

REVISTA CAFETERA DE COLOMBIA

ORGANO DE LA FEDERACION NACIONAL DE CAFETEROS

Director, EL GERENTE DE LA FEDERACION

VOLUMEN III

Bogotá - Colombia.—Octubre de 1931

NUMERO 31

NOTAS EDITORIALES

LA MISION A EUROPA

En cumplimiento de lo dispuesto por el cuarto congreso cafetero y del contrato celebrado con el gobierno, el comité nacional de la Federación resolvió enviar a Europa una misión de estudio, propaganda y comercio encargada de todo lo relacionado con el fomento del consumo del café colombiano en los países europeos.

De tiempo atrás se venía haciendo sentir la necesidad de una labor de esta índole, pues aun cuando es cierto que hasta ahora nuestro café ha encontrado mercados relativamente favorables en los Estados Unidos de América, en donde vendemos el 91.47% de nuestra producción, no hay que olvidar que no es precisamente la posición más favorable para un país la de tener un solo mercado, por bueno que este sea, para su principal producto de exportación; y, de otro lado, aun cuando el promedio de los precios del café colombiano en los Estados Unidos es normal, no podemos negar que en ciertos países de Europa los cafés finos como el nuestro, cuando son presentados convenientemente, alcanzan un precio bastante superior al obtenido en Estados Unidos.

La comprobación de lo último que acabamos de decir la encontramos en las ventas que de sus cosechas hacen en Europa algunos países de Centro América, y, para citar un caso todavía más

concreto, mencionaremos el mercado inglés en relación con el café de Costa Rica.

Entre los productores colombianos podríamos citar también varios casos de empresarios que venden sus cosechas en aquel continente en condiciones muchos más favorables de lo que podrían hacerlo en Estados Unidos.

Las estadísticas demuestran cuán poco café colombiano se vende en los mercados europeos, en tanto que los de Centro América y Venezuela van a dichos mercados en una proporción mucho mayor que la que a nosotros nos corresponde.

En Francia, por ejemplo, el consumo de café en los primeros nueve meses de 1930 fue de 2.225.340 sacos, distribuidos así en relación con los países de procedencia:

Brasil.....	1.464.766
Haití.....	236.940
Indias holandesas.....	144.291
Nicaragua.....	39.925
Indias inglesas.....	39.001
Madagascar.....	36.546
Venezuela.....	91.754
Colombia.....	25.620
Salvador.....	19.640
Gran Bretaña.....	7.148
Estados Unidos.....	1.801
Otros países.....	117.908
Total.....	2.225.340

En Alemania el consumo de café durante todo el año de 1930 fue de 1.541.271 quintales dobles (de 100 kilos cada uno), lo que equivale a 2.568.785 sacos de 60 kilos, distribuidos así en relación con los países de procedencia:

Quintales dobles.

Brasil.....	510.348
Guatemala.....	337.704
Salvador.....	192.587
Costa Rica.....	114.317
México.....	105.863
Venezuela.....	91.599
Colombia.....	68.071
Nicaragua.....	38.033
Indias holandesas.....	28.634
Indias británicas.....	17.728
Africa oriental.....	7.919
» » inglesa..	7.018
Varios.....	21.450
Total.....	1.541.271

En la Gran Bretaña, también durante todo el año de 1930, las entregas al consumo fueron de 294.652 sacos, de los cuales correspondieron a Costa Rica 133.348 sacos y a Colombia sólo 13.807 sacos. Las Indias Orientales y las posesiones inglesas en el Africa participaron también en un alto porcentaje.

Los números que dejamos transcritos y que podríamos complementar con muchos otros todavía más significativos, son más que suficientes para demostrar nuestra posición de gran inferioridad en los mercados europeos.

Tres son, en nuestro concepto, las razones existentes para este estado de cosas, y ellas son las siguientes:

1.º Falta de una labor de propaganda, verdaderamente práctica y eficaz, en favor del café colombiano en los mercados europeos.

2.º Falta de una preparación adecuada de los cafés colombianos en relación con los gustos y hábitos de los

mercados de Europa, y de una standarización general y segura de nuestros cafés, que permita al comprador europeo estar cierto de la calidad y tipo del producto que compra, y de tener un abasto permanente de éste en cantidades suficientes para sus necesidades.

3.º Deficiencia de las conexiones comerciales, financieras y de transportes entre el mercado productor colombiano y los mercados consumidores de Europa.

El comité nacional de la Federación y la gerencia de ésta, firmes en su propósito de dar cumplimiento a lo dispuesto por el cuarto congreso cafetero y de ensanchar y hacer lo más eficaces posibles los servicios de la Federación, han contemplado el problema europeo por todos sus aspectos, y han tratado de poner todos los medios a su alcance para solucionarlo.

La misión que ahora se envía a Europa, escogida cuidadosamente y sin otro criterio que el de encontrar los individuos mejor capacitados y de mayor experiencia, va a acometer en primer lugar una amplia e intensa labor de propaganda al café colombiano, valiéndose para ello de los distintos sistemas más aconsejables para una labor de esta índole y que estén al alcance de los recursos de la Federación. La propaganda se hará a los cafés colombianos en general, y al mismo tiempo, por medio de muestras e informes de todo género, se harán conocer en cada mercado los distintos tipos del café colombiano procedentes de las diversas secciones del país, ya que probablemente cada uno de estos tipos tendrá especial acogida en ciertos países, por coincidir las cualidades características de cada uno de ellos con los gustos y hábitos de uno u otro mercado.

En lo referente a la mejor preparación y beneficio de nuestros cafés, al

control de las marcas de origen para evitar engaños a los compradores, y a la creación de tipos standard, ha hecho la Federación una intensa labor con los productores por medio de los expertos que trabajan en los departamentos, y a la vez logró la expedición de una ley sobre la materia, cuya reglamentación ha estudiado teniendo en cuenta todos los factores del problema. Sobre el particular ha rendido ya el correspondiente informe al ministerio de industrias, el cual se ocupa actualmente en la elaboración del respectivo decreto reglamentario.

Por último, la deficiencia de las conexiones comerciales, financieras y de transportes entre el mercado productor colombiano y los mercados consumidores de Europa, está siendo objeto de intensa labor por parte de la Federación, la cual trabajará, en todo lo relacionado con estos factores, tanto desde la dirección central en Colombia, como por medio de sus comisionados en Europa.

La Federación misma, autorizada al efecto por el congreso cafetero y por el contrato con el gobierno, está lista a enviar lotes de café de los distintos departamentos y a mantener cierto stock en puertos libres centrales de Europa, para respaldar así, de manera efectiva y con una provisión inmediata a la demanda que se inicie, la labor de los comisionados encargados de recorrer los distintos países y de despertar en ellos su interés por nuestro café.

La Federación colaborará con los productores y exportadores de café colombiano y ayudará a éstos a extender su radio de acción en los mercados extranjeros.

Todo lo que sea ampliar nuestros mercados externos de café traerá como consecuencia lógica e inevitable una alza mayor en los precios obtenidos por nuestro producto, y la posibilidad de colocar en buenas condiciones el aumento anual progresivo de nuestra producción cafetera.

Para terminar, creemos oportuno copiar los siguientes párrafos de una revista que acaba de ser publicada por una importante firma americana que se ocupa en negocios de café colombiano y que al referirse a la labor que la Federación proyecta en Europa dice lo siguiente, que es bien significativo:

«Hemos leído con gran interés que la Federación Nacional de Cafeteros ha nombrado agentes para la propaganda de café de Colombia en Europa. No hay duda de que hay allá un gran campo para el café de Colombia, pero para explotarlo se necesita de un trabajo tesonero, constante y bien ordenado. Imagínese por un momento el efecto que se tendría hoy en este nuestro mercado si se hubiesen seguido las ideas de aquellos que hace tres años abogaban abierta y ardientemente por esta propaganda europea, y que con ello, como firmemente lo creemos, se hubiese conseguido el consumo en Europa de siquiera medio millón de sacos.

«Con una propaganda bien dirigida, Colombia debería vender en Europa un millón de sacos de café al año antes de mucho tiempo, y precisa esto hoy más que nunca, ya que la producción en Colombia, a pesar de la crisis, continúa aumentando».

SUMARIO:

	Págs.
La Misión a Europa. (Editorial).....	1147
Cómo ha quedado organizada la Misión de estudio y de propaganda al café colombiano en Europa.....	1150
La importancia de Holanda en el comercio cafetero.....	1154
El desarrollo del cultivo del café en colonias europeas y otros países.....	1155
La industria cafetera en Santander.....	1162
La llamada «enfermedad del café» en Costa Rica.....	1168
La industria cafetera en Guatemala y las perspectivas de la próxima cosecha.....	1171
Política cafetera brasilera.....	1174
Breve reseña sobre el mercado mundial de café en el mes de septiembre de 1931..	1179
Cuadros estadísticos.....	1182

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.



STICKSTOFF-SYNDIKAT

NITROFOSKA_{IG}

Es el más eficaz y económico de los fertilizantes completos



Aumentar
la producción
de cada cafeto y
abaratarse el costo es el
medio infalible para
evitar pérdidas
en las bajas
del café.



PIDA NITROFOSKA
A LA
Federación Nacional de Cafeteros
SUMINISTRAN INFORMES:

ANILINAS ALEMANAS Gía. LTDA.

BOGOTA, calle 12, N^o 269 — APARTADO: 301