



<https://doi.org/10.38141/10788/002-1-7>

Colombia y la industria internacional del café soluble

GERENCIA COMERCIAL
Unidad de Información

19823

INTRODUCCION

Desde el punto de vista del proceso de desarrollo económico, se considera como altamente ventajoso para un país el comercializar internacionalmente productos que contengan el mayor valor agregado nacional posible, no sólo por los mayores ingresos de divisas que ello representa, sino también por la mayor contribución que de ahí se deriva en términos de empleo calificado, formación de capital y avance tecnológico. Esto explica el anhelo de los países en desarrollo de lograr, como una forma rápida de industrialización, que el mercado mundial acepte productos primarios procesados en el país de origen.

El café no ha sido ajeno a esta forma de pensar, razón por la cual los principales productores del grano y en particular Brasil, han establecido plantas productoras de café soluble, teniendo en mente la demanda por dicho producto en el mercado mundial, especialmente en naciones industrializadas.

El presente documento se propone entonces establecer el grado de participación de países productores Miembros de la OIC como Colombia, en la satisfacción de la demanda de café soluble de países Miembros consumidores ya sea café tipo Spray Dried o Freeze Dried (Liofilizado), así como también identificar los factores que limitan la mayor participación de los países productores de café en el suministro de café elaborado. Adicionalmente, se estudiará el desempeño de la planta de café liofilizado y las perspectivas de comercialización de su producción en el inmediato futuro.

Una breve descripción de los orígenes y los primeros desarrollos de la industria de café soluble es un ingrediente fundamental como marco de referencia para el análisis que se efectuará en los próximos capítulos.

El desarrollo de la industria de Café Soluble o Café Instantáneo en sus inicios estuvo respaldado por la demanda del aparato militar. Durante la primera guerra mundial el ejército de los Estados Unidos compró todo el café instantáneo disponible y la producción aumentó 30 veces, de 1.400 libras a 43.000 libras diarias.

G. Whashington estableció la primera planta para satisfacer dicha demanda, así como la del mercado de la población civil, utilizando café verde de muy buena calidad. Nestlé ingresó al mercado de solubles al finalizar la década de los 30 y produjo 25 millones de libras para las fuerzas militares estadounidenses durante la segunda guerra mundial. En el tiempo que duró la guerra aparecieron nuevos productores como General Foods, Standar Brands, Bordens y otros (1).

No obstante el positivo desarrollo en sus primeras etapas, las perspectivas del mercado de café soluble en los Estados Unidos parecían inciertas, ya que entre 1960 y 1975 tuvo lugar una reducción de 4 a 3 millones de sacos de café verde destinados a la elaboración de solubles. Pero este fenómeno obedeció en primer lugar a las crecientes importaciones de origen brasilero, y en segundo término a la mayor utilización de cafés robustas, tanto en Estados Unidos como en Europa. En su fabricación, los cafés robustas permiten reducir la cantidad de café verde por kilo de café soluble producido, lo cual se traduce en menores costos y mayor eficiencia.

(1) SIVETZ M. *Soluble Coffee: History and what Lies Ahead*
Tea and coffee Trade Journal, Agosto/76

Las crecientes importaciones de café instantáneo brasilero originaron un impuesto de importación para defender la industria de soluble en los Estados Unidos, pero finalmente se prefirió la importación a precios bajos para efectuar mezclas con la producción interna, manteniendo de esta forma la competitividad y asegurando la permanencia en el mercado. A su vez, otros países *productores de café verde* iniciaron procesos de producción de café soluble aprovechando la disponibilidad de la materia prima y con la expectativa de lograr una creciente participación en el mercado mundial de café industrializado.

Como factores básicos para el desarrollo del mercado de café soluble a nivel mundial, deben mencionarse: facilidad para su preparación, menor costo frente al café tostado y molido, insatisfacción con la calidad del café preparado tradicionalmente, y la gran demanda por este producto en regiones como Norte América y Reino Unido, en donde el café soluble forma parte importante de los hábitos de consumo. Como se verá más adelante, en Europa Continental, en especial en los Países Escandinavos, en donde la tradición ha sido la de consumir café tostado de muy buena calidad, el mercado de café soluble ha mostrado un menor dinamismo.

I. MERCADO MUNDIAL DE CAFE SOLUBLE

A. Características generales

Desde el punto de vista de los productores de café soluble es de fundamental importancia conocer la demanda por el producto a nivel interno e internacional. Desafortunadamente las cifras sobre consumo al igual que sobre producción son difíciles de precisar, debiendo por lo tanto recurrirse a los estimativos de los conocedores del mercado.

Al finalizar la década del 70 el Sr. Dick Butler, Gerente de Cacique en Europa, estimaba el consumo mundial de café soluble en 300.000 toneladas - 13 millones de sacos de 60 kilos de café verde equivalente - destacando a los Estados Unidos con 95.000 toneladas. Los estimativos mundiales de consumo disponibles para 1984 se situaron en 296.800 toneladas, indicando con ello un estancamiento y confirmando la primacía de los Estados Unidos, Japón, Alemania Federal y Canadá, países que detectaban el 61.9% de la demanda. A los países productores de café verde se les atribuía el 4.4% del consumo².

Según los tratadistas lo que ha venido aconteciendo en el mercado es una disminución en el consumo por parte de países como Estados Unidos, Canadá y Alemania, que ha sido compensado por la creciente demanda del Reino Unido, Japón, Australia, por la aparición de nuevos mercados en Asia y por la demanda de países socialistas. Con el fin de visualizar mejor las tendencias de los últimos años, a continuación se presenta la información disponible para algunos de los países destacados en cuanto al uso doméstico del café instantáneo.

De acuerdo con las cifras, los altibajos en la utilización total han estado acompañados de una fuerte disminución del consumo norteamericano y del permanente crecimiento de la demanda en el Japón.

Como complemento de lo anterior y teniendo en mente el potencial del mercado para los países productores de café verde, es conveniente conocer el comportamiento de las corrientes comerciales a nivel internacional.

2. COFFEE INTERNATIONAL.: *Dick Butler On Solubles*. Issue Six, 1979. RESTREPO, CARLOS.: *Estudio sobre Factor de Conversión*. Medellín, Jun 27/86.

USO DOMESTICO DE CAFE SOLUBLE EN VARIOS PAISES TONELADAS

PAIS	1981	1982	1983	1984	1985	1986
Alemania Federal	15780	15540	17793	17193	15577	14538
España	11320	5840	5379	13131	11607	12670
Reino Unido	41620	39140	38586	44031	43869	42831
Australia	9900	9560	10159	10823	10622	10431 *
Canadá	16740	14080	13836	13593	13339	11497 *
Japón	33600	37800	37304	43316	42900	45439
Estados Unidos	90415	88638	85961	82523	77907	73269
TOTAL	219375	210598	209018	227610	215821	210675

* Cifras Estimadas.

FUENTE: Coffee & Cocoa International Issue Six 1987. Soluble Coffee Informe Sami 1984 - 1986.

El cuadro relacionado con el comercio mundial de café soluble indica que no obstante la reducción de los años 1982 y 1983, las exportaciones de países miembros productores y de países de la Comunidad Económica Europea se incrementaron en el período de 1981-1986, mientras que las importaciones de los países consumidores miembros de la OIC sufrieron una disminución.

Por lo tanto, se canalizaron mayores ventas hacia países No Miembros, según se deriva del aumento en el balance, el cual pasó de 7.261 toneladas a 17.769 en el período analizado.

Al complementar los datos comerciales con los estimativos de consumo se concluye lo siguiente:

Frente a una demanda mundial de 300.000 toneladas, las exportaciones de café soluble de países productores miembros de la OIC representaron en los primeros 6 años de la presente década el 20.4% en promedio. Dentro del comercio total de exportación la participación fue del 56.5% y respecto de las importaciones de café soluble de los países consumidores miembros de la OIC, el 64.9%.

Queda comprobado entonces que alrededor del 80% del consumo mundial lo satisfacen las industrias localizadas en países consumidores, parti-

cularmente en aquellos industrializados de economías de mercado, en donde las grandes firmas como Nestlé, General Foods, Procter & Gamble, etc. concentran sus actividades.

A lo anterior hay que agregar que esas industrias detectaron más del 40% en promedio del flujo de exportaciones mundiales, y si como ocurre en Colombia en donde el mercado interno de café soluble es en buena parte abastecido por una subsidiaria de Nestlé, se puede afirmar que es muy baja la participación de los países productores de café verde en el mercado mundial de soluble, excepción hecha del Brasil, país que como se verá más adelante explica más del 70% de las ventas externas de naciones productoras.

Alemania Occidental, Reino Unido, Suiza, Países Bajos y Canadá sobresalen por sus exportaciones o re-exportaciones de café soluble, siendo importante saber que el grado de utilización de este tipo de café tiene amplias variaciones entre países y que en general las naciones consumidoras miembros de la OIC presentan en mayor o menor grado flujos de importación, exportación y re-exportación de café soluble, factor que hace más difícil la cuantificación de las cantidades de producción y consumo.

