



CENTRO NAL. DE INVESTIGACIONES DE CEN  
CHINCHINA - BIBLIOTECA  
16 JUL 1994

# La Industria del Café en Colombia\*

Jorge Cárdenas Gutiérrez

19859

Para comenzar, queremos manifestar nuestra complacencia por poder disfrutar de la tradicional hospitalidad de Costa Rica, territorio donde nos hemos acostumbrado a recibir el calor humano y la cordialidad propios de sus gentes.

De igual manera, queremos agradecer a los organizadores de SINTERCAFE la realización de este evento que se ha constituido en un momento destacado para la industria cafetera mundial, en el cual, año tras año, se revisan los elementos más destacados del acontecer cafetero y de las actividades relacionadas con esta industria.

Este año el evento cobra especial importancia para nosotros por haber sido escogido Colombia como país productor, para hacer esta presentación especial.

## I. ¿QUE ES LA CAFICULTURA EN COLOMBIA?

Las primeras noticias sobre el café en Colombia aparecen a comienzos del siglo XVIII, cuando los jesuitas introdujeron al país las primeras semillas del grano. Poco a poco el territorio colombiano fue acogiendo el café, cultivo que jugó un papel económico importante en el proceso de colonización de las tierras.

De igual manera, este cultivo le permitió al país tener una presencia permanente en los mercados internacionales, y el café se convirtió, desde finales del siglo pasado, en la columna vertebral del comercio exterior colombiano.

Actualmente el café se cultiva en 1.15 millones de hectáreas, alcanzó en el año cafetero 92/93 una producción de 15 millones de sacos de 60 kilos de café arábica, exportaciones de 14.5 millones de sacos, y consumo interno del orden de 1.5 millones de sacos. (Gráfico producción últimos años, exportaciones).

El desarrollo reciente más destacado en materia de la producción de café en Colombia ha sido el proceso de tecnificación de los cafetales que comenzó en la década de los 70 y ha llevado a que 73% del área en café sea tecnificada, es decir, con cultivos de alto rendimiento. Este cambio tecnológico explica por qué con una área cultivada que se ha mantenido prácticamente constante, la producción colombiana pasó de cerca de 7 millones de sacos, a mediados de los 70, a 15.6 millones de sacos como promedio de los últimos 3 años cafeteros. (Gráfico evolución tecnificación).

No obstante el proceso de diversificación que han experimentado la economía y las exportaciones del

\* Presentación de un país productor: Colombia Federación Nacional de Cafeteros de Colombia.

"El sistema institucional cafetero colombiano: un esfuerzo de los productores colombianos en beneficio de toda la industria cafetera nacional e internacional; un ejemplo de política a largo plazo."



país, especialmente en los últimos veinticinco años, el café sigue siendo el producto más importante, por diferentes razones:

- La actividad cafetera ha representado parte importante de la actividad económica colombiana. Sin necesidad de remontarse al siglo pasado, o a comienzos del presente, las cifras muestran que en los años 50's el café representaba el 10% del total del producto interno, y casi el 30% del producto agropecuario. Para el año 91 el café representó el 5.3% del PIB total y 23.4% del PIB agropecuario, con una actividad productiva que ocupa 1.15 millones de hectáreas. (Cuadro del café en la economía colombiana).
- El café ha sido la principal fuente de divisas para el país. Por ejemplo, a comienzos de los 70, el café representaba el 55% del valor del total de exportaciones. Aún hoy, a pesar de la diversificación de la canasta exportadora del país, el café es el principal generador neto de divisas, pues otros rubros como los energéticos (carbón y petróleo) que tienen exportaciones importantes, utilizan buena parte de las divisas generadas en pago de deuda o remisión de utilidades al exterior.
- Más importante que la participación en la balanza de pagos es la participación en la generación de empleo, especialmente como fuente de empleo rural. Por ser el café una actividad altamente intensiva en el uso de mano de obra (más del 70% del costo final del café es pago a la mano de obra), es la principal fuente de empleo rural, con una demanda superior a los 800 mil empleos directos permanentes (en labores agrícolas), que equivale al 40% del empleo agropecuario.
- Esta gran actividad económica del café está en manos privadas, distribuidas en 303 mil fincas en un área de 4.46 millones de hectáreas, de las cuales 1.2 millones están sembradas en café. Lo anterior quiere decir que la actividad de producción del café es una labor eminentemente familiar, desarrollada en pequeñas parcelas, y cafetales con un tamaño promedio de 3,6 hectáreas. Esta característica hace que los recursos generados por el café lleguen directamente a un amplio sector de la población rural, con un positivo impacto distributivo, mayor que el producido por otros productos de gran importancia como los energéticos (petróleo y carbón).
- La anterior característica también conlleva un positivo efecto estimulante para la demanda agregada, pues ese gran ingreso cafetero se destina a una canasta de bienes eminentemente de producción nacional y consumo masivo (el alto componente importado en la demanda del sector energético, por ejemplo, disminuye su impacto sobre el resto de la economía). El valor de la última cosecha cafetera, la del 92/93, fue Col\$771,4 mil millones corrientes (cerca de US\$1.030 millones).
- El aporte del gremio cafetero en materia de instituciones de gran impacto en la vida económica del país también es notorio. En el contexto de un país principalmente rural surgieron entidades como la Federación Nacional de Cafeteros, entidad que ha mantenido un alto reconocimiento mundial, el Fondo Nacional del Café, instrumento de política cafetera único en su género en el mundo, la Flota Mercante Grancolombiana entidad pionera en los esfuerzos de integración subregional, hoy tan de moda, el Banco Cafetero pilar de la financiación del sistema cafetero, y la promoción de 60 cooperativas de caficultores. La experiencia con el Fondo Nacional del Café ha sido reconocida ampliamente como un avance institucional que favorece la estabilización y ordenamiento del mercado cafetero colombiano.
- El impacto regional del café es evidente. La valoración del café que se logra por el ordenado proceso de comercialización internacional y el control de la oferta, ha generado precios externos que permiten un margen, luego de atender los costos directos de producción del grano. Gracias a los mecanismos institucionales que se han utilizado (Fondo Nacional del Café, Comités de Cafeteros, etc.), ese margen se ha reinvertido en la zona cafetera en la forma de obras de infraestructura física y social. Este componente explica el mayor desarrollo relativo que se observa en toda la zona cafetera, y que contrasta con la mayor parte del sector rural colombiano. Otras regiones han producido grandes riquezas, como la bananera en Urabá y Magdalena, la petrolera en el Magdalena medio y ahora en Arauca y Casanare; sin embargo, desafortunadamente, no han contado con los mecanismos para hacer que esos recursos se conviertan en un desarrollo regional sólido y estable. Los indicadores de mortalidad infantil, escolaridad, calidad de vivienda y salud son mejores en la zona cafetera que en el resto del área rural y que en algunas áreas urbanas.



## I. DESCRIPCION DEL SISTEMA INSTITUCIONAL CAFETERO COLOMBIANO:

### A. La Federación Nacional de Cafeteros.

A comienzos del presente siglo, la actividad cafetera era una operación comercial importante. Ya en 1905 las exportaciones de café alcanzaron el medio millón de sacos, cifra que se duplicaría cada diez años en las siguientes dos décadas. El tamaño de la actividad y su influencia en la vida nacional, llevaron a que el gremio se diera sus propios instrumentos de manejo, y fue así como en el año 1927 se fundó la **Federación Nacional de Cafeteros**.

Las funciones encomendadas a la Federación, y que han caracterizado su labor hasta el presente, son:

1. **Organizar y representar a los productores del grano.** Con este fin se creó una organización descentralizada que favorece la participación de los caficultores. Actualmente se cuenta con 351 Comités Municipales (Juntas Locales), agrupados a su vez en 15 Comités Departamentales de Cafeteros (Juntas Regionales).

### 2. Promover una caficultura eficiente y de calidad.

Con tal propósito, desde el primer presupuesto de la Federación, se ha prestado atención a la investigación. Hoy CENICAFE y el Laboratorio de Investigación sobre la Química del Café (LIQC), conforman el *programa de investigación* de la Federación en café, y han hecho posible las importantes mejoras en productividad, y el desarrollo de tecnologías para atender los problemas del cultivo. Es de destacar a este respecto el desarrollo de la "Variedad Colombia", resistente al ataque de la roya, y otros adelantos en manejo de suelos, de plagas como la broca, y demás prácticas de manejo de la caficultura. Como complemento a la labor investigativa, la Federación tiene un amplio *Programa de Educación y Asistencia Técnica*, precisamente para hacer llegar los resultados de la investigación al usuario final. Paralelamente, se adelantan *campañas fitosanitarias* y de manejo de recursos para lograr mejores cultivos. De igual manera, y dependiendo de las necesidades del gremio y de la disponibilidad de recursos, la Federación participa en el *suministro de insumos* requeridos para la producción del café, como fertilizantes, semilla, fungicidas, etc. Todo ese esfuerzo lleva a que Colombia haya podido desarrollar y mantener un producto, con un volumen de producción importante, y un reconocido nivel de calidad.

