

REVISTA CAFETERA DE COLOMBIA

ORGANO DE LA FEDERACION NACIONAL DE CAFETEROS

Director, EL GERENTE DE LA FEDERACION

VOLUMEN III

Bogotá - Colombia, Abril de 1931

NUMERO 25

NOTAS EDITORIALES

LABORES DE LA FEDERACION

LAS OFICINAS EN EL EXTERIOR

Uno de los puntos más discutidos en el Cuarto Congreso Cafetero reunido en la capital a fines del año pasado, fue el de la conveniencia y utilidad de las oficinas de la Federación en el exterior, es decir, en Estados Unidos y en Europa.

Al rededor de esta cuestión llegaron a hacerse consideraciones tan simplistas como la de que habiendo alcanzado el café colombiano su posición actual de precio y de prestigio en los mercados extranjeros sin otra propaganda que la hecha en épocas anteriores por unas pocas firmas de exportadores colombianos, bien podrían continuar las cosas en la misma forma sin mayor perjuicio para nuestra industria cafetera, y, antes por el contrario, con la ventaja de economizarnos el costo de las oficinas de la Federación en el exterior.

Afortunadamente no prevalecieron en el Congreso estos puntos de vista, pues a ellos se opusieron argumentos que la mayoría consideró convincentes, y que dieron por resultado el que se autorizara al Comité Nacional para sostener y ampliar la oficina de Estados Unidos y para crear otras similares en Europa.

No nos ocuparemos en este artículo de la labor que se proyecta en los países europeos, pues ella será motivo de

un posterior editorial; y solo creemos oportuno decir al respecto que la Federación ha hecho un estudio bastante completo, por medio de fuentes de información de distinta índole, respecto de las condiciones generales de aquellos mercados y de la manera como debe iniciar sus labores, lo cual se hará dentro de pocos días, mediante una organización de conjunto y un plan concreto y definido, pues precisamente a la carencia de estos dos factores deben atribuirse los fracasos en algunas iniciativas parciales y fragmentarias.

Pero volviendo al asunto principal que motiva estas líneas, queremos llamar la atención de los cafeteros colombianos hacia los eficaces servicios que ha estado prestando nuestra oficina de Estados Unidos, en conexión con la organización que hemos logrado implantar en el interior del país, servicios que irán aumentando en progresión creciente día por día.

En primer término debemos destacar la influencia enorme que en la defensa de los precios del café colombiano han tenido los organismos de la Federación a que hemos hecho referencia.

LA DEFENSA DE LOS PRECIOS

Nuestra oficina de Nueva York y nuestros corresponsales en los principales

mercados europeos nos tienen constantemente al corriente de los precios del mercado exterior, de los cambios ocurridos en éste, de las perspectivas en el mercado de opciones, y de cualesquiera factores especiales que afecten o puedan afectar, en uno u otro sentido, los precios del café. Estas comunicaciones son transmitidas inmediatamente por telégrafo a los comités departamentales y a las juntas cafeteras que funcionan en varios de los centros productores más importantes, y publicadas en la prensa de la capital.

Los comités departamentales tan pronto como reciben nuestras informaciones se apresuran a hacerlas conocer del público, en especial de los productores, y a difundirlas en todas las poblaciones cafeteras de cada departamento, sea por información telegráfica directa a las juntas municipales, o por medio del magnífico servicio que hemos logrado establecer en varios departamentos y que creemos pronto estará implantado en todos ellos, gracias a la colaboración efficacísima que nos han prestado algunos de los Gobernadores, y que seguramente nos prestarán todos los demás a quienes ya hemos hecho la solicitud respectiva.

Consiste el servicio a que nos estamos refiriendo en que dos o más veces por semana los comités departamentales comunican a la gobernación los precios del café en Nueva York y en la capital del respectivo departamento, o en su principal mercado cafetero, y la gobernación transmite telegráficamente esta comunicación a los alcaldes de los municipios productores, con orden de hacerla conocer de todos los cafeteros, grandes y pequeños, por medio de bandos en los días feriados y de mercado, o de grandes tableros que en lugares muy visibles de la plaza prin-

cipal de la población han hecho colocar los comités departamentales por conducto de la respectiva junta cafetera municipal.

LAS MANIOBRAS DE ESPECULACION

De esta suerte, los pequeños productores están al corriente de los precios y perspectivas del café y no se dejan sorprender por las noticias alarmistas y las cotizaciones tendenciosas que con frecuencia hacen circular algunos de los especuladores y compradores del grano. Esta práctica altamente reprobable, que por fortuna va desapareciendo en gran parte gracias a la labor de la Federación que dejamos mencionada, era muy frecuente en épocas anteriores y producía resultados desastrosos para los pequeños empresarios, que eran presa de la alarma y vendían sus lotes de café prácticamente al precio a que querían pagárselo los especuladores.

