar en el desarrollo sostenible y competitivo del sector cafetero del país a través de la acción de la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia.

La contribución equivale al 5% del precio representativo del café colombiano de toda libra de café que se exporte, será máximo de 4 US¢ / lb y mínimo 2 US¢ /lb. Adicionalmente se cobra un monto temporal de 2 US¢ /lb cuando el precio representativo sea mayor a 60 US¢ /lb, destinado al fortalecimiento del Fondo Nacional del Café.

El 19 de septiembre de 2006 con un precio representativo de 109,64 US¢ /lb, un caficultor debería pagar 6 US¢ /lb por contribución cafetera discriminado así: El 5% del precio equivale a 5,48 US¢ /lb, pero como el máximo permitido por ley es de 4 US¢ /lb, la contribución a cobrar es de 4 US¢ /lb. Adicionalmente, a este valor se le deben sumar los 2 US¢ /lb establecidos por la ley para el fortalecimiento del FoNC, con lo cual la contribución total para el 19 de septiembre de 2006 fue de 6 US¢ /lb.

b) Precio de compra del FoNC

ECONÓMICAS									
 Escriba a: economicas@eltiempo.com									
Café	Café Colombiano	Petróleo	Bolsa de Colombia	Interés	Monedas	UVR			
Precio representativo por libra OMC	Dólares por libra OMC	Dólares por barril	IGBC (Índice general)	Efectivo anual (%)	En dólares	En pesos	Hoy	\$160,4385	
2.276,20 ↑				DTF	1.3833	2.918,35			
Tasa de cambio (C) 2.188,80	Hoy 1,24	Hoy 59,71	Hoy 10.876,48	DTF Trimestre anual	Bolívar	1,84	Mañana	\$160,5105	
Tasa de cambio (M) 2.238,80	Ayer 1,24	Ayer 57,71	Ayer 10.911,36	Última Cál. Y Consumo 20,75	Peso Mexicano	204,53			
Breves									
...nas, sorprendido ...ago de Lukoil									

El precio de compra del FoNC es calculado por la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia. Este precio cambia todos los días de acuerdo con las variaciones de precios que se presenten en la bolsa de Nueva York donde se negocia el café colombiano.

Es muy importante diferenciar el precio de compra del FoNC del precio que paga cada cooperativa por el café al caficultor dependiendo del rendimiento y la calidad del mismo.

Para el cálculo del precio de compra se tienen en cuenta los siguientes elementos:

$$\text{Precio de compra FoNC} = \text{Ingresos} - \text{Egresos}$$

Donde:

$$\text{Ingresos} = [(\text{precio bolsa Nueva York} + \text{diferencial}) \times (\text{tasa de cambio})] + \text{precio subproductos}$$

-Precio Bolsa Nueva York: es el precio vigente en el mercado internacional para cada momento del tiempo.

-Diferencial: es el sobre precio o descuento pactado con un cliente en el momento de la venta.

-Tasa de Cambio: cantidad de pesos colombianos que se pagan por un dólar en el mercado para cada momento del tiempo.

-Precio Subproductos: dinero que se paga por el café que no se exporta y se consume a nivel interno. De éste hacen parte las pasillas y los consumos.

$$\text{Egresos} = \text{costo materia prima} + \text{costos exportación} + \text{contribución cafetera} + \text{provisión de riesgo diferencial}$$

-Costos de Exportación: son los gastos que debe pagar el FoNC para llevar el producto desde el lugar donde se compra hasta el puerto de embarque, incluyendo los costos por trilla y almacenaje, por cargue y descargue

del café, por el transporte del producto, los seguros, la seguridad, entre otros.

-Contribución Cafetera: representa en la actualidad 6 US¢ / lb.

-Provisión de Riesgo Diferencial: Es la provisión temporal que hace el FoNC por cada libra exportada y la utiliza en caso de que el diferencial de venta presupuestado al momento de vender el café sea menor al diferencial que se obtiene al momento de la venta.

