

ASPECTOS INTERNACIONALES DE LA PRODUCCIÓN DEL CAFÉ AL 2002

Pedro Barrientos Felipa*

El café es un cultivo eminentemente orientado hacia el mercado internacional, mientras que su producción se concentra en los países de clima cálido, como es el Perú, su consumo mayoritariamente se realiza en los países de clima frío. Alrededor del 75% de la producción mundial se comercializa en el mercado internacional.

El café es el producto más comercializado, mundialmente hablando, después del petróleo. En los últimos años ha tenido una disminución en sus precios que ha llevado a repensar entre los productores del grano a optar por una política de negociación similar a la que aplicó la Organización de Exportadores de Petróleo, de manera que se asignen cuotas a los miembros a fin de actuar como un *cartel* y de esta manera mantener los precios a niveles que los mismos productores califican como "rentable".

El café es una de las llamadas "*commodities*" delicadas. La calidad es determinada por el tipo de planta, las condiciones del suelo y la altitud en la cual crecen los cafetos. El uso intensivo del pesticida y de fertilizantes puede afectar la calidad del fruto. Los expertos en café dicen que hay cuatro grandes componentes que hacen un buen café: el aroma, cuerpo, la acidez y el sabor. Sin embargo, esta cualidad de *commodities*, genera un riesgo para los productores. El poder de negociación lo tienen los compradores y por lo tanto ante cualquier excedente de producción la alternativa de programar el precio ellos la tienen. Es así como los precios hoy están deprimidos y nos aventuramos a decir que a cada día se harán más complicados los aumentos significativos. Sin embargo, hay alternativas para obtener mejores precios y los productores peruanos lo están aprovechando, en nuevos mercados en crecimiento.

En la actualidad, el café tiene un valor económico y social de suma importancia; está presente en muchos pueblos que diariamente lo consumen, a la vez que la vida diaria de millones de hombres y familias; se basa y depende de la producción, industrialización y comercialización de dicho producto, que es después del petróleo el artículo comercial natural que mueve las mayores cifras de dinero en el mercado mundial.

En el Perú el café es importante económicamente ¿qué producto que genera divisas no lo es? Pero también tiene una potencialidad para desarrollarse, quizá no a través de una mayor producción sino en la mejora de la calidad del grano, que ya es reconocida, y en la mejora de índices de productividad, complementándose para tal caso con el uso de la tecnología y siempre considerando las tendencias del mercado. Para llevar a cabo esta labor y tener un crecimiento sostenido es importante el Estado quien interviene con poco apoyo, quizá porque dentro de sus planes existen otros problemas que resolver. Consideramos que debe haber una mayor participación del Estado, especialmente en la generación de fuentes de financiamiento y capacitación a los pequeños productores. Se está invirtiendo para generar mayores divisas, pero también superar problemas sociales y ambientales.

Perú puede tener una ventaja competitiva en la agricultura, de manera que este sector sirva como elemento clave para el desarrollo del país, lo cual implica necesariamente una mejor calidad de vida del poblador del campo. Sin embargo, hay factores que no lo dejan ir más allá, como puede ser el caso de la falta de apoyo por parte del Estado el cual, a su vez, enfrenta problemas de priorización de sectores por falta de un sistema de planificación, la ausencia de tecnología en el campo para elevar los niveles de productividad, incluso factores como el poder de negociación que tienen los compradores.

Desde nuestro punto de vista debe haber una clara orientación a la comercialización; es decir, atender las necesidades del consumidor y no la capacidad del productor. En nuestro país así se está entendiendo y es que aparecen nuevas presentaciones de tipos de cultivo que buscan adaptarse a las nuevas necesidades. Y no sólo en el café. Es una forma de adaptarse al mercado. Pero recién se está iniciando y habrá que hacer un seguimiento de cuál es el comportamiento de otros países productores (competidores) que no tienen la misma cualidad que nosotros como país: pero que pueden tener la ventaja del volumen y del precio, factores muy necesarios en economías globalizadas.

En tal sentido, los productos agrícolas deben ser investigados con mayor detalle para tener conocimiento de cerca de las variables que afectan su desarrollo, considerando la importancia que estos tendrán en los próximos años, siempre y cuando el estado asuma un rol promotor pues el impulso deberá partir de aquí y así aprovechar la iniciativa de los productores para generar recursos, lo cual incluye nuevos puestos de trabajo y en consecuencia mejores niveles de vida para los agricultores, que al final afectarán a la demanda global.

Consideremos, en el caso del café, que es un cultivo que está dentro del proceso de producción de pequeños agricultores, que muchas veces no tienen acceso al capital y menos a la tecnología. Sin embargo, no es una limitante como así lo están entendiendo algunas organizaciones para seguir participando en el comercio internacional, aunque los resultados siguen siendo de lento crecimiento. Estamos en una segunda década en la cual esperamos —es nuestra opinión— que el Estado posiblemente deje de participar activamente en la agricultura. ¿Es ésta una oportunidad o un reto para los pequeños productores?

Algunos productos, como el café, tienen más ventajas que otros en el mercado internacional; puede ser por volumen de producción, por la calidad del grano, por el tipo de cultura cultivar; en todos los casos hay una relación directa con el precio. Por ese motivo, es que se deben identificar los factores que le ayudarían a mejorar su posición y así proyectarse al mercado internacional aplicando las ventajas, incluso aplicando los métodos en otros productos con características similares.

ASPECTOS GENERALES ACERCA DEL CAFÉ

El cultivo de café está segmentado por regiones, mundialmente hablando. La región de África y la Península Arábiga tienen las mejores variedades del mundo. Es el caso de que en Yemen crece la variedad llamada Moka Arábiga y se cultiva en zonas montañosas, sobre terrazas. El secado es natural. Ningún químico es añadido en su producción. Etiopía lo cultiva aún en forma tribal y tiene uno de los cultivos más altos del mundo cosechando un café de grano largo y su producción se basa en el secado natural.

Kenia es otro país productor y la variedad Kenia Estate es una de las más finas del mundo. En Tanzania se cultiva cerca de la frontera con Kenia. En Uganda se cultiva y procesa la variedad "robusta" y es usado casi enteramente para café instantáneo: también se cultiva en Zimbabwe. La otra región es Indonesia y Nueva

Guinea. Indonesia es un importante productor de la variedad arábica. Pese a tener una pequeña producción de la variedad, allí cultivan uno de los mejores arábica del mundo. Se cultiva en Sumatra, Sulawesi y Java. En la parte este de la Isla de Nueva Guinea, en Papúa Nueva Guinea, están las mejores plantaciones de la isla. En esta región también se incluye Hawai, donde el café es cultivado allí y en una de las islas, en Kauai.

En la región asiática, un país que ha tenido un crecimiento vertiginoso es Vietnam quien a pasado ha ser el segundo productor de café en el mundo, en un período aproximado de diez años.

Por último, tenemos la región de América Latina y el Caribe, produciendo variedades de café ligero. México produce en los Estados de Veracruz, Oaxaca y en Chiapas, cerca de la frontera con Guatemala. En Guatemala se produce uno de los cafés más preciados del mundo. Tiene dos marcas famosas de café, mundialmente reconocida: Antigua y Cobán. El café de Guatemala es frecuentemente comercializado por granos, marcando los cultivos de mayor altitud el mejor grado. El Salvador es otro productor de Centro América, también Nicaragua, Costa Rica, Honduras y Panamá. En estos dos últimos los granos son mezclados para la venta.

La isla de Jamaica tiene una de las variedades que mejor ha utilizado la publicidad y el mercadeo: Blue Mountain. Actualmente Jamaica está produciendo por encima de su capacidad. Otros cultivadores son República Dominicana, Haití, Cuba y Puerto Rico; en estos países el café crece a una altura moderada. Luego viene Colombia, quien hoy en día es el tercer productor de café en el mundo. Ecuador es otro productor junto a Perú, el grano de estos dos últimos países es mezclado para la industria. Brasil, listado último, es el primer productor mundial. Aporta el 35% del café. La mejor variedad de Brasil es el arábica "Borbón Santos".

