



<https://doi.org/10.38141/10788/001-1-2>

LA INDUSTRIA CAFETERA INTERNACIONAL Y SU GRADO DE CONCENTRACION*

19817

Indudablemente, el comercio mundial de café representa un porcentaje significativo del valor total de las importaciones y exportaciones mundiales—US\$ 10.3 billones—y está caracterizado por la alta representatividad de unos pocos países tanto desde el punto de vista de la producción como del consumo final. Según se aprecia en el Cuadro No. 1, diez países contribuirán con el 74.4% de la producción estimada para 1987/88 y cuatro de ellos representarán el 57.5% de dicha producción.

Si se tiene en cuenta la demanda, de un total de importaciones a países miembros por 58.6 millones de sacos de 60 kilos en 1986, Estados Unidos y la Comunidad Económica Europea absorbieron el 81.2%, y si se incluye Japón, el porcentaje se sitúa en el 89.0% (Cuadro No. 2).

Los altos grados de participación de algunos países y regiones tanto en la producción como en el consumo datan desde los años 50s,¹ y en general son el resultado de unas características geográficas favorables a la producción y de la expresión de un patrón de consumo que incluye el café entre las bebidas de gran acogida. Puede hablarse por lo tanto, de unas corrientes comerciales entre países más o menos estables a través del tiempo, razón por la cual interesa examinar en qué forma operan los intermediarios que hacen posible la entrega del café procesado al consumidor final.

Debe tenerse en cuenta que el mayor procesamiento del café, ya sea éste tostión únicamente o elaboración de café soluble, ocurre en los países desarrollados y que como ha sucedido en otras ramas industriales, se ha dado un proceso de concentración industrial y comercial, tanto a nivel de país como a nivel internacional. Esta concentración obedece a la reducción de costos y mayor eficiencia, mayores posibilidades de diversificación del producto, mayor facilidad para adelantar programas publicitarios e introducir innovaciones tecnológicas, mayor participación en el

mercado y aumento de los beneficios, mayor poder de negociación, etc.

Para un adecuado diseño de las estrategias de comercialización de países productores de café como Colombia resulta indispensable conocer el grado de competencia del lado de la demanda, toda vez que esa es una variable exógena a los países productores, pero que necesariamente incide en las operaciones comerciales.

Con el fin de conocer mejor la estructura de la demanda y su evolución se procede a continuación a examinar la información disponible, que aunque dispersa y de varias fuentes, permite darse una idea del mercado que afrontan los países productores. El análisis está dividido en 2 capítulos: En el primero se analiza el proceso de concentración en las dos décadas anteriores. El segundo se ocupa de lo acontecido en los años ochentas. ¶

I. LA ESTRUCTURA INDUSTRIAL Y COMERCIAL 1960-1980

Con base en el informe preparado por la UNCTAD² pueden hacerse las siguientes aseveraciones:

1. Entre 1960 y 1978 de las diez firmas líderes en el mercado de café tostado de los países desarrollados, las cuatro más importantes aumentaron su participación del 25.4% al 32.8%. A su vez, en el

* Este trabajo fue coordinado por el Dr. Manuel Rosas, Economista de la Unidad de Información Comercial, quien contó con la colaboración de diversas personas de la Gerencia Comercial y de las Oficinas del Exterior de la Federación.

¹ UNCTAD "Studies in the Processing, Marketing and Distribution of Commodities" New York 1984.

² UNCTAD "Studies in the Processing...", op. cit.

CUADRO No. 1
PRODUCCION - CONSUMO - EXPORTACIONES DE PRINCIPALES PAISES PRODUCTORES DE CAFE
 (Miles de Sacos de 60 kilos)

PAIS	ESTIMATIVOS 1987 - 1988				
	PRODUCCION	CONSUMO INTERNO	EXPORTACIONES ANUALES	EXPORTACIONES OCTUBRE -MAYO	
				1985/86	1986/87
Brasil	35.000	10.000	17.000	10.389	9.281
Colombia	10.700	2.020	10.747	7.764	7.403
Indonesia	5.700	1.050	4.600	2.964	2.601
México	4.850	1.580	3.300	2.325	2.369
Costa de Marfil	4.500	30	4.364	2.719	1.584
Etiopía	2.900	1.800	1.400	835	850
Guatemala	2.650	350	2.300	1.665	2.162
Costa Rica	2.300	242	1.900	1.027	1.700
India	2.250	1.150	1.500	1.056	783
Kenia	1.900	100	1.650	1.302	1.104
Otros Países	25.070	5.037	20.070	14.553	12.252
TOTAL	97.820	23.359	68.831	46.599	42.089

FUENTE: Patton G. Complete Coffee Coverage, Julio 7/87
 en base a FAS/USDA
 Elaboró UIPC

CUADRO No. 2
ECONOMIA CAFETERA MUNDIAL
CAFE VERDE

(Miles de Sacos de 60 kilos)

PRODUCCION EXPORTABLE				IMPORTACIONES NETAS		
REGION	1985/86	1986/87	1987/88	REGION	1985	1986
Centro América y el Caribe	11.265	12.267	11.854	Estados Unidos y Canadá	20.858	21.143
Suramérica	37.354	17.519	37.200	Comunidad Económica Europea	26.469	26.502
Brasil	24.000	4.900	25.000	Alemania Federal	7.057	7.609
Colombia	10.130	9.000	8.680	Francia	5.156	5.094
Africa	17.779	17.206	17.865	Otros Países	9.869	11.016
Asia y Oceanía	7.673	8.126	7.734	Japón	4.824	4.576
				Suecia	1.568	1.624
TOTAL	74.071	55.118	74.653		57.197	58.661
Auto Consumo	24.314	21.968	23.167			

FUENTE: PATON G. Complete Coffee Coverage y O.I.C. OBS 40, Junio 19/87
Elaboró UIPC

caso del café soluble, dos firmas que en 1960 representaban 73.5% del mercado de los países desarrollados, para 1978 tenían el 75.0%. Veamos cuál era la situación global en 1978, según el siguiente cuadro.

Participación de las cuatro firmas más grandes en el mercado de café tostado y soluble de los países desarrollados - 1978

—Porcentajes—

Firmas	Café tostado	Café soluble
General Foods (EU)	16.5	33.0
Procter and Gamble (EU)	8.0	4.0
Jacobs (Suiza)	4.5	—
Consolidated Foods (EU)	3.8	2.0
Nestlé (Suiza)	—	42.0
TOTAL:	32.8	81.0

O sea que la elaboración de café soluble mostraba un mayor grado de concentración, pero al mismo tiempo 3 firmas estaban entre las más grandes procesadoras de los dos tipos de café.

- Igualmente a lo ocurrido a nivel mundial, dentro de cada país se acentuó la participación de unas pocas firmas. Tomando los promedios simples de participación de las cuatro empresas destacadas en los principales países consumidores se constata que entre 1960 y 1978 dicho promedio se incrementó para el café tostado del 41.2% al 69.7%, y para el café soluble del 76.5% al 89.6% durante el mismo período. Con el fin de precisar la situación de algunos de esos países, veamos los índices de concentración que se reportaban para el último año mencionado:

Poder de mercado de las cuatro principales empresas en países desarrollados — 1978

Países	Café tostado	Café soluble
Estados Unidos	69.0	91.0
Alemania Federal	67.0	94.0
Francia	60.0	92.0 (1)
Italia	49.0	86.0
Holanda	86.0	80.0
Suecia	81.0	N.D.
Dinamarca	55.0	N.D.
Reino Unido	70.0 (1)	90.0

(1) Dos firmas; N.D.: (Información no disponible)

Estas cifras señalan que necesariamente cualquier

país exportador de café debía negociar con empresas que tenían un gran poder en sus respectivos países, tanto más si, como en el caso de Colombia, se hacen negociaciones directamente con los tostadores.

- Pero si además, los tostadores utilizan firmas intermediarias para manejar los trámites de importación, debe tenerse en cuenta la siguiente información:

En 1976 las 22 principales firmas ubicadas en el campo de la manufactura y la comercialización de la industria cafetera mundial percibieron ingresos por negociaciones de café del orden de US\$7.000 millones. De esas 22 firmas, 10 estaban localizadas en los Estados Unidos, 11 en Europa y 1 en Brasil. La mitad del total de estas empresas percibía ingresos por sus transacciones de café en países diferentes a aquel en que se ubicaba la casa matriz, corroborando con ello la internacionalización de las operaciones.

Haciendo referencia a los Estados Unidos en el mismo año de 1976, de un total de 20.379.000 sacos de 60 kilos importados a ese país, el 37.3% fué negociado por diez firmas, entre las que se destacan J. Aron, Acli, General Foods, Volkart Bros, Cofinco y Armenia Coffee.

Lo anterior demuestra que hasta mediados de los años 70s, el grado de concentración de los tostadores de café fue en aumento, en tanto que en el negocio de café soluble ya desde los años 60s se observaba el fuerte predominio de Nestlé y General Foods. En el caso del café tostado, la tendencia hacia más grandes instalaciones industriales para mejor control de la utilización del calor y la energía condujo a un desplazamiento de los pequeños tostadores. Pero a su vez, la búsqueda de una mayor participación en el mercado mundial por parte de las Corporaciones Internacionales del Café intensificó el fenómeno, facilitando la diferenciación de precios y la promoción de determinadas marcas mediante elevados gastos de publicidad. Y aunque la localización de las plantas está preferiblemente en países desarrollados, ya en 1976 un buen número de firmas tenían actividades en países en desarrollo: General Foods, Nestlé, Procter and Gamble, Douwe Egberts, Standard Brands, Brooke Bond, Lyons, Cadbury y Melitta entre las principales.

- Para cerrar el ciclo debe afirmarse que al proceso de concentración de los años 70s, no fue ajena la red de distribución al consumidor. Desde los primeros años de la década del 60 las ventas de café y otros productos alimenticios en los cuales primaban las tiendas y pequeños supermercados, pasaron a ser dominados por distribuidores en gran escala como los almacenes de cadena, grandes supermer-

cados y por las cooperativas. Al iniciar los años 70s, en países como Estados Unidos, Reino Unido, Alemania Federal, Países Bajos y Suiza los mayoristas abarcaban porciones del mercado, que fluctuaban entre el 54% y el 95%. Italia era un país en donde todavía los pequeños tenderos realizaban 70% del suministro directo a los consumidores. Estos desarrollos en alguna medida contrarrestaron el poder de las grandes firmas procesadoras, en especial en cuanto a su poder monopólico para fijar precios con altos márgenes de ganancia, hasta el punto de que si no reducían los precios en épocas de bajas cotizaciones internacionales, los distribuidores se integraban verticalmente y producían sus propias marcas de café a menores precios.³

La estructura oligopólica descrita fue confirmada en los años 70s por el Coffee Report —Jacques Louis Delamare S.A.⁴, en donde se afirmaba que en Alemania Occidental 4 grandes torrefactores procesaban entre 65% y 70% del café importado por ese país, mientras que en Suiza, Reino Unido, Suecia y Finlandia, no más de 5 firmas concentraban el 80% o más del café tostado. Adicionalmente, se afirmaba en este estudio que siete grupos comerciales operaban en dos o más países europeos con una capacidad de comercialización equivalente a 9 millones de sacos de 60 kilos.

II. CONCENTRACION DE LA INDUSTRIA CAFETERA EN LOS AÑOS 80

Para resaltar la tendencia que se observa en los últimos años se hará referencia inicialmente a lo ocurrido en los países europeos, luego de lo cual se verá la situación reinante en los Estados Unidos.