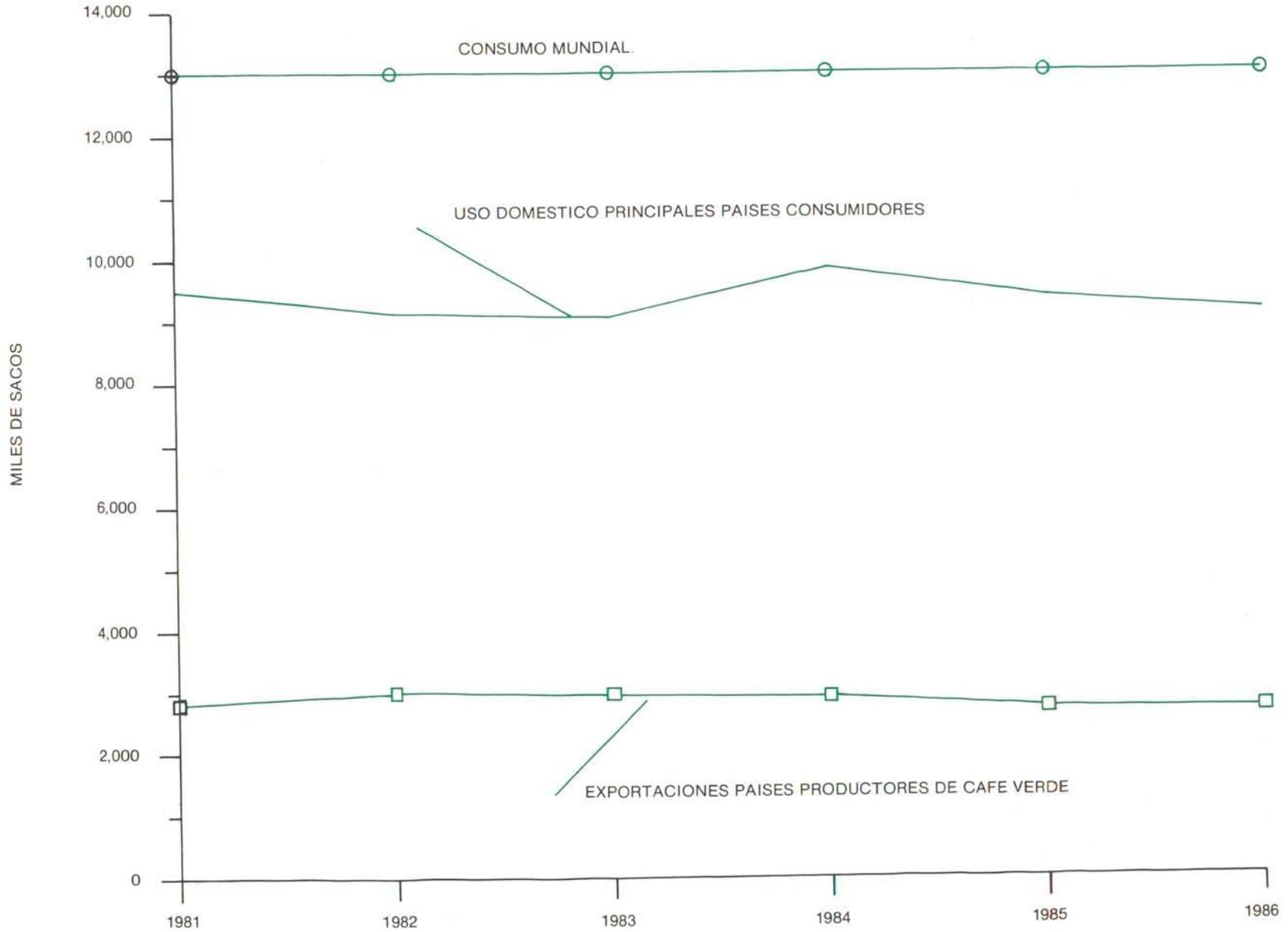
COMERCIO MUNDIAL DE CAFE SOLUBLE TONELADAS

CONCEPTO	1981	1982	1983	1984	1985	1986
EXPORTACIONES						
— Países Productores Miembros O.I.C.	55780	59700	60455	66715	63369	62192
— Países Consumidores Miembros O.I.C.	49000	46600	44648	43154	49985	49477
— Comun. Eco. Europea	26545	25612	24631	24552	28298	28138
— Total Exportaciones	104780	106300	105103	109869	113354	111669
IMPORTACIONES						
— Países Consumidores Miembros O.I.C.	97519	91740	92214	95654	96623	93900
— Comun. Eco. Europea*	39840	35234	35721	35837	37311	34476
— Total Exportaciones - Importac. Miembros O.I.C.	7261	14560	12889	14215	16731	17769

* Excluye España y Grecia

FUENTE: Coffee and Cocoa International, Junio/87
FEDERACAFE - Bruselas D-016, Enero 18/88

PARTICIPACION DE LOS PAISES MIEMBROS DE LA O.I.C.
EN LA PRODUCCION DE CAFE SOLUBLE



B. Exportaciones de café soluble de Países Miembros Exportadores

Luego de la breve descripción relacionada con el consumo mundial de café soluble y visto el gran porcentaje que detectan las firmas localizadas en países industrializados, es de particular interés caracterizar el desempeño en materia de exportaciones de café soluble por parte de los países productores miembros de la OIC en el período 1976-1986. En el cuadro No. 1 se aprecia como hasta 1982 la ausencia de tendencia constituye la característica predominante en cuanto al volumen exportado, para luego entrar en un período de persistente disminución que coincide con las menores disponibilidades de producción brasilera y la coyuntura de mayores precios que tuvo lugar en el año cafetero 1985/86.

El predominio de Brasil es incuestionable. En promedio para los últimos 10 años participó con el 77.2% de las exportaciones, porcentaje que habría sido superior si su ritmo de exportaciones no hubiera decaído entre 1983 y 1986. Colombia, Costa de Marfil y Ecuador se han disputado el segundo lugar y particularmente los dos primeros países mencionados acentuaron sus ventas al exterior durante el

período en que Brasil perdía participación. Pero los países que secundan a Brasil están todavía muy alejados de sus volúmenes de producción, por lo que deben intensificar sus esfuerzos para aumentar la participación en el mercado. Colombia parece estar conciente de este requerimiento, según se desprende de las cifras exportadas en los últimos cuatro años, hasta alcanzar en 1986 un total equivalente a 270.000 sacos de 60 kilos, es decir 10% de las ventas de países exportadores. Sin embargo, se requiere normalizar el proceso de exportación de café soluble colombiano buscando mantener la participación en el mercado a niveles congruentes con la capacidad de producción. A este respecto es recomendable tener presente dos puntos fundamentales³:

En primer lugar que el otorgamiento de incentivos tributarios y financieros como políticos de fomento a las exportaciones, puede conducir a reclamaciones de impuestos compensatorios por parte de los países importadores.

3. Memorando DC-CS-0039. De comercialización de Solubles para Gerencia Comercial. Marzo 17/80.
MALTA, MAURO: *La industria de Café en Brasil*. Traducción: Federacafé, Investigaciones Económicas, Diciembre/87.
World Coffee and Tea. Soluble Coffee Trade Sources Call for Price Guaranties to Easy Overcapacity Situation. Marzo/81.

CUADRO 1
EXPORTACIONES DE CAFE SOLUBLE DE PAISES EXPORTADORES MIEMBROS DE LA O.I.C.
EQUIVALENTE EN MILES DE SACOS DE 60 KILOS DE CAFE VERDE

PAISES	1976/77	1977/78	1978/79	1979/80	1981	1982	1983	1984	1985	1986
Colombia	214	70	146	96	126	105	219	215	245	270
Ecuador	24	16	56	85	182	244	207	169	150	147
El Salvador	25	40	50	47	38	25	40	22	32	28
Guatemala	2	3	8	5	8	1	0	0	0	0
India	18	20	35	53	65	94	77	56	59	29
México	5	27	73	65	20	1	12	2	7	11
Nicaragua		10		25	36	40	17	26	33	42
Brasil	2023	1599	2614	2087	2197	2247	2117	2199	1974	1949
Indonesia				2	13	13	.19	13	0	0
Costa de Marfil	97	101	265	99	77	196	219	176	224	202
Filipinas	3	12	14	10	16	8	10	6	5	5
Otros Países	21	12	8	12	27	21	21	20	17	12
TOTAL	2432	1910	3269	2586	2805	2995	2958	2904	2746	2695

FUENTE: FEDERACAFE. Economía Cafetera marzo de 1984
O.I.C. Exportaciones de Café Soluble. Documento 2675 de 1987 (C)
Septiembre 22 de 1987

En segundo lugar, los niveles de capacidad instalada. En Brasil existen 11 plantas con una capacidad de producción de 5.857.000 sacos de 60 kilos de café verde equivalente de los cuales el 6.1% corresponde a café liofilizado. Frente a una demanda interna y externa de 2.7 millones de sacos se obtiene un grado de utilización de la capacidad instalada del 46%. Esto origina una fuerte competencia entre firmas para ganar mayor participación en el mercado y realizar un volumen de producción satisfactorio, lo que conduce a la generación de excedentes que las firmas prefieren vender a cualquier precio antes que mantener en existencias. Es importante aclarar que el exceso de capacidad instalada en el contexto mundial data desde la década del 70. O sea que para un país como Colombia resulta muy arriesgado ampliar la capacidad de producción con destino al mercado externo, cuando de hecho existe exceso de capacidad. Además, la competencia vía precio con el café soluble brasilero es casi que imposible y puede tener efectos contraproducentes. La alternativa está entonces en la mejor calidad que se puede obtener con el café colombiano, especialmente con el proceso de liofilización.

C. Restricciones a las exportaciones

¿Por qué razón no es mayor la participación de los países productores de café verde en el mercado mundial de solubles?

La respuesta a este interrogante no es una sola, ya que existen factores como la concentración industrial, el grado de avance tecnológico, las políticas de promoción y diferenciación del producto y las barreras comerciales que individualmente considerados y en forma conjunta limitan el mercado de exportación.

— Concentración industrial

El dominio de la industria de café soluble por parte de grandes multinacionales es la característica predominante, con el agravante que desde finales de los 60s han establecido sedes en países productores de la materia prima para facilitar sus exportaciones mundiales y capturar el mercado interno de dichas naciones.

La participación de las cuatro firmas más grandes en el mercado de café soluble de los países desarrollados en 1978 era del 81.0%. Este grado de concentración se incrementó en Europa entre 1980 y 1986 y en los Estados Unidos, país en el que en el último año mencionado, 3 sociedades abarcaban el 88.9% de la industria de café soluble. Se corrobora así el poder oligopólico que detectan los grandes productores en el mercado mundial⁴.

Como complemento de lo anterior debe mencionarse que ya en 1976 existía un alto grado de internacionalización de las actividades de las principales empresas cafeteras. Según la UNCTAD había en dicho año 21 firmas con instalaciones para la elaboración de alimentos en países desarrollados y en desarrollo. De esas 21, solo una tenía su casa matriz en un país productor de café verde, el Grupo Atalla del Brasil, sin encontrarse entre las 8 primeras firmas productoras de café soluble⁵.

La amplitud de las operaciones de las 8 principales empresas productoras de café soluble le generaba ingresos en cuantía de US/5.060 millones, según se aprecia a continuación:

4. FEDERACAFE: "La Industria Cafetera y su Grado de Concentración" UIPC. Noviembre/87.

5. ONU-UNCTAD: Estudios Sobre la Elaboración, la Comercialización y la Distribución de los Productos Básicos. N.Y. 1984.

INTERNACIONALIZACION DE LAS OPERACIONES E INGRESOS POR VENTAS DE CAFE 1976

EMPRESA MATRIZ	No. DE PAISES CON INSTALACIONES		INGRESOS POR VENTAS DE CAFE US\$ MILLONES
	DESARR. en	DESARR.	
Nestlé - Suiza	33	21	1150
General Foods - USA	14	4	1500
Procter & Gamble - USA	12	7	900
Dowe Egberts - Países Bajos	9	3	530
Standard Brands - USA	8	15	480
Coca-Cola - Estados Unidos	N.D.	N.D.	200
Brooke Bond - R. Unido	13	12	150
Lyons - R. Unido	10	4	150

FUENTE: ONU. Transnational Corporations in Foods and Beverage Processing. E. 81 II. a 12, Anexo V.

Al iniciar la década de los 80s, las principales industrias procesadoras de café tenían alrededor de 120 filiales, la mitad de ellas en países en desarrollo, perteneciendo a Nestlé el 40%. Por lo tanto resulta muy difícil competir con este oligopolio altamente concentrado, en donde firmas como Nestlé y General Foods atienden mercados tan diversos y procesan cantidades de café en volúmenes tan grandes que les garantizan el logro de economías de escala tanto a nivel de producción como de distribución.

— Diferenciación de productos

Teniendo como objetivo central el mantener o aumentar la participación en el mercado de determinados países, las grandes empresas adelantan amplias campañas de publicidad u otras técnicas de promoción para diferenciar sus productos.

Se estima que entre el 3% y el 10% de los ingresos por ventas se dedican a publicidad en los principales mercados, y en sólo Estados Unidos al finalizar la década de los 70s, el gasto por este concepto era alrededor de US\$ 200 millones. En el Reino Unido los gastos de promoción y publicidad de los fabricantes de café soluble representaban el 10% de las ventas en 1976.

Las campañas publicitarias además de buscar la ampliación del mercado se realizan para introducir nuevos productos que finalmente pasan a formar parte del régimen alimentario tradicional, como ocurrió con la introducción del café soluble en África Occidental y del café liofilizado en Alemania por parte de Nestlé. En los Estados Unidos las grandes firmas que comercializan una marca a nivel nacional tienen ventajas sobre empresas locales puesto que el costo relativo del tiempo de televisión por persona alcanzada es mucho menor en la T.V. Nacional que en la T.V. local.

Los montos atribuibles a estas campañas son de especial significancia y crecientes en la medida en que el mercado es más pequeño. En una propuesta de Nestlé para vender café liofilizado colombiano en Europa, se concluye que en los tres años de lanzamiento deberían gastarse entre US\$ 9.000 y US\$ 10.000, mientras que el precio de venta se sitúa actualmente en US\$ 7.000 por tonelada⁶. El costo se reduce si el mercado potencial es mayor, razón por la cual en el Canadá sería de US\$ 2.000 por tonelada. De ahí que la disparidad en tamaños de mercados potenciales y gustos originen diferentes estrategias de promoción.

Se concluye entonces que la penetración de un mercado y su permanencia se enfrenta a una fuerte competencia de parte de las firmas que tienen ya marcas establecidas. Si a ello se agregan las políticas promocionales a precios reducidos mediante la concesión de cupones y bonos por parte de las firmas líderes, se tiene una barrera en términos de costos para ingresar en el mercado de países desarrollados.

— Creación de nuevos productos y adelantos tecnológicos

Al examinar la evolución técnica de la industria cafetera mundial se observa que los adelantos se han centrado especialmente en conseguir la mayor similitud del café soluble con el café tostado y molido; en reducir los costos de fabricación mejorando los sistemas de tostión, de extracción y las plantas de secamiento; y en la producción de cafés descafeinados. Los diversos adelantos tecnológicos desde sus inicios han estado bajo el control de las principales empresas de la industria, como variable estratégica fundamental para aumentar la participación en el mercado y expulsar a las firmas rivales. Es así como de 290 patentes relacionadas con café y registradas en los países de la OCDE hasta principios de los años 70s, General Foods, poseía 113 y Nestlé 24. Además General Foods adquirió rápidamente a Hag, firma productora de café descafeinado para iniciar sus programas de venta en respuesta a la creciente demanda de sectores que consideran la cafeína nociva para la salud⁷.

Una visión a nivel de firma proporciona una mejor idea de su capacidad investigativa y de sus logros, como variable explicativa fundamental de la ventaja que poseen frente a firmas con escasos recursos para investigación y para inversión.

General Foods en los años 50s producto de sus grandes ventas intensificó sus programas de Investigación y Desarrollo, llegando a tener en 1970, en Houston Texas, la más grande planta de descafeinación y de café liofilizado. Además, su gran capacidad de producción y sus disponibilidades financieras le han hecho posible ser pionera de nuevos métodos de producción como tostadores continuos, secadores de café tipo Spray Dried, aglomeración y aromatización y obtención de extractos.

6. FEDERACAFE - BRUSELAS - Telefax No. 19. May 6/87.

7. ONU-UNCTAD: *Estudio sobre ... ob. cit.*

Nestlé inició su producción de café instantáneo en los años 30s con un amplio programa de investigación, el cual le permitió aumentar el rendimiento de sólidos solubles en el proceso de extracción a cerca de 30%. Para 1941 el porcentaje era del 36%. Además de profundizar en el estudio de métodos de aglomeración y producción de café tipo Spray Dried, en 1953 inició la producción de café descafeinado y en 1966 introdujo el café liofilizado - NESCAFE GOLD - en Alemania.

Igualmente, otras firmas que hoy se destacan en la producción de café soluble se hicieron presentes en el proceso de investigación, contribuyendo así a concentrar los avances tecnológicos en países desarrollados. Aunque la cercanía a los consumidores les otorga una ventaja adicional, en un futuro pueden concentrar sus esfuerzos en la transferencia tecnológica, asociándose con países productores de café verde y manteniendo el control de la distribución.

— Barreras arancelarias y no arancelarias

El comercio mundial no obstante la argumentación de las ventajas comparativas, no ha funcionado estrictamente en este sentido, no sólo por los avances técnicos en favor de productos sintéticos y en detrimento del consumo de materias primas, sino porque crisis como la del petróleo y el fenómeno del desempleo en países desarrollados han incidido en un creciente proteccionismo, de su aparato industrial.

Este proteccionismo se manifiesta no sólo mediante implantación de impuestos de importación sino a través de cuotas, requisitos de higiene e impuestos al consumo que limitan los volúmenes comercializados internamente.

En el caso del café soluble se ha visto como la producción en su mayoría está localizado en los países desarrollados, siendo Brasil el único país con un volumen de exportaciones representativo frente al consumo mundial. Para protegerse de esa competencia se establecen tarifas a las importaciones en países avanzados. Pero si además se tiene presente que el café verde también es objeto de gravamen en algunos países, su justificación sólo es válida como fuente de ingresos fiscales y de balanza de pagos⁸.

Como antecedentes importantes es pertinente mencionar que en Estados Unidos no han existido tarifas que graven el café verde y el impuesto de US\$0.02 por libra para importaciones de café soluble fue removido en 1964. Este no era el caso de

otros países que al iniciar la década de los 70s, mostraban la siguiente estructura:

iniciar la década de los 70s, mostraban la siguiente estructura:

Belgica y Luxemburgo:	Impuesto del 7% para café verde y 19.2% para café soluble.
Dinamarca	: 26 centavos por kilo + 15% del valor para café verde y 10% Ad-valorem para café soluble.
Finlandia	: 36 centavos por kilo para café verde y US\$1.40 para soluble.
Italia	: 20% del valor CIF para café verde y 20.4% sobre el valor del café soluble.
Holanda	: 9.6% para café verde y 20.4% para café soluble.
Noruega	: 0.6 coronas por kilogramo de soluble.
Suiza	: 50 Francos suizos por 100 kilogramos de café verde y 2.70 francos suizos por kilogramo de soluble.
Alemania Federal	: 9.6% ad-valorem para café verde y 13 marcos por kilo de contenido sólido en el café soluble.

Los mayores gravámenes para el café procesado continúan vigentes en la presente década, siendo parcialmente contrarrestados por la aplicación de acuerdos como los del Sistema General de Preferencias y la franquicia otorgada por la Comunidad Económica Europea a los países signatarios de la Convención de Lomé.

La información suministrada por la Oficina de la Federación en Bruselas confirma la presencia hoy en día de la estructura arancelaria descrita en la Comunidad Económica Europea, Países Escandinavos, Suiza y Austria.

Adicionalmente, los impuestos específicos en Alemania de 3.6, 4.3 y 9.3 marcos por kilogramos de café verde, tostado y soluble y en Bélgica de 8, 10 y 28 francos, respectivamente, confirman la mayor protección que goza la industria del soluble en países consumidores, con la excepción de Estados Unidos y Reino Unido¹⁰.

Queda claro entonces que el comercio internacional de café se ve limitado por las barreras de diverso orden que existen en los países consumidores, y que las restricciones arancelarias y cuantitativas a la importación favorecen a las empresas multinacionales productoras de café tostado, descafeinado y soluble, puesto que dichas restricciones

8. ONU-UNCTAD: *Estudios sobre ... ob. cit.*

9. SIVETZ, MICHAEL. *Coffee Origin and Use*. Oregon, USA-1977.

10. FEDERACAFE - BRUSELAS: D-016 Enero 18/88 y Telefax 257. Enero 26/88.

ARANCELES APLICABLES AL CAFE EN ALGUNOS PAISES CONSUMIDORES - 1981*

PAIS	CAFE VERDE	CAFE TOSTADO	CAFE SOLUBLE
Austria	12%	15%	15.0%
Australia	2%	\$ 0,124/kg	\$ 0.66/kg
Canadá	0	\$ 2/lb	\$ 7/lb
Finlandia	3.8%	16%	\$ 5.89/kg
Nueva Zelandia	0	25%	35%
Noruega	0	\$ 0,50/kg	\$ 0.20/kg
Suiza	\$ 0.50/kg	\$ 0.90/kg	\$ 2.60/kg
Japón	0	20%	17.5%
Dinamarca	\$ 4.35/kg	\$ 5.40/kg	\$ 13.05/kg
Comunid. E. Europea	5%	15%	18%
Estados Unidos	0	0	0

* Los impuestos en valor se refieren a Unidades Monetarias del respectivo país.
FUENTE: UNCTAD, Estudio... ob. cit.

aumentan con el grado de elaboración, siendo más fácil para las multinacionales instalarse en los respectivos países y suplir la demanda que para los países productores de café verde el construir fábricas orientadas a la exportación.

D. Relación de café verde a café soluble y su incidencia en el mercado

En la actualidad y desde octubre de 1983 la Organización Internacional del Café acepta como factor de conversión de café verde a soluble la relación 2.6:1, que equivale a un rendimiento en términos de sólidos solubles del 38.5%.

Esta relación no concuerda con los adelantos tecnológicos de la industria del café soluble a nivel mundial, que según se vio en párrafos anteriores tuvieron entre otros objetivos el de lograr el mayor porcentaje de sólidos solubles por unidad de materia prima, buscando a la vez mantener la calidad en términos de aroma, sabor, color, etc.

De acuerdo con información existente al iniciar la década del 70, si se utilizaran cafés robustas, el porcentaje de sólidos solubles por unidad de café tostado y molido se situaba entre 45% y 55% y por unidad de café verde entre 40% y 45%. Con base en estos patrones en 1972 las Oficinas de Aduana de los países del Mercado Común Europeo acordaron utilizar una relación de 2.5:1, que supera a la vigente hoy en día. Ello fue aceptado por la General Foods y por Nestlé¹¹.

O sea que ya en la década pasada se había logrado un importante avance en el factor de eficiencia, que según los investigadores en los años 80

se ha intensificado, como lo atestigua uno de origen danés: "mientras que veinte años atrás era común utilizar 2.8 a 3.3 kilos de café verde por kilo de café instantáneo producido, ahora es posible, en una planta moderna, obtener un kilo de café instantáneo con 2.1 a 2.2 kilos de café verde¹². Lo anterior sin detrimento en la calidad, logrando una importante reducción de costos de materia prima.

Estos desarrollos son de fundamental importancia para países productores/exportadores de café soluble, particularmente desde dos puntos de vista:

El primero, que en un sistema de cuotas como el que rige actualmente, un factor de conversión de 2.6, superior en 18.2% al de 2.2, representa una mayor utilización de estampillas en términos de café verde y por ende un menor incentivo para exportar café soluble.

El segundo aspecto tiene que ver con el nivel de competitividad de la industria frente a las firmas localizadas en países importadores. Por ejemplo en el caso colombiano, el mayor factor de conversión redundante en mayores impuestos en términos de café verde y lo mismo ocurre con la aplicación de tarifas en los países importadores, las cuales en muchos casos se aplican en función del café verde utilizado. De esta forma se pierde competitividad vía precio, constituyéndose de por sí una restricción a las ex-

11. SIVETZ, M.: *Coffee Origin and Use*. USA, 1977. Chp. 8.
BUTLER, DICK.: *Optimistic for the Future*. Coffee and Cocoa International. Jun./83. 19-10.

12. BRINCH LARSEN T.: *Soluble Coffee Manufacture. Higher Yields Now Possible*. Tea & Coffee Trade Journal, Julio/81.

portaciones de países productores. La situación es aún más grave si se tiene en mente que en Europa los tostadores utilizan café robustas procedentes de países de Africa, el Caribe y el Pacífico, los cuales están libres de impuestos de importación, lo que no ocurre para cafés de origen latinoamericano.

Los progresos logrados en la producción de café soluble tales como la incorporación de tostadores de mayor eficiencia, los nuevos sistemas de molienda, las baterías de extracción de proceso continuo, los equipos de evaporación, las plantas de secado tecnificado, el ajuste de temperatura a través del ciclo de extracción y el uso de técnicas de llenado al vacío, hacen indispensable que los países productores de café en forma conjunta presenten una propuesta a la OIC., para que modifique el factor de conversión, a fin de que se reconozca la mayor eficiencia que hoy caracteriza a la producción mundial. Ya Brasil en su esquema de fijación de Precio Mínimo de Reintegro ha introducido la relación 2.2:1, teniendo en mente que éste es el nivel máximo de utilización de materia prima de las industrias de países desarrollados. Pero es fundamental que esta relación sea aceptada no sólo dentro del país para propósitos internos sino a nivel internacional, para incrementar la participación en el mercado mundial y evitar el gasto de un volumen mayor de estampillas con su incidencia desfavorable en la cuota asignada a los países productores de café verde y soluble¹³. Cabe agregar, que los fabricantes de café soluble en estos países deben incorporar los adelantos tecnológicos que conduzcan a que la competencia adquiera bases concretas tanto a nivel industrial como comercial.

II. DESTINO DE LAS EXPORTACIONES DE CAFE SOLUBLE Y PARTICIPACION DE COLOMBIA

Conocida la situación mundial de la industria de café soluble y las restricciones que deben afrontar los países exportadores, se procederá a examinar con algún detalle la posición de Colombia en el mercado internacional.

A. Principales países importadores

Habiéndose determinado la participación relativa de los países productores de café verde en las exportaciones de este grupo de países se procedió a clasificar según destino el volumen de las exportaciones de los 7 países con mayor presencia en el

mercado internacional en la presente década: Brasil, Colombia, Costa de Marfil, Ecuador, Nicaragua, India y El Salvador.

El cuadro No. 2 señala como principales países importadores a los Estados Unidos, Reino Unido, Alemania y Japón. Estos cuatro países absorbieron en promedio para 1981-1986 el 67.9% de las exportaciones de los siete principales exportadores, siendo importante aclarar los siguientes hechos:

- Los siete países representaron en promedio el 98.3% de las exportaciones de países productores en el período 1981-1986.
- Las tres principales naciones importadoras mostraron una paulatina disminución en su participación mientras que Japón y Canadá exhibían una tendencia opuesta.
- En los dos últimos años Alemania Federal importó un volumen menor al adquirido por Canadá y por países como Australia y Grecia.
- Dentro del grupo de Otros Países se destacan los No Miembros de la Organización Internacional del Café y en especial los países socialistas a los cuales Brasil, Ecuador e India les venden cantidades apreciables y los países africanos y asiáticos, clientes importantes de Costa de Marfil. El grupo de Otros Países en promedio adquirió el 16.2% de las importaciones y mostró gran dinamismo en sus compras.

B. Presencia colombiana en los distintos mercados

Colombia ha tenido una creciente participación en los mercados de Estados Unidos, Reino Unido, Alemania y un comportamiento irregular en cuanto a los suministros a Japón. Veamos la participación porcentual por países y regiones:

Es decir que Colombia ha venido ganando participación en los mercados de Estados Unidos, Reino Unido y Latinoamérica, pero ha descuidado el mercado de países no miembros y ha perdido participación en un mercado tan dinámico como el de Japón. Aunque la mayor presencia en los países que sobresalen por el volumen de sus importaciones es un logro digno de destacar, la política futura debería tener como objetivo el aumento de las ventas de café soluble en Europa Occidental y Oriental, sin reducir claro está el volumen de negocios alcanzado en otras regiones.

13. MALTA MAURO.: *La Industria Cafetera en el Brasil*, Traducción, FEDERACAFE Investigaciones Económicas, Septiembre/87. COLCAFE: Modificación del Factor de Conversión. Comunicación Junio 27/86. Cap. 6.

**PARTICIPACION COLOMBIANA DENTRO
DE LAS EXPORTACIONES DE SIETE PAISES LIDERES
POR DESTINO (%)**

PAISES	1981	1984	1986
Estados Unidos	1.9	5.5	6.7
Reino Unido	0.1	2.9	14.6
Alemania Federal	7.3	6.1	29.1
Japón	31.8	36.4	28.7
Holanda	—0—	1.6	16.9
Grecia	—0—	—0—	0.6
Australia	1.7	1.6	3.2
Canadá	2.5	19.2	4.6
Suiza	71.6	60.9	57.7
Latino América	28.9	48.2	93.7
Otros Países	4.2	2.7	2.4
TOTAL	4.6	7.5	10.1

FUENTE: Cuadro No. 2

**CUADRO 2
DESTINO DE LAS EXPORTACIONES DE CAFE SOLUBLE
DE PRINCIPALES PAISES EXPORTADORES*
EQUIVALENTES EN MILES DE SACOS DE 60 KILOS DE CAFE VERDE**

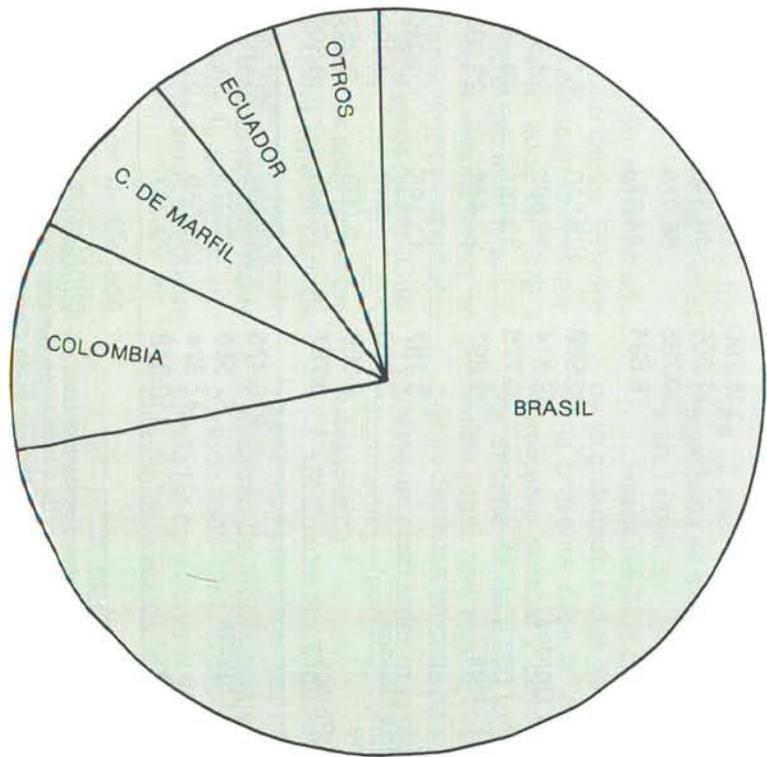
PAISES DESTINO	1981		1982		1983		1984		1985		1986	
	Colombia	7										
	Países	Países										
Estados Unidos	21.1	1129.1	17.9	1087.9	66.4	1124.5	57.6	1049.9	62.1	737.4	54.5	815.2
Reino Unido	1	660.3	2.1	666.3	15.6	495.3	15.9	548.5	42.2	422.1	61.8	423.7
Alemania Fed.	13	176.9	6.3	181.7	14.5	204.5	11.9	195.3	30.7	179	31.4	107.8
Japón	57.6	180.9	47	178.3	82.7	234.9	82.7	227.1	53.3	184.7	69.5	242.4
Holanda	0	55.7	0.5	54.2	0	92.3	1	62.2	3.6	59.8	8.8	51.9
Grecia	0	12.4	0	52.2	0	64.9	0	79.4	0.7	138.1	0.8	135.9
Australia	1.5	88.1	1.5	111.5	3.2	123.2	2.4	148.5	3.7	108.4	3.6	110.5
Canadá	2.5	97.7	4.7	139	14.8	132	21.9	113.8	17.3	210	10.9	237.2
Suiza	8.6	12	4.7	11.2	6.3	9.8	6.7	11	10.4	15.4	7.1	12.3
Lationamérica	9.6	33.2	5.5	21.8	9.8	13.5	4.1	8.5	7.9	10.3	9	9.6
Otros Países	11.4	273.3	14.7	446.2	6.1	401.7	11.3	418.9	13.5	653.5	12.3	520.6
TOTAL:	126.3	2719.6	104.9	2950.3	219.4	2896.6	215.5	2863.1	245.4	2718.7	269.7	2667.1
% de participación respecto del Gran Total:	4.5	96.9	3.5	98.5	7.4	97.9	7.4	98.6	8.9	99	10	98.9

*: Brasil, Colombia, Ecuador, India, Nicaragua, El Salvador y Costa de Marfil.

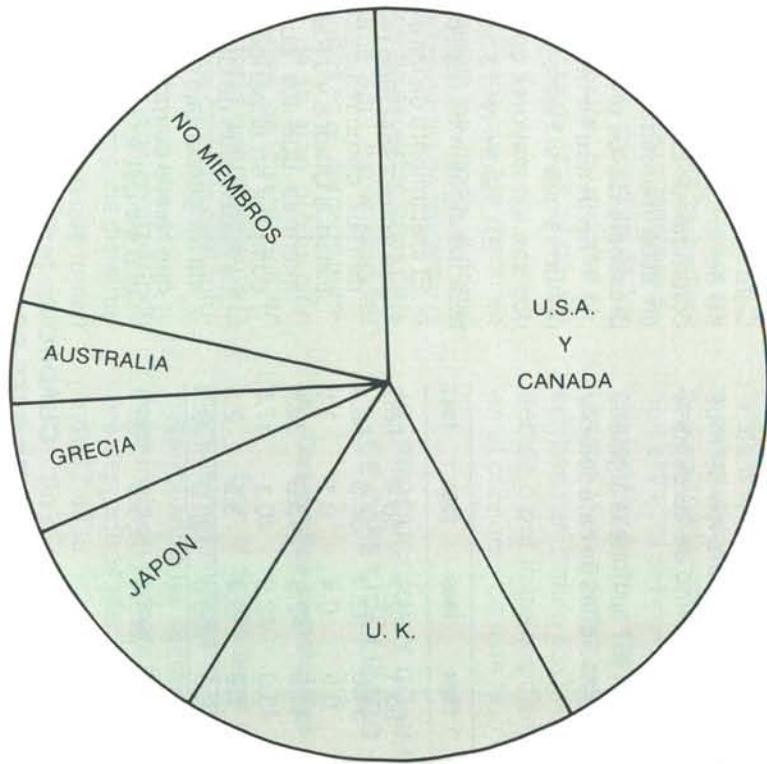
FUENTE: O.I.C. Exportaciones de Café Soluble. Documento 2875/87 (C) Septiembre 22 de 1987.

ELABORO: Unidad de Información y Programación Comercial.

COMPOSICION DE LA PRODUCCION Y CONSUMO DE CAFE SOLUBLE PARA 1986



PRODUCTORES



CONSUMIDORES

** Se refiere a las Exportaciones de Soluble efectuadas por países productores Miembros de la OIC: 2.7 millones de sacos de 60 kilos de café verde equivalente.

A fin de visualizar mejor el proceso de comercialización de café soluble, Spray Dried y Freeze Dried, por parte de Colombia, se centrará la atención en la información disponible para los últimos años según el exportador y el destino de las exportaciones.

Para el período 1984-1987 se tiene la siguiente composición de las exportaciones de café soluble colombiano:

EXPORTADOR Y DESTINO	1984	1985	1986	1987
— FEDERACION	55.1	52.7	56.4	60.2
Países Miembros	54.6	52.3	56.3	58.4
Países No Miembros	0.5	0.4	0.1	1.8
— PRIVADOS	44.9	47.3	43.6	39.8
Países Miembros	43.0	43.9	40.1	37.5
Países No Miembros	1.9	3.4	3.5	2.3
TOTAL:	100.0	100.0	100.0	100.0
Miles Ss. 60 kls.	215.5	245.4	269.6	239.9

Como se afirmaba anteriormente, los países no miembros de la Organización Internacional del Café no han constituido un objetivo importante dentro del proceso de comercialización de café soluble colombiano. El porcentaje máximo de colocación en esos mercados fue del 4.1%, siendo mayor la presencia de los privados que la de la Federación.

En lo que se refiere a los países miembros se confirma que el Reino Unido, Japón y Estados Unidos son los mayores compradores.

El Cuadro No. 3 amplía la información y destaca los siguientes aspectos:

- El crecimiento de las exportaciones de café soluble entre 1984-1986 pierde su impulso en el año de 1987, como resultado de las menores ventas a Estados Unidos y a Países Diferentes de Europa, mientras que los europeos casi triplican sus compras en el período.
- La Federación de Cafeteros y Colcafé realizan el mayor porcentaje de las exportaciones, mientras que Nestlé cuando más participó fue en 1985 con el 5.4% del total.

CUADRO 3
EXPORTACIONES DE CAFE SOLUBLE COLOMBIANO
EQUIVALENTE EN SACOS DE 60 KILOS DE CAFE VERDE

EXPORTADOR DESTINO	1984	1985	1986	1987*
FEDERACION	118.700	129.403	152.090	144.579
Estados Unidos	11.266	16.346	25.918	25.974
Europa	30.798	68.078	71.621	75.869
Otros Países	76.634	44.978	54.549	42.735
COLCAFE	92.968	102.810	107.614	90.869
Estados Unidos	46.314	39.883	28.549	15.050
Europa	16.776	35.481	49.966	50.061
Otros Países	29.897	27.444	29.099	25.757
NESTLE	3.787	13.195	9.949	4.497
Estados Unidos	0.000	5.849	0.000	0.000
Europa	0.000	0.000	3.253	1.083
Otros Países	3.787	7.345	6.696	3.413
TOTAL	215.475	245.408	269.653	239.945
Estados Unidos	57.580	62.078	54.467	41.024
Europa	47.574	103.559	124.840	127.013
Otros Países	110.318	79.767	90.344	71.905

*: Hasta diciembre 10 de 1987.

NOTA: Los totales no coinciden con los parciales por aproximación.

FUENTE: FEDERACAFE - Sistema de Información General.

ELABORO: Unidad de Información y Programación Comercial.

- El comportamiento en volúmenes se reflejó en lo ocurrido con los reintegros cuyo monto para los cuatro últimos años evolucionó así: US\$ 34.4 millones en 1984; US\$ 38.6 millones en 1985; US\$ 57.7 millones en 1986; US\$ 38.2 millones en 1987. Lógicamente el año de 1986 además del mayor volumen incluye la coyuntura de los mejores precios internacionales, cuando se alcanzaron cotizaciones hasta de US\$ 14.00 por kilo de café liofilizado.
- El retroceso en 1987 lo explican los menores embarques a Estados Unidos y a Japón, el primero por la disminución de las ventas de colcafé y el segundo por la reducción de exportaciones de la Federación. Es pertinente aquí hacer claridad sobre los cambios ocurridos en el mercado mundial por la expectativa de la gran producción brasilera y los altos niveles de inventarios en países consumidores, factores que resintieron la demanda tanto de café verde como de café soluble.

En cuanto a los Estados Unidos, en el período 1962-1987 el consumo de café por persona disminuyó en un 44% y la proporción de personas que toman café se redujo del 74.7% al 52.0%. Respecto al café soluble su consumo en 1987 es inferior en 45% al consumo registrado en 1962¹⁴. Estos hechos y el alto grado de concentración del sector de café soluble -General Foods, Nestlé y Procter & Gamble tienen el 90% del mercado—, son razones que explican en gran medida la pérdida de participación y los menores volúmenes de café soluble colocados en el mercado estadounidense.

De acuerdo con información suministrada por el Departamento de Comercio de los Estados Unidos, las importaciones de café soluble disminuyeron de 1.517.000 sacos de 60 kilos en 1979 a 930.000 sacos en 1986. Aunque el uso interno sufrió una reducción importante, en la misma forma se afectó el volumen de re-exportaciones y exportaciones desde Estados Unidos hacia otros países (Cuadro No. 4).

Al examinar las cifras relacionadas con el comercio al detal se observó cómo para el período 1980-1986 en promedio tuvo lugar una reducción del 4.0% anual en el consumo de café soluble, reducción que fue superada por aquella de café liofilizado cuya disminución promedio en el mismo período fue del 7.3% (Cuadro No. 5).

Entre 1985 y 1986 a excepción de Canadá, Ecuador, Alemania Federal y México los restantes países que abastecen de café soluble a los Estados Unidos disminuyeron sus colocaciones, resultando

particularmente afectados Brasil y Colombia con el agravante de que la demanda por café liofilizado se resintió en mayor medida. Es decir, que los usuarios más cotidianos del café liofilizado que representaban en 1985 el 10.8% de la población y participaban con el 71.7% del consumo, localizándose en las regiones Nordeste y Centro Oriental de los Estados Unidos y en edades por encima de los 40 años, estaban cambiando sus preferencias respecto a esta bebida o por lo menos disminuyendo la frecuencia en el consumo de este tipo de café¹⁵.

III. PRODUCCION Y COMERCIALIZACION DE CAFE LIOFILIZADO

A. Desarrollos comerciales

Con el fin de tener un conocimiento lo más completo posible de la forma como se han venido desarrollando las ventas de café liofilizado, se hará referencia en primera instancia a la información sobre despachos efectuados por la planta en los últimos 12 años.

En el período 1975-1986 se registraron despachos en cuantía de 22.141.663 kilos, destacándose como hechos relevantes los siguientes:

Mientras que en 1975 los despachos alcanzaron sólo 220.377 kilos para 10 clientes en 9 países, en 1980 los despachos se situaron en 1.219.495 kilos para 22 clientes en 17 países y en 1986 la cantidad despachada se situó en 3.454.809 kilos para 27 clientes en 13 países.

Hasta 1980 los despachos cubrieron el 34.0% de lo ordenado en los doce años, lo que indica que en la presente década las ventas han sufrido un incremento notable y desde 1983 han estado muy por encima de las 2.000 toneladas. Igualmente, ha tenido lugar una mayor definición de los clientes que se destacan en cada país, algunos de los cuales adquieren cantidades muy representativas respecto del volumen exportado, como se verá en el análisis subsiguiente.

El Cuadro No. 6 muestra el estado comparativo entre un plan de ventas que se compagina con la capacidad de producción y las ejecuciones para el período 1985-1987. El programa en cuantía de 3.820 toneladas constituye el 95% de la capacidad de producción de la planta: 4.000 toneladas. Las ventas de

14. FEDERACAFE. *Comentarios sobre el Mercado de Café en los Estados Unidos*. New York, Dic. 1987.

15. FEDERACAFE. VELEZ, R. *Análisis del Mercado de Café Liofilizado*. N. Y. 1987 National Coffee Association Newsletter. Octubre 13/86.

CUADRO 4
COMERCIALIZACION DE CAFE EN ESTADOS UNIDOS
EQUIVALENTE EN MILES DE SACOS DE CAFE VERDE

CONCEPTO	1979	1980	1981	1982	1983	1984	1985	1986
IMPORTACIONES								
Verde	19396	18153	16555	17416	16449	17734	18698	19483
Tostado	508	353	240	216	198	285	258	268
Soluble	1517	1245	1293	1135	1136	1075	994	930
Subtotal	21421	19751	18088	18767	17782	19093	19950	20681
RE-EXPORTACIONES								
Verde	1110	1106	923	845	598	888	695	1085
Tostado	9	32	34	34	29	7	7	17
Soluble	67	44	64	27	23	5	12	5
Subtotal	1186	1182	1021	906	650	900	714	1107
EXPORTACIONES								
Verde	88	30	48	40	15	29	22	44
Tostado	121	163	196	152	146	141	167	167
Soluble	367	266	265	246	177	163	121	106
Subtotal	596	459	509	437	338	333	310	317
IMPORTACIONES NETAS								
Verde	18198	17017	15584	16531	15836	16817	17981	18354
Tostado	378	158	10	30	22	136	84	84
Soluble	1063	935	965	862	936	907	861	819
TOTAL:	19639	18110	16559	17423	16794	17860	18926	19257

FUENTE: FEDERACAFE NUEVA YORK. United States Market Review 1986.
 ELABORO: Unidad de Información y Programación Comercial.

CUADRO 5
CAFE SOLUBLE AL DETAL POR CLASE
EQUIVALENTE EN SACOS DE 60 KILOS DE CAFE VERDE
VOLUMEN 000's

CONCEPTO	Cambio		Cambio		Cambio		Cambio		Cambio		Cambio		
	1986	%	1985	%	1984	%	1983	%	1982	%	1981	%	1980
Total Consumo Soluble	3175.0	-6.0	3376.0	-5.6	3576.0	-3.8	3725.0	-3.1	3841.0	-2.0	3918.0	-3.5	4058.0
Cafeinado	2336.0	-3.4	2418.0	-6.1	2575.0	-3.5	2683.0	-2.8	2760.0	-1.0	2789.0	-5.2	2934.0
Descafeinado	839.0	-12.4	958.0	-4.3	1001.0	-4.3	1042.0	-3.7	1081.0	-4.4	1129.0	0.8	1124.0
Spray Dried	2416.0	-4.6	2532.0	-4.3	2647.0	-3.3	2742.0	-3.1	2829.0	-1.4	2870.0	-2.1	2930.0
Liofilizado	584.0	-11.9	663.0	-9.8	735.0	-6.3	784.0	-3.9	815.0	-5.7	862.0	-6.4	917.0
Otros (sin clasificar)	175.0	-3.3	181.0	-6.7	194.0	-2.5	199.0	1.0	197.0	4.6	186.0	-11.8	208.0

Informe SAMI 1984-1986.

CUADRO 6
VENTAS DE CAFE LIOFILIZADO COLOMBIANO
CIFRAS EN KILOGRAMOS

CLIENTES	Programa Anual (1)	Ejecución 1985	Ejecución 1986	Ejecución 1987 (3)
Mitsubishi	120000	110000	357044	55000
C. Itoh	200000	95000	130000	70000
Marubeni	320000	371016	353160	495847
Sumitomo	200000	200000	200025	180000
Kanematsu	120000	90000	150000	100000
Ueshima Coffee	20000	5000	5000	5000
Otros	5000	0	10000	0
Total Japón	985000	871016	1160229	905847
Tenco	320000	319000	318000	306000
Cargill	120000	233650	270000	300000
Marubeni	40000	0	6000	46000
Compact Industries	200000	0	56000	90000
Otros	5000	0	5000	0
Total E. Unidos Canadá	685000	552650	655000	742000
Overseas	240000	30500	165000	195000
Taloca	120000	75000	55000	62000
I.P.I.	600000	601520	641495	435168
Soltenco	40000	15000	245000	70220
Alan J. Ridge	320000	415200	355000	735000
Cobak Vendona	80000	0	20000	0
Drie Mollen	80000	22000	67800	127200
S.O.K.	20000	0	0	0
Otros	80000	39600	48000	105691
Total Europa	1940000	1473320	1597295	1640279
Otros Países	80000	7500	22100	35000
Consignaciones	110000	0	0	45016
Promociones	20000	78700	60000	72300
Gran Total	3820000	2983186	3494624	3440442
Capacidad de Producción	4000000	4000000	4000000	4000000
Producción Efectiva (2)		3667800	3267300	3697000

(1) Programa utilizado durante 1987 acorde con la capacidad de producción.

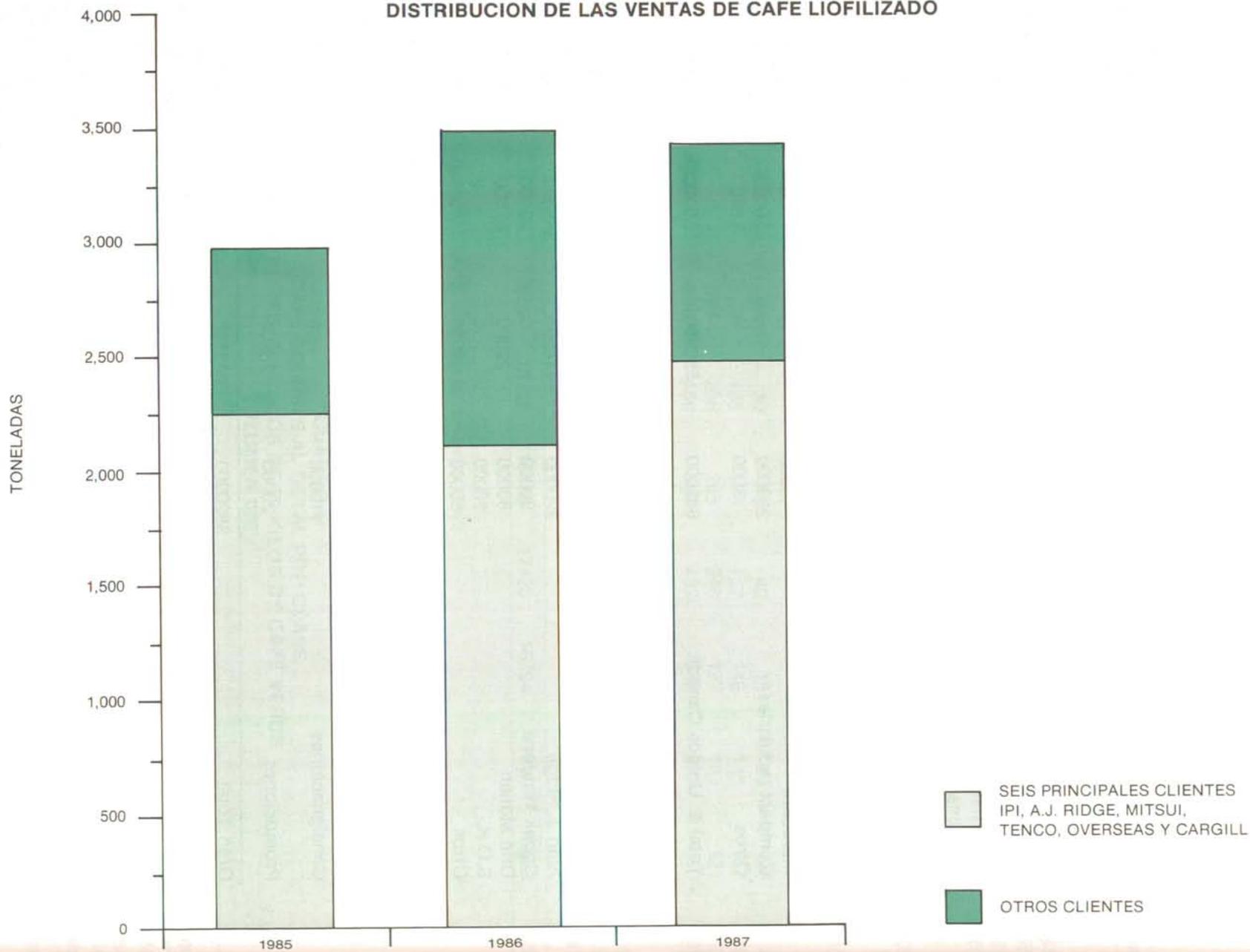
(2) En 1986 se paró la planta por seis meses para reparaciones. La producción de 1987 se estimó con base en lo ocurrido hasta noviembre sin incluir extracto.

(3) Cifras preliminares a diciembre 10/87.

FUENTE: FEDERACAFE - Sistema de Información Comercial.

ELABORO: Unidad de Información y Programación Comercial.

DISTRIBUCION DE LAS VENTAS DE CAFE LIOFILIZADO



los 3 últimos años indican un mejoramiento en el porcentaje de ejecución del 78.1% en 1985 al 90.1% en 1987.

Todas las regiones han mostrado irregularidad en sus adquisiciones de café liofilizado, pero algunos clientes se destacan por su permanencia y por superar los cupos a ellos asignados: Mitsui en el Japón, Cargill en Estados Unidos y Canadá y Alan J. Ridge en el Reino Unido. Así mismo, clientes como Compact Industries en Estados Unidos, Copak Vendona, S.O.K. y Soltenco en Europa están muy por debajo de los cupos de ventas programados para estas firmas.

Aunque el precio juega un papel primordial como factor de competencia, la presentación del producto y su diferenciación según mercados deben contemplarse dentro de una campaña comercial y de promoción que se implemente en el inmediato futuro. Los dos grandes gigantes que dominan la producción de soluble a nivel internacional, General Foods y Nestlé, gastan sumas millonarias en promoción, publicidad y diferenciación de productos puesto que se han dado cuenta que en países tan grandes como Estados Unidos y entre países existen diferencias en gustos que impiden practicar un mercadeo standard. La forma en que más se utilice

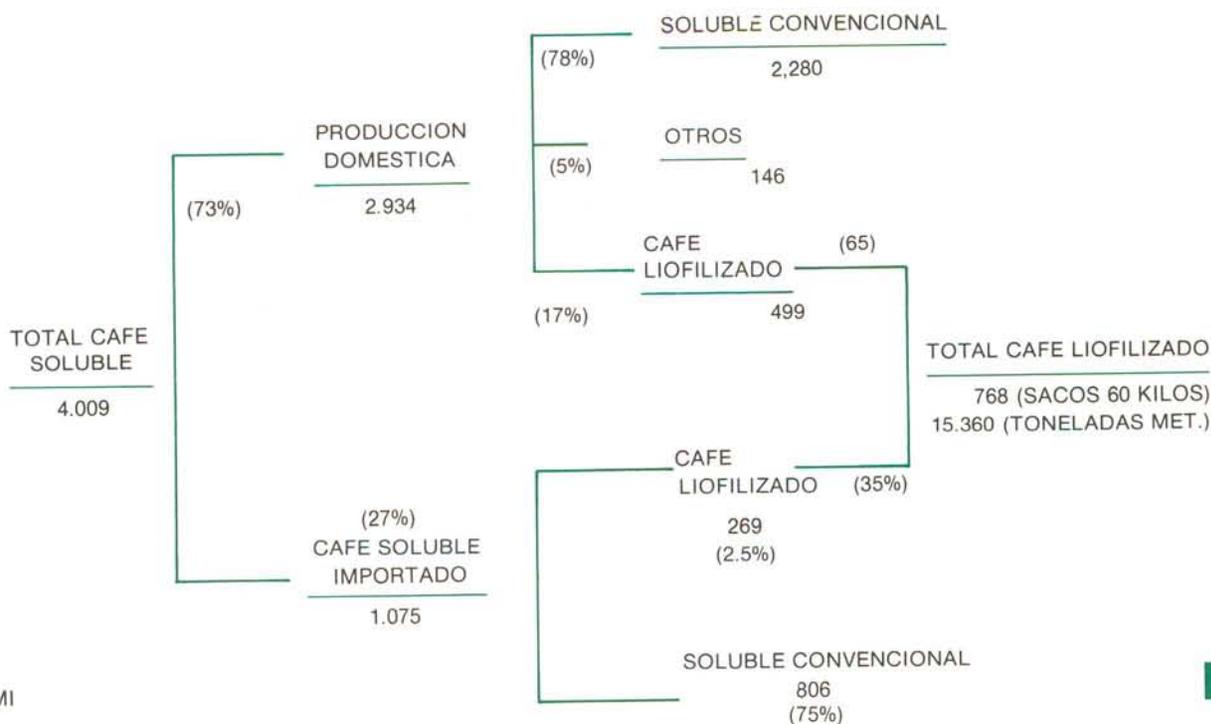
el café en un país o región, su sabor, su aroma, etc. son factores que por ejemplo Nestlé se pregunta antes de ingresar a un mercado. El color del café soluble producido por Nestlé debe ser muy cercano al color del café consumido en determinado país. Si la liofilización parece la solución más atractiva se efectúan pruebas con varias mezclas y tuestes, así como con temperaturas variables de liofilización, proceso que dura de 1 a 2 años con obtención de muestras. La uniformidad de los empaques y el mantenimiento de la imagen son otros aspectos de fundamental importancia¹⁶.

En el capítulo anterior se comentaba como el consumo de café liofilizado había mostrado una mayor disminución en los Estados Unidos que el consumo de Spray Dried.

Complementando la información se tiene que entre 1980 y 1986 los negocios al detal de café liofilizado disminuyeron de un equivalente de 917.000 sacos de 60 kilos de café verde a 584.000 sacos de 60 kilos, es decir una reducción del 36.3%. No obstante lo anterior, se considera que la magnitud del mercado de liofilizado —15.000 toneladas— brinda posibi-

16. D'ANTIN P. *The Nestle Product Manager as Demigod*; in *International Marketing Strategy* H.B. Thorelli, 1973.
SIVETZ M. *Coffee Origin and Use* Corvallis coffee Publication, 1977.

ESTADOS UNIDOS CONSUMO DE CAFE SOLUBLE 1986 SEGUN SU ORIGEN (000 SACOS DE 60 KILOS)



lidades para incrementar las ventas colombianas del producto, especialmente si se adopta una política de precios más flexible. Puesto que la General Foods tiene entre sus planes el cierre de una de sus plantas de liofilizado, podría entrarse en negociaciones con esta firma para aumentar las ventas al detal, en donde la presencia colombiana es mínima¹⁷.

Adicionalmente, las Oficinas de la Federación en el exterior, en coordinación con la Gerencia Comercial, ya han hecho algunas aproximaciones en materia promocional en Estados Unidos y Europa. Esta línea de acción, con acuerdo con las conclusiones de un informe sobre el mercado de café liofilizado realizado en 1985, en donde además de llamar la atención sobre las bondades de una amplia campaña publicitaria por parte de la Federación para el café liofilizado colombiano, se recomienda establecer un contacto más directo con el consumidor, a fin de estar seguros de los efectos del programa, garantizando a la vez el origen del producto¹⁸.

B. Aspectos operativos

Respecto a la parte operativa de la planta de café liofilizado se adjunta información en el Cuadro No. 7 de donde se derivan los siguientes aspectos:

Fuerte incremento de los costos durante 1986, 39.2% superiores a los de 1985; alto grado de utilización de la capacidad instalada a excepción de 1986 cuando se presentaron problemas de mantenimiento; sensible reducción en la tasa de aumento de los costos en 1987; relación de café verde a liofilizado de 3.3 a 1, muy por encima de la relación aceptada por la OIC, 2.6 a 1. Situación que en parte se explica por el menor rendimiento en términos de café soluble de los cafés suaves como el colombiano.

Dentro de los gastos generales las mayores partidas las explican la energía eléctrica, los com-

17. VELEZ, R. "Análisis del ... op. cit.

18. DOYLE, Dane B. Inc. *Freeze Dried Coffee Market Analysis*. USA, 1985.

CUADRO 7
INDICADORES OPERATIVOS - PLANTA DE CAFE LIOFILIZADO*

CONCEPTO	1984	Variación %	1985	Variación %	1986 (1)	Variación %	1987 (2)
Producción (Tons.)	3719.2	-1.4	3667.8	-10.9	3267.3	13.1	3697.0
Utilización Capacidad %	92.9		91.7		81.7		92.4
Costo (\$/kilo)							
Materia Prima	34.0	23.5	42.0	53.7	64.6	-10.2	58.0
Gastos Generales	81.2	16.1	94.3	41.1	133.1	15.7	154.0
Depreciación	60.8	0.7	61.2	13.8	69.7	24.9	87.0
Subtotal cargo Fo. N. C.	176.0	12.2	197.5	35.3	267.3	11.8	299.0
Servicios Personales FNC	127.7	61.2	205.9	42.9	294.2	5.3	310.0
Total Costo por Kilo	303.7	32.8	403.4	39.2	561.6	8.4	609.0
Relación Verde/Liofilizado	3.3		3.3		3.3		3.3

*: La capacidad de la planta es de 4000 toneladas métricas anuales.

(1): Se paró la planta I por 3 meses para reparar el cuarto frío.

(2): Estimativo con base en la producción hasta noviembre. No incluye 113 toneladas de extracto (43.5 toneladas en base seca).

FUENTE: FEDERACAFE - Planta de café liofilizado; Superintendencia General.

ELABORO: Unidad de Información y Programación Comercial.

bustibles y lubricantes, los repuestos y los empaques para el café.

La carga prestacional constituye alrededor del 141.6% de los salarios.

Las magnitudes totales con cargo a los distintos rubros de gastos se han evolucionado de la siguiente forma:

COSTOS TOTALES PLANTA DE CAFE LIOFILIZADO MILLONES DE \$

CONCEPTO	1984	1985	1986	* 1987
Materia Prima	126.5	154.1	211.0	242.9
Gastos Generales	302.0	345.9	434.8	577.0
Depreciación	226.1	224.6	227.6	319.6
Servicios Personales	474.9	755.2	961.3	1150.3
TOTAL	1129.5	1479.8	1834.7	2289.8

* Cifras Revisadas

Desafortunadamente no se dispone de estados financieros en donde se consolide la parte operativa con el proceso de distribución y venta de café

liofilizado y que permita desarrollar un análisis financiero empresarial. A continuación se presenta la evolución de algunos rubros en los últimos años:

CONCEPTO	MILLONES \$		VARIACION %
	1984	1987	Promedio Anual
Activo Corriente (1)	348.8	371.5	2.2.
Pedidos del Exterior	(398.8)	31.9	Indet.
Maquinaria y Equipo	1.699.9	2.196.4	9.7
Otros Activos Fijos	358.6	424.0	6.1
Pasivo Corriente	30.3	85.3	60.5
Oficina Central FNC	1.864.9	2.967.1	19.7
ACTIVO = PASIVO	2.008.7	3.052.4	17.3

(1) No se incluye inventario de productos terminados, el cual forma parte del Balance del Fo.N.C.

FUENTE: FNC. Depto. de Contabilidad.

Cabe destacar la alta participación de los activos fijos dentro del activo total, indicativo de las grandes necesidades de inversión que demanda una planta como la de Chinchiná. Como contrapartida a estos requerimientos de capital el patrimonio, representado por la cuenta corriente de la planta con la Federación, cubría 92.8% de los activos en 1984 y 97.2% en 1987. Es decir, una inyección de recursos que garantiza además la disponibilidad de capital de trabajo, y que junto con las transferencias del Fondo Nacional del Café y de la Federación para materia prima, gastos generales y gastos de personal, res-

paldan el desarrollo del proceso productivo.

¿Cómo se refleja dicha inversión en términos de resultados?

El Cuadro No. 8 facilita la complementación de la aplicación de recursos con el logro de metas en cuanto a ventas y recuperación de la inversión.

Los despachos de café liofilizado durante 1986 generaron ingresos en cuantía de \$6.633.0 millones y los realizados durante 1987 un monto de \$6.298.3 millones*. Si se confrontan estos ingresos con los costos de producción arrojan un margen bruto en operaciones de \$4.798.6 millones en 1986 y

CUADRO 8
FEDERACION NACIONAL DE CAFETEROS DE COLOMBIA
FABRICA DE CAFE LIOFILIZADO

	Año 1986	Año 1987
Café recibido (ton)	11.219.9	12.008.2
Café liofilizado (ton)	3.599.1	4.069.6
Café entregado a bodega (ton)	3.267.4	3.696.1
Extracto entregado a bodega (ton)		96.387.8
Inventario de café liofilizado (ton)	1.578.7	1.650.3
Despachos de café liofilizado (ton)	3.454.8	3.567.6
Despachos extracto (ton)		94.5
Valor de los despachos US\$ (000)	34.159.1	25.929.8
Costo de producción \$ (000)	1.834.429.5	2.289.756.2
Costo por kilo (\$/kilo)	561.42	617.46
Eficiencia de tiempo en bandas	85.5	85.9

Chinchiná 1988.02.03
 PLANTA DE CAFE LIOFILIZADO

\$4.008.6 millones en 1987. Pero debe tenerse en mente que este resultado se logra porque la materia prima goza de un subsidio**. Si este subsidio se suprime, y se incluyen gastos adicionales en los que incurren la Federación y el Fondo Nacional del Café como son el almacenamiento y transporte de materia prima, la infraestructura administrativa de promoción y venta en Colombia y en el exterior que pueden fácilmente constituir un 20% de las ventas, el margen se reduce. Así para 1987, la utilidad resultante se habría situado en \$937.5 millones que frente a unos activos por \$3.052.4 millones arrojarían una rentabilidad del 30.7%.

Si los inventarios de productos terminados se incluyen dentro del total de activos la rentabilidad disminuye. Pero este es un aspecto que necesita comentario adicional.

Disponer de 1.650 toneladas de café liofilizado equivale al 45% de los despachos de un año. Por lo tanto, se puede reducir la producción de liofilizado a 3.200 toneladas anuales, lo que deja un margen para 800 toneladas de extracto en los próximos 5 años, sin disminuir las ventas de liofilizado por debajo de 3.500 toneladas. De lograrse este nivel de colocaciones a precios remunerativos según los patrones internacionales y tener lugar un crecimiento, o por lo menos estabilidad, en las cantidades demandadas de ambos productos, se podría evaluar un proyecto de expansión que en cinco años permita producir 3.800 toneladas de liofilizado y 1.000 toneladas de extracto.

C. Perspectivas del mercado de café liofilizado

Los desarrollos en el mercado de café liofilizado colombiano deben analizarse a la luz de la evolución de la demanda en las regiones consumidoras, así como también teniendo en mente el tipo de producto que se está en capacidad de ofrecer en dichos mercados.

1. Estructura de la oferta

De acuerdo con información suministrada por la Superintendencia de la Planta al Comité de Solubles la capacidad real de producción de liofilizado se sitúa en 3.800 toneladas anuales y a su vez se está en posibilidad de producir 378 de extracto. Como se planteó anteriormente, estas proporciones se pueden modificar si el interés por el extracto y su precio*** resultan llamativos.

Desde 1980 se iniciaron conversaciones con la firma japonesa Mitsubishi para venderle extracto de café al Japón: en 1981 Mitsui de Colombia manifestó interés en este producto y en 1983 lo hizo Marubeni. No obstante el envío de muestras, las negociaciones no lograron concretarse por diversos aspectos procedimentales que debían definirse me-

* Tasas de cambio promedio de \$194.18 y \$242.90 para 1986 y 1987 respectivamente.
 ** Con un costo de materia prima de \$210 por kilo, el margen bruto es de 2.197.2 millones.
 *** El precio de venta del extracto debe fijarse en concordancia con patrones internacionales.

dante un estudio de factibilidad y una vez garantizada una demanda atractiva.

En julio de 1986 Mitsubishi hizo una propuesta de compra por 300 toneladas anuales, manifestando a la vez el amplio crecimiento de la demanda por extracto de café en el Japón. En dicho año el volumen de importaciones a ese país fue de 12.326 toneladas de extracto con azúcar y de 1.650 toneladas de extracto sin azúcar, siendo Brasil el principal proveedor. En abril de 1987 se confirmó la primera negociación por un total de 15.750 kilos de extracto y puesto que el producto requería de un aromatizante importado, se firmó un convenio Plan Vallejo para su adquisición en el exterior en base a futuras exportaciones en cuantía de 769.000 kilos¹⁹. En enero de 1988 Mitsubishi hizo una oferta de compra mensual de 150 toneladas de extracto de café que arrojaría un volumen anual de 1.800 toneladas, muy superior a la oferta de compra del año anterior, que aún es objeto de análisis.

Como se desprende de la anterior información existen importantes posibilidades de venta para la planta en Chinchiná, toda vez que el extracto es un producto intermedio en la producción de café liofilizado, que los japoneses utilizan para ventas de café enlatado y en las industrias de productos lácteos, confiterías y reposterías²⁰.

Como complemento de lo anterior debe preverse la posibilidad de vender café liofilizado descafeinado. En marzo de 1982 Coca-Cola de Colombia S.A. manifestó su interés en la adquisición de cafeína, aprovechando un proceso desarrollado por el Dr. Marcos Quijano, en el Laboratorio Químico del Café. Desafortunadamente, dicho proceso no era

apto para llenar los requisitos del café verde para exportación, razón por la cual debía buscarse un proceso de producción de café descafeinado que le permitiera al país hacerse presente en el mercado internacional.

Actualmente existen dos proyectos que son objeto de estudio con miras a producir café descafeinado. Uno tendría como objetivo una producción anual de 200.000 sacos mediante un proceso de extracción con CO₂, reduciendo la cantidad de cafeína al 1%. El segundo con capacidad para procesar 110.000 sacos al año y una inversión de US\$ 10 millones entraría en funcionamiento en 1989, teniendo como socios a Progel, B. Rothfos y Caffein Corporation.

De concretarse estos proyectos con los debidos requisitos de capital y propiedad industrial, su importancia radica en que junto con un mayor valor agregado nacional producto de la descafeinación, Colombia estaría en capacidad de vender café verde y café soluble descafeinado.

Según información suministrada por la Oficina de la Federación en Bruselas, en el año de 1985 Norteamérica le compró a la Comunidad Económica Europea 30.000 toneladas de café descafeinado²¹. Las cifras que a continuación se describen para Estados Unidos dejan entrever la creciente importancia del café descafeinado en dicho mercado, no obstante la disminución en el consumo total de café:

19. FEDERACAFE COMERCIAL. Télax UIPC. 003 y 004/87.
INCOMEX Programa P.V. No. D-718, Octubre 16/87.
20. PROEXPO Documento PX-TK-079. Tokyo, marzo 3/87.
21. FEDERACAFE. Documento D-004, enero 4/87. Comercio de Café en la C.E.E.

CONSUMO DE CAFE EN LOS ESTADOS UNIDOS TASAS POR PERSONA POR DIA

TIPO DE CAFE	1970	1975	1980	1985	1987
Regular	1.91	1.52	1.40	1.39	1.37
Soluble	0.66	0.68	0.62	0.42	0.37
Descafeinado (1)	0.15	0.31	0.34	0.42	0.43
Todos los Cafés	2.57	2.20	2.02	1.83	1.76

(1) Incluye Regular y Soluble.

FUENTE: OIC. *Coffee Drinking Study Winter 1987*.

Si a lo anterior se agrega que una cuarta parte del consumo de café soluble es descafeinado, se tiene un mercado potencial para que el soluble colombiano entre a competir.

A solicitud de la Federación, la autoridad monetaria expidió las Resoluciones 94/86 y 66/87 mediante las cuales se establecieron los Precios Mínimos de Reintegro para las exportaciones de extracto y de café descafeinado.

2. Las posibilidades que ofrece el mercado

Dada la evolución de los últimos años, es de fundamental importancia concretar los volúmenes que efectivamente se colocarán en Europa Occidental, Japón y Estados Unidos que son las regiones con la mayor demanda. Ello implica determinar si dichos mercados tendrán una demanda creciente, decreciente o estática y si por ejemplo los tipos de café que hoy se procesan diferenciándolos por densidad, color y tamaño del producto pueden conducir a que los mismos se tornen más dinámicos.

La oficina de New York estima para 1988 un leve crecimiento que situaría las ventas en Estados Unidos cerca a las 800 toneladas. Se requiere entonces un repunte en las ventas europeas que las lleve a las 2.000 toneladas y la colocación de 900 toneladas en Japón para garantizar una efectiva comercialización de la producción de la planta de Chinchiná, y la eficiente utilización de la capacidad instalada.

Es pertinente mencionar desde el punto de vista de perspectivas que la tendencia desfavorable de los últimos años en el mercado estadounidense contrasta con las noticias de otros países. En el Reino Unido en donde se ha apreciado una importante demanda por café liofilizado colombiano, Nestlé, que en 1984 poseía el 48% del mercado de café instantáneo, lanzó un nuevo producto con una campaña publicitaria de 5.5 millones de libras esterlinas. Este hecho se originó en los estudios realizados por esta firma en donde constató que existía demanda por un café suave y de buen sabor, características que cumple el liofilizado colombiano²².

Otros mercados dignos de atención son los de España, Australia y los Países No Miembros que como se vio en el primer capítulo han incrementado el uso doméstico de café soluble. Caso contrario es el de Alemania, país que se constituye en un competidor fuerte en el mercado internacional de café soluble y en especial en el de liofilizado, del cual producía 11.000 toneladas en su mayoría para la exportación²³.

Igualmente, debe tomarse en consideración que los bajos precios del café verde que existen en la actualidad pueden llevar a un aumento del consumo del café preparado en su forma tradicional, desplazando al café soluble.

CONCLUSIONES

Si bien es cierto que para países productores de café verde la incorporación de un mayor valor agregado con destino a la exportación es un objetivo fundamental, también es cierto que, sólo el análisis permanente de lo que ocurre en el mercado internacional de café soluble, permite discernir sobre las perspectivas de lograr una mayor participación en la satisfacción de la demanda mundial.

El análisis realizado en este documento deja como conclusiones relevantes las siguientes:

1. La facilidad en la preparación del café soluble y los hábitos de consumo, especialmente en países como Estados Unidos, Reino Unido, Australia y Japón han dado origen a un mercado para este productor que en la presente década se cuantifica en 300.000 toneladas —13 millones de sacos de 60 kilos de café verde equivalente. En el período 1981-1986 las exportaciones mundiales desde todos los orígenes fluctuaron entre 104.000 y 113.000 toneladas y las de los países productores miembros de la OIC., entre 55.000 y 66.000 toneladas.
2. La participación de las exportaciones de café soluble de los países productores miembros de la OIC en el consumo mundial fue del 20.4% en promedio para el período 1981-1986, y dentro del comercio total de exportación del 56.5%. Los respectivos porcentajes para Colombia fueron del 1.5% y 4.2%.
3. La industria de café soluble Spray-Dried y Freeze-Dried de países no productores de café verde, y en particular la localizada en los países desarrollados de economía de mercado, provee cerca del 80% del consumo, dejando solo una quinta parte a los cultivadores de la materia prima. De esa quinta parte el Brasil generaba el 75%, seguido por Colombia con el 7% y por Ecuador y Costa de Marfil con el 6.5% cada uno.
4. El hecho de que las grandes empresas productoras de café soluble con sede en países desa-

22. Tea and Coffee Trade Journal. Enero 4/84 "Nestlé Puts Mild Coffee on the Market".
23. Kaffee and Tea Market. Junio 5/86, Hamburgo.

rollados conformen un oligopolio altamente concentrado, al interior de cada país y a nivel internacional, se constituye en una barrera de entrada para las exportaciones de café soluble de países productores de la materia prima. Además, estas grandes empresas tienen 120 filiales en países en desarrollo y con los grandes volúmenes de café que manejan, garantizan el logro de economías de escala tanto en producción como en distribución y la reducción del costo unitario de sus campañas publicitarias para diferenciar sus productos.

Adicionalmente a esas ventajas de carácter monopolístico, es importante mencionar como desde los años 30s Nestlé y General Foods han venido adquiriendo un bagaje tecnológico, producto de sus programas de investigación y desarrollo que les garantiza la obtención de productos de mejor calidad, a menor costo y con un mayor rendimiento en términos de café soluble por unidad de café verde. Al mismo tiempo controlan el mayor número de patentes sobre la industrialización del café.

Frente a esos hechos la industria de soluble de países productores está en posición desfavorable, pero quizá la mayor restricción a sus exportaciones nace del excesivo proteccionismo de los países desarrollados. Se pudo comprobar que desde los años 70s, existen aranceles para el café en sus diversas presentaciones: verde, tostado y soluble. Excepción hecha de Estados Unidos y Reino Unido los restantes países consumidores gravan los tres tipos de café fijando la mayor tarifa para el soluble. Para citar casos concretos, la Comunidad Económica Europea tiene un arancel del 12% para el café verde, del 15% para el café tostado y del 18% para el café soluble; el Japón no tiene arancel para el café verde pero grava el café tostado y el café soluble con 20% y 17.5%, respectivamente.

Si a lo anterior se agregan las barreras no arancelarias y los impuestos internos, se tiene una idea más precisa de las restricciones que afrontan los exportadores de café industrializados y las dificultades para lograr una mayor participación en los mercados de países desarrollados.

5. Como producto de la innovación tecnológica, la industria de café soluble ha logrado disminuir las cantidades de café verde por kilo de soluble, situándose en un rango de 2.0-2.2. Por lo tanto, debe solicitarse formalmente ante la OIC, la reducción del factor de conversión de 2.6 a 2.2, pues de otra manera las exportaciones de solu-

ble dan lugar a un mayor gasto de estampillas en tiempo de cuotas, constituyéndose en un desincentivo para su venta frente al café verde.

6. Colombia muestra un avance importante en sus exportaciones de café soluble, las que en 1986 representaron 10% de los 2.695.000 sacos de 60 kilos de café verde equivalente exportados por países miembros productores de la OIC.

Brasil, Colombia, Ecuador, India, Nicaragua, El Salvador y Costa de Marfil generaron más del 98% de las exportaciones de soluble de países miembros productores y se destacaron como principales compradores Estados Unidos, Reino Unido, Alemania Federal, Japón, Canadá y países de Europa Oriental, los que en 1986 adquirieron el 88% del total exportado.

Nuestro país ha venido ganando participación en los mercados de Estados Unidos, Reino Unido y Latinoamérica, mientras que en Japón se presentan algunos altibajos. El mercado de Países No Miembros dado su dinamismo puede ser objeto de mayor exploración para la colocación de café soluble en el futuro.

7. Las exportaciones de café soluble colombiano en el período 1984-1987 se distribuyeron así: 56.1% para el liofilizado producido por la Federación en su Planta de Chinchiná; Colcafé participó con el 40.7% y Nestlé con el 3.2%. Los reintegros producto de dichas exportaciones evolucionaron de la siguiente forma: US\$ 34.4 millones en 1984; US\$ 38.6 millones en 1985; US\$ 57.7 millones en 1986; US\$ 38.2 millones en 1987. El año de 1986, además del mayor volumen de exportación, incluye la coyuntura de los mejores precios internacionales, que en el caso del café liofilizado alcanzaron niveles hasta de US\$ 14 por kilo.
8. La tendencia decreciente en el consumo total de café de los Estados Unidos, y en el consumo del café soluble en particular, ha incidido en menores colocaciones del producto colombiano en ese país. Esto es especialmente cierto para el soluble que venden los exportadores privados, ya que la Federación logró una recuperación en el último año cuando se colocaron 700 toneladas de café liofilizado en este mercado.
9. La Federación Nacional de Cafeteros muestra importantes logros en la producción y comercialización de café liofilizado. La Planta de Café Liofilizado que hoy cuenta con una capacidad instalada de 4.000 toneladas al año, efectuó despachos por 3.454.809 kilos para 27 clientes en 13 países en el año de 1986, cifras que se comparan

favorablemente con los despachos por 220.377 kilos para 10 clientes en 9 países realizados en 1975.

10. Como se pudo establecer en el desarrollo de la investigación, existe capacidad instalada para la producción de café soluble a nivel internacional que supera la demanda. Por esta razón no es conveniente emprender un programa de ampliación en cuanto a la producción de café liofilizado se refiere. Pero las perspectivas de la industria son interesantes, en especial si se centra la atención en dos áreas de acción:
 - a. El ingreso a ciertos segmentos del mercado, que como el extracto de café, ofrecen una posibilidad interesante, dado el dinamismo

de la demanda por este producto en algunas regiones, en particular en el Japón.

- b. Estudiar la forma de incorporar un mayor valor agregado en las exportaciones de café soluble. En principio esto se puede lograr a través de los siguientes esquemas:
 - Mediante la exportación de café en envase de vidrio.
 - Adecuación de la capacidad instalada para la producción de extracto, así como también mediante la venta de café tostado y molido.
 - Respaldo a los proyectos de descafeinación que adelanta el sector privado, mediante los cuales Colombia puede ingresar al mercado de café descafeinado, en sus diversas presentaciones.