



<https://doi.org/10.38141/10788/005-1-6>

# El Café Verde en el Proceso de la Integración Europea\*

Michael R. Neumann

19870

En primer lugar, deseo agradecer a los organizadores de este Congreso por ofrecerme la oportunidad de estar con ustedes hoy.

El tema de esta charla que normalmente ocupa un puesto secundario en la incesante sucesión de eventos de nuestro diario vivir, requiere un alto

grado de análisis y de reflexión, ya que tiene actualmente una relevancia particular al considerar la velocidad con la cual vienen desarrollándose los fenómenos económicos y políticos. Solamente con la ayuda de la reflexión y del análisis cuidadoso, podremos tener éxito en adaptarnos a los factores que afectan la última década de este milenio. Los próximos diez años prometen ser una etapa de mayor desarrollo que la que hemos presenciado en los últimos treinta años.

Desde la creación de la Comunidad Económica Europea, hace 32 años, nos hemos acostumbrado al hecho de que las fronteras entre los países miembros se han mantenido abiertas, tanto para las personas como para los bienes: nos beneficiamos del tránsito libre dentro de la comunidad, nos aprovechamos de las reglamentaciones relativamente libres de trabajo y la falta de restricciones comerciales. Como consumidores gozamos de una vida más al estilo europeo, de lo que ocurría hace algunos años.

Los vínculos económicos desarrollados durante los 30 años de existencia de la Comunidad Europea, han fortalecido las interrelaciones económicas en Europa, en beneficio tanto del consumidor como de la industria. No obstante lo anterior, los ciudadanos de la Comunidad Europea no siempre acogieron favorablemente los intentos de integración. El "Europesimismo" se manifestó en frases tales como "montaña de mantequilla" o "lago de leche", para describir algunos de los productos de la Euroburocracia de Bruselas. Si embargo, el ánimo ha cambiado enormemente desde que se acordó en 1985, que el Mercado Común Europeo estaría en total funcionamiento para finales de 1992. Intempestivamente, la "Eurofobia" fue transformada en "Euroforia" y finalmente teníamos un objetivo definido a la vista y un límite de tiempo por el cual aspirar.

Los ciudadanos de la Comunidad Europea se han dado cuenta que Europa debe unificar sus recursos económicos, si desea mantener su presencia frente a otras grandes potencias económicas, como son los Estados Unidos y Japón, en particular. La configuración de Mercado Unico entre 12 mercados individuales debería llevar a una aceleración del crecimiento económico dentro de la Comunidad.

\* Intervención. Michael Neumann, Director del Neumann Gruppe A.G. de Hamburgo en el VII Congreso Internacional del Café, Berlín, 15 de junio de 1990.

El punto de partida del "pre Mercado Común Europeo" es un grupo de 12 países con 325 millones de habitantes. Si se incluye la República Democrática Alemana, que estará conectada próximamente a la Comunidad Europea en una forma u otra, la población total aumentará a 341 millones. El Producto Nacional Bruto per Capita fue estimado en US\$ 13.200 en 1987 y la capacidad de compra total de los consumidores de la comunidad, alcanzó a US\$ 2.84 trillones el mismo año.

Los expertos predicen que la población de los 12 países de la Comunidad Europea, incluyendo a la República Democrática Alemana, alcanzará una cifra de 351 millones en el año 2000. Asumiendo un discreto 3% de crecimiento anual promedio, el Producto Nacional Bruto Per Capita se elevará a US\$ 18.000. No obstante, algunos economistas creen que la mayoría de tales pronósticos son de hecho demasiado conservadores, puesto que el efecto producido por la integración a través del Mercado Común Europeo Unico, conducirá probablemente a tasas más rápidas de crecimiento.

Sin embargo, hoy estamos en el proceso de llegar al Mercado Común Europeo. Todavía existen muchas restricciones que inhiben una actividad económica óptima en la Comunidad Europea. Estas restricciones tienen que ver con las barreras materiales, técnicas y de tarifas que aún están vigentes. De manera que todavía hay mucho campo para la armonización y mejoramiento. La importancia del impuesto al café en Alemania el cual es particularmente alto, debe ser mencionado en este contexto. Con esto no se quiere necesariamente afirmar un efecto negativo en el consumo. Asimismo, el Ministro alemán de Finanzas ciertamente estaría bastante reacio en no recaudar los 2 mil millones de marcos del valor del impuesto anual al café, valor que representará en poco tiempo, especialmente en un momento en el que se están haciendo enormes demandas a las arcas de la economía alemana. Sin embargo, dentro del marco de un mercado europeo integrado, el impuesto al café tenderá a desaparecer en largo plazo.

El Mercado Común Europeo llegará a ser una fuerza económica internacional desde 1993, trayendo consigo nuevos factores de cambio. Las fronteras abiertas dentro de Europa están destinadas a traernos una mayor prosperidad.