Países europeos

Puede afirmarse que entre 1980 y 1986 los países europeos mantuvieron o incrementaron el grado de concentración del mercado cafetero, con excepción de Noruega y Países Bajos, en donde las 4 firmas más importantes perdieron unos pocos puntos en su participación. La situación evolucionó en la siguiente forma:

Porcentaje de Participación de las cuatro mayores firmas

País	1980	1986
Francia (1)	56	69
Noruega	86	81
Países Bajos	89	85
Alemania Federal	73	71
Finlandia	99	100

Inglaterra (1)		
(C. Soluble)	60	84
Inglaterra (C. Tostado)	N.D.	100
Dinamarca	64	67
Austria	60	65 (2)
Suecia	82	83
Bélgica (1)	73	72

(1) Únicamente 3 firmas

(2) Año de 1982

Los altos grados de concentración que se reflejan en el cuadro anterior, requieren de algunas precisiones para el enriquecimiento de la información estadística: En los países Bajos, Inglaterra y Francia, una sola firma, cubría más del 40% del mercado; en los países escandinavos, importantes consumidores de café colombiano, hay un elevado grado de integración entre la compra, la manufacturación y la distribución del café por parte de las firmas dominantes; cuando una de las firmas dominantes es subsidiaria de una firma extranjera, el proceso de concentración se acentúa, ya que dichas subsidiarias buscan absorber a las nacionales como ocurrió en Dinamarca en donde las empresas multinacionales aumentaron su porcentaje de control del 17% al 63% entre 1975 y 1986⁵. Finlandia y Noruega han sido ajenas a este proceso porque allí no han penetrado las multinacionales.

Por su importancia como país comprador y porque es un buen ejemplo de la acentuación del proceso de concentración durante los años ochentas se adjunta la información relacionada con Alemania (Cuadro No. 3).

Otro aspecto que se destaca es el de las ventas de café al consumidor.

El 10% de las tiendas participantes en el proceso de distribución cubrían entre un 46% en el caso de Holanda y el 82% en Francia. Los restantes países se situaban en ese intervalo. Ello deja entrever la creciente importancia de los grandes Supermercados y Almacenes de Cadena dentro de la distribución total.

Estados Unidos

Pasando al mercado de café de los Estados Unidos, debe anotarse que en lo que va corrido de los años ochentas la General Foods ha aumentado su participación en el mercado de café al detal del 36.5% al 37.8% entre 1985 y 1986, Procter and Gamble del

³ UNCTAD. *Studies in the Processing...* op. ct. Cap. II.

⁴ COFFEE REPORT "The Coffee and Industry in Europe No. 310"; 1973.

⁵ FEDERACAFE: "Distribución de Alimentos y El Mercado de Café en países Nórdicos"; Ryno Isaksson P., Oficina de Copenhague, 1984.

CUADRO No. 3
PARTICIPACION MERCADO (%)
(HOGARES)

R.F.A.	1975	1980	1982	1983	1984	1985	1986
1. Jacobs	20	24	22.5	23.2	19.9	19.4	17.6
2. Tchibo	22	24	22.7	21.1	18.3	19.8	20.1
3. Eduscho	12	12	12.1	12.0	15.0	14.9	14.9
4. Aldi	10	13	13.5	13.5	17.3	17.4	18.1
Sub Total	64	73	70.8	69.8	70.5	71.5	70.7
5. Hag (Genfo)	7	7	6.6	7.4	5.6	5.4	4.7
6. Otros	29	20	22.6	22.8	23.9	23.1	24.6
	100	100	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Comentarios: — Alta concentración aunque menos concentrado que Escandinavia.
— Aldi crece a expensas de Jacobs; Hag pierde participación.
— Tchibo, Esduscho bastante estables.

FUENTE: FEDERACAFE Bruselas.

CUADRO No. 3A

CONCENTRATION OF TURNOVER - COFFEE SALES

No. OF STORES	FRANCE	BELGIUM	SPAIN	U.K.	ITALY	AUSTRIA
2%	60	53	53	49	34	33
5%	73	67	59	66	43	45
10%	82	79	66	77	51	56
20%	90	86	77	84	61	69
		PORTUGAL	RFA	SWITZERLAND	SWEDEN	METHERLAND
2%		31	26	26	19	17
5%		44	40	42	32	30
10%		55	54	57	49	46
20%		69	71	73	66	69

FUENTE: FEDERACAFE Bruselas.

27% al 27.5%, Hill Bross mostró un aumento del 8.4% al 8.6%, Chock Full O'Nuts había disminuído su participación del 5.4% en 1985 al 5% en 1986 y Coca Cola Foods División había mantenido su porcentaje en el 2.5%. Es decir que en 1986 el mercado regular de café en un 81.4% estaba en poder de 5 compañías. En cuanto al café soluble 3 sociedades abarcaban el 88.9% de las operaciones, teniendo la siguiente distribución:

General Foods	42.6%
Nestlé Co's	26.8%
Folger's	19.5%
Otras Sociedades	11.1%
TOTAL	100.0%

Se constata así el alto grado de concentración de la industria cafetera en el primer país comprador, en donde residen firmas que operan en un contexto internacional y aplican por ende un proceso similar de compra, procesamiento y distribución⁶. Es así como de las importaciones de café soluble a Estados Unidos que arribaron a Puertos en el Atlántico durante 1986, 30.5 millones de kilos, el 71% fue importado por 9 firmas, no obstante que en el gran total participaron más de 40 sociedades. Y en cuanto a las importaciones de café verde por los mismos puertos, 8.577.539 sacos, el 58.4% las realizaron 10 de más de 75 firmas vinculadas a esta operación.

