

# REVISTA CAFETERA DE COLOMBIA

ORGANO DE LA FEDERACION NACIONAL DE CAFETEROS

Director, MARIANO OSPINA PEREZ, Gerente de la Federación.

Volúmen IV

Bogotá, Colombia.—noviembre y diciembre de 1932.

Nos. 44 y 45

## NOTAS EDITORIALES

### LOS BENEFICOS RESULTADOS DE LA REGLAMEN- TACION SOBRE TIPOS Y MARCAS DE CAFE

En desarrollo de la Ley 76 de 1931, el Gobierno Nacional expidió el decreto ejecutivo número 1461 de 6 de septiembre del corriente año, reglamentario de las marcas de origen y tipos *standard* de café colombiano, decreto que entró en vigor el día 1º de noviembre del corriente año.

Esta reglamentación, que fue motivo de un cuidadoso y detenido estudio por parte de la Federación Nacional de Cafeteros y del Ministerio de Industrias, reviste caracteres de especial trascendencia para la industria cafetera, desde luego que en ella radica la solución de muchos de nuestros más graves y delicados problemas, tales como la obtención de un mayor precio para nuestros cafés, la facilidad de obtener créditos más amplios y en condiciones más favorables, mayor seguridad en el negocio de ventas para entrega futura, mayor ensanche y prestigio en los mercados en donde ya es conocido nuestro grano, más facilidad para la apertura de nuevos mercados y mayor estímulo para el productor en el mejoramiento de los sistemas de cultivo y beneficio.

En el proceso de tan importante estudio se tuvieron en cuenta los conceptos emitidos por destacadas firmas tanto del interior como del exterior y las opiniones de los agentes de la Federación en Estados Unidos y Europa que reflejan el concepto de la mayor parte de los tostadores y comerciantes de café.

Consideramos oportuno enumerar una vez más los puntos de vista que se tuvieron en cuenta para efecto de tan impor-

tante reglamentación:

a) Los sistemas de marcar el café con nombres de origen que no corresponden a las regiones que lo han producido, tienen el grave inconveniente de que inducen a error a los compradores y son en muchos casos engañosos para éstos. Los cafés de las distintas secciones del país tienen, por regla general, características que son distintamente apreciadas en los diversos mercados y por los tostadores de una misma plaza, cada uno de los cuales tiene preferencia por determinado *blend* o mezcla de café.

El interés de los tostadores es poder obtener siempre, en cualquier momento que lo necesiten, la misma calidad de café establecida para mezcla, y si las marcas de origen están puestas arbitrariamente, sin base ninguna de seriedad y de verdad, se hace imposible a los tostadores interesados en el café colombiano y que no están muy directamente vinculados a nuestros mercados internos, el poder obtener siempre la clase y calidad de café que necesitan, lo cual se traduce siempre en un perjuicio para la industria cafetera colombiana y para el país.

b) La falta de uniformidad en los tipos o clases, que hace que con nombres tales como *excelso* o *supremos* se marquen en los distintos departamentos y aun en uno mismo, y hasta en una misma ciudad, cafés de los tipos o clases más diversos, desde los mejores hasta los más mediocres, es un serio factor de desmoralización y desconcierto para muchos compradores, especialmente en las ventas para embarque o para entrega futura, lo

cual se traduce inevitablemente en una restricción desfavorable para nuestra industria cafetera.

c) Mientras existieran este estado de cosas y las prácticas mencionadas en los dos numerales anteriores, sería casi imposible lograr resultados verdaderamente efectivos y trascendentales en la campaña por el mejoramiento de los sistemas de cultivo y especialmente de los sistemas de beneficio de nuestro café. Dada la práctica de mezclar cafés de distintas calidades, resulta que al productor que saca un buen café al mercado no se le paga por éste un precio que corresponda al mayor esfuerzo que ha hecho en el beneficio de su grano, pues el comprador destina este café a mezclarlo con otros de inferior calidad.

Por consiguiente, el aliciente para el productor individual desaparece.

Pero también desaparece el aliciente para la labor de mejora en las distintas regiones o departamentos, pues tan pronto como éstos logran acreditar determinada marca y determinados tipos, comienzan a aparecer en el mercado con idénticas marcas de origen y de clase, cafés muy inferiores de otras regiones, que tratan de amparar con el nombre su mala calidad y que acaban por desprestigiar todas las marcas.

La pérdida para el país es clara en ambos casos, pues al mezclar cafés malos con buenos el conjunto desmerece apreciablemente, y con la anarquía y desprestigio de las distintas marcas de origen y de clase, todos los cafés colombianos sufren un demérito general en los mercados.

d) La clasificación y reglamentación en estas materias son deseadas y aun pedidas por los tostadores de muchos, pudiéramos decir de todos los países que se interesan en nuestro café, y no es posible perder de vista esta situación que es fundamental en toda época, y mucho más en ésta en que la competencia, por una parte, y la depresión mundial, por la otra, hacen indispensable que todo país productor haga el máximo de esfuerzo para defender y aprestigiar su producto. Y si esto es cierto en general, mucho más lo es para un producto como el café, del

cual hay una superproducción que hace que el principal país productor del grano tenga que estar quemando alrededor de un millón de sacos al mes.

El decreto de marcas ha sido motivo de crítica por parte de algunos exportadores y de ciertos elementos aislados, pero los productores no deben dejarse desconcertar por las informaciones tendenciosas que han circulado alrededor de este asunto.

Ya hace cerca de dos meses que está en práctica el decreto 1461, sin que hasta ahora se hayan presentado ninguna de las dificultades o tropiezos que anunciaron a los cuatro vientos los enemigos de la reglamentación de tipos y marcas de café; en cambio, los resultados benéficos se están ya haciendo sentir de manera muy palpable y para demostrarlo nos basta transcribir algunas de las comunicaciones que sobre el particular hemos recibido del personal de los Almacenes de Depósito de la Federación, a los cuales se ha solicitado una información imparcial sobre la materia.

Libano:

Decreto marcas ha obligado a productores a mejorar calidades obteniendo de exportadores mejores precios; como consecuencia sábado vendióse pergamino hasta veintitrés (23) pesos debido buena calidad.

*Alfonso Duque,*  
agente almacenes depósito.

Armenia (C.):

Café de exportación está saliendo mejor escogido.

*Manuel Jaramillo M.,*  
superintendente almacenes.

Pereira:

Observamos notable mejoría en los tipos de café de exportación, lo cual atribuimos a la vigencia del decreto sobre marcas.

*Gerardo Yepes,*  
superintendente almacenes.

Medellín:

Han mejorado muchos los tipos de café de exportación, como lo comprobaban las muestras que enviáramosle esta semana.

*Felipe Hoyos,*  
superintendente almacenes.

Manizales:

Notoriamente ha mejorado clasificación beneficio café exportación debido aplicación decreto marcas.

*Luis Jaramillo M.,*  
superintendente almacenes.

Popayán:

Hemos notado notable mejoría en los tipos de exportación desde que empezó a regir decreto marcas, observando igualmente productores esméranse mejor preparación en cafés sacan al mercado. Ambiente es favorable selección.

*Tomás Benítez,*  
agente almacenes.

Buenaventura,

Con verdadera satisfacción comunico a ustedes que vengo observando una muy marcada mejoría en las calidades de café que se exportan por este puerto.

*Esteban Saldarriaga,*  
inspector Cafetero.

Honda:

Desde vigencia decreto marcas se ha notado preocupación acondicionadores exportadores por mejorar tipos café.

*J. E. Largacha,*  
superintendente almacenes.

Ibagué:

Consecuencia decreto marcas nótase mejoría tipos café.

*Cenón Melendro,*  
agente almacenes.

Girardot:

Desde vigencia decreto exportación tipos cafés han mejorado notablemente. Productores sacarán cafés muy bien beneficiados, pues así lo han prometido.

*Pedro C. Gutiérrez,*  
superintendente almacenes.

Cúcuta:

Los tipos café de exportación han mejorado de acuerdo Decreto marcas, y comercio se ha ceñido a él sin ninguna dificultad. Aunque apenas empiezan próximos pepeos hay interés en los productores por sacar al mercado mejores calidades.

*Miguel Durán Durán,*  
Superintendente almacenes.

## Señores Cafeteros:

La Granja Central Experimental de "La Esperanza" está a las órdenes de ustedes para resolverles GRATUITAMENTE todas las consultas que consideren oportuno hacerle sobre problemas de cultivo y beneficio, tratamiento de enfermedades y plagas de las plantaciones, cultivos accesorios, etc.

La correspondencia debe dirigirse al señor director de la Granja Central Experimental. La Esperanza, departamento de Cundinamarca.

# SUMARIO

	Página
Los benéficos resultados de la reglamentación sobre tipos y marcas de café . . . . .	1563
Hilado del fique . . . . .	1566
La plantation de Colombie . . . . .	1573
Propaganda cafetera en el exterior . . . . .	1577
Preceptos de la industria cafetera . . . . .	1579
Opiniones sobre el 'Manual del Cafetero Colombiano'	1580
Consumo de café en la China . . . . .	1581
Malezas en los cafetales de Antioquia . . . . .	1582
Deficiencias en la despulpada . . . . .	1587
La necesidad de la sal para el ganado vacuno . . . . .	1588
Higiene de las viviendas . . . . .	1589



## CASA EXPORTADORA

de máquinas patentadas para  
LA TORREFACCION DE CAFE  
a carbón, a gas y a electricidad

## CASA IMPORTADORA DE CAFE DE COLOMBIA

DIRIGIRSE A LA OFICINA CENTRAL

**Fratelli Favalli**

VIA SOLARI 7 MILAN (ITALIA)

Telegramas: FRAFAVA - MILAN

TELÉFONO 30-615

CODIGOS: | BENTLEY  
CALPAK 1929

**AGENCIAS:**

GENOVA - TRIESTE - TURIN  
ROMA - NAPOLES - PALERMO

# 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. 308

Bogotá, Colombia

Apartado N. 240