Existen dos tipos básicos de granos de café:

- **Café Arábica:** Comúnmente llamado "arábica", se consideran granos de café de la más alta calidad y por lo tanto son más costosos. El café arábica crece mejor a mayor altitud y producen un café muy aromático y sabroso, bajo en cafeína y acidez. Los cafés del Perú son de la especie arábica: las variedades que se cultivan son Typica 70%, Caturra 20% y otras 10%.
- **Café Robusta / Canephora:** Comúnmente llamado "robusta". Como su nombre lo indica, este árbol puede resistir temperaturas extremas y las condiciones más duras. Considerado por el comercio como el café menos aromático y de menos calidad que el arábica. No se cultiva café Robusta en el Perú.

TENDENCIAS RECIENTES EN EL MERCADO INTERNACIONAL. EL PROBLEMA DE LA SOBREPRODUCCIÓN MUNDIAL

El balance de oferta y demanda en el mercado mundial del café acusa un severo desajuste. Debido a los notorios cambios estructurales ocurridos en la oferta global (especialmente el ingreso de Vietnam a inicios de la década del noventa) en los años recientes; los precios internacionales se han desplomado al nivel más bajo de los últimos 50 años¹ en términos reales. En 1984 la libra, expresada en centavos de dólar, llegó a 170,28, a comienzos de la década del noventa logró una cifra de 72,15, en 1995 a 138,05 y se espera para el 2002 un precio promedio de 43,88.

Aunque los precios del café históricamente han sido altamente volátiles, la reciente entrada de nuevos productores al mercado ha contribuido a generar una sobre oferta, detonando así una nueva crisis del mercado del café al inicio del nuevo milenio. A fines del 2001, Vietnam podría haber llegado a ser el segundo productor mundial de café, superando a Colombia y a Centroamérica; además los rendimientos por hectárea en la casi totalidad de los importantes productores ha mejorado. Por otra parte, los esfuerzos de los países productores para revertir la tendencia de los precios internacionales no han fructificado.

Las primeras estimaciones sobre la producción de la cosecha 1999-2000 la ubicaban en alrededor de 100 millones de sacos de 60 kilogramos, es decir, 5 millones de sacos menos que la cantidad obtenida en la cosecha 1998-1999. Se partía de la premisa de que las reducciones esperadas de las cosechas brasileñas y colombianas (ocasionadas por efectos climáticos) no serían compensadas por los aumentos previstos en algunos países como Vietnam, Cote d'Ivoire e India.

Por lo mismo, se estimaba que las exportaciones mundiales alcanzarían 77.9 millones de sacos, lo que significaba una disminución de casi 7% en comparación con el período anterior. Se esperaba que la menor producción y el leve aumento del consumo (1%), tanto en los países importadores como productores, originaría un déficit de 2 millones de sacos. Considerando estos pronósticos de producción, exportaciones y consumo, las existencias finales de los países productores deberían bajar de 22.4 a 20 millones de sacos mientras que los inventarios de café verde de los consumidores aumentarían de 13.1 a 14 millones de sacos.

Sin embargo, tales expectativas no se confirmaron. La tendencias ya perceptibles desde 1998 se mantuvieron y las condiciones para los países productores y exportadores de café se deterioraron considerablemente. En el de la

período 1999-2000 se registró una producción record, 8,6% mayor que la cosecha 1998-1999. La disminución de la producción del continente americano fue más que compensada por el importante incremento de la producción de África y Asia-Oceanía.

Producción Mundial
(Miles de quintales)

Años	Producción Mundial	Producción Perú	%
1990	132,788	1,782	1.3
1991	134,392	1,826	1.4
1992	131,369	1,914	1.4
1993	122,634	1,892	1.5
1994	126,702	2,002	1.6
1995	121,423	2,134	1.8
1996	136,084	2,354	1.7
1997	131,694	2,486	1.9
1998	144,793	2,640	1.8
1999	145,493	3,190	2.2
2000	161,437	3,476	2.2
2001	160,487	3,476	2.2

Fuente: CEPAL.

En ese período, la producción de Vietnam registró un crecimiento de 57%. Al mismo tiempo, las exportaciones mundiales se elevaron 5%, y alcanzaron un volumen excepcional de casi 88 millones de sacos. El aumento de las exportaciones repercutió directamente en incrementos significativos de los inventarios de los países importadores, tanto en los stocks certificados como en las existencias generales. Al encontrarse el mercado internacional de café en una situación de mayor oferta que demanda, los precios mostraron una tendencia a la baja.

Cabe acotar también que debido a la estructura comercial de la industria del ramo cafetero en muchos países importadores, en especial en los Estados Unidos, la caída de los precios internacionales del aromático no se reflejó en el nivel del consumidor final, lo que contribuyó al virtual estancamiento del consumo de café (103 millones de sacos). De esta manera, las pérdidas de los productores se transformaron en importantes ganancias de las principales compañías

transnacionales que dominan el comercio. Ello confirma la inequidad que caracteriza el comercio mundial del café. En el año 2000 la producción de café llegó a casi 11 000 millones de libras de café tostado, que generaron un comercio de US \$ 55 000 millones en el que los países productores sólo tuvieron una participación de US \$ 8 000 millones.²

En el ciclo 2000-2001 el aumento de la producción y de las exportaciones amplió aún más la sobre oferta en el mercado mundial del grano, lo que probablemente prolongará la actual crisis por lo menos tres años más. Los precios internacionales del café continuaron bajando y en el primer semestre de 2001 se redujeron una cuarta parte con respecto al precio promedio alcanzado el año anterior. La tendencia se mantuvo los dos primeros meses del año 2002.

RESTABLECIMIENTO DEL EQUILIBRIO DE LA OFERTA Y LA DEMANDA

Frente a las dificultades los principales productores mundiales se mantuvieron a la expectativa. En mayo del 2000 los países miembros de la Asociación de Países Productores de Café (APPC) decidieron, con el apoyo de varios países no miembros (Vietnam, México), restringir la oferta cafetalera mediante la retención del 20% del grano destinado a la exportación.⁴ El nuevo plan de retención debería empezar a regir conforme se iniciara la cosecha 2000-2001 y debería tener una duración mínima de dos años.

Fases	Precio indicativo ³ (*) centavos de dólar/libra	Porcentaje de retención
Retención	Debajo de 95.0	20%
Neutra	De 95.01 a 105.0	0%
Liberación de existencias retenidas	Más de 105.0	--

Sin embargo, la iniciativa no generó los efectos esperados y, además, ante la ausencia de heladas en Brasil, se mantuvo su nivel de oferta. En este contexto aumentó el acuerdo sobre la necesidad de intensificar los esfuerzos para lidiar con una situación de crisis que tiene raíces estructurales. Un primer paso en esta dirección fue la conclusión de las negociaciones entre los países productores y

consumidores en septiembre del 2000 de un nuevo Convenio Internacional de Café, que entró en vigencia provisionalmente a partir del 1 de octubre del 2001 y tendría una duración de seis años.

Los principales objetivos de este nuevo convenio fueron:

- A. Promover la cooperación internacional para el desarrollo de una economía cafetalera sostenible.
- B. Proporcionar un foro para consultas entre los países productores y consumidores, así como entre representantes de los sectores públicos y privados.
- C. Servir de centro para la recopilación, publicación y difusión de información estadística, económica y técnica
- D. Promover el consumo del café. Y,
- E. Ampliar los mercados del café de calidad.

Ante la continua baja en el precio, en mayo del 2001 varios productores latinoamericanos (Colombia, Costa Rica, El Salvador, Honduras, México y Nicaragua) acordaron destruir cerca de un millón de sacos de 46 kilogramos de cafés impuros y de baja calidad. También en un intento por revertir la tendencia de los precios internacionales, la OIC⁵ aprobó un plan de remover el mercado alrededor del 5% del café de mala calidad, en reconocimiento de que ni el programa de retención ni el regreso al sistema de cuotas existente hasta 1989 permitirían la recuperación del sector cafetalero en el largo plazo. La destrucción se iniciaría a partir del 1 de octubre del 2001 y se terminará en septiembre del 2002. Estas medidas podrían desincentivar la entrada al mercado de nuevos productores y llevarían a otros a reconsiderar su posición en el mercado.

Sin embargo, la medida no prosperó. El esquema de retención que pretendía reducir la sobre oferta existente en el mercado mundial y subir el precio de café fue afectado por la decisión del gobierno de Vietnam de liberar la mayoría de la reserva a los 6 meses, causando otra caída del precio. Cuando el plan de retención fracasó y la sobre oferta global superó el 10%, el ACPC resolvió, el 27 de septiembre del 2001, suspender el plan de retención eficaz a partir del 1 de octubre. El ACPC entonces dejó de funcionar.

Después del fracaso del plan de retención de la ACPC se buscaron nuevos arreglos regionales, sobre todo por parte de Indonesia. A inicios de diciembre del 2001 la Asociación de Exportadores de Café de Indonesia (AEKI) anunció que los tres productores más grandes del mundo de café Robusta – Indonesia, Vietnam e

India— se encontrarían en Hanoi en enero del 2002 para discutir acciones conjuntas que limiten las exportaciones y aumenten los precios de café.

A pesar de estos esfuerzos por establecer un bloque posACPC de productores de café Robusta para regular precios, los exportadores de café de Indonesia jugaron un papel en el reciente derrumbe del precio. En la temporada 2000-2001 los exportadores indoneses importaron 500 000 sacos de café verde en grano de Vietnam para volver a exportarlo. De esta cantidad 200 000 sacos se dieron a la industria doméstica para ser tostados y luego exportados, mientras los otros 300 000 sacos fueron exportados sin procesamiento. En abril del 2001 los exportadores indoneses de café de nuevo empezaron a importar de Vietnam café verde en grano más barato para atender nuevos pedidos de café seco y tostado a precios bajos.

Otro factor que no ayudó a sostener el acuerdo fue la ausencia de heladas en Brasil, que trajo como consecuencia mantener su nivel de oferta. Este contexto presionó para que se realice un acuerdo sobre la necesidad de intensificar los esfuerzos para superar o amenguar la crisis. Un primer paso ha sido la conclusión de las negociaciones entre países productores y consumidores en septiembre de 2000 de un nuevo Convenio Internacional de Café, que entró en vigencia provisionalmente a partir del 1 de octubre de 2001 y tendrá una duración de seis años. El acuerdo debía ser ratificado antes del 31 de mayo del 2002.

Este nuevo acuerdo tiene como sus principales objetivos:

- A. Promover la cooperación internacional para el desarrollo de una economía cafetalera sostenible.
- B. Proporcionar un foro para consultas entre los países productores y consumidores, así como entre representantes de los sectores públicos y privados.
- C. Servir de centro para la recopilación, publicación y difusión de información estadística, económica y técnica.
- D. Promover el consumo de café.
- E. Ampliar los mercados del café de calidad.

LOS PAÍSES EXPORTADORES Y SUS CARACTERÍSTICAS

Características de la producción y comercialización

El café se cultiva en más de 50 países tropicales. Para por lo menos 40 países en desarrollo el café es un producto sustancial dentro de su economía. Su

cultivo cubre 11 millones de hectáreas arables. En términos de valor total, el café es el *commodity* más importante después del petróleo como fuente de ingresos por exportaciones en los países en desarrollo y en algunos años ocupa el segundo lugar (en base al valor bruto) como *commodity* en el comercio mundial.⁶

En forma similar al petróleo, el café se comporta casi como una moneda internacional pues puede ser fácilmente convertido en dinero en los Estados Unidos, Alemania y Japón.

El café es un cultivo que usa abundante mano de obra dado que los cerezos maduran en forma dispareja y que el cafeto está sembrado en terreno accidentado. Por ello, se requiere ejecutar la cosecha manualmente y en zonas con difícil acceso a pie. Se estima en la Organización Internacional del Café (ICO) que entre 20 y 25 millones de personas dependen en el mundo del café para vivir.

En áreas donde el café es cultivado en pequeñas parcelas, este producto puede ser la única fuente de ingresos económicos, en una agricultura expresamente de subsistencia. En esas comunidades rurales, las ganancias derivadas de las exportaciones cafetaleras tienen mayor impacto dado que los dólares circulan en las regiones colindantes expandiendo el comercio local.

Considerando la importancia del café en las economías regionales y las distorsiones que se presentan en la comercialización la Asociación Americana de Cafés Especiales (SCAA), a través de su fundación educativa, el Instituto de Cafés Especiales (SCI) trabajando cooperativamente con otras ONGs, propuso a la AID de los Estados Unidos desarrollar un programa mundial de café con la participación de oficinas específicas del AID para crear sistemas de comercialización a través de los cuales los cafés de valor agregado reciban precios de exportación favorables y que mejores ganancias lleguen a los pequeños agricultores de cafés especiales, expandiendo estos “mercados alternativos” en los Estados Unidos, Europa y Asia.

Al incrementarse el valor y el volumen de las exportaciones de cafés especiales, desde países productores específicos, este programa proveería los cambios estructurales permanentes necesarios para generar las ganancias de exportación tan necesarias para traer prosperidad y desarrollo económico a regiones rurales estratégicas en el mundo entero. Dado que hay un gran número de países productores de café, existe también un rango considerable de sistemas de comercialización a través de los cuales los cerezos cosechados y los cafés verdes llegan a la etapa exportable.

En la mayoría de países productores los sistemas de comercialización involucran una red compleja de relaciones entre productores, industriales, *brokers*, otros intermediarios, tostadores locales, exportadores y agencias estatales responsables de la administración de políticas nacionales de caficultura. En muchos casos los desafíos son realizados por diversas firmas o instituciones particulares, mientras que en otros por organizaciones centralizadas o por una organización estatal.

Es importante enfatizar que el precio que recibe el productor es extremadamente variable dependiendo del sistema de comercialización en el que esté involucrado, y las generalizaciones en esas circunstancias pueden conducir a interpretaciones inexactas.

El precio en chacra del café puede ser tan bajo como el de un tercio del precio FOB de la exportación y raramente está por encima de los dos tercios de ese precio. Los márgenes del comerciante, el procesamiento, el embalado, los costos de transporte y los impuestos cubren la diferencia. Los agricultores que trabajan en "Cafés Especiales" (Cafés con valor agregado) tienden a recibir una mayor porción del precio FOB de la exportación. En esta parte, citaremos algunas de las conclusiones a las que llegan OXFAM respecto al comportamiento de la producción reciente de café y su incidencia en la economía local:

1. La producción se ha incrementado 15% desde 1990, como resultado de la plantación de nuevos cafetos, la innovación tecnológica y la llegada de nuevos productores al mercado. Hace diez años Vietnam exportaba café en pequeñas cantidades. A la fecha es el segundo exportador del grano.
2. La presión que ejerce la deuda ha forzado que algunos países incrementen sus exportaciones con el fin de hacerse llegar divisas. Mientras tanto, el Banco Mundial y otras agencias han promovido activamente la exportación de la producción por medio de crédito proyectado y amplias reformas macroeconómicas.
3. El incremento de la demanda mundial de café ha sido más lento en relación con la oferta. En los diez últimos años la producción se incrementó dos veces más rápido que el consumo. El resultado: un excedente impresionante, lo que ha originado incremento en las existencias del grano y la caída de los precios.
4. Sin un cambio drástico en sus políticas los países productores de café van hacia un colapso colectivo. A menos que un cambio climático severo dañe las

principales áreas cafeticultoras del Brasil o Vietnam y origine una reducción significativa de la producción; es de esperar que siga la tendencia a una sobre oferta del producto en los próximos cinco años, deprimiendo aún más los precios.

EL COMPORTAMIENTO DE LA OFERTA

La evolución de la producción mundial del café está determinada en gran medida por la mayor producción de Brasil, país que produce alrededor de la cuarta parte de la oferta global. En 1990 su producción fue de 32 230 miles de quintales y se estima que en el 2001 llegue a 38 984 miles de quintales, aunque el año anterior llegó a 41 558 miles de quintales. A ello a contribuido el proceso de recuperación apoyado por el bajo costo de las tierras, el importante parque cafetero, la disponibilidad de mano de obra, la topografía plana, las condiciones favorables para riego, la tecnología apropiada y, sobre todo, el desplazamiento de la producción hacia áreas menos expuestas a las heladas o sequías. También influyó la depreciación del real, que incentivó el incremento de la producción y las exportaciones.

El exceso de oferta mundial de los años recientes estuvo asociado a la casi duplicación de la producción de Brasil en la segunda mitad de los años noventa, aunque otros países también contribuyeron a ese aumento, en especial Vietnam con la productividad por área más alta del mundo, México, Cote d'Ivoire e Indonesia. Si bien la producción vietnamita es fundamentalmente de café robusta, considerado de menor calidad que las variedades suaves y otras arábicas cosechadas por los principales productores latinoamericanos, su agresivo ingreso a la oferta global (en el curso de un quinquenio elevó su participación en la oferta global del 4% al 13%) acentuó el desequilibrio en el mercado mundial.

Mientras las tendencias actuales de los precios han sido un desastre para los países en desarrollo y los productores pobres, al mismo tiempo han producido ganancias inesperadas para las empresas del mundo industrializado. Para febrero de 2001, *Nestlé* informó un incremento de 20% en sus ganancias, con un comportamiento consistente de su sector de bebidas.⁷ Por su parte, *Starbucks* la gigante de las cadenas expendedoras de café al menudeo basada en Seattle, tuvo un mejor desempeño, con 41% de incremento en sus ganancias en el primer trimestre de 2001.⁸

Es claro que la tendencia actual de sobre oferta de café va a favor de los intereses de los más fuertes, quienes abiertamente no ha hecho llegar hasta los

consumidores el descenso en los precios del café. En efecto, estas tendencias han fortalecido su poder en el mercado junto con las cadenas de aprovisionamiento, ya que pueden darse el lujo de seleccionar a sus proveedores en Asia, África y América Latina, aprovechándose totalmente de los precios bajos y ejerciendo el poder que tienen sobre el mercado contra productores vulnerables.

En la producción del café interviene una gran diversidad de productores que se diferencian por el tamaño de sus predios, su localización y altura sobre el nivel del mar, la antigüedad de los cafetales, la tecnología que utilizan, su productividad, la calidad del producto y también por la forma en que participan en la agroindustria y el comercio exterior. En un extremo se sitúan los micro y pequeños productores que desarrollan una cafeticultura sencilla y que son los más numerosos; en el otro, las grandes empresas integradas verticalmente, las cuales además de explotar sus cafetales, desarrollan actividades de beneficio, comercio, exportación e incluso, a veces, son torrefactores. Cada grupo ha resentido de diferente forma los efectos de la crisis.

Ante tal situación, en su declaración inaugural del 86 período de sesiones del Consejo Internacional del Café, que se celebra en Londres del 21 al 24 de mayo de 2002, el Sr. Néstor Osorio, recientemente nombrado Director Ejecutivo de la Organización Internacional del Café, describió la situación actual del mercado e insistió en la necesidad de encontrar soluciones para la crisis cafetera, que es la más grave de que se tiene memoria.

El Sr. Osorio dijo, a los representantes de los 63 Gobiernos que se reúnen en la sede de la OIC, que los precios del café se encontraban a su nivel más bajo de los últimos 30 años y que el precio indicativo compuesto de la OIC se situaba el 17 de mayo de 2002 en 47,24 centavos de dólar de Estados Unidos por libra, citando a efectos de comparación su nivel de 180,44 centavos hace cinco años (promedio de mayo de 1997).

Además, de continuar el desequilibrio entre la oferta y la demanda, con una producción de 109,1 millones de sacos en 2001-2002 y un consumo de 105,3 millones de sacos, existe un enorme desequilibrio en la proporción de los beneficios que reciben los países productores. Si bien se viene observando en el sector cafetero un aumento de la popularidad del café como bebida, del que proceden unas ventas al por menor de unos US \$ 65 000 millones de Estados Unidos en 2001, que cabe comparar con unos 30 000 millones a comienzos del decenio de 1990, los ingresos de los productores se han reducido a menos de la mitad en el mismo período, pasando de US \$ 12 000 millones a unos US \$ 5 500 millones.

El Director Ejecutivo puso de manifiesto las repercusiones sociales y políticas de la crisis actual en los países productores de África, Asia y América Latina, en los que se calcula que son 25 millones de familias las que dependen de la caficultura para su subsistencia. En México y Centroamérica se calcula que son unos 500 000 los trabajadores agrícolas que han perdido su empleo a consecuencia del descenso de los precios y muchos cultivadores han pasado a cultivos ilícitos o han abandonado sus fincas, creando así presiones migratorias.

LOS PAÍSES IMPORTADORES

La demanda

En los principales países importadores –Estados Unidos y Japón– el consumo por habitante se estancó y en la Unión Europea se redujo ligeramente. En este contexto, el exiguo aumento del consumo mundial fue determinado básicamente por el crecimiento del consumo en algunos países productores como Brasil, Etiopía, Colombia y México que registraron en conjunto un consumo por habitante superior al promedio mundial. En cambio, el consumo de los demás productores disminuyó sensiblemente. *El caso brasileño merece una mención especial, cuyo crecimiento del consumo lo convirtió en el segundo consumidor mundial, superado solamente por los Estados Unidos.*

Brasil es un interesante ejemplo del impacto que puede tener la autorregulación y el mercadeo sobre la demanda del producto. El fuerte incremento del consumo brasileño por habitante fue el resultado combinado de la eliminación del café de baja calidad, mezclado a veces con otros productos (como maíz, cebada y centeno), así como de las campañas publicitarias a favor del consumo de café de calidad.

Según las estimaciones de la Organización Internacional del Café (OIC), la demanda mundial de café se elevará a una tasa anual de 1,2% en los siguientes tres años. Los mercados con el mayor potencial de crecimiento serán Asia (especialmente Japón, la República de Corea y China) y Europa del Este (en particular la Federación de Rusia). Aunque el nivel de las compras de la Unión Europea y los Estados Unidos no registrará cambios significativos, es importante la preferencia creciente por un café fino de especialidad (tipo *gourmet*), en cuya mezcla predominan las variedades de lavados suaves en las nuestro país puede tener ventajas competitivas.

Van Hilten⁹ expone algunos comportamientos de los principales productores en su relación con los consumidores por tipo de café, lo cual nos da una idea de la tendencia y que puede ser aprovechado por productores especializados, como puede ser el caso del Perú:

- Consumo de café soluble. En algunos mercados importantes, como el de Estados Unidos, se están retrayendo debido a la mayor facilidad de preparación del café tostado en cafeteras de filtro automáticas y al disiparse la idea de que el café soluble es más barato. Pero todavía hay segmentos que los prefieren, como son los mercados de jóvenes. Los mercados de Europa Oriental y Asia presentan crecimiento.
- Café descafeinado. Este segmento parece perder preferencias, lo que se atribuye a menores preocupaciones por los problemas de salud que plantea la cafeína y al precio más elevado del café descafeinado.

En cuanto a la demanda por regiones, ya en 1996 el citado autor menciona que en Estados Unidos muchos pequeños tostadores han iniciado las actividades destinadas a atender el creciente mercado de los cafés de especialidad. Este mercado presenta un fuerte crecimiento y a fines del siglo XX se esperaba que represente una tercera parte del mercado de los Estados Unidos.

En Europa Occidental los precios del café a detalle son un factor influyente para la demanda. Pero también los cambios de preferencias de los jóvenes en materia de bebidas (hacia refrescos) y los veranos excepcionalmente calurosos. Los jóvenes juegan un papel importante en el futuro del mercado de café y en los niveles de demanda de la región.

En Europa Central y Oriental son mercados que ofrecen grandes posibilidades en cuanto al consumo de café, aunque están limitados por la falta de poder adquisitivo. Debido al bajo nivel de renta personal y el alto precio del café, el Robusta ha gozado de preferencias los últimos años. Existen, sin embargo, indicios claros de que la proporción de Arábica habrá de aumentar con mejores ingresos. El café va ganando nuevos adeptos y la disponibilidad de productos de mejor calidad no es la menos importante de las razones que lo explican. El consumo per cápita en Europa Central y Oriental figura todavía entre los más bajos del mundo: pero sus posibilidades de crecimiento son inmensas, sobre todo ahora que el café de buena calidad va ganando terreno en las tiendas.

Aunque la mayoría de los principales de importación de café se sitúan en América del Norte y Europa existen excepciones como el Japón, la República de Corea y Argelia. Existen posibilidades de crecimiento en estos países, sobre todo en el Japón y otros países asiáticos. El mercado del Japón se caracteriza por su creciente refinamiento; se ofrecen numerosos cafés de especialidad y de gastronomía. Si bien el Japón está desarrollando una clara "tradicción" de café, el país también figura en la vanguardia en materia de productos innovadores como el café en lata, el café helado y el aromatizado.

El consumo de café tostado va ganando terreno con rapidez a expensas de los cafés solubles; para los consumidores de Japón la calidad tiene hoy una importancia muy grande. Es interesante señalar que esta influencia, que puede llegar a ser sumamente positiva, se está difundiendo en otros mercados asiáticos ricos. Como consecuencia de ellos, Asia no sólo se convertirá en una importante región de café común y soluble (del que se produce más localmente), sino también de los tipos de especialidad y gastronomía.

Por último, el mercado chino, potencialmente gigantesco, presenta indicios de crecimiento. Lo mismo ocurre con la producción nacional de café. Aun así, el mercado ofrece oportunidades y desafíos enormes para la industria internacional del café, sobre todo a nivel minorista donde la diversificación de los productos y su calidad pueden desempeñar una función importante impulsando una tradición de café y, con ello, su consumo.

Características de la oferta y la demanda

Las características oligopólicas del mercado a nivel mundial se presentan también en actividades como la comercialización; esta actividad es controlada por ocho empresas (Rothfos AG, 12,6 %; EF F. Mom, 7%; Volkart, 5,6%; Cargil, 5,6%; J Aron 5,6 %; Rayner, 5,6%; Bozzo 4,9% Sueden, 4,2%).

Otra actividad altamente oligopolizada en muchos países consumidores de café es el referente al tostado mismo.¹⁰ Por ejemplo, en Estados Unidos el mayor consumidor del mundo 70% del total del mercado de café está controlado por tres empresas: Philip Morris, Procter and Gamble y Nestlé.¹¹ Este tipo de agentes, conocidos como *torrefactores*, "manejan cantidades que sobrepasan la oferta de la mayoría de los países productores individuales. La participación de cada una de las empresas exportadoras por separado es, por lo tanto, demasiado reducida para contrarrestar este poder oligopólico que controla el mercado".

Las especulaciones en el mercado de las materias primas y los intereses que se juegan allí hacen que el mercado del café sea muy susceptible a los rumores que a veces tienen el carácter de una profecía que se cumple. Sin embargo, los cafeteros no se benefician de las ganancias cosechadas gracias a la especulación.

También es verdad que el mercado del café parece sujeto a fluctuaciones casi por naturaleza. Precios altos incitan al productor a cuidar mejor sus arbustos y plantar más. Después de unos años sus inversiones se traducen en un aumento de la oferta, lo que afecta a los precios. Cuando éstos son bajos los cafeteros descuidarán sus arbustos, lo que hará disminuir la oferta y reiniciarse el ciclo. Brasil juega un papel determinante en este mercado.

La región donde se concentra la mayor parte de la producción de café puede padecer heladas en la noche. Dado que Brasil es el mayor productor, una cosecha mala (o el rumor de que la cosecha va a ser mala) tiene un impacto inmediato sobre las cotizaciones del café. Sin embargo, para Brasil el café es sólo uno de los muchos productos de exportación y la economía brasileña no sufre demasiado de las fluctuaciones, al contrario de algunos países africanos, como Burundi, Ruanda o Uganda cuyas economías dependen en buena medida de las exportaciones de café. A pesar de esto, su cuota de mercado es pequeña y no tienen influencia sobre los precios.

Podría parecer que los altos precios del café (a nivel internacional) son beneficiosos para los productores⁽²¹⁾ puesto que reciben más ingresos. Sin embargo, aunque precios altos son sin duda más interesantes que precios bajos desde el punto de vista del productor, tienen también sus inconvenientes.

Primero, una subida del precio mundial no se repercute directamente en los productores. Los gobiernos se reservan una parte a título de aranceles. Las agencias estatales de compra, frecuentes sobre todo en África, también reciben su parte. Y, finalmente, hay empresas exportadoras e intermediarios (privados). Éstos tienen mala fama, sobre todo en América Latina, porque se aprovechan de la dependencia de los agricultores.

En segundo lugar, los beneficios de una subida brusca de los precios van sobre todo a organizaciones que tienen mucho café en *stock* en aquel momento: negociantes, especuladores, tostadores, etc., y no, en la mayoría de los casos, campesinos. Lo más probable es, de hecho, que éstos hayan descuidado sus arbustos o, peor, los hayan arrancado después de un largo período de precios bajos. Aunque pudieran reaccionar frente a los precios altos e invertir mucho dinero en sus

cultivos, tendrían que esperar mucho tiempo antes de cosechar el café y... los beneficios. Cabe repetir que no todos los campesinos pueden invertir. Además, los países y productores que sí pueden y quieren verán que sus esfuerzos simultáneos provocarán una sobreproducción y un nuevo bajón de los precios.

En tercer lugar, los precios altos tienen incidencia en el funcionamiento y la supervivencia de las cooperativas de pequeños productores. El café se ha vuelto atractivo otra vez. Con una oferta limitada, los precios suben y la demanda es alta. Los intermediarios locales ofrecen precios tentadores y pagan al contado, mientras que las cooperativas no tienen el capital circulante necesario para ofrecer en aquel momento precios más altos, puesto que deben primero vender el café. Aunque el precio final que pagan a los productores es más alto, a muchos de ellos les cuesta resistir al dinero contante y sonante con que los intermediarios les tientan.

Después de años de precios bajos, los pequeños cafeteros quieren finalmente una parte de los beneficios y las cooperativas ven con desesperación cómo sus miembros tratan con los intermediarios. Esta situación hipoteca fuertemente el porvenir de las cooperativas, sobre todo las más débiles. Si desaparecen sus miembros dependerán otra vez totalmente de los intermediarios, una perspectiva inquietante de cara a la próxima bajada de precios. Si bien las inversiones en la expansión de la producción pueden crear empleo para los recolectores, es poco probable que el dueño de una plantación asigne el aumento de ingresos a pagar mejores sueldos puesto que el sueldo de los trabajadores está determinado en parte por el mercado local de trabajo.

La libre circulación del café en el mundo no está garantizada. En la UE, por ejemplo, una serie de normas, periódicamente modificadas, regulan el comercio del café. Además, el nuevo acuerdo GATT (General Agreement on Tariffs and Trade, "Acuerdo general sobre aranceles y comercio") firmado en 1994 tendrá poco a poco repercusiones en el mercado del café.

Todo el café importado en la UE está sometido a un arancel que aumenta con el grado de transformación del café. Este arancel progresivo tiene como objetivo proteger a los tostadores europeos contra la competencia extracomunitaria (otros países europeos, América del Norte). Por esto, la mayor parte del café se importa sin transformar, o sea, en grano de café verde sin tostar. En el último acuerdo GATT, la UE se ha comprometido a reducir sus aranceles en los próximos años de 4 a 0% para el café verde sin tostar, de 13,8 a 7,5% para el café tostado y de 16% a 9% para el café tostado descafeinado. Por muy considerable que sea esta reducción no se trata de la supresión de los aranceles, ni del sistema de aranceles progresivos.

Consumo Anual Per Cápita de Café
(kilogramos)

Consumo Alto		Consumo Medio		Consumo Bajo	
País	Consumo	País	Consumo	País	Consumo
Finlandia	11.38	Haití	2.99	Filipinas	0.86
Noruega	10.37	Japón	2.93	Indonesia	0.64
Dinamarca	9.63	El Salvador	2.78	México	0.63
Austria	8.18	Honduras	2.70	Guinea Tropical	0.54
Suecia	8.11	Colombia	2.41	Perú	0.52
Holanda	7.87	Reino Unido	2.34	Trinidad y Tobago	0.47
Suiza	7.30	Rep. Dominicana	2.19	Tailandia	0.45
Alemania	7.10	Venezuela	1.86		
Francia	5.38	Irlanda	1.83		
Italia	5.17	Panamá	1.67		
España	4.95	Guatemala	1.67		
Bélgica	4.78	N. Caledonia	1.56		
Brasil	4.49	Etiopía	1.53		
Costa Rica	4.33	Ecuador	1.50		
Grecia	4.26	Madagascar	1.49		
Portugal	4.60	Malasia	1.44		
Estados Unidos	4.04	Nicaragua	1.39		

Fuente: Departamento de Agricultura de los Estados Unidos.

La existencia de aranceles permite favorecer a ciertos países exportadores, puesto que un arancel bajo es una ventaja comparativa para los países beneficiados. La UE utiliza mucho este mecanismo: de conformidad con la Convención de Lomé (un acuerdo concluido por la UE y las antiguas colonias de los Estados miembros), el café de los países de la zona llamada ACP tiene acceso libre al mercado europeo, mientras que los Países menos avanzados (PMA que son, en algunos casos, los mismos que los países ACP) no pagan aranceles sobre el café sin tostar y el café tostado, o mismo que cuatro países andinos (Bolivia, Colombia, Ecuador y Perú) y

ciertos países centroamericanos (Panamá, Costa Rica, Honduras, Nicaragua, El Salvador y Guatemala). Estas suspensiones provisionales de los aranceles pretenden evitar que los cafeteros se dejen tentar por el cultivo de la coca.

Este régimen preferencial tiene como consecuencia que unos pocos países (Brasil, México, Indonesia y Vietnam) no se benefician con estos acuerdos especiales, lo cual es una forma de discriminación. La próxima reducción de los aranceles impuestos en el café, y sobre todo el arancel nulo sobre el café verde, pondrá fin en gran medida a esta injusticia. Además de los aranceles varios miembros de la UE recaudan una serie de impuestos internos. En Alemania y Bélgica, por ejemplo, hay impuestos nacionales elevados sobre el café. Aunque estos regímenes son obstáculos al libre comercio eterno no parece probable que influyan en la demanda por el producto en cuestión. Dentro de ciertos límites, la demanda de café es poco elástica.

¿Hasta qué punto estos aranceles progresivos impiden el nacimiento de una industria de transformación en los países en desarrollo? Desde un punto de vista económico, el desarrollo de tal industria sería un paso adelante significativo. Sin embargo, hay obstáculos en el camino. El primero es que el café tostado “caduca” rápido mientras que el café verde se puede conservar algún tiempo. Por ello, conviene que el tostado se haga lo más cerca posible de los consumidores, tanto en el espacio como en el tiempo. Además, la mayoría de las marcas de café se componen de mezclas de distintos países. Tostar, moler y mezclar el café en los países en desarrollo implicaría entonces un cambio sustancial de los flujos comerciales. Finalmente, para hacer mezclas se necesita conocer muy a fondo los gustos cambiantes de los consumidores.

Estos obstáculos, que no son insuperables, complican bastante el panorama. Otro factor importante es que el comercio y la transformación del café está en manos de unas pocas transnacionales y todo “traslado” de la transformación del Norte al Sur implica entrar, tarde o temprano, en conflicto con sus intereses y estrategias. El arancel progresivo no es, claramente, el único aspecto del problema.

El comportamiento de los precios internacionales

El precio base del café es fijado por comerciantes en la Bolsa de Café, Cacao y Azúcar Inc. de Nueva York, y en la Bolsa de Futuros Internacionales de Londres. Estos precios son los que impactan directamente en los comerciantes locales y los cafetaleros. El precio mundial del café es básicamente una media

ponderada de los precios de varios tipos de café. Se distingue, por ejemplo, el robusta del arábica. En teoría, no se puede hablar de un precio mundial del café. Sin embargo, se usa para detectar tendencias generales.

El punto es que mientras los precios sean determinados en las Bolsas de Londres y Nueva York por los intereses económicos poderosos de Europa y América del Norte, el ACPC no podía manejar los precios eficazmente y proteger a sus miembros. De hecho, el ACPC sólo se creó en 1993 debido al colapso del Acuerdo Internacional sobre el Café cuatro años antes. En su afán de imponer el “libre mercado” sobre el resto del mundo, el gobierno de Estados Unidos se opuso fuertemente a la regulación del precio mundial de café a través del acuerdo, causando así su fin en 1989. Fue sólo después de esto que los productores a bajo costo como Vietnam, entraron en el mercado y soca-varon los precios.¹⁵

A pesar de la crisis —o con más precisión, debido a ella— las corporaciones transnacionales (CTNs) que dominan la industria global del café continúan ganando. Procter & Gamble (dueño de Folgers), Philip Morris (cuya subsidiaría Kraft Foods es dueña de Maxwell House), Sara Lee (Hills Bros., MJB) y Nestlé dominan el mercado del café mundial. Como explica el informe anual de Nestlé sobre sus ventas de café en el 2000: “las ganancias del comercio aumentaron... y los márgenes mejoraron gracias a los precios favorables del producto primario”.¹⁶

No sólo es que estas CTN aprovechan de la crisis de los cafetaleros, sino que su capacidad de controlar los precios y la demanda de café a nivel mundial contribuye también a la crisis actual. En los años ochenta e inicios de los noventa, la competencia intensa entre las CTN por su participación en el mercado provocó un énfasis en el precio antes que en la calidad, animando el consumo de robustas de baja calidad, sobre todo en cafés enlatados. Esto llevó a la expansión rápida del café Robusta de baja calidad. En el 2002 se esperaba que el precio por libra de los Robusta llegara a 23,59 cUS \$ frente a 43.88 cUS \$ que es el precio promedio de la libra de café

Observando las cifras de la tabla siguiente se percibe que la disminución de los precios se inicia en el año 1998: en 1997 llegó a 133,97 cUS \$ por libra, que fue el segundo en la década momento en que Brasil disminuyó significativamente su producción; pero que, sin embargo, al parecer incentivo a otros países a aumentar la hectáreas asignadas así como mejorar los índices de productividad. En el año 1995, Brasil también tuvo problemas de producción.

Precios en Diferentes Mercados
(centavos de dólar por libra)

Años	Precio combinado	Suaves ¹² colombianos	Brasilenos y otras arábicas Nueva York ³	Otros suaves	Robustas
				Promedio	Promedio
1981	115.51	140.59	186.44	128.09	102.87
1982	125.45	148.63	143.68	139.88	111.06
1983	128.28	139.56	142.75	131.62	124.11
1984	141.25	147.32	149.64	144.23	138.16
1985	133.48	153.63	151.74	145.56	121.36
1986	170.28	220.96	231.19	192.74	147.83
1987	107.32	125.89	106.37	112.29	102.34
1988	115.11	138.17	121.84	136.33	94.71
1989	91.33	107.14	98.76	107.61	75.60
1990	72.15	96.53	82.80	89.30	54.29
1991	67.39	90.99	72.91	84.98	38.62
1992	53.83	67.97	56.40	64.04	42.66
1993	61.64	75.79	66.58	70.76	52.50
1994	134.13	157.27	143.24	150.04	118.87
1995	138.05	158.33	145.95	151.15	125.68
1996	102.03	131.23	119.77	122.21	81.92
1997	133.91	198.92	166.80	189.02	78.78
1998	108.95	142.83	121.81	135.23	82.67
1999	85.72	116.45	88.84	103.90	67.53
2000	64.25	102.60	79.86	87.07	41.41
2001	45.60	72.05	50.70	62.28	27.54
2002	43.88	62.59	43.16	58.69	23.59

Fuente: Organización Internacional del Café, Naciones Unidas, UNTAD/CNUCED.

Una de las razones del impacto devastador del desplome del precio del café es el hecho de que para muchos países del "Sur" las exportaciones de café representan una fuente crucial de divisas, necesarias para el servicio de la deuda externa. La presión de pagar la deuda es una fuerza que impulsa a las exportaciones, encerrando a estos países en el régimen del libre comercio e inversión de la OMC y las políticas de ajuste estructural del Banco Mundial y FMI. Incumplir con las fechas tope de los reembolsos de la deuda solo somete a los gobiernos de estos países a un mayor control por parte de los bancos transnacionales y el FMI.

De todas maneras, los gobiernos deberán considerar que la disminución de precios ha debilitado la incidencia del café en su papel económico y social, lo cual contribuye a acentuar la difícil situación que atraviesan muchas economías de los países productores. La caída de los precios internacionales del café han tenido un efecto considerable en el empleo y los ingresos de la familias que se ubican, normalmente, dentro de los estratos socioeconómicos de menores ingresos.

Nuevas tendencias en el consumo de café. Identificación de nuevos tipos de café

Existen nuevas tendencias en el consumo del café. Los consumidores de los países industrializados pueden elegir entre una gran diversidad de tipos de café. Hoy en día no sólo se busca satisfacer cualidades relacionadas al gusto y al origen, sino que se relacionan a causas sociales y ambientales, a lo cual se suman los dos factores inicialmente citados. Es un mercado en crecimiento, pero relativamente pequeño, lo cual está indicando su potencialidad. Es un mercado que está dispuesto a pagar un precio mayor por una mayor calidad y exquisitez; pero también por apoyar a los productores en la obtención de mejores precios.

Esta nueva tendencia, que afecta el diseño de los canales de comercialización, tiene como una de sus características que busca la disminución o intervención de intermediarios. Pero también promueve que los productores usen técnicas favorables al medio ambiente o se abstengan de usar plaguicidas o herbicidas sintéticos, lo cual es punto a favor para obtener precios mayores a los conocidos. Nuestro país tiene regiones con un potencial significativo para adaptarse a las nuevas tendencias de consumo, siendo el problema principal el financiamiento, asumiendo una adecuada organización y administración de los productores.

Como citamos en el párrafo anterior el modelo económico de este tipo de comercialización busca garantizar a los productores un precio más alto por su café, ayudándolos a establecer vínculos más directos y redituables con mayoristas, comercializadores y consumidores. Suelen ayudar a los caficultores a conseguir préstamos y los alientan a adoptar técnicas de producción ambiental, así como diversificar su producción. Su propuesta es eliminar al intermediario que compra los granos en chacra.

La categoría de cafés sostenibles:¹⁷

- Los *cafés orgánicos* suelen ser producidos con técnicas de conservación de suelos, fertilizantes y plaguicidas no sintéticos y con métodos de reciclaje y

manejo de agua.

- Los *cafés de comercio solidario* provienen de cooperativas de pequeños productores a quienes los compradores les garantizan los mejores precios además que suelen brindarles crédito y otros incentivos para invertir en desarrollo comunitario y diversificación.
- El *café de sombra*, también conocido como ecológico, crece bajo las copas de los árboles en bosques que aseguran la diversidad biológica y la protección ambiental.
- Los *cafés especiales o gourmet* incluyen los productos con sabores, los tipo expreso y los fríos. Si bien esta categoría exige cierta exclusividad, hoy en día estos productos se encuentran no sólo en tiendas especiales, sino incluso en los supermercados de los países compradores del grano. Aunque las ventas de los *cafés gourmet* tuvieron un fuerte crecimiento durante la década pasada, los expertos aún ven potencial para seguir creciendo, especialmente en Europa.
- Los *cafés de Especificación de Origen Geográfico* (GIO por su sigla en inglés) provienen de zonas específicas con microclimas, suelos y condiciones de altura particulares. Los *cafés GIO* tienen sus propios nichos en los mercados más caros.

Este tipo de café es muy conocido en Europa, donde se venden una 130 marcas de café solidario en decenas de miles de supermercados. La propuesta está ganando espacio en los Estados Unidos, cuyos consumidores suelen conocer más los *cafés orgánicos* y “*ecológicos*”.

Investigadores como Van Hilten opinan que el volumen y el alcance de este segmento del mercado siguen constituyendo en cierto modo un enigma, sobre todo porque no existe ningún criterio internacionalmente convenido que defina lo que constituya un “café de gastronomía” o “café de especialidad”. La calificación de “café de gastronomía” suele referirse a cafés de gran calidad y de origen único, muchas veces de una sola región o finca cafetera, que obtienen precios con prima. Se superpone cada vez más con el sector del “café de especialidad”, de gran crecimiento, que procura fundamentalmente ofrecer café de calidad recién tostado, no necesariamente de un solo origen.

Los segmentos de mercado correspondientes al café de gastronomía y de especialidad revisten una importancia enorme para los productores. Ello no se debe únicamente a los incentivos de precio que ofrecen, sino mucho más a que mejoran la imagen del café a nivel minorista. El mismo autor cita que el consumo en los Estados Unidos había disminuido durante muchos años porque la calidad y la imagen del producto tradicional eran tan pobres que provocaron el rechazo de los

consumidores. El sector de especialidad, en cambio, ha introducido ideas innovadoras y productos de calidad creando de ese modo un nuevo interés y, por consiguiente, una nueva demanda. Se trata más o menos del mismo método que la industria vinícola aplicara con tanto éxito.

El café solidario

El típico acuerdo de comercio solidario involucra a tres partes: una cooperativa de productores de café, una organización no gubernamental y una empresa extranjera de café. La ONG, que funge como un corredor, conecta al vendedor con el comprador, quienes negocian un contrato a largo plazo. La firma extranjera acuerda pagarle a la cooperativa un precio fijo por encima del vigente en el mercado por un producto de alta calidad. A su vez, la ONG certifica que los productores están obteniendo un mejor precio que el que obtendrían si vendiesen sus granos a un intermediario.

Si hay un producto al cual el comercio justo europeo (y mundial) se pueda identificar es sin duda el café. Las organizaciones de comercio justo que conforman la EFTA tienen una visión global de toda la cadena de producción: no sólo brindan su apoyo a la producción y la venta del café en los países productores sino que piden más justicia en el comercio internacional del café a nivel político y se comprometen en la distribución minorista del café transformado en los países consumidores.

Cualquier tipo de comercio necesita productos de calidad y una producción constante. Con esto en la mente, las organizaciones de comercio justo han apoyado a sus proveedores de café casi desde el principio. Esta ayuda se hace de diversas formas: asistencia técnica para mejorar la calidad del café, compra de un camión para aumentar las posibilidades de venta, consolidación de las cooperativas u otras formas de asociación. Algunas organizaciones de comercio justo han creado programas especiales de apoyo (Traidcraft Exchange en Gran Bretaña y Fair Trade Assistance en los Países Bajos).

Marcas del comercio justo. El lanzamiento de marcas o sellos de garantía del comercio justo ha supuesto un fuerte estímulo para el comercio del café "justo". Al plasmar sus principios en una marca del comercio justo, las organizaciones de comercio justo proponen a las empresas comerciales regulares un modelo que pueden adoptar. Todos los importadores o tostadores de café que cumplen los criterios establecidos (precios prefinanciación) pueden utilizar la marca, lo que permite a los consumidores distinguir el café "justo" de los demás cafés del

supermercado. La organización que administra la marca vela por el cumplimiento de los criterios.

Max Havelaar, la primera marca del comercio justo, se lanzó para el café en 1988 en los Países Bajos. Hoy en día las marcas se aplican al café en unos diez países europeos y también fuera del continente. La marca Max Havelaar existe no sólo en los Países Bajos sino también en Bélgica, Francia, Suiza y Dinamarca. Otra iniciativa similar es el sello TransFair, utilizado en Alemania, Austria, Italia, Luxemburgo, Canadá y Japón. En el Reino Unido, existe la Fairtrade Mark, que sigue los mismos criterios que las dos otras marcas. En cuanto a volumen de ventas, el café se ha convertido en el producto más importante del comercio justo en Europa, con una cuota de mercado media de 1,4%.

El comercio justo del café no se debe limitar a las organizaciones creadas para tal fin: el objetivo final es que todo el comercio internacional pueda superar los tests sociales y ecológicos. Para cambiar estas estructuras comerciales hay que dirigirse a Bruselas puesto que la Comisión europea determina los aranceles que gravan la importación de café y puede hacer uso de su poder para concluir un nuevo Acuerdo Internacional del Café. En 1993 y 1994 los miembros de la EFTA pidieron, en sus campañas, mejores condiciones para el comercio del café y exigieron a la Comisión europea la abolición de las restricciones a la importación, la conclusión de un nuevo Acuerdo Internacional del Café o, por lo menos, un Acuerdo Europeo; así como la creación de un programa de diversificación para los cafeteros. La consulta en las capitales europeas reveló que las propuestas no gozaban del apoyo necesario. Sin embargo, la Comisión europea subrayó la importancia del café "justo" y acordó examinar la posibilidad de crear un programa de diversificación para los cafeteros.

Como habrá apreciado estimado lector, el mundo del café no es tan sencillo. A todos nos gusta saborearlo pero detrás de su consumo existe una serie de factores que afectan la vida de muchas familias y de muchos países. Por lo tanto, debemos continuar estudiando su perspectiva para encontrar soluciones para los pequeños agricultores quienes muchas veces son cercanos a nosotros. Continuaremos en un próximo artículo y explicaremos cómo funciona en nuestro país este tema.

NOTAS

- ¹ Basado en información que expone el informe "Centroamérica: el impacto de la caída de los precios del café" elaborado por la Comisión Económica para América Latina y el Caribe - CEPAL. Marzo, 2002.
 - ² Citado en "Centroamérica: el impacto de la caída ..." (*op.cit.*).
 - ³ El precio indicativo se refiere al promedio móvil del Precio Indicativo Compuesto diario de la Organización Internacional del Café (media aritmética del Grupo Otros Arábicas Suaves y los Robustas).
 - ⁴ La decisión de retener parte de la oferta para elevar los precios se remonta a 1993 cuando se crea la APPC. Los montos y mecanismos se han ido revisando periódicamente.
 - ⁵ OIC = Organización Internacional del Café. Tiene entre otros objetivos:
 1) Alcanzar la mejor cooperación internacional respecto de las cuestiones cafetaleras mundiales; 2) Proporcionar un foro de consultas, y cuando fuere apropiado negociaciones intergubernamentales acerca de cuestiones cafeteras y procedimientos encaminados a establecer un razonable equilibrio entre la ofertas y la demanda mundiales del café; 3) Facilitar la ampliación del comercio internacional mediante la recopilación, análisis y difusión de datos estadísticos y la publicación de precios indicativos y otros precios de mercado y acendrar la transparencia de la economía cafetera mundial.
 - ⁶ Adaptado de una conferencia que realizó el experto Ted Tingle, Director Ejecutivo de la Speciality Coffee Association of America de los Estados Unidos en la Convención sobre Agroexportación realizada el 19 de junio en el marco del evento "Perú Agro 2000".
 - ⁷ Tomado del informe OXFAM. *Times of India Online*, 24 de febrero, 2001.
 - ⁸ Tomado de Informe OXFAM. *Times of India Online*, 27 de enero, 2001.
 - ⁹ VAN HILTEN, Hein. *Café: Guía del exportador*. Suplemento: Centro de Comercio Internacional UNCTAD/OMC.
 - ¹⁰ W. Pelepussy. *El mercado mundial del café: el caso de El Salvador*. Departamento Académico de Investigaciones, Costa Rica, 1993.
 - ¹¹ Comisión para la Cooperación ambiental y C. RENARD "Los intersticios de la globalización. Un label (Max Havelar). Centro Francés de Estudios Mexicanos y Centro Americanos (CENCA), 1999.
 - ¹² Cotización del café colombiano MAMS ex dock para pronto embarque. En 1988 no hubo cotización: el promedio que se registra corresponde al reintegro mínimo.
 - ¹³ Cotización del café Brasil Santos 4 ex dock para pronto embarque.
 - ¹⁴ Promedio enero - febrero.
 - ¹⁵ Greenfield *op.cit.*
 - ¹⁶ Informe OXFAM.
 - ¹⁷ Tomado del artículo de Peter Bate, quien menciona a Daniele P. Giovanucci, Ed. "How Market Influence Poverty and the enviroment: The Transformative Power of Coffee".
- * El profesor Pedro Barrientos es docente de la Facultad de Ciencias Económicas de la UNMSM Su cátedra se relaciona con los cursos de Marketing e Investigación de Mercados. A nivel de Postgrado dicta el curso de Márketing Internacional. Es Director General de ByAss. Consultores en marketing.

BIBLIOGRAFÍA

LIBROS

Acerenza, Miguel Ángel

Márketing internacional. Un enfoque metodológico hacia la exportación. 1.ª reimpresión, México, Editorial Trillas S.A. de C.V., enero 1995.

Cateora, Philip y Graham, John

Márketing internacional. Décima Edición, México, McGraw-Hill Interamericana Editores S.A. de C.V., Noviembre 2000, México.

Comisión Económica para América Latina y el Caribe CEPAL

Centroamérica: El impacto de la caída de los precios del café. Marzo, 2002.

Jarillo, José Carlos y Martínez Echezarraga, Jon

Estrategia Internacional. Más allá de la exportación. México, McGraw-Hill Interamericana de España S.A., 1992.

Porter, Michael E.

Ventaja Competitiva. Creación y sostenimiento de un desempeño superior. Décima segunda reimpresión, México. Compañía Editorial Continental, S.A. de C.V., 1996.

Van Hilten, Hein

Café: Guía del Exportador Suplemento. Centro de Comercio Internacional UNCTAD / OMC. Ginebra, 1995.

SEPARATAS

"Apéndice V: La primera subasta de café del mundo en Internet. Todo un éxito y algunas lecciones aprendidas".

Bate, Peter

"Comercio Solidario. ¿Una salida a la crisis?", en Revista Microempresa Americas 2002.

"Declaración conjunta del señor Ministro de Relaciones Exteriores del Perú y la Ministra de Relaciones exteriores de El Salvador". Enero, 2002.

Del Aguila, Raúl

"La caficultura en el Perú" XV Sintercafé San José de Costa Rica.

Gonzales, Anabel

"Costa Rica y la Organización Mundial de Comercio: Impacto hasta el presente y expectativas hacia futuro". Agosto, 2001.

Hernandez Navarro, Luis

"Café: Crisis y respuesta social".

Mendoza, José Antonio y Pino, Jorge

"Exportación de café orgánico por los indígenas de la Sierra Madre de Motozintla, Chiapas, México".

Perez Grovas G. Víctor

"La producción y comercialización de café en México ¿opción viable para los pequeños productores?".

PROARCA CAPAS

"Fortalecimiento del proceso de comercialización del café orgánico 'Mundo Verde' y 'Lupita' de Guatemala". Guatemala, Sociedad Civil de Mujeres Campesinas, agosto, 2001.

OXFAM

"Lo amargo del café: cómo pagan los pobres la caída súbita en los precios del café".

Vecinos Mundiales

"El comercio equitativo. Una alternativa viable para pequeños productores" Guatemala, 1999.

Winrock International

Institute for Agricultural Development. "Café Milenium. Construyendo el futuro del café peruano". Lima, enero de 1999.

FOLLETOS E INFORMES

Ministerio de Agricultura

"Plan Nacional de Café 1998 2003 (Propuesta Noviembre 1998)".

Ministerio de Agricultura

Sistema de Información Agraria (SIAG). Dirección General de Información Agraria. Estadística Agraria Trimestral.

Organización Internacional del Café

Comunicado de prensa: El Director Ejecutivo de la OIC señala que es urgente encontrar soluciones para la crisis cafetera mundial. Mayo, 2002.

Junta Nacional del Café

"Guía de diagnóstico de las organizaciones cafetaleras".

Facultad de Ciencias Económicas UNMSM

"Consumo de café en Lima Metropolitana. Investigación de Mercado". Diciembre, 2002.

DIRECCIONES WEB

Banco Central de Reserva del Perú

www.bcrp.gob.pe. Expone los términos de la política monetaria del Perú. Además de informes y publicaciones estadísticas; así como datos relacionados con la marcha institucional.

Comisión para la promoción de exportaciones

www.prompex.gob.pe. Organismo público que promueve las exportaciones peruanas. Incentiva la participación de los productores locales en eventos internacionales en los cuales puedan encontrar nuevos mercados.

Federación Nacional de Cafetaleros de Colombia

www.cafedecolombia.com y www.juanvaldez.com. Exposición de la información de la Junta nacional de cafeteros en la cual se encontrarán datos económicos del café, servicios de caficultura, dependencias y empresas asociadas y otros. En la página de Juan Valdez se expone la estrategia comercial que desarrolla a nivel mundial.

Junta del café

www.juntadelcafe.org/. Institución gremial representativa de las organizaciones de productores cafetaleros peruanos, especialmente cooperativas, comités y asociaciones de pequeños productores integrados en entes de primer y segundo nivel.

Ministerio de Agricultura

www.minag.gob.pe. Expone información acerca del sector agrario: organización, organismos, estadística agraria, normas legales agrarias, oportunidades comerciales y otros relacionados.

Organización Internacional del Café

www.ico.org/. Expone las actividades que tienen los miembros que representan a los países exportadores y a los países productos.