Por lo tanto, la creciente búsqueda de mayores participaciones en la industria cafetera internacional llevó a que las grandes firmas en países consumidores importantes se fusionaran o adquirieran firmas en otros países, como lo hizo General Foods en Francia, Escandinavia y Alemania y Jacobs en Suiza, Canadá, Bélgica, Francia y recientemente en el Reino Unido. Para intensificar el proceso y mantenerlo, acudieron, además de la publicidad para sus marcas, a la diferenciación de productos y a la discriminación de precios; así como también al control de los avances tecnológicos. De 290 patentes relacionadas con café y registradas en los países de la OECD entre 1965 y 1975, 113 pertenecían a General Foods y 24 a Nestlé.

Con estos antecedentes de lo acontecido en los últimos 25 años, resulta fácil entender la actual situación de concentración en la industria a nivel internacional*, cuyos rasgos principales pueden definirse de la siguiente manera:

1. Seis grupos controlan actualmente el 55.0% del café tostado y manufacturado con destino al consumo de los países miembros de la Organización Internacional del Café.
2. En los Estados Unidos los 3 mayores tostadores y procesadores de café soluble manejaban 12.7 millones de sacos de 60 kilos, equivalentes al 71.7%

del mercado de ese país.

3. Con relación a Europa los siete grupos más destacados por sus operaciones de café negociaron en el último año 15.8 millones de sacos de 60 kilos, cantidad equivalente al 52.7% del consumo total de Europa Occidental.
4. El mercado japonés de café tostado en un 75% es controlado por 5 empresas.
5. A nivel mundial las siete compañías líderes en la comercialización de café, manejan 31 millones de sacos de 60 kilos, es decir, 45.7% de los 68 millones de sacos importados por la totalidad de los países consumidores.
6. En Europa los siete líderes de comercialización de café adquirieron 18.6 millones de sacos de 60 kilos, lo que equivale al 46.5% del mercado europeo total.

III. LOS CLIENTES DEL CAFE COLOMBIANO

Dentro del contexto descrito, un país como Colombia que es el segundo mayor exportador, debe negociar necesariamente con los líderes del mercado, so pena de ver limitadas sus colocaciones. Es así como en el año de 1986, de un total de ventas de 9.825.049 sacos de 70 kilos, el 57.2 fue adquirido por 12 compradores (ver Cuadro No. 4). Se trata de compradores que por conocer la calidad de nuestro café, lo utilizan en forma importante en sus mezclas y se vinculan a los programas de promoción de café 100% colombiano, a los cuales contribuyen con recursos propios en gastos publicitarios, en un esfuerzo conjunto con la Federación.

También, con el fin de reducir la dependencia de grandes compradores, la Federación interactúa con un gran número de tostadores. Así, para el año de 1987, en el período Enero-Agosto, el total de ventas de café colombiano sumaba 7.8 millones de sacos de 70 kilos, en negociaciones con 236 tostadores de todo el mundo. En países como Alemania y Estados Unidos con el mayor volumen de compras se negoció con 11 y 80 tostadores, respectivamente. Las ventas a Europa en un volumen de 5.450.552 sacos fueron adquiridas por 122 tostadores.

⁶ GORDON PATON. *Complete Coffee Coverage* No. 11045 Abril 27 de 1987 y No. 11056 de Mayo 12 de 1987.

* Se ha tomado como información básica la preparada por la firma VOLKART al mes de Agosto de 1987 la cual se incluye como anexo al presente documento.

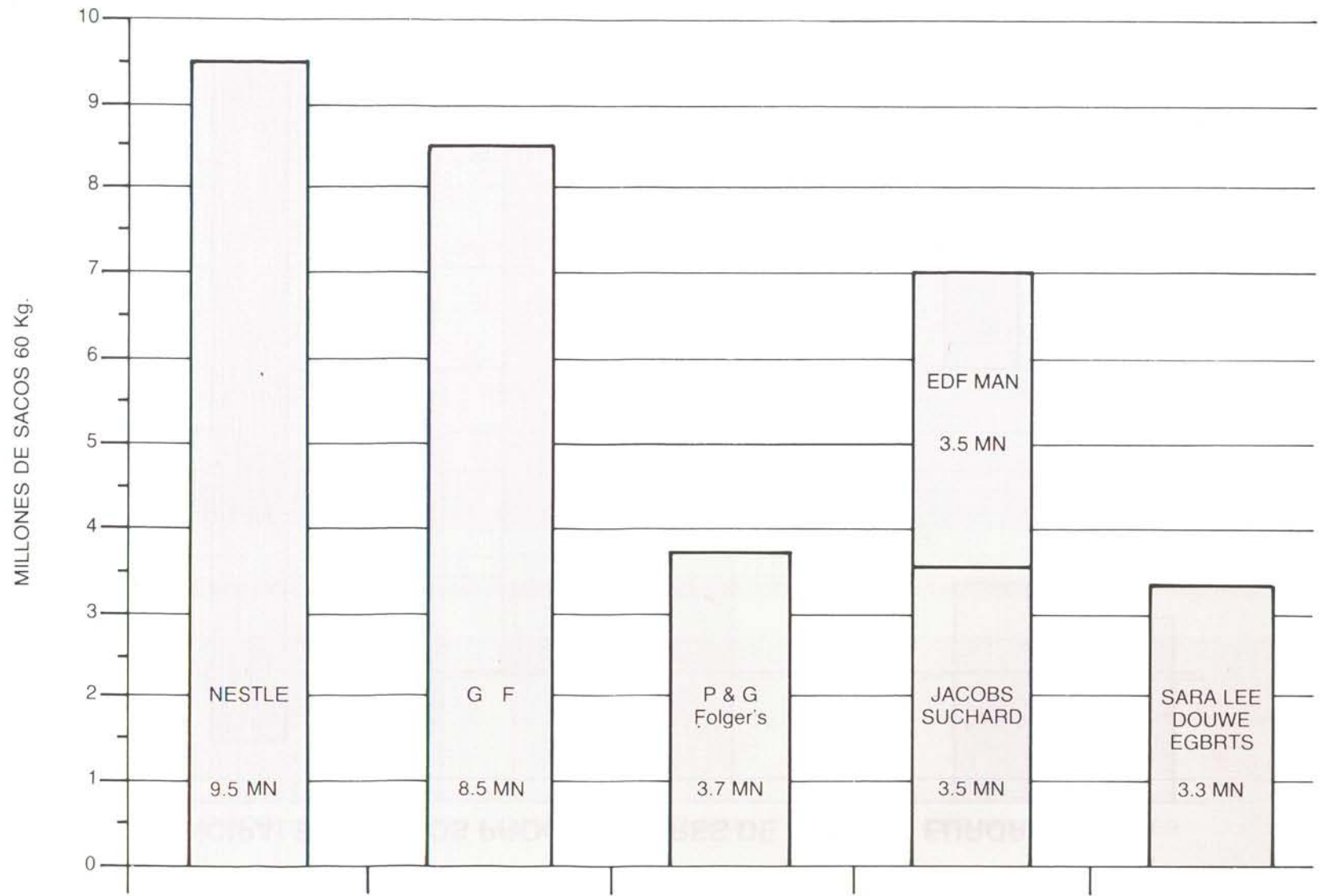
La conclusión final de esta serie de hechos es la de que la industria cafetera mundial y sus canales de comercialización exhiben un elevado y creciente grado de concentración, resultante de un proceso que se inició a mediados de los años 60s y que ha continuado en las últimas décadas. Por la misma razón, las ventas de café de los países productores han sido en su

mayoría canalizadas por un reducido número de compradores, no obstante lo cual Colombia gracias a su sistema abierto de Convenios de Comercialización para cualquier tostador suministra un porcentaje importante de su café a medianos y pequeños tostadores, manteniendo una presencia en el mercado bastante diversificada.

CUADRO No. 4
CAFE COLOMBIANO
PARTICIPACION DE LOS PRINCIPALES COMPRADORES
CONVENIO 1986

COMPRADOR	TOTAL SACOS 70 Kls.	% SOBRE VTAS. TOTALES
Edkaro	1.076.993	11.0
Taloca AG	1.029.200	10.5
Kaffee Einkauf	990.956	10.1
General Foods (USA)	762.764	7.7
Decotrade	612.000	6.2
Mitsubishi Corp.	242.082	2.5
Genfo (Alemania)	198.540	2.0
The Nestle Co. (England)	166.620	1.7
Hill Bros (USA)	161.050	1.6
The Folger Co. (USA)	145.085	1.5
Albrecht	139.650	1.4
Tetley Inc. (USA)	99.922	1.0
SUBTOTAL	5.624.862	57.2
TOTAL DE VENTAS	9.825.049	100.0

CUADRO No. 5
 PRINCIPALES GRUPOS DE TOSTADORES A ESCALA MUNDIAL

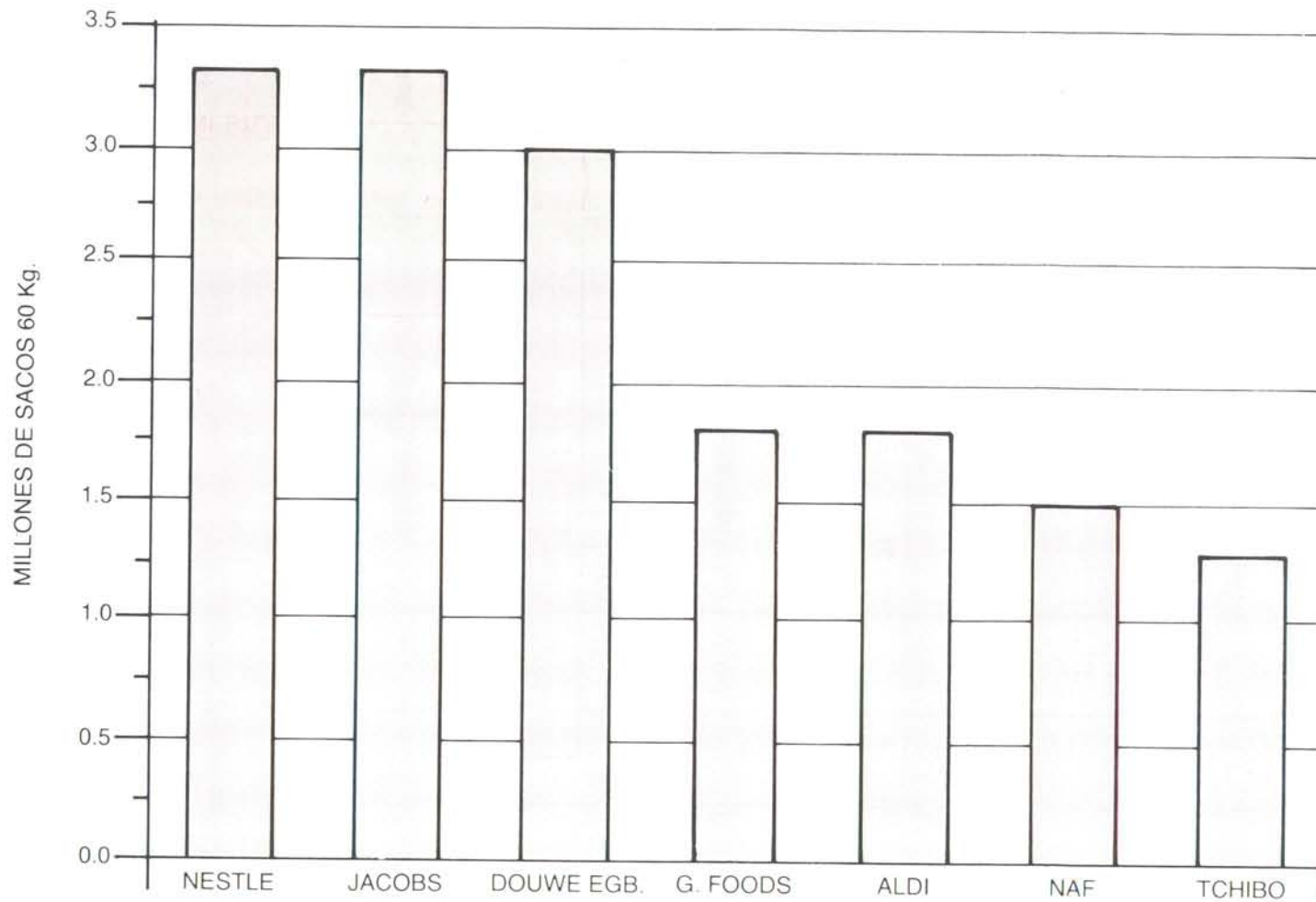


Volumen Total de 5 Compañías 28.5 millones de sacos 49% del consumo de países miembros de la OIC.

FUENTE: VOLKART

CUADRO No. 6

PRINCIPALES GRUPOS PROCESADORES DE CAFE EN EUROPA

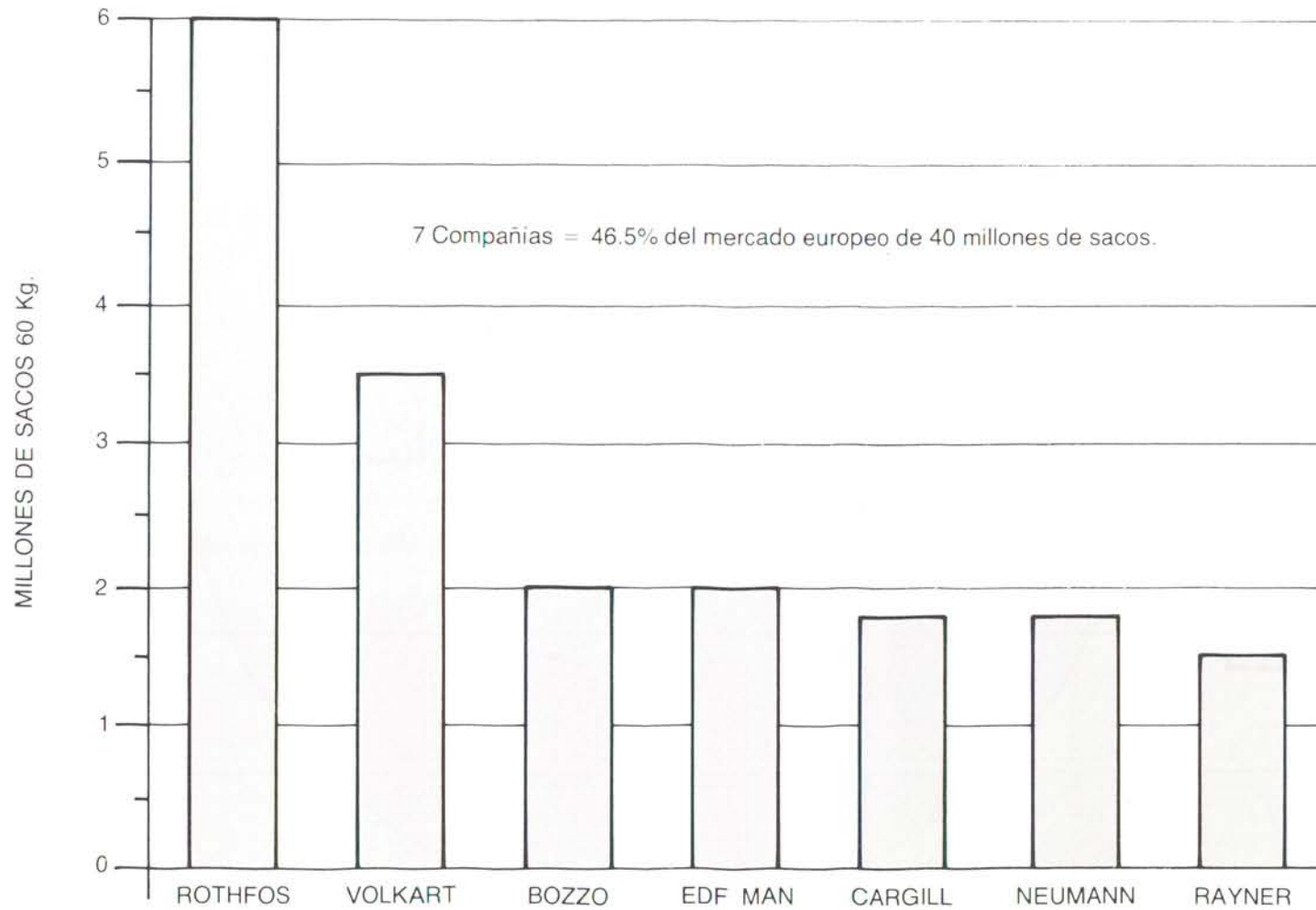


7 Grupos = 15.8 millones de sacos o 52.7% del consumo de Europa Occidental.

FUENTE: VOLKART.

CUADRO No. 7

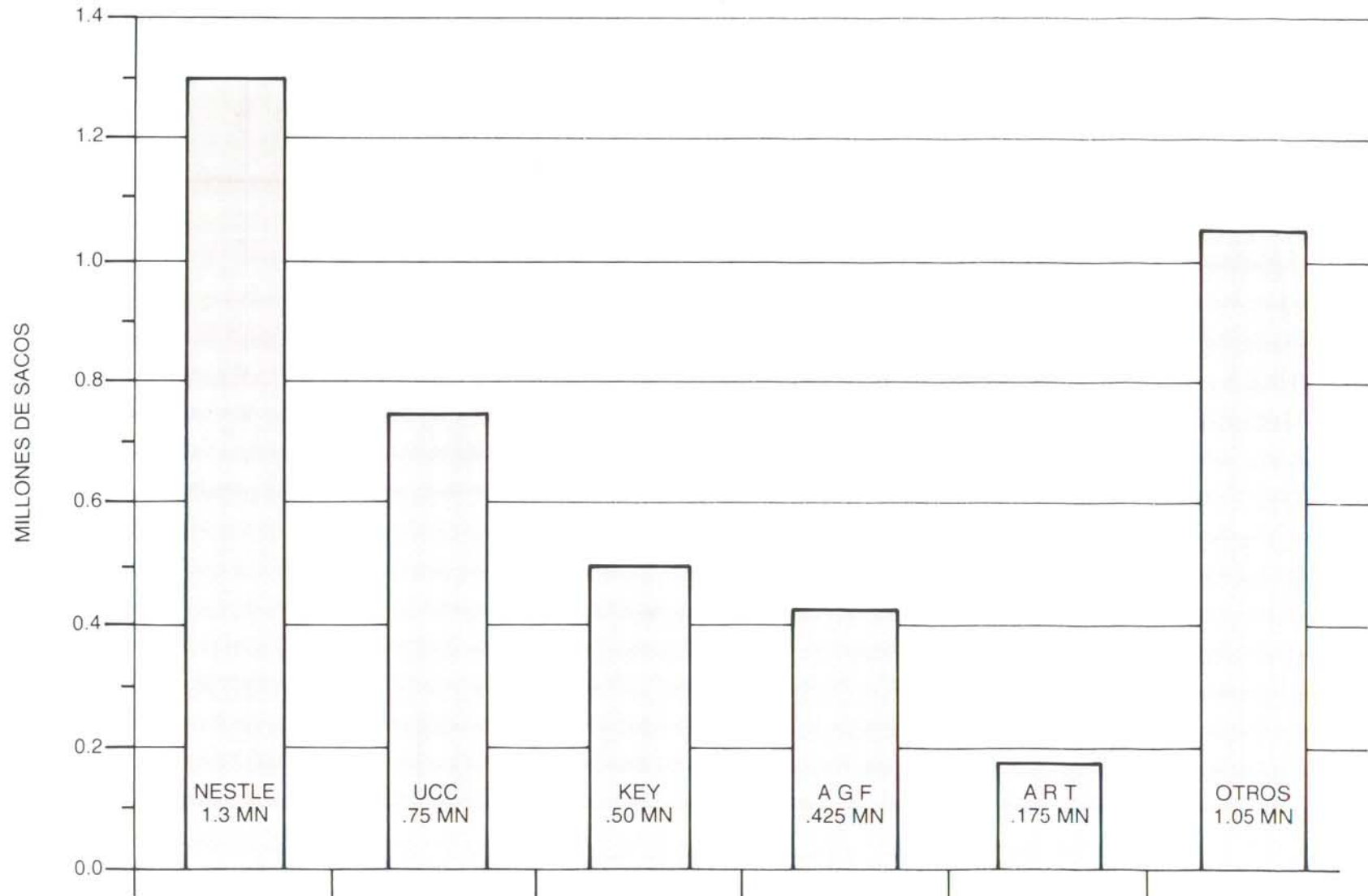
PRINCIPALES COMERCIALIZADORAS EUROPEAS DE CAFE



FUENTE: VOLKART.

CUADRO No. 8

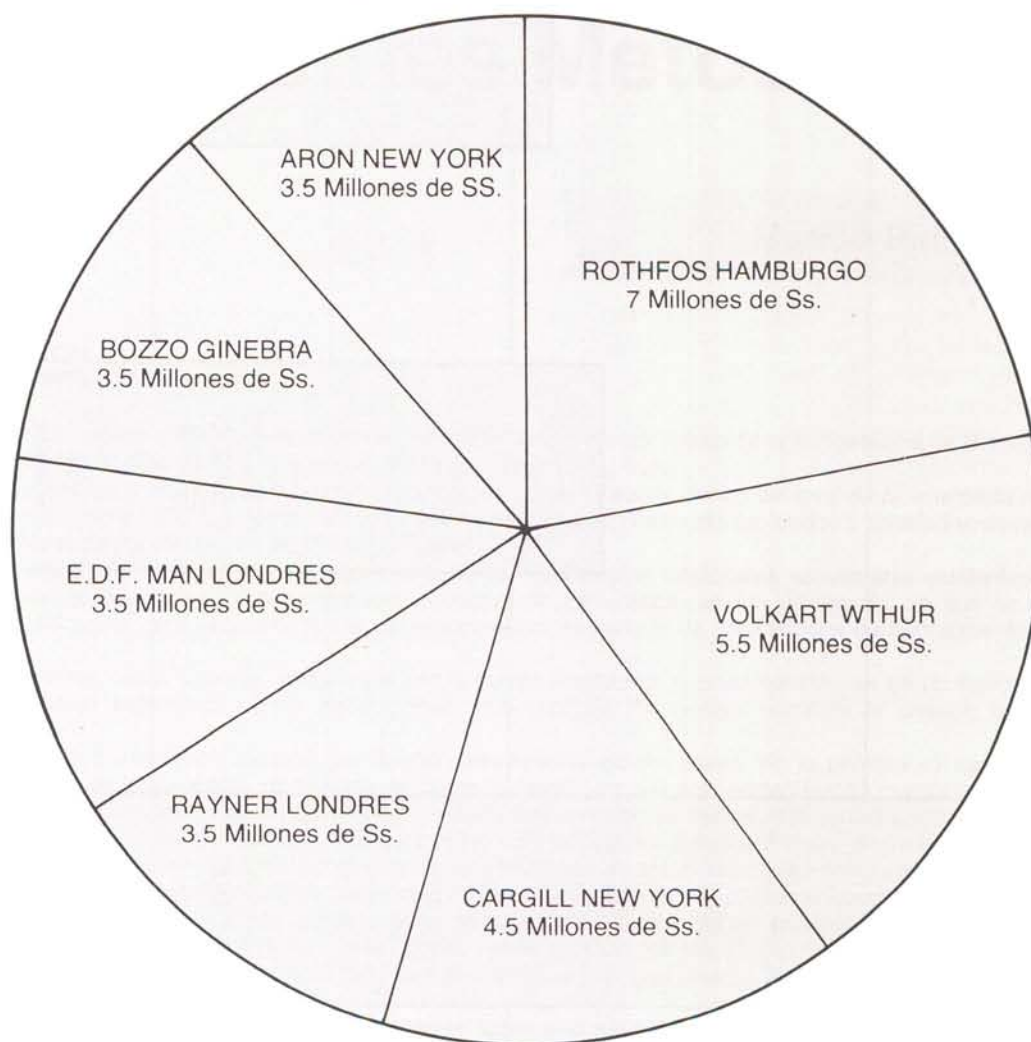
PRINCIPALES TOSTADORES JAPONESES



5 Compañías = 3.5 millones de sacos = 75% del mercado japonés de aproximadamente 4.2 millones.

FUENTE: VOLKART

CUADRO No. 9
LIDERES MUNDIALES DEL COMERCIO DE CAFE VERDE

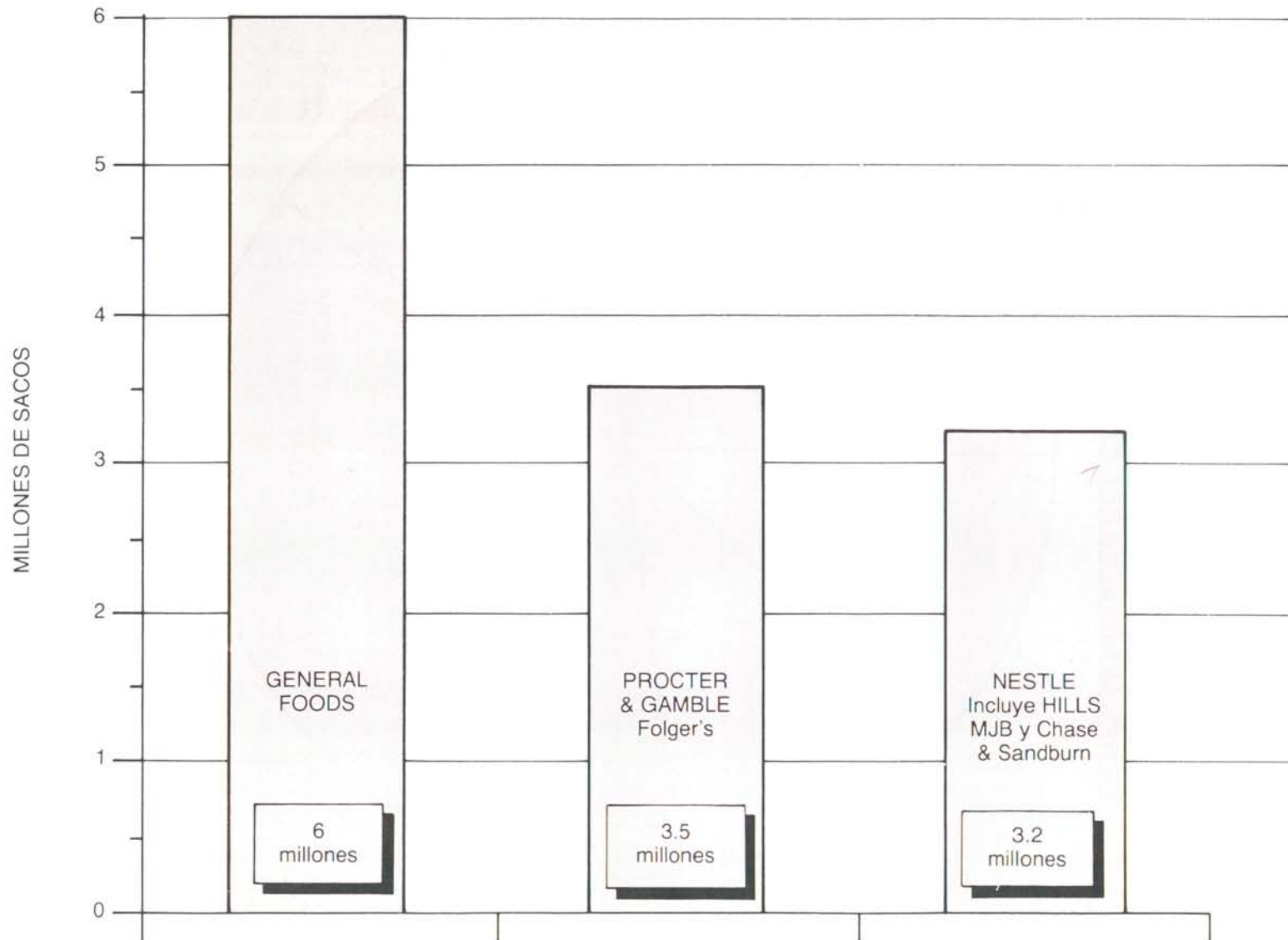


7 Compañías = 31 millones de sacos = 45.7% de las importaciones mundiales.

FUENTE: VOLKART.

CUADRO No. 10

PRINCIPALES GRUPOS TOSTADORES DE ESTADOS UNIDOS



3 Grupos = 12.7 millones de sacos = 71% del mercado americano.

FUENTE: VOLKART