### 3. Apoyar el mercado interno y externo del café.

El servicio que más aprecia el caficultor colombiano es la compra ordenada de su cosecha. En efecto, la Federación ha montado un sistema de *mercadeo interno* que hace posible garantizar la compra de todo el café de buena calidad a un precio de sustentación que es efectivo en todos los municipios cafeteros. La red de comercialización interna la conforman los Almacenes Generales de Depósito Almacafé, los puntos de compra de las cooperativas de caficultores (más de 600 puntos), los puntos de compra de los exportadores particulares, y los tostadores. Esta red permite que el productor venda su café en cualquier parte del país, durante cualquier época y en cualquier día del año, y a un precio conocido con anterioridad. Este sistema es el pilar de la estabilidad de la caficultura colombiana, pues constituye para el caficultor un seguro de ingreso por la cosecha, y lo aleja parcialmente de la inestabilidad del precio internacional. Gracias a que esta red de compras está cerca del caficultor, la Federación compra cerca del 60% de la cosecha al precio de sustentación, y tiene capacidad de almacenamiento para ordenar las ventas. Este es un ejemplo del tipo de servicios que las libres fuerzas del mercado no ofrecen, y para los cuales se requiere instituciones especializadas. La labor estabilizadora ha sido especialmente notable durante los cuatro años y medio que lleva la crisis cafetera mundial, pues los caficultores colombianos han visto reducir su ingreso en menor proporción de lo que han experimentado los demás caficultores en el resto del mundo.

En cuanto al *mercadeo externo*, la Federación adelanta una labor de promoción del café colombiano en el exterior, como exportador directo de café y con el apoyo a los demás exportadores de café colombiano. Se mantiene contacto directo y permanente con los usuarios del café verde en todo el mundo y se adelantan programas especiales para marcas que utilicen únicamente café colombiano. Este esfuerzo de la Federación incluye la penetración en mercados nuevos, como el asiático, en donde se han lanzado marcas especializadas. Las acciones de promoción se complementan con la publicidad, aspecto en el cual la Federación ha logrado un impacto reconocido internacionalmente con una campaña constante desde 1958. (Video ejemplos de propagandas con Juan Valdez).



#### 4. *Promover el desarrollo social de la zona cafetera.*

En este aspecto la labor más destacada de la Federación ha sido la inversión en obras de infraestructura física y social. La presencia de la Federación en las comunidades, a través de los Comités Municipales de Cafeteros, le permite identificar las necesidades prioritarias de las mismas, y la capacidad de ejecución de los Comités Departamentales posibilita hacer un uso eficiente de los recursos que para tal fin aporta el Fondo Nacional del Café, y permite también canalizar recursos públicos del municipio, departamento o nación, en favor de las zonas cafeteras. Esta presencia en la zona y la capacidad de ejecución han hecho posible que el ingreso cafetero revierta a la zona en obras de bienestar general y desarrollo social.

5. *Desarrollar la política cafetera.* La capacidad de la Federación y su conocimiento del mercado cafetero la han llevado a desempeñar un papel destacado en el desarrollo de la política nacional en materia de café. En efecto, luego de un proceso de concertación con el Gobierno para definir la política cafetera tanto en aspectos de producción como de comercialización, la Federación presta su concurso para el desarrollo de esas políticas, y es así como aparece en los controles de calidad a las exportaciones, en la fijación de parámetros que definen los reintegros, en el establecimiento de los estándares de calidad, etc.

Para desempeñar las anteriores funciones, la **Federación Nacional de Cafeteros** cuenta con una organización cuyas instancias principales son una gremial y otra administrativa.

Para la parte gremial, los caficultores eligen sus representantes a los **Comités Locales** (351 Comités Municipales de Cafeteros), éstos a su vez eligen los **Comités Regionales** (15 Comités Departamentales de Cafeteros), y éstos últimos se pronuncian en materia de política cafetera a través de sus delegados que conforman el **Congreso Nacional de Cafeteros**, máxima instancia gremial. Este Congreso elige a sus representantes al **Comité Nacional de Cafeteros**, instancia de concertación de la política cafetera con el Gobierno Nacional.

La parte administrativa de la Federación la componen:

- Oficina Central, Bogotá
- Oficinas Departamentales (15)
- Centros de Investigación: Cenicafé y LIQC
- Fábrica de café liofilizado

Inspecciones cafeteras en los puertos colombianos (3)

Oficinas en EEUU, Europa y Japón.

#### B. El Fondo Nacional del Café.

Desde la fundación de la Federación, se empleó el mecanismo de utilizar recursos de los caficultores para financiar acciones de interés común, como es el caso de la investigación agronómica. En el año 40 surgió la necesidad de acumular inventarios de café para cumplir el Acuerdo Interamericano de Cuotas de Exportación. Para atender esta nueva necesidad se utilizó el mismo mecanismo de acudir a recursos de los cafeteros. De esta manera se creó, por iniciativa de la Federación y con el decidido apoyo del Gobierno, una institución destinada a la compra de los inventarios y financiada con recursos impuestos a los caficultores: el Fondo Nacional del Café. La Administración de este mecanismo se encargó a la Federación, lo cual permite un manejo más ágil y eficiente.