-Costo de la Materia Prima: es el valor pagado a las cooperativas por el café pergamino o café excelso entregado en las Bodegas de Almacafé. El precio depende de las condiciones vigentes en el mercado en el momento de la Fijación de Compra. Para el cálculo del precio de compra se parte de los ingresos que están determinados por el precio de referencia en la bolsa (contrato "C" del NYBOT), el diferencial de venta del café colombiano estándar, y el precio de los coproductos. A estos ingresos, convertidos a pesos con la tasa de cambio del mercado, se les descuentan los costos y gastos de la exportación, la Contribución Cafetera y la Provisión del riesgo Diferencial, para obtener, de esta manera el precio que se le paga a la Cooperativa en pesos por carga de pergamino seco o por saco de excelso.

Para poder obtener el precio de compra del FoNC a cada una de la Cooperativas, se debe tener en cuenta la distancia de éstas al puerto del embarque.

c) El precio de compra:

El precio que finalmente se paga a los caficultores es el resultado del precio de compra del FoNC más un descuento o incremento que depende del lugar de origen del café y del factor de rendimiento. En el caso del lugar de compra, un café procedente de una región más cercana al puerto tiene un precio mayor gracias al ahorro en costos de transporte y manipulación del producto.



COOPERATIVA DE CAFICULTORES
DE MANIZALES

VALOR ARROBA	HOY	RTO
DESDE	48 500	92,8
HASTA	51 000	88,8

DEPENDIENDO DE LA CANTIDAD

El factor de rendimiento sirve para determinar la cantidad de café pergamino seco que se necesita para obtener un saco de 70kg de café excelsa en el proceso de trilla, y de éste depende el precio a pagar al caficultor.

Un factor de rendimiento **menor** a 92,8 significa que se necesitan menos kilogramos de café pergamino seco para obtener un saco de 70 kilogramos de café excelsa y por lo tanto el café tendrá **mayor** precio de venta.

Un factor de rendimiento **mayor** a 92,8 significa que se necesitan más kilogramos de café pergamino seco para obtener un saco de 70 kilogramos de café excelsa y por lo tanto el café tendrá un **menor** precio de venta.



En el siguiente ejemplo se explica en detalle el cálculo del precio interno que se le paga a un caficultor en Colombia.

El factor de rendimiento y fijación del precio por factor de rendimiento.

Factor de rendimiento

Es la cantidad de café pergamino seco que se necesita para obtener 70 kilogramos de café excelso o almendra en el proceso de trilla.

Actualmente en Colombia, en promedio, se necesitan 92,8 Kilogramos de café pergamino seco para obtener 70 kilogramos de café excelso, lo restante es cisco y subproductos.

Procedimiento para calcular el factor de rendimiento:

Primero, se toma una muestra de 250 gramos de café pergamino seco.

Se trilla la muestra evitando pérdidas del grano, retirando todos los materiales extraños.

Con el grano trillado se pesan las almendras sin retirar las pasillas. Para efectos prácticos supongamos un peso de 200 gramos.

Con el dato anterior se calcula el porcentaje de merma, con la siguiente fórmula:

$$\% \text{ Merma} = \frac{250\text{g} - \text{peso total de la almendra}}{250\text{g}} \times 100$$

$$\% \text{ Merma} = \frac{250\text{g} - 200}{250\text{g}} \times 100$$

$$\% \text{ Merma} = 20\%$$

Interpretación: "Por cada 100 Kg de café pergamino seco, 80 Kg son de café verde y 20 Kg son impurezas, pasillas y cisco."

Se pasa la muestra de 200 gramos de café verde por una malla de referencia 13, se realizan movimientos uniformes durante dos minutos aproximadamente y se determina el peso de las almendras.

Luego se retiran los granos defectuosos o pasillas y se pesan los granos con defectos y brocados. Se debe tener en cuenta que si en el grano brocado existen granos con broca de punto (con una sola perforación limpia), se pueden incorporar hasta 15 de estos granos con broca de punto en la almendra sana.

Supongamos que en el ejercicio anterior, el peso del excelso, el cual está conformado por las almendras sanas sobre malla 13 y los granos con broca de punto que se incorporaron, fue de 195,5 gramos.

$$\text{FACTOR CALCULADO} = \frac{250\text{g} \times 70 \text{ kg de excelso}}{\text{Peso de excelso en gramos}}$$

$$\text{FACTOR CALCULADO} = \frac{250\text{g} \times 70 \text{ kg de excelso}}{195,5 \text{ g}}$$

$$\text{FACTOR CALCULADO} = 89,5 \text{ kg}$$

Interpretación: se necesitan 89,5 Kilogramos de café pergamino seco para obtener 70 kilogramos de café excelso.

Una vez calculado el factor de rendimiento, se procede a calcular el precio de compra de acuerdo con la siguiente fórmula:

$$\text{PRECIO FACTOR} = \frac{\text{Factor base} \times \text{Precio Base}}{\text{Factor Calculado}}$$

El Factor base es de 92,8 kg.

Si el Precio base es de \$41.000/@ (el precio base es el valor de una @ de café pergamino seco de factor base de rendimiento al momento de la venta).

$$\text{PRECIO FACTOR} = \frac{92,8 \text{ kg} \times \$41.000/@}{89,5 \text{ kg}}$$

$$\text{PRECIO FACTOR} = \$42.511 \text{ por arroba.}$$

Sistemas de fijación del precio y modalidades de venta de acuerdo con el momento de la entrega



La Federación Nacional de Cafeteros de Colombia ofrece a los caficultores una combinación de modalidades de entrega y sistemas de fijación de precio, que les permite aumentar las posibilidades de tener niveles de precio que cubran sus costos y satisfagan sus expectativas en materia de utilidad.

-Modalidades de entrega

En cada momento, las modalidades de entrega están asociadas a la disponibilidad de café por parte del caficultor para su venta.

Si el caficultor tiene listo el café para la entrega, se trata de la modalidad de entrega inmediata. Por el contrario, si el caficultor aún no tiene listo el café para su entrega pero lo tiene en alguna etapa del proceso productivo, se trata de la modalidad de entrega futura.

1) Modalidad de entrega inmediata:

En esta modalidad, el caficultor tiene listo su café en pergamino seco para ser entregado. Con esta modalidad el caficultor recibe los ingresos correspondientes a la venta de su café de forma inmediata.

2) Modalidad de entrega futura:

En esta modalidad, el caficultor tiene su café en alguna etapa del proceso productivo y por lo tanto no lo tiene disponible para entregarlo en forma inmediata. Con esta modalidad el dinero llega después de la venta, pero si el caficultor hace bien las cosas, puede representar un mayor ingreso.

-Sistemas de fijación del precio

Para cada una de las modalidades de entrega de café, existen los sistemas de fijación de precios que a continuación se mencionan:

1) Sistema de fijación de precio fijo:

Este sistema le permite al caficultor fijar un precio de venta con el propósito

de fijar una utilidad, siempre y cuando el precio de venta esté por encima de sus costos de producción o, limitar una pérdida, en el caso en el cual el precio de venta sea menor que los costos de producción.

En cualquiera de estos casos el productor decide vender su café y la cooperativa se lo liquida con base en el precio publicado para su pago. Este sistema no representa ningún costo para el productor.

2) Sistema de fijación de precio piso:

Este sistema le permite al caficultor fijar un precio de venta mínimo y beneficiarse en forma ilimitada de un alza en los precios, durante un tiempo determinado. Con este sistema, el caficultor incurre en un costo pero incrementa la probabilidad de recibir un mayor ingreso. Este sistema le permite al caficultor fijar una utilidad mínima, teniendo la posibilidad de incrementarla o, limitar una pérdida teniendo la posibilidad de disminuirla o incluso obtener utilidad.

3) Sistema de fijación por bandas de precios:

Este sistema le permite al caficultor fijar un precio de venta mínimo y beneficiarse en forma limitada de un alza en los precios durante un periodo de tiempo determinado. Con este sistema, el caficultor también incurre en un costo buscando incrementar la probabilidad de tener un mayor ingreso por la venta de su café. Este sistema también le permite al caficultor fijar una utilidad mínima, teniendo la posibilidad de incrementarla hasta cierto nivel o, limitar una pérdida teniendo la posibilidad de disminuirla o incluso obtener utilidad.

Todos los anteriores sistemas de fijación del precio tienen sus propios procedimientos y etapas dentro de la negociación. Es importante investigarlos y conocerlos con la ayuda de mi tutor.

Negociación internacional de café

La negociación de café se realiza con el fin de llevar el producto desde la finca donde se produce el grano hasta las manos del consumidor final, ya sea tostado o molido, soluble o en forma de bebida. Esta negociación se realiza entre un vendedor o exportador de un país productor de café y un comercializador o tostador en un país comprador de café. En una negociación de este tipo son necesarias la confianza, la experiencia y el conocimiento entre las partes involucradas para no tener problemas de incumplimiento con el contrato pactado.

En esta negociación de carácter comercial las partes acuerdan varios elementos necesarios para llevar a cabo la entrega y el correspondiente pago por el café transado.

Los principales criterios que se deben pactar en la negociación son:

- Características de calidad del café de tipo físico (tamaño, textura, etc) y sensorial (acidez, cuerpo, etc).
- Cantidad de café a entregar medida en sacos de café verde de 60 Kg que es el parámetro a nivel mundial para empacar el café. En Colombia el café se exporta en sacos de 70 Kg.
- Fecha de entrega pactada con el cliente.
- Otras condiciones de entrega. Cuando se realizan negociaciones internacionales existen unos términos en el comercio llamados Incoterms que se utilizan para establecer en que momento el café que se está negociando deja de ser propiedad del exportador o vendedor y pasa a ser propiedad del comercializador o tostador con las consecuentes obligaciones para cada parte en lo referente a costos de transporte y almacenaje, pago de seguros e impuestos. De igual manera se establece el puerto y el país donde se debe entregar el café al cliente.

Por ejemplo, en una negociación con un cliente en Estados Unidos se puede pactar que el exportador colombiano entregue el café en el puerto de Cartagena cubriendo los gastos de transporte y de seguridad de la carga hasta esta ciudad, mientras el cliente asumirá el transporte, la seguridad y demás costos que requiera llevar el café desde el puerto de Cartagena hasta Estados Unidos.

La comercialización del café está atada al comportamiento de los precios en la Bolsa de Nueva York. Estos precios no solo reflejan la situación mundial de demanda y oferta (fundamentales del mercado).

- El precio final pactado entre un tostador de café y un exportador está compuesto de dos partes: el precio de Bolsa de Nueva York y un diferencial con respecto a la Bolsa (dinero adicional o descuento que se paga dependiendo de las características de calidad del café y de la negociación hecha con el cliente). Es así como el precio al que queda pactada una negociación de café no depende del exportador sino de las condiciones de precio actuales en la bolsa y de la situación de oferta y demanda de café que rijan en el mercado cafetero.

El precio internacional de café es sumamente inestable, con alteraciones que pueden producirse en el transcurso de unos meses, unas semanas o unos días e incluso el mismo día de la contratación. Por esta razón los participantes del mercado, industria y origen, buscan diferentes estrategias para disminuir el efecto de la volatilidad de los precios en los resultados de las negociaciones de café. Para ilustrar el proceso de comercialización, se presenta a continuación un ejemplo de cómo el FoNC realiza su proceso de compra y venta de café. Además se incluye una breve descripción de la operación realizada por el tostador.

Comercialización de Café FoNC

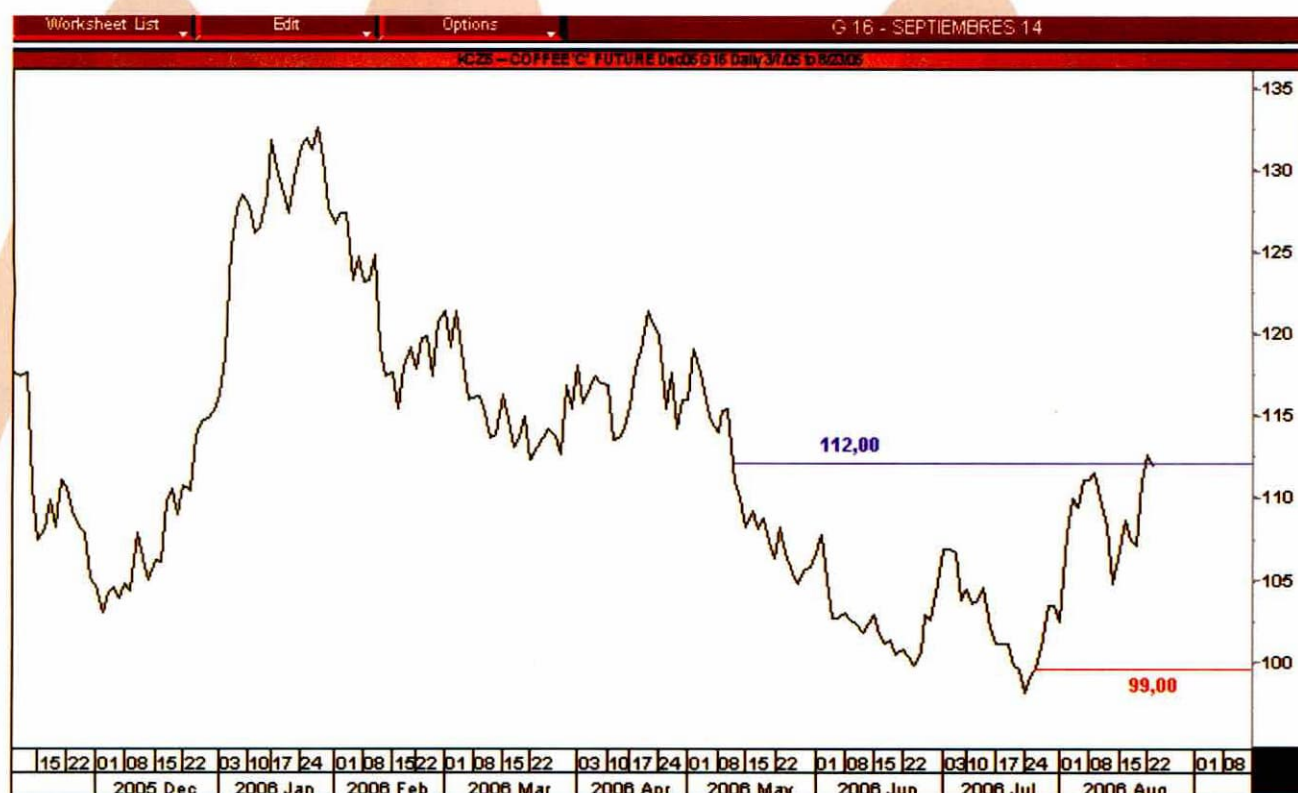
Exportador - Origen

El 10 de mayo el FoNC compra una libra de café (compra físico) a 112 US¢/lb, en ese mismo momento y con el objetivo de cubrir el riesgo de precio en Bolsa, vende un contrato de futuros al mismo precio. Al final de estas dos operaciones tenemos un Estado de Pérdidas y Ganancias (P&G) de 0 US¢/lb. Dos meses y medio después, 27 de julio, el FoNC vende a un tostador la libra de café que compró el 10 de mayo a un precio de 99 US¢/lb en bolsa más un diferencial de +2 US¢/lb, simultáneamente compra un futuro a 99 US¢/lb.

Cuando el FoNC pacta el negocio de venta con el tostador debe comprar un contrato de futuros. Si descontamos el diferencial pagado por el tostador, al igual que en el momento de la compra del físico, el P&G es cero, ya que el FoNC está vendiendo café a 99 US¢/lb y a su vez comprando un contrato de futuros al mismo precio. Este proceso de compra y venta de físico acompañado de operaciones contrarias en la bolsa permite que el FoNC se proteja del riesgo de volatilidad en los precios.

El análisis anterior lo podemos realizar de manera separada entre el café físico y la bolsa. En el caso del café físico, el FoNC perdió 13 US¢/lb ya que vendió a 99 US¢/lb lo que compro a 112 US¢/lb. Esta pérdida fue compensada con la ganancia de 13 US¢/lb por la venta y compra de futuros en la bolsa a 112 y 99 US¢/lb respectivamente.

	10 de Mayo		27 de Julio		P&G
Físico	Compra a	112	Vende a	99	-13
Futuros	Vende a	112	Compra a	99	13
	P&G	0	P&G	0	0



Sin importar si la compra ocurre antes de la venta del café y sin importar si entre la compra y la venta los precios suben o bajan, las operaciones de cobertura con futuros permiten que el FoNC no pierda ni gane dinero por el movimiento en los precios.

REFLEXIONO Y CONCLUYO

A través del desarrollo de esta guía de aprendizaje, tengo claro que:

▫ No existe un único precio del café. Como pude darme cuenta el precio del café depende de factores como la oferta y la demanda, la calidad, el eslabón de la cadena en que se encuentren los participantes y el factor de rendimiento.

- La compra del café con base en el factor de rendimiento recompensa a los cafés de excelente calidad.

- Las modalidades de compra de café buscan beneficiar al productor, incrementar la competitividad del FoNC y reducir los riesgos de deterioro de la calidad del café.

- Para reducir el riesgo de pérdidas por razón del cambio de precio, los participantes en el mercado realizan operaciones de cobertura.



Ejercicio 16. Mis conclusiones de la guía 3.

Elaboro mis propias conclusiones y las comparto con mi familia y vecinos:

1) El conocimiento de la determinación del precio me sirve para tomar decisiones en mi empresa relacionadas con la calidad del café, tales como:

2) Puedo consolidar algunas ideas efectivas para producir un café de alta calidad.



Ejercicio 17. Análisis de mis avances.

Realizo un análisis de las respuestas a los diferentes ejercicios de la guía y escribo a continuación mis consideraciones acerca de los nuevos conceptos:

1) ¿Fortalecí verdaderamente mis conocimientos frente al tema? ¿Por qué?

2) ¿Qué aspectos positivos encontré a partir de lo que sabía y los nuevos conocimientos?

3) ¿Cuáles fueron los aspectos negativos?



4) ¿Qué aspectos debo reforzar de la guía 3?

PREGUNTAS Y COMENTARIOS PARA COMPARTIR CON MI GRUPO



Ejercicio 18. Preguntas e inquietudes de la guía 3.

1) En el próximo encuentro grupal socializaré las siguientes experiencias de las actividades desarrolladas en la presente guía:

2) Y manifestaré las siguientes inquietudes, para ser resueltas con mi tutor y mis compañeros de grupo:

GLOSARIO

Caficultor federado: Productor de café que posee cédula cafetera expedida por el comité departamental de cafeteros respectivo, y que esta dedicado principalmente al negocio del café.

Cooperativa: Es una organización de tipo solidaria de propiedad de los productores de café, cuya función principal es la de garantizar la compra del café al productor al mejor precio posible.

Excelso: Muy alto, eminente, café de muy buena calidad.

Federación Nacional de Cafeteros de Colombia: es una institución de carácter gremial, fundada en 1927, privada y sin animo de lucro que busca el bienestar del caficultor.

Fondo Nacional del Café: creado en 1940, es una cuenta del tesoro nacional, administrado por la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia, que se nutre de las contribuciones obligatorias del sector y su principal obligación es la de garantizar la compra de café a los productores articulando el fondo, Almacafé y las cooperativas.