No paraba aquí el mal, pues los compradores amigos de estos sistemas se aprovechaban de las compras así hechas, o de las perspectivas de hacerlas en las condiciones dichas, para ofrecer en el mercado americano, muchas veces en descubierto, lotes de café a precios inferiores a los existentes y lograr de esta manera producir una baja en los mercados del exterior, que se apresuraban a comunicar y explotar en nuestros mercados interiores, para llegar así a la depresión definitiva de los precios en provecho de sus propios intereses.

Hasta tal punto era efectivo el funcionamiento de este mecanismo, que ya sabíamos los cafeteros que tan pronto como empezaba la cosecha en cualquier región del país venía allí la depresión especulativa de los precios. Este sistema obraba en forma casi matemática, y era bien sabido en ciertos departamentos que el café bajaba irremediamente

UNA GANANCIA PARA LOS PRODUCTORES

te los viernes y sábados en la respectiva capital o en el mercado central del grano, a fin de poder comunicar estas bajas a todas las poblaciones cafeteras y aprovecharlas para hacer las compras el día domingo.

Por otra parte, las noticias que de Colombia transmiten al exterior algunos de los interesados, sobre la perspectiva de las cosechas, existencia de café en el interior o en los puertos, movilización hacia éstos, precios y tendencias de los mercados locales, etc., se resienten con frecuencia de un deseo claro de provocar la baja de nuestro café en los mercados americanos y europeos.

Para contrarrestar esta labor, la Federación transmite semanalmente a su agente en Estados Unidos, y otro tanto se hará con las oficinas de Europa, informaciones fidedignas respecto del estado de las cosechas, movilización de café hacia los puertos, existencias aproximadas en el interior en cuanto esto es posible, precios y situación en los distintos mercados locales, y todo lo demás que pueda influir en el mercado cafetero.

De otro lado, tenemos también hoy una información bastante completa y oportuna sobre lo que ocurre en el Brasil en relación con la política cafetera, y sobre la situación de los otros países productores, especialmente los de cafés suaves, sobre perspectivas de las cosechas, salida de éstas al mercado, orientación hacia unos u otros países consumidores, etc., de suerte que ya no es posible sorprender a los cafeteros colombianos con la noticia de enormes cosechas imaginarias en este o en aquel país, o de grandes embarques hacia determinado mercado consumidor. Adelantamos igualmente un estudio sobre las posibilidades del aumento de producción en los países no sólo de América, sino también de Africa y de Asia.

Gracias a nuestra organización y a la actividad y eficacia con que funcionan sus distintos órganos, ha podido la Federación luchar con éxito contra el andamiaje de sistemas y de intereses que dejamos descritos, y podemos afirmar, con la seguridad de no estar equivocados, que si la Federación no existiera o no hubiera actuado como lo ha hecho, el café colombiano se habría estado vendiendo en los últimos meses uno o dos centavos por debajo del precio que se ha logrado obtener.

Tan efectiva ha sido la posición de firmeza en que se ha logrado mantener durante los últimos meses el mercado de café colombiano, no obstante el derrumbamiento de los precios del Brasil y de ciertas tentativas de desconcierto de que hablaremos en seguida, que en algunos de los otros países productores de suaves se considera que la solidez del mercado de nuestro café ha contribuido de manera decisiva a defender los precios de todos los cafés suaves.

Y es bueno que piensen los cafeteros colombianos en lo que significa esta campaña de defensa de los precios, pues suponiendo que únicamente hubiéramos logrado evitar una baja de medio centavo por libra, tendríamos que le habríamos hecho economizar al productor colombiano por este solo concepto y sin tener en cuenta las otras importantes actividades que se están realizando o que se iniciarán próximamente, sesenta centavos por saco; y como el impuesto que se paga y que ingresa a la Federación es de diez centavos por saco, tenemos que por este solo aspecto les está dando la Federación a los cafeteros una utilidad de seiscientos por ciento, por lo menos.

Y para que se vea que lo que estamos diciendo no es mera literatura, nos referimos al hecho concreto de lo ocu-

rrido recientemente con la iniciación del sistema de ofertas en descubierto de cafés del departamento de Caldas, las cuales hicieron bajar dicho café en el curso de unos pocos días, un centavo para las ventas en plaza y centavo y medio para las operaciones de entrega en mayo, con la consiguiente repercusión en los precios disponibles y futuros de los otros cafés colombianos.

Tan pronto como la Federación tuvo conocimiento de estas actividades, comunicadas tanto de Nueva York como de San Francisco de California, en donde se encontraba en esos días el jefe de nuestra oficina en Estados Unidos, procedió a contrarrestarla activa y enérgicamente, logrando también en pocos días detener el mal y hacer volver los precios a su estado normal, aun antes de que se conociera lo referente a la conferencia de Río Janeiro y de sus resultados, que vino más tarde a consolidar y mejorar aun más la situación.

A las noticias que se hacían circular de que se aproximaba la salida al mercado de importantes embarques de Centro América, pudimos oponer en forma inmediata y categórica la siguiente información cablegráfica enviada de San Francisco por nuestro agente en Estados Unidos:

«Cosechas Méjico, Centro América movilizadas, futuros arribos serán prácticamente nulos, existencias de cafés colombianos bajas en todo el país».

Cometeríamos una omisión injusta si antes de terminar estas líneas no dejáramos constancia de que la práctica de especulaciones a que atrás hicimos referencia, no puede ser imputable a todas las firmas que en Colombia negocian en la compra y exportación de café, pues muchas de ellas proceden en una forma leal y correcta y son un factor de cooperación más bien que de desconcierto.

EL ENSANCHE Y ORGANIZACION DE LOS MERCADOS

Ha sido desde el primer momento motivo de honda preocupación para los directores de la Federación Nacional de Cafeteros el mejorar las condiciones actuales del mercado de café, en el sentido de establecer un contacto lo más directo e inmediato posible entre los productores y el mayor número de tostadores y consumidores.

Antes de la crisis de 1918, existían importantes firmas colombianas establecidas en Estados Unidos, y dedicadas al negocio de compra y exportación de café o de ventas en consignación, y fueron algunas de estas firmas las que contribuyeron a hacer conocer en el mercado americano el café de Colombia y a difundir su empleo entre los tostadores. Pero la crisis mencionada trajo como consecuencia la liquidación de todas esas firmas, y el mercado de nuestro café vino a quedar en manos de unas pocas e importantes casas extranjeras que han establecido sus oficinas y sucursales en Colombia, y de unos pocos exportadores colombianos que, por regla general, no disponen del capital que requiere un negocio de esta magnitud y de tantas contingencias.

Uno de los asuntos tratados en el último Congreso Cafetero y consignado en las resoluciones de éste, fue el de dar mayor amplitud al mercado de nuestro café en la forma en que el estudio y las circunstancias de los distintos países lo hicieran aconsejable.

Dejamos dicho que por hoy no hacemos referencia en detalle a los mercados europeos y que nuestras consideraciones se referirán principalmente al mercado de Estados Unidos.

LA LABOR EN EL MERCADO AMERICANO

Para desarrollar en forma práctica los deseos del Congreso y las aspiraciones

de los directores de la Federación, se ordenó desde hace unos dos meses al jefe de nuestras oficinas en Estados Unidos que hiciera una gira por el sur y el oeste de dicho país y por el Canadá, a fin de estudiar las condiciones de esos mercados y de buscar por medio de conferencias personales o en otra forma, el mayor contacto con los tostadores, para interesar a éstos en un mayor consumo de café colombiano y tratar de vincular a los más importantes de ellos, en la forma más directa e inmediata posible, con nuestros mercados productores.

No es el caso de detallar en este artículo el resultado de todas y cada una de las gestiones que ha ido realizando nuestro agente y de que nos ha dado cuenta, si bien ya algunas de las gestiones iniciadas han sido puestas en conocimiento de los comités departamentales que pudieran estar interesados en ellas, pero sí debemos dejar constancia de que tenemos grandes esperanzas en el resultado de las giras y labores hechas por nuestro agente y de que ellas contribuirán a aumentar el número de firmas tostadoras interesadas en hacer compras en nuestros mercados productores. Se están estudiando al mismo tiempo los medios de realizar en forma efectiva este desideratum, para lo cual la Federación pondrá todo cuanto esté de su parte, con la ayuda de los almacenes de café, que beneficiarán el grano en la forma más conveniente para su adecuada presentación en los distintos mercados.

Para mantener la información constante entre los principales tostadores americanos respecto de las condiciones, oportunidades y perspectivas de nuestros mercados internos de café, y para insistir ante éstos en la conveniencia y

utilidad que tiene para ellos el dar preferencia en sus mezclas a los cafés colombianos, se han dado instrucciones a la oficina de Nueva York para publicar un boletín semanal, en inglés, destinado al conocimiento de los tostadores americanos, y de todas aquellas firmas que se interesan en negocios de café.

En sus estudios en el sur de los Estados Unidos encontró el jefe de nuestra oficina en dicho país, que en varios Estados se consumen por regla general cafés de no muy buena calidad y que hay allí una oportunidad para hacer entrar los cafés colombianos.

La ciudad de Houston, uno de los más importantes puertos del sur, está hoy comunicada con nuestros puertos de la costa atlántica por un servicio quincenal de vapores de la Lykes Bros Steamship Co., lo que permite establecer por este conducto un despacho regular de nuestro café hacia esos centros consumidores.

Está ya tratando la Federación de conectar una de las más importantes empresas tostadoras del sur con el mercado colombiano, y confiamos en que esta iniciativa se traducirá en resultados prácticos.

La importancia de los mercados del oeste y del suroeste de Estados Unidos justifica probablemente el establecimiento de una sucursal de nuestra oficina de Nueva York en aquel territorio, y es este uno de los asuntos que están actualmente a la consideración del comité y de la gerencia.

A todo lo dicho hay que agregar que la Federación está estudiando otros distintos medios de acción directa en lo relativo a la ampliación de nuestras conexiones con el mercado americano, y que las conclusiones a que se llegue se harán conocer a su debido tiempo.

SUMARIO:

	Págs.
Labores de la Federación. (Editorial).....	875
Perspectivas del mercado mundial de café.....	880
Empleo de la pulpa de café.....	883
Comentarios sobre la historia de una industria.....	885
La situación cafetera.....	890
Agrónomos y expertos ambulantes al servicio de la Federación Nacional de Cafeteros en los departamentos.....	894
Consultas a la sección técnica de la Federación.....	895
Instrucciones para tomar las muestras de tierras que se envíen al Ministerio de Industrias para su análisis químico.....	896
Cuadro que muestra las importaciones de café colombiano por San Francisco de California durante el año de 1930.....	897
La producción de café en el Congo Belga.....	899
Las plagas en el café en Sao Paulo. (Brasil).....	901
La plaga de la palomilla que ataca los cafetales.....	902
Reseña sobre el mercado mundial de café en abril de 1931.....	904
La ley sobre la Caja de Crédito Agrario y reformas al Banco Agrícola Hipotecario.....	905
Cuadros estadísticos.....	913

REVISTA CAFETERA DE COLOMBIA

Esta Revista se publica mensualmente y se distribuye gratis a los miembros de la Federación y a las entidades oficiales e instituciones bancarias, comerciales nacionales o extranjeras que la soliciten. Se canjea con revistas de su índole.

TARIFA DE AVISOS

Página entera, cada vez.....	\$ 25
Media página, cada vez.....	13
Un cuarto de página, cada vez.....	8

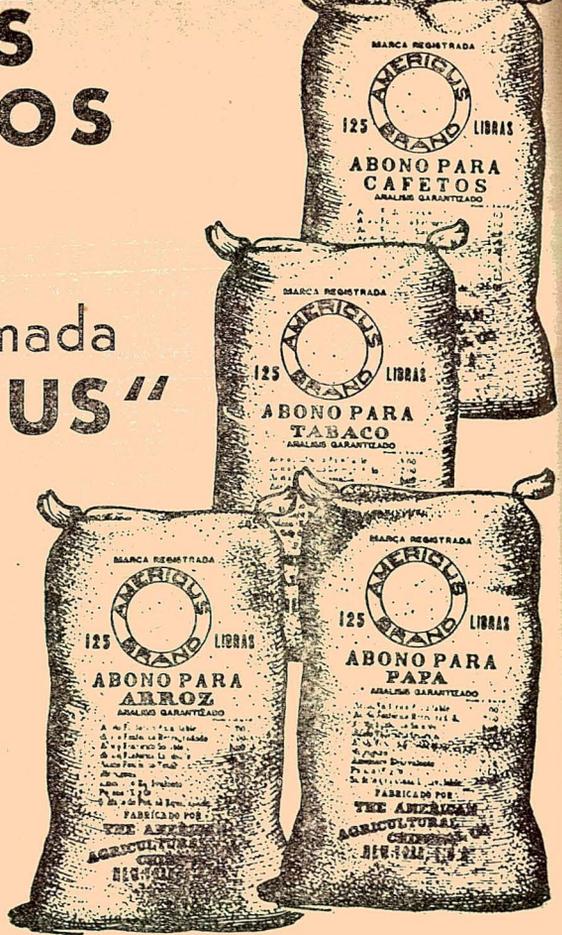
Para solicitar la publicación de avisos o la suspensión de éstos, escríbase a la Secretaría de la Federación Nacional de Cafeteros: Bogotá, Colombia, S. A.—Apartado 1515.

ABONOS QUIMICOS



La marca afamada
"AMERICUS"

Se conoce en todo el mundo por sus virtudes feraces. Una marca y un análisis especial para cada sementera.



The **AMERICAN AGRICULTURAL CHEMICAL Co.**
 420 LEXINGTON AVENUE • NEW YORK, E.U.A.

AGENTES

SAENZ & CIA

EDIFICIO LOPEZ N. 203

Bogotá, Colombia

Apartado N. 240