Con el tiempo, las funciones del Fondo se fueron ampliando para incluir las acciones que desde antes de su creación se realizaban en favor del gremio caficultor. Hoy el Fondo Nacional del Café es un mecanismo sofisticado de estabilización que tiene instrumentos de corto, mediano y largo plazo, y financia acciones de apoyo a la producción y comercialización del café, y al bienestar de los productores.

El nuevo ordenamiento constitucional colombiano establece la categoría de recursos parafiscales, para diferenciarlos de los recursos propiamente fiscales. Estos recursos parafiscales, como los del **Fondo Nacional del Café**, tienen origen en el gremio y deben ser usados únicamente en beneficio del gremio. Los recursos que maneja el Fondo Nacional del Café se originan en el resultado de la operación comercial de la exportación del café que hace directamente el Fondo, y de la Contribución que se le cobra a los exportadores de café. Esta contribución se define como la diferencia entre el valor del reintegro cafetero y el costo del café exportado (incluido el margen de ganancia para el exportador).

A comienzos del período de mercado libre (julio de 1989), el Fondo Nacional del Café contaba con un patrimonio cercano a los US\$1.600 millones. En cumplimiento de su función estabilizadora se ha utilizado parte de este patrimonio para sostener la caficultura colombiana, y así este patrimonio ha caído a cerca de US\$800 millones.

La presencia del Gobierno en el manejo cafetero, y en particular en el manejo del Fondo Nacional del Café,



facilita la coherencia de la política sectorial con la política macro, y ofrece un mecanismo eficaz de concertación entre el Gobierno y el gremio. Sin embargo, esa presencia del Gobierno no implica la existencia de subsidios al café. Más aún, la realidad colombiana ha llevado a que sea el gremio caficultor el que en algunas circunstancias subsidie al Gobierno y a través suyo a otros sectores económicos. Ni siquiera en circunstancias tan críticas como las vividas por el gremio en los últimos cuatro años han llevado al Gobierno a establecer subsidios en favor del café. Los programas de investigación, provisión agrícola, crédito, asistencia técnica, comercialización y demás, se financian con recursos del propio gremio.

### C. Almacenes de depósito Almacafé.

Con el propósito de atender los requerimientos operativos de la exportación de café, la Federación fundó a Almacafé, empresa destinada a la compra, almacenamiento, y manejo de la exportación del grano. Almacafé tiene el compromiso de comprar todo el café que le ofrezcan, en otras palabras, hace efectiva la política de garantía de compra y precio de sustentación. En el último año cafetero, Almacafé compró 6.7 millones de sacos a nombre del Fondo Nacional del Café, en su gran mayoría a través de las Cooperativas. El café comprado es almacenado, luego trillado y despachado a puerto para su exportación, o vendido a la industria torrefactora nacional. La movilización del café desde los puntos de compra hasta las bodegas, de allí a las trilladoras y luego a los puertos implica un volumen de carga de 2.5 millones de toneladas al año, lo cual hace que Almacafé sea el principal usuario de transporte carretero en el país, por valor de Col\$15 mil millones (US\$19 millones). Almacafé tiene 26 puntos de compra de café propios y 605 puntos de compra de las Cooperativas de Caficultores, maneja 142 bodegas de almacenamiento con capacidad para 20 millones de sacos en 452 mil metros cuadrados de bodegaje, opera 10 trilladoras y coordina la parte operativa para exportar los 7 millones de sacos de café vendidos por la Federación, es decir, 50% del volumen de café colombiano que sale al mercado internacional. Adicionalmente, Almacafé también ha prestado su capacidad operativa y de almacenamiento para el manejo de un volumen importante de fertilizantes con destino al gremio.

### D. Cooperativas de Caficultores.

Desde hace más de tres décadas, la Federación Nacional de Cafeteros ha impulsado la creación de cooperativas de caficultores en todo el país, y actual-

mente están en funcionamiento 59 cooperativas que agrupan 121 mil asociados. El principal servicio que prestan a los productores es el de la compra del café, y para tal fin cuentan con 605 puestos de compra. En los últimos años las cooperativas han comprado entre el 50% y el 60% de la cosecha cafetera, y venden el café a Almacafé, a los exportadores particulares, a la industria torrefactora nacional o a su propia empresa exportadora de café, Expocafé. Las cooperativas hacen posible que los propios caficultores en cada región manejen la comercialización de su producto, y les presten además otros servicios complementarios.

### E. Exportadores Particulares.

Cerca de 40 empresas especializadas en el comercio internacional del café manejan alrededor del 50% de las exportaciones colombianas del grano. Para los productores de café, la participación de estos exportadores particulares, que, junto con la Federación, llevan el café a los mercados internacionales, es valiosa, y permite aprovechar su conocimiento de la industria y sus contactos con los compradores del café colombiano. Este reconocimiento del interés que comparten los productores y los exportadores ha facilitado la coordinación de la operación cafetera colombiana, y permite complementar la labor desarrollada por las instituciones propias de los productores. Conviene aclarar que la Federación nunca ha querido tener un manejo monopólico del café en el país; de hecho, el caficultor está en entera libertad de acoger las recomendaciones técnicas de la Federación en relación con el manejo del cultivo, y de vender su café a las cooperativas, a Almacafé o a los exportadores particulares, según su mejor conveniencia.

### F. Tostadores

Colombia es un consumidor importante de su café, y este mercado es atendido enteramente por 120 empresas tostadoras que comercializan sus propias marcas. La Federación presta apoyo técnico a estas empresas, y les vende el café que soliciten. En el último año las ventas de la Federación para consumo interno fueron 997 mil sacos.

### G. Empresas de Apoyo.

A medida que crecía la producción y las exportaciones del café colombiano, su manejo se hizo más complejo, y exigió desarrollar entidades especializadas para prestar servicios requeridos por el café. De esta manera, a mediados de los años 40 se fundó la Flota Mercante Grancolombiana, empresa naviera orientada a satisfacer las necesidades del transporte marítimo



internacional del café; a comienzos de los 50 se creó el Banco Cafetero para apoyar el manejo financiero de la operación de compra y exportación del café; más tarde se crearon compañías de seguros con igual propósito de atender las necesidades del gremio; y en los años 70 se propició el desarrollo de Corporaciones Financieras destinadas a la financiación de proyectos agroindustriales e industriales en zonas cafeteras para promover otras fuentes de ingreso distintas al café, dentro de un esfuerzo por diversificar las fuentes de ingreso. Este desarrollo de instituciones de apoyo fue posible gracias a que el gremio contó con capacidad de actuar a través de la Federación Nacional de Cafeteros, y con recursos a través del Fondo Nacional del Café.

Como puede apreciarse a partir de la anterior información, la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia, en cumplimiento de la misión que el gremio le ha encomendado, ha sido el vehículo a través del cual el gremio caficultor colombiano ha podido desarrollar las instituciones que han hecho viable una política cafetera orientada hacia la promoción de una actividad caficultora eficiente, con un producto de calidad, y con una comercialización ordenada del producto, dentro de un esquema estabilizador que trabaja con una perspectiva de largo plazo.

## II. BENEFICIOS PARA LOS CAFICULTORES COLOMBIANOS:

Naturalmente, los más directos beneficiados con el esquema institucional cafetero colombiano son los mismos caficultores. Ese beneficio se relaciona estrechamente con las funciones que cumplen esas instituciones, a saber:

- El apoyo a la producción a través de la asistencia técnica, extensión y campañas ha hecho posible:
  - \* rápida tecnificación (ver gráfico)
  - \* mayor producción
  - \* prácticas que favorecen la calidad del producto
  - \* menores costos
- La garantía de compra y la estabilización del precio le brinda confianza en el producto, elemento básico para mantener un cultivo permanente (gráfica precio interno Vs. externo)
- La comercialización del café le permite al gremio manejar la comercialización de su producto internamente (Federación y cooperativas).

Evitar sobrecostos y mantener el predominio de su interés.

Defender sus intereses y disminuir costos por la organización de la comercialización externa.

Promover el mayor uso del café tanto interna como externamente.

- Las inversiones en infraestructura física y social favorecen mejor calidad de vida, mayor estabilidad social en la zona cafetera.

En definitiva, las instituciones cafeteras colombianas han servido al productor en su esfuerzo de largo plazo por mantener una actividad productiva y tener un mayor bienestar y calidad de vida.

## III. BENEFICIOS PARA LA INDUSTRIA

La acción de las instituciones cafeteras colombianas, si bien está diseñada para favorecer a los caficultores colombianos, tiene externalidades que llegan a la industria cafetera mundial, y ése es un aspecto que debe destacarse en foros como SINTERCAFE:

- Una política comercial seria y unificada para un volumen importante de café como el que maneja Colombia, facilita los negocios con café de este origen;
- Como prevalece la visión de largo plazo en la política cafetera colombiana, se beneficia a quienes están para permanecer en el mercado;
- Mantener una cultura de la calidad con un volumen importante de producción favorece la productividad de los procesadores del grano;
- La alta calidad del producto estimula el mayor consumo, y esta mayor demanda favorece a toda la industria.
- Tener una agricultura estable, favorece el suministro confiable del grano, lo cual implica menores costos para toda la industria.
- El respaldo institucional que tiene el café colombiano es la base para la confiabilidad comercial en el producto, y ésto evita sobrecostos;
- La presencia comercial organizada de Colombia ayuda a estabilizar el mercado por el menor desequilibrio entre demandantes y oferentes. Ni precios demasiado altos ni demasiado bajos favorecen los intereses de mediano y largo plazo de quienes están en la industria para permanecer: productores e industriales.
- La comercialización ordenada del café ha tenido períodos en los cuales Colombia ha mantenido un volumen de inventarios superior a su participación en la producción mundial, con un beneficio para todos.
- El esfuerzo publicitario colombiano no se asocia a una marca particular. De esta manera la campaña



del Café de Colombia ha traído importantes beneficios para todos, pues amplía el consumo del café y le abre nuevas áreas.

- La dimensión en volumen de la operación cafetera colombiana permite ofrecer un servicio más integral: materia prima de calidad, seguros, transporte, contacto directo con el usuario de la materia prima.
- Los resultados de las investigaciones colombianas en café no se pueden esconder: hay beneficio para todos directamente a través de un producto colombiano mejorado, y por el uso que se tenga en otras partes de los resultados de la labor científica investigativa.

### Hechos recientes en el mundo cafetero.

La experiencia colombiana con las instituciones cafeteras ha mostrado grandes beneficios tanto para los caficultores, como para el resto de la industria. Estas instituciones han prestado su apoyo en épocas de bonanza o de crisis, y tanto en épocas de regulación como de mercado libre. Colombia ha hecho realidad un modelo que muchos han deseado: esas instituciones han sido la base para una política de largo plazo.

Este convencimiento, fruto de la propia experiencia, de la bondad de unas instituciones sólidas, es el fundamento de la posición que Colombia ha mantenido en todos los foros cafeteros internacionales. Por las condiciones de los oferentes y demandantes del café, y por las características inherentes al producto (cultivo permanente) que llevan a presentar inestabilidad en los precios y desequilibrio entre la producción y el consumo, las solas fuerzas del mercado no alcanzan a producir un resultado óptimo. Este comportamiento, agravado por el deterioro en los términos de intercambio del café, hacen deseable una intervención en el mercado.

Los nuevos instrumentos que han aparecido en el mercado, como las opciones, los contratos a futuros, etc. son útiles para manejar los problemas de riesgo de corto plazo (coberturas hasta de un año), y han traído un gran dinamismo al mercado. Sin embargo, han sesgado la operación del mercado internacional del café hacia un mercado de "papeles" que mantiene una perspectiva de muy corto plazo. El afán de mostrar utilidades trimestrales ha favorecido la utilización de herramientas de corto plazo en desmedro de una visión de largo plazo. Además, este tipo de mercados está afectado por rumores, factores subjetivos y coyunturales, y el desempeño de otros mercados utilizados por quienes pasan de un mercado a otro en busca de papeles. El resultado ha sido una mayor volatilidad e

incertidumbre en el mercado cafetero. No es casual que la mayor crisis cafetera de la historia coincida con el mayor auge de los diversos "papeles". (Gráfico precio Vs. posiciones abiertas en bolsa).

Instituciones sólidas son las que permiten establecer objetivos comunes y allegar recursos para hacer viable unas políticas de mediano y largo plazo.

Paradójicamente, el mundo cafetero experimentó en los últimos años un acelerado proceso de desinstitucionalización, y llegó el momento en que sólo Colombia mantenía un esquema institucional cafetero activo. No es casual tampoco que la mayor crisis cafetera coincida con el deterioro de las instituciones cafeteras a nivel mundial.

Quienes estamos en el negocio cafetero para permanecer en el largo plazo nos vemos amenazados por el efecto que acarrea la avasalladora presencia de agentes que se mueven con una perspectiva de corto plazo, en un contexto donde el deterioro institucional limita el uso de herramientas para equilibrar las distintas fuerzas del mercado.

El manejo más ágil de instrumentos financieros sofisticados está coincidiendo con el deterioro de las condiciones reales del mercado, con una producción y productividad estancadas, y con grave riesgo para la calidad del producto. Hoy es más rentable invertir en papeles que hacer una inversión real productiva en café. Este sesgo del mercado hacia el corto plazo está acabando el incentivo a invertir en proyectos que como el café, son de larga maduración; esta dinámica no es viable en el largo plazo. Las libres fuerzas del mercado, en este caso, actúan miopemente. Los productores somos los más afectados pues somos los de un interés a más largo plazo: es más fácil para una casa comercializadora cambiar de producto que para un caficultor cambiar de cultivo. No es de extrañar entonces, que la iniciativa por fortalecer instituciones que hagan viable el largo plazo haya venido de los productores.

El comportamiento del mercado durante estos cuatro años de libre oferta y demanda corrobora la visión de Colombia. Los mismos productores, al poco tiempo de mercado libre empezaron a convencerse que las expectativas que en su momento los llevaron a no apoyar el pacto por considerar que las fuerzas del mercado traerían rápidamente el equilibrio entre oferta y demanda, no se materializaban, y la perspectiva del mercado seguía negativa.

Dos años después de la ruptura del pacto, frente a un consumo estancado, un exceso de inventarios, falta



de liquidez y un mercado bajo el control de los compradores, los productores apoyaron gradualmente la apertura de contactos con los consumidores. Este esfuerzo fue grande, se observó un avance significativo, y ya en abril de 1992 se llegó a un consenso entre productores y consumidores sobre un marco general de referencia para la negociación de las cláusulas económicas de un nuevo acuerdo, incluyendo temas como el de la cuota universal y los ajustes selectivos según las necesidades del mercado.

Dentro de este marco común, en marzo de 1993 los productores estuvieron listos a llevar a feliz término las negociaciones, y aceptaron los principios sobre cuota universal, selectividad y controles. Sin embargo, cuando se entró en el tema de la continuidad en la operación del sistema de cuotas durante la vida del convenio, los consumidores, con gran influencia de la industria norteamericana comenzaron a colocar trabas en aspectos secundarios. Esta postura hizo evidente la falta de un verdadero interés por llegar pronto a un acuerdo y mostró una mayor simpatía por el interés comercial de corto plazo que por el espíritu de cooperación de mediano plazo. Nestle y los tostadores japoneses se apartaron de esta posición. Hasta aquí llegó al esfuerzo por el pacto mundial, pues los productores no estaban dispuestos a dilatar aún más el proceso de negociación.

El desinterés de países consumidores como EEUU en las instituciones cafeteras crea un vacío que debe ser llenado por los productores. Afortunadamente, hemos visto recientemente el renacimiento de instituciones cafeteras en varios países productores. En efecto, a los pocos meses de finalizar las negociaciones los productores se vieron obligados a buscar la valorización del café por medio del ordenamiento de la oferta, especialmente a través del mecanismo de la retención para disminuir los inventarios en manos de los consumidores. La formalización de la Asociación de Países Productores de Café el pasado 23 de septiembre en Brasilia, abre paso a la posibilidad de ordenar el mercado, con la ayuda de instituciones adecuadas.

El esquema que se está desarrollando es el mismo que se propuso a los productores y que se aceptó en general. Este esquema beneficia no sólo a los productores, sino que le ofrece a los consumidores mayor estabilidad y suministro confiable, según las calidades demandadas por el mercado. El programa es transparente, y los productores estamos en disposición de presentarlo en cualquier foro.

Es importante que los distintos agentes que participan en el mercado, y que tienen intereses de mediano

y largo plazo, entiendan y apoyen el verdadero papel que cumplen las instituciones como mecanismos de largo plazo. Si queremos una industria cafetera vigorosa en el largo plazo, necesitamos unas instituciones sólidas. Confiamos en que la recientemente creada Asociación de Países Productores de Café sea el punto de apoyo que estimula a los países a revivir sus instituciones cafeteras.

#### IV. PERSPECTIVAS Y OPORTUNIDADES.

La Federación Nacional de Cafeteros de Colombia continuará brindando apoyo a las iniciativas orientadas al ordenamiento del mercado y al fortalecimiento de las instituciones que hagan viables las políticas internacionales en materia de café. La consistente posición de Colombia en esta materia ha sido validada por la evolución de los hechos durante el período del mercado libre. Colombia advirtió en su momento el escenario a que estaba abocado el mercado, y cómo era perjudicial para todos. Cuatro años y medio después se constata una pérdida grande en el ingreso de los productores, un deterioro en las plantaciones en todo el mundo y un desgaste de las instituciones cafeteras internacionales. Afortunadamente las preocupaciones manifestadas han encontrado eco en la gran mayoría de los productores. El acuerdo para restringir la oferta con una retención de un porcentaje del volumen exportado ha entrado en plena vigencia, y la evolución del precio así lo corrobora. Desde que se iniciaron los contactos para esta iniciativa, en el mes de mayo del presente año, hasta la semana pasada cuando hicimos una evaluación del sistema, el precio indicativo de la OIC pasó de US\$0.6 por libra, a US\$0.8 por libra. Desde el año pasado las condiciones fundamentales del mercado hacían factible una mejor evolución del precio. Sin embargo, el precio estaba distorsionado por el efecto depresivo de los inventarios en manos de los consumidores.

Lo que se busca con el acuerdo de los productores no es actuar como un cartel, sino establecer unas condiciones que le permitan al mercado reflejar mejor en el precio las condiciones objetivas de la oferta y la demanda mundiales. Como puede apreciarse en los parámetros de precio que se utilizaron para definir el mecanismo de retención, no es ambición de los productores presionar los precios para que lleguen a niveles artificialmente altos. Somos conscientes que precios como los que veníamos observando nos estaban llevando a la ruina, pero precios demasiado altos resultan desestabilizadores en el mediano plazo. El interés de mediano y largo plazo de los productores está bien servido con unos precios suficientemente



## CUADRO N° 1

## I. CARACTERISTICAS ACTUALES DE LA CAFICULTURA COLOMBIANA

1. Municipios Cafeteros		604	(Total municipios país 1022)
2. Fincas Cafeteras	Miles	303	
3. Area de las fincas	Miles Has.	4,465	
4. Area sembrada con café	Miles Has.	1,154	(1.0% del territorio nal.)
• Tradicional	%	31	
• Tecnificada	%	69	
5. Tamaño promedio			
• De la finca	Has.	14.7	
• Del cafetal	Has.	3.6	
6. Volumen producción (91/92)	Mills. s/s 60 K. verde	18.0	(18.5% del mundo)
	Mills. cargas perg.	10.7	
• Tradicional	%	17	
• Tecnificado	%	83	
7. Valor de la cosecha 91/92	Mills. \$	1,021,116	(12% de los ingresos salariales del país)
	US\$ Mills.	1,517	
8. Exportación total (1992)	Mills. s/s 60 K.	16.5	(21.7% del mundo)
9. Valor exportación (1992)*	US\$ Mills.	1,255	(24.8% del mundo)
10. Aportes al empleo (En labores agrícolas)	Miles personas	800	

## II. EL CAFÉ EN LA ECONOMÍA COLOMBIANA

11. Participación del café en:		
Los reintegros por exportaciones de Bienes (1992)		25.4%
En el PIB Total (1991)*		5.3%
En el PIB Agropecuario (1991)*		23.4%
En el Empleo Agropecuario		40.0%

\* Estimado

FUENTE: FEDERACAFE-Investigaciones Económicas-Centro Información Cafetera Marzo 24/93.

remunerativos. Confiamos en que la iniciativa de los productores consolide el efecto positivo sobre los precios internacionales, y señale a los consumidores que el camino de la cooperación es el que más ventajas ofrece.

En el orden interno, Colombia se propone mantener una política cafetera que le permita ofrecer al mercado un volumen importante de café suave, con el nivel de calidad que se ha hecho tradicional. De igual manera, vemos cómo algunos industriales están aprovechando la diversidad regional de Colombia para promocionar café colombiano según su región de origen, y también

se ha incursionado en el café orgánico con pequeñas exportaciones. También vemos que la comercialización de cafés solubles, y tostados y molidos continuará en su senda de crecimiento. La actividad de promoción y publicidad por parte de la Federación tendrá continuidad, no obstante la reducción presupuestal que ha sido necesaria por la crisis, y se dará especial énfasis al apoyo a los productos que ofrezcan café 100% colombiano. Igualmente, la Federación está interesada en participar en negocios que permitan tener la presencia en los mercados más dinámicos, especialmente en los países asiáticos.



Teniendo en cuenta el desempeño reciente y esta política cafetera colombiana, las perspectivas de negocios con café colombiano lucen favorables para quienes quieran adelantarlos, por las siguientes consideraciones:

- Las mayores exigencias de calidad en todos los mercados hacen que el café colombiano, por su calidad, ofrezca mejores perspectivas de negocios;
- El interés de largo plazo que se evidencia en el montaje institucional cafetero colombiano hace que existan mutuas conveniencias para quienes tienen esa misma perspectiva de mediano y largo plazo: la mentalidad cafetera de largo plazo de los colombianos los hace socios ideales para negocios duraderos;
- Nichos especializados de café pueden encontrar en Colombia nuevas oportunidades de negocio, con perspectivas de largo plazo: cafés orgánicos, café de origen regional, café procesado en el país de origen, etc.;
- Los efectos negativos de la crisis en el mercado internacional del café se sintieron en Colombia con menor severidad que en otros países, por su capa-

cidad institucional. Esto demuestra la bondad de estas instituciones, y brinda mayor confiabilidad al negociar con café colombiano;

- La importante dimensión de la operación cafetera en Colombia abre posibilidades de joint-ventures con la Federación de Cafeteros para desarrollar productos o mercados, sobre la base de un suministro confiable y de calidad;
- La presencia de la Federación en la zona cafetera colombiana, zona de gran actividad agropecuaria, hace factible desarrollar proyectos complementarios en productos diferentes al café: ya hay experiencia en cítricos, seda, azúcar, y otros.

Para finalizar, quiero reiterar nuestros agradecimientos por la amable acogida de nuestros hermanos costarricenses, y por la eficaz labor de los organizadores de SINTERCAFE.

Sólo me resta aprovechar esta oportuna ocasión para invitarlos a buenos negocios con el café colombiano. No se trata de una aventura en lo desconocido. Las oportunidades continúan allí para quienes quieran aprovecharlas. La positiva experiencia de quienes se han acercado al café colombiano así lo demuestran.

*San José de Costa Rica, Noviembre 17 de 1993.*