Una mayor prosperidad significa también un mayor consumo y, por supuesto una mayor **demandas de café**. Se pretende a continuación sustentar las siguientes hipótesis para el año 2000: (ver cuadro N°1).

#### I. Primera Hipótesis

La Comunidad Europea consumirá **42 millones de sacos de café verde**, mientras Europa globalmente

considerada, consumirá **58 millones de sacos hacia el año 2.000.**

#### II. Segunda Hipótesis

**Solamente 15 tostadores** cubrirán más del 80 por ciento del mercado doméstico de la Comunidad Europea.

#### III. Tercera Hipótesis

Prevalecerán los productos de alta calidad en toda la comunidad Europea: las diferencias en la calidad de los productos tenderán a reducirse.

#### IV. Cuarta Hipótesis

Europa será el centro de todas las actividades del mercado mundial de café verde.

### CUADRO N°1

#### EL CAFÉ VERDE EN EL PROCESO DE LA INTEGRACIÓN EUROPEA

##### La situación en el año 2.000-Cuatro Hipótesis

1	La Comunidad Europea consumirá 42 millones de sacos de café verde, mientras Europa globalmente considerada, consumirá 58 millones de sacos
2	15 tostadoras cubrirán más del 80 por ciento del mercado familiar de la Comunidad Europea.
3	Prevalecerán los productos de alta calidad en toda la comunidad Europea: las diferencias en la calidad de los productos tenderán a reducirse.
4	Europa será el centro de todas las actividades del mercado mundial de café verde.

A continuación, se tratará de comparar la economía actual del café europeo con algunos datos históricos. Se seleccionó el año de 1958 para este propósito -no solamente porque es el año del nacimiento de la Comunidad Económica Europea, sino también porque fue un año típico de postguerra, caracterizado por el final de la primera ola de crecimiento en el consumo.

341 millones de habitantes del Mercado Común (incluyendo a la actual República Democrática Alemana) consumen alrededor de 29 millones de sacos de café verde anualmente. Hace tres décadas, los mismos países utilizaban solamente 11.5 millones de sacos. Esto significa que el consumo de café en la actual Comunidad Europea se ha multiplicado por 2.5 veces, mientras que el consumo mundial en el mismo período "tan solo" se ha duplicado. Ver cuadro N°2.

Al considerar este cuadro, se debe notar que el nivel de vida entre distintos países difería enormemente en

1958. Esta es la explicación para el desarrollo ampliamente divergente, apreciado en países tales como Esopaña y Dinamarca. Otros países -tales como Alemania, los Países Bajos, e Italia por ejemplo- siguen un patrón similar en el desarrollo de sus niveles de vida y, por consiguiente, también en la tasa de crecimiento en el consumo de café.

Al reunir a la Gran Bretaña con Irlanda en este cuadro, resulta estadísticamente lógico, puesto que el mercado irlandés está principalmente abastecido por tostadores ingleses y productores de café instantáneo.

En el gráfico N°1, se pueden apreciar los cambios significativos que se presentaron en las clasificaciones individuales de los países de la Comunidad Europea desde 1958. Por ejemplo, Alemania desplazó a Francia del primer lugar y un gran contingente de países con cifras casi iguales de consumo se situaron en la mitad, principalmente los países bajos, Gran Bretaña y España.

Un desarrollo ascendente en el consumo **per cápita** de café se situó a la par con la expansión del consumo de la Comunidad Europea como un todo:

En 1988 la Comunidad consumía un promedio de 5.2 kilos de café verde por persona. En 1958 este denominador se hallaba tan solo en 2.3 kilos, de tal forma que el consumo per cápita se ha duplicado o más en los últimos 30 años. Durante el mismo período, el consumo en los Estados Unidos **se redujo** en más de un tercio de su nivel per cápita de 1958, como se puede observar claramente en el cuadro N° 3.

#### CUADRO N° 2

##### COMUNIDAD EUROPEA (12 PAÍSES) CONSUMO DE CAFÉ 1958 Y 1988 -en miles de sacos de 60 Kg. café verde-

Países	1958	1988
Bélgica-luxemburgo	919	1.244
Dinamarca	654	391
Francia	3.439	5.359
Alemania		
RFA	2.794	8.072
RDA	.330 3.124	1.243 9.320
Grecia	110	508
Italia	1.380	4.214
Países Bajos	751	2.423
Portugal	161	401
España	211	2.330
Reino Unido/Irlanda		
	783	2.332
<b>Total</b>	<b>11.532</b>	<b>29.022</b>

Como se puede observar en el gráfico N° 2, tanto en 1958 como en 1988, Dinamarca ocupó el primer lugar, aunque ahora le siguen muy de cerca los Países Bajos. Estos se situaban en el 4º lugar en 1958 pero que ahora han desalojado a Bélgica-Luxemburgo del segundo lugar. Alemania aparece más abajo en el cuarto lugar como resultado de la combinación de cifras para las Repúblicas Federal y Democrática.

Como se expresó al inicio de las cuatro hipótesis, el pronóstico para el año 2.000 está basado en ciertos supuestos sobre el desarrollo del poder de compra en la Comunidad Europea.

Pocos aspectos estarán sujetos a cambio antes de terminar el siglo, en lo referente al carácter de las diferencias Norte/Sur, en el interior de la Comunidad Europea, las diferencias en la prosperidad entre los países miembros individualmente considerados será probablemente muy pequeña. En el año 2.000, los consumidores más prósperos se encontrarán aún en Bélgica-Luxemburgo, Alemania, Norte de Italia, el área de París y a lo largo de las fronteras entre Francia, Alemania y Suiza. Como es el caso actualmente, un nivel medio de prosperidad se presentará en el resto de Francia, centro de Italia, Gran Bretaña y Dinamarca; considerando la velocidad excepcional de su crecimiento, probablemente España se habrá unido a este grupo mediano. Muy probablemente el sur de Italia, Portugal, Grecia e Irlanda se encontrarán aún en la parte más baja de la escala, aunque no tan lejos como están actualmente.

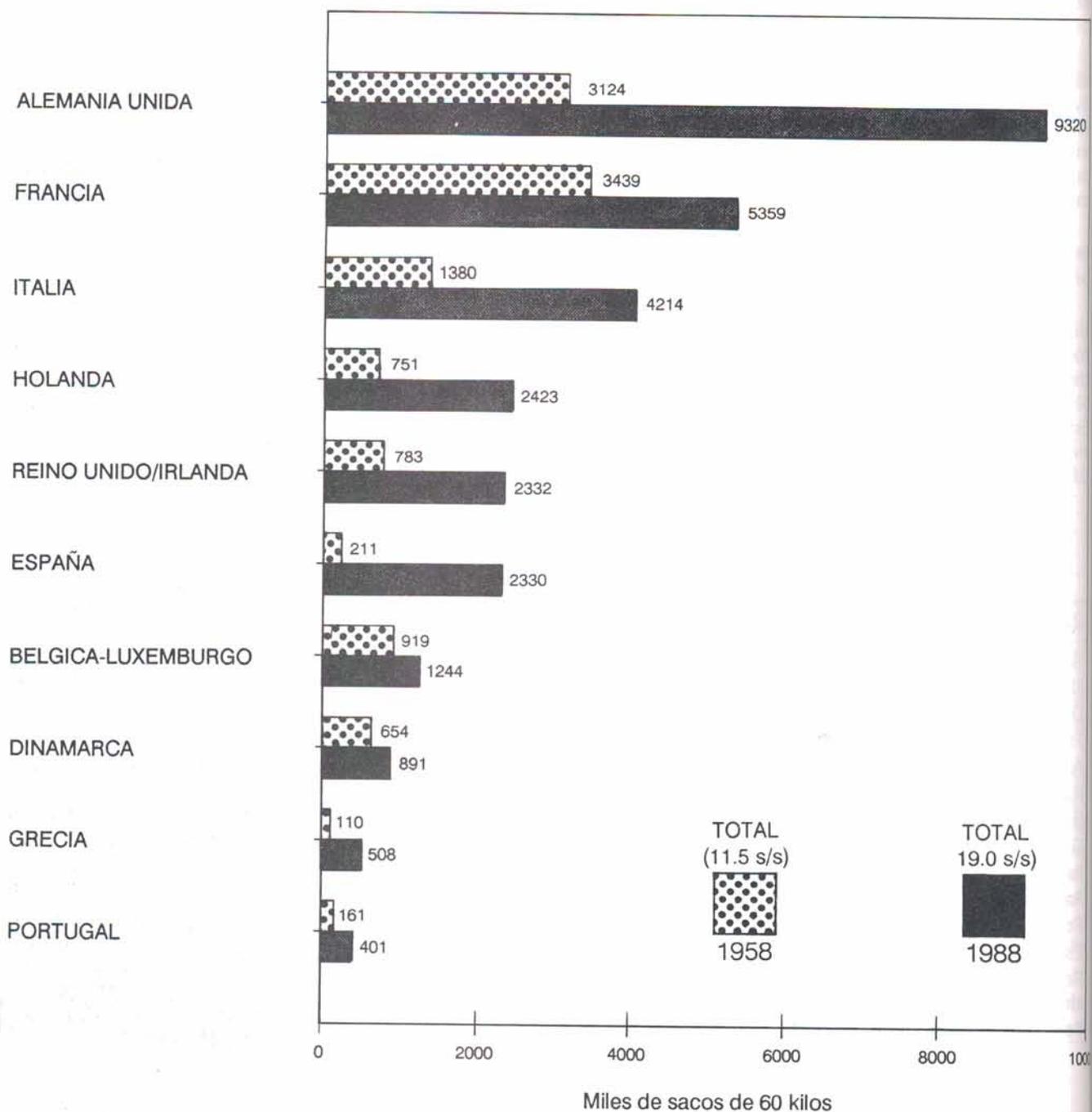
Un aumento en el poder de compra -que también podemos llamar un más alto nivel de vida- se debería siempre manifestar en un aumento de consumo de café. Si no fuera por el hecho de que las consideraciones de beneficio a corto plazo impiden en ciertas ocasiones la búsqueda de objetivos a largo plazo, tales como una más alta calidad -un fenómeno evidente durante muchos años en los Estados Unidos.

Se ha basado el pronóstico sobre el supuesto de que el punto de saturación para el consumo de café en los países de la Comunidad Europea (por lo menos aquellos con el llamado gusto de Europa Central) está en 10 kilos por persona, un nivel alcanzado ya por Dinamarca y los Países Bajos. Se cree que Alemania Unida y Bélgica-Luxemburgo también habrán alcanzado este nivel en el año 2.000. Se espera que Francia llegue a un consumo per cápita de 7,5 kilos, Italia y España de 6 kilos. De otros mercados de la Comunidad Europea, especialmente Grecia, Gran Bretaña/Irlanda, así como Portugal, se podrá esperar un crecimiento potencial que elevaría su consumo entre 4 y 5 kilos. Ver gráfico N° 3.

Gráfico No. 1

**COMUNIDAD EUROPEA (12 PAISES)**  
**CONSUMO DE CAFE**  
**1958 y 1988**

Miles de sacos de 60 Kg. Café Verde



**CUADRO N° 3**  
**COMUNIDAD EUROPEA (12 PAÍSES)**  
**CONSUMO PER CÁPITA DE CAFÉ**

1958 y 1988  
 en kilos de café verde

Países	1958	1988	Crecim.
Bélgica-Luxemburgo	5.68	7.29	+ 28%
Dinamarca	8.53	10.42	+ 22%
Francia	4.39	5.78	+ 32%
Alemania			
RFA	2.89	7.92	+ 174%
RDA	1.10	4.49	+ 308%
Grecia	.88	3.05	+ 247%
Italia	1.69	4.41	+ 161%
Países Bajos	3.92	9.91	+ 153%
Portugal	1.21	2.34	+ 93%
Reino Unido/Irlanda	0.87	2.46	+ 189%
Promedio	2.33	5.17	+ 122%
Para comparación: U.S.A	7.00	4.36	- 38%

El resto de la justificación para esta hipótesis es un simple cálculo aritmético:

La población estimada en el año 2.000 por el consumo estimado per cápita es igual a la utilización estimada de café verde en el año 2.000. Esto se refiere a una **justificación** de la hipótesis, y no es una prueba. Esto es algo que únicamente el futuro podrá decirlo.

Tomando en consideración los supuestos que se han hecho, se podrá ver que se llega a una cifra total de consumo de cerca de 42 millones de sacos, tal como aparece en el cuadro N° 4. Esto es aproximadamente el 44 por ciento más alto que la cifra de 1988. El promedio de consumo per cápita está alrededor de 7.1 kilos lo cual será aproximadamente del 37 por ciento más alto que en 1988.

Para tratar de convencer a quienes estiman este punto de vista como demasiado optimista, se consideran a continuación algunos factores que se presentarán al tiempo para fortalecer la demanda en forma considerable:

- Un crecimiento global en la economía conducirá a un apreciable aumento en el ingreso y en prosperidad

para todos los habitantes de la Comunidad Europea, y, por consiguiente, el poder adquisitivo también aumentará.

**CUADRO N° 4**  
**COMUNIDAD EUROPEA (12 PAÍSES)**  
**POBLACION Y CONSUMO DE CAFÉ VERDE**  
 Estimación para el año 2.000

Países	Población mills.	Cons. Per Cáp. kilos	Cons. Total m.sacos
Bélgica-Luxemburgo	10.4	10.0	1.734
Dinamarca	5.1	10.0	850
Alemania	78.0	10.0	13.000
Países Bajos	15.6	10.0	2.606
Francia	59.1	7.5	7.382
Italia	59.3	6.0	5.932
España	41.2	6.0	4.120
Grecia	10.6	5.0	880
Reino Unido/Irlanda	60.3	4.5	4.519
Portugal	11.4	4.0	758
Total/ Promedio	350.9	7.1	41.781

- Probablemente la población se expandirá más rápidamente que lo tomado en consideración en la proyección mencionada anteriormente, no menos, como consecuencia del flujo de emigrantes provenientes de Europa Oriental.
- La proporción de personas mayores en la población de la Comunidad Europea está creciendo. La generación de personas mayores es ahora mucho más activa y orientada al consumo de lo que eran anteriormente. Por tanto, la **proporción** de tomadores de café está creciendo.
- La relativa importancia de los alimentos y las bebidas, así como la demanda de productos "gourmet" se está incrementando. El café encajará perfectamente en esta tendencia.

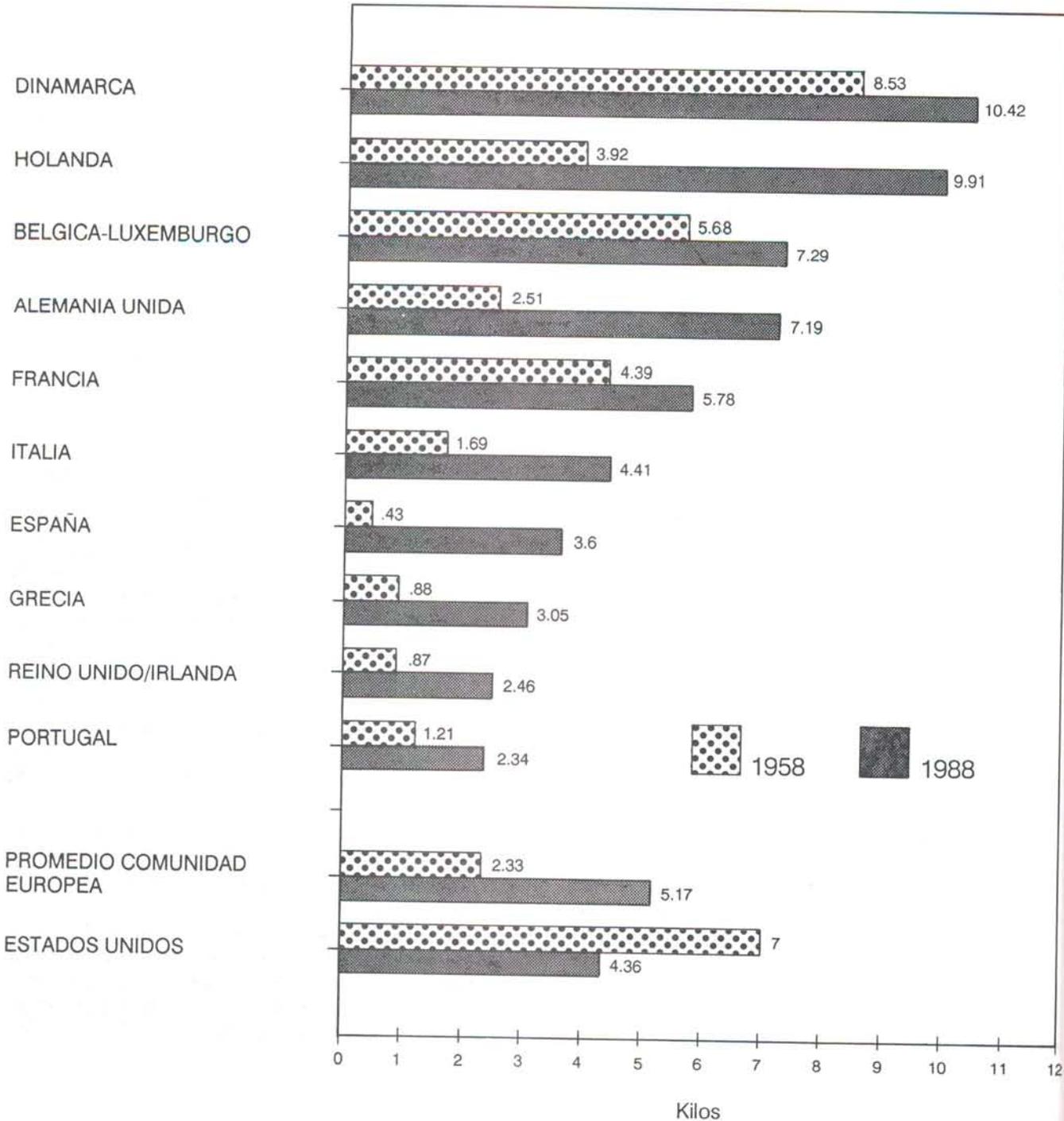
La **segunda hipótesis** sostiene que la integración de Europa continuará el proceso de concentración de la industria a través de las fronteras nacionales. Este supuesto está basado en el fenómeno generalmente reconocido de que la concentración y la cooperación

Gráfico No. 2

COMUNIDAD EUROPEA (12 PAISES)  
CONSUMO PER-CAPITA DE CAFE

1958 Y 1988

En kilos de Café Verde



tienden a desarrollarse más sólidamente en mercados de mayores volúmenes. Por consiguiente, se puede esperar que la influencia de las corporaciones transnacionales se hagan sentir cada vez más en muchas esferas diferentes.

Los diez minoristas más importantes en cada una de las naciones de la Comunidad Europea ya cuentan con las dos terceras partes de producción total en el negocio de comestibles. En la prensa se viene leyendo sobre las numerosas fusiones y empresas colectivas que están comenzando a surgir.

El grado de concentración encontrado en la industria del café puede parecer alto, pero realmente no es definitivamente así, al ser comparado con muchos otros productos. Podría estimarse que actualmente las cuatro principales multinacionales negocian más del 40 por ciento del volumen del café en el Mercado Europeo, lo que significa que ellas procesan alrededor de 12 a 13 millones de sacos de café verde para el mercado de la Comunidad Europea anualmente. Dentro de cada uno de los mercados nacionales, el nivel de concentración es realmente mucho más alto en muchos casos. Generalmente, el 80 por ciento de los mercados del café tostado, molido e instantáneo están en manos de 4 o 5 tostadores.

Según aparece en el cuadro N° 5, Holanda se establece como un mercado con una concentración extraordinariamente alta, donde los cinco principales tostadores representan el 99 por ciento. La concentración está muy bien desarrollada en 80 a 90 por ciento en Bélgica-Luxemburgo, Dinamarca, Francia, España, Gran Bretaña/Irlanda. Existen niveles medios de concentración en Alemania, Italia y Portugal, mientras que Grecia es aún un mercado muy fragmentado con un nivel de concentración de únicamente el 29%. La media para la Comunidad Europea está estimada en 77 por ciento para los respectivos "cinco principales".

Se unió a Bélgica y Luxemburgo, así como a Gran Bretaña e Irlanda, haciendo en esta forma una lista total de 10 veces por 5 que es igual a los 50 tostadores principales. Los nombres de las corporaciones auténticamente transnacionales tales como "General Foods, Douwe Egberts, Jacobs-Suchard, y Nestle" aparecen con frecuencia en las listas de las cinco principales en los mercados individuales. Por consiguiente, el número de compañías que componen los 50 principales proveedores, actualmente se reduce a 37.

**COMUNIDAD EUROPEA (12 PAÍSES)**  
**Participación de las cinco principales**  
**tostadoras y presencia de corporaciones**  
**multinacionales en el mercado de los hogares**

Países	Partic. agregada de las "5 princ."	Corp. Multinal. entre las "5 princ."
Bélgica-Luxemburgo	82	1
Dinamarca	85	3
Francia	89	3
Alemania	77	2
Grecia	29	1
Italia	63	0
Países Bajos	99	1
Portugal	65	1
España	81	3
Reino Unido/Irlanda	82	2
Promedio	77	

Es indudable que la tendencia a un mayor tamaño en un mercado más amplio, continuará. Las empresas transnacionales, tales como las cuatro mencionadas anteriormente, fortalecerán sus posiciones en el mercado europeo. Las corporaciones familiares -un concepto típicamente europeo- tales como Aldi, Tchibo, Eduscho, Lavazza, Segafredo, solo para nombrar unas pocas, han sido orientadas hasta ahora de manera nacional, o por lo menos solamente están activas en países vecinos a la casa matriz, pero son propietarias del capital y de la fuerza corporativa para tomar la ofensiva y lograr éxito en un campo europeo más amplio. Este proceso es incontrollable, tal vez porque un nivel más alto de concentración en el sector de minoristas conducirán inevitablemente a unidades individuales mayores en la industria torrefactora.

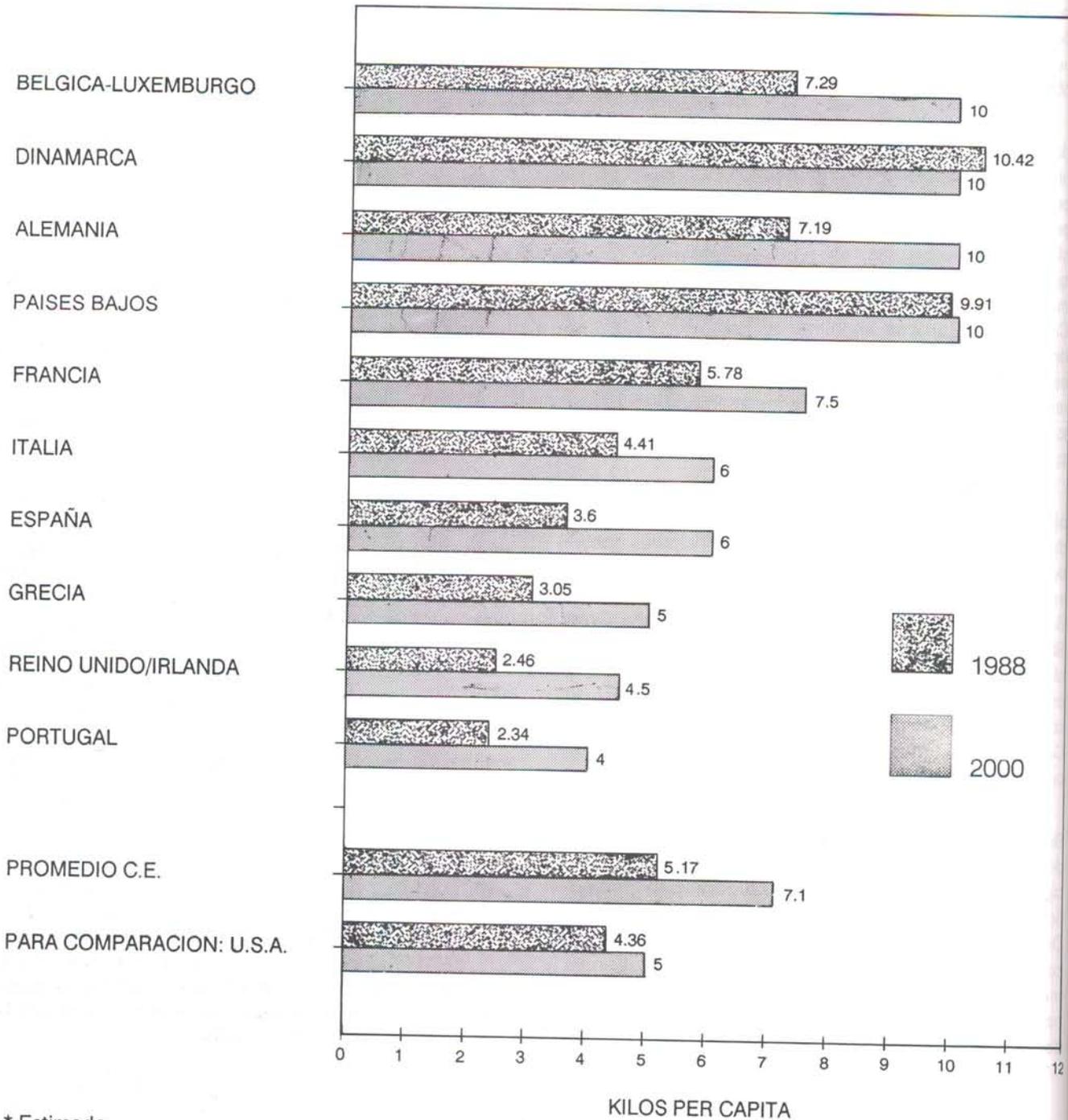
La pregunta de hasta dónde irá la concentración del negocio de tostadoras, es difícil de contestar. Holanda es la excepción que confirma la regla en este caso, pero se puede ver que el punto de saturación para los "cinco principales" en los mercados individuales, está alrededor del 90 por ciento, puesto que siempre habrá una posición conveniente para los especialistas que cumplan con requerimientos regionales particulares en términos de calidad y tradicional estilo.

Gráfico No. 3

COMUNIDAD EUROPEA (12 PAISES)  
CONSUMO PER CAPITA DE CAFE

1988 Y 2000 \*

En Kilos de Café Verde



\* Estimado

Para ser más preciso, para el año 2.00 se prevee un rompimiento de los niveles de concentración en los mercados europeos, que será compartido con los "cinco mejores", de la siguiente manera: 99% en los Países Bajos, 90% en Dinamarca y Francia, 85% en Bélgica-Luxemburgo, España, Gran Bretaña/Irlanda y Alemania, 75% en Italia y Portugal, y 50% en Grecia.

El promedio sería aproximadamente 82 %. Sin embargo, este 82% no igualaría automáticamente el grado de concentración en la Comunidad Europea como un todo. Esto no necesariamente significaría que los 5 tostadores controlarían el 80% del mercado doméstico en la Comunidad Europea, sino que simplemente el grado promedio de concentración en los 12 mercados individuales, el cual incluye cinco compañías principales en cada mercado, al hacer el promedio, se tendrá una participación en el mercado del 82%.

Es difícil estimar cuántas compañías controlarían una proporción de requerimientos de café en forma agregada en la Comunidad Europea para el año 2.000. Con el fin de predecir una cifra a la ligera, tal vez sea necesario el siguiente enfoque que será de mucha ayuda. Si se asume que las cuatro principales multinacionales estarán presentes activamente en todos los mercados de la Comunidad Europea para el año 2.000 y que en promedio 3 de ellas estarán entre las 5 primeras, este ejercicio reduce el número de proveedores de 37 a 22. Si además se asume que las grandes corporaciones de familia que se mencionó anteriormente, logra cada una colocarse entre la clase de las cinco primeras, en un país adicional, entonces el número de proveedores se reducirá hasta 17.

Cabe hacer una observación sobre este punto: uno de los más grandes productores de Café Tostado y Molido en los Estados Unidos, una verdadera corporación global, tiene una vasta experiencia en el mercado europeo en una amplia variedad de productos, pero en este momento ha limitado sus actividades en el comercio del café hacia Italia únicamente.

**El Tradicional Negocio de Familia Europeo** ha alcanzado el tipo de estructura y tamaño que lo nivelaría para salir adelante en los mayores retos que puedan afrontar en el futuro. Sin embargo, no debemos olvidar que uno u otro de ellos, ya sean los mayores o los más pequeños, podrían abastecer perfectamente las corporaciones transnacionales con miras a expandirse aún más.

Por consiguiente se considera que sería razonable predecir que los cinco primeros lugares en los países individuales de la Comunidad Europea a la vuelta del siguiente siglo, serán compartidos únicamente por 15 proveedores.

Estos proveedores tendrán una participación total del mercado doméstico de más del 80%, como fue discutido previamente. Basado en las proyecciones de cantidad que se citaron anteriormente, las cuales estimaban un consumo total de café en la Comunidad Europea de 42 millones de sacos, lo que significaría que no menos de 34 millones de sacos serían manejados por las 15 compañías.

**La tercera hipótesis** se refiere a que la alta calidad de café, es la clave para tener éxito en el mercado europeo.

Aunque con buena memoria se puede mirar hacia atrás a través de aquellos espectáculos color de rosa y recordar el deleitable café que se acostumbraba degustar, saboreando los nombres de algunas marcas particularmente finas, esto de hecho no enfrenta realmente un análisis crítico.

Con frecuencia la calidad del café en el pasado no era verdaderamente muy alta. La preparación del café verde no era consistente y el transporte y el almacenamiento generalmente estaban lejos de ser lo ideal. La tecnología y el mercadeo del tostado y del empaque eran primitivos comparados con los estándares actuales. Era muy común tostar el café en los hogares.

Así pues, haciendo un balance, sería justo decir que la calidad del café bebido por el consumidor final era usualmente irregular y generalmente era muy inferior al alto nivel de la calidad que se disfruta hoy.

Los productos del café que conocemos y que nos gustan hoy, son el resultado de materias primas de alta calidad, competencia profesional en el comercio, óptima tecnología de procesamiento y empaque, además de las más modernas técnicas de mercadeo.

Históricamente, los tostadores europeos han tenido objetivos a largo plazo en su comercio. La preocupación por mantener la calidad siempre ha sido el primordial interés y jamás se ha descuidado este aspecto por consideraciones de ganancias en el corto plazo.

La situación tradicional se caracteriza por marcadas diferencias en el gusto: los escandinavos prefieren un tostado suave y una mezcla arábica que debe contener café del Brasil. Los alemanes aprecian la fina acidez de los cafés suaves cultivados en áreas altas y los europeos del sur prefieren una mezcla tostada y oscura que contiene el café robusta.

A pesar de todas estas variaciones regionales, en general continúa siendo un hecho, que la calidad de las importaciones de café verde ha crecido significativamente desde la conformación de la Comunidad Económica Europea, hace tres décadas.

La proporción de los cafés suaves se ha incrementado considerablemente. Como se puede observar en el Cuadro N° 6, la participación en el mercado de arábicas no lavados en el mercado ha aumentado levemente, siendo los robustas los cafés perdedores. Países como Francia y en menor medida Italia con marcadas tendencias en el consumo de robustas, presentan en los últimos años una clara tendencia hacia el café arábica.

Simultáneamente, en el interior de cada grupo ha habido un desplazamiento hacia cafés de calidades superiores, como es el caso de los suaves colombianos. Por otra parte la calidad general del grupo de arábicas no lavados ha tendido a igualarse y su nivel global es definitivamente mejor.

#### CUADRO N° 6

**COMUNIDAD EUROPEA (12 PAÍSES)**  
**Estructura de las Importaciones de Café Verde**  
**Según Calidades**  
**1958 y 1988**  
**Porcentajes**

Calidades	1958	1988
Suaves	32	42
Brasileños y otros Arábicas	23	24
Robustas y otros no especificados	45	34
Total	100	100

Si se realiza una evaluación relativamente conservadora del desarrollo futuro, asumiendo una proyección lineal de las tendencias actuales, se llega a un pronóstico para la estructura de calidad de las importaciones de la Comunidad Europea en el año 2.000, los cuales darían un 46% para los cafés suaves, los brasileños y otros arábicas permanecen sin cambio, un 24%, y el café robusta un 30% del mercado. Esto se ilustra en la parte superior del gráfico N° 4.

Sin embargo, una extrapolación lineal más avanzada no da suficiente justificación a los factores positivos vigentes en el mercado. La explicación para el mejoramiento de la calidad en el pasado, reside en el hecho de que esos países que inicialmente tenían bajas demandas de calidad la han elevado a niveles de los mercados de Alemania y Holanda. Este fenómeno será acelerado por el proceso de la integración europea. Los cálculos para el año 2.000 muestran que los suaves tendrían una

contribución del 50%, brasileños y otro grupo de arábicas 25% y los robustas el 25% restante. Ver parte inferior del gráfico N° 4.

El optimismo sobre la calidad que se resalta aquí se debe a los siguientes factores:

- Es muy posible que la integración del Mercado Europeo junto con una concentración continuada de la industria conducirá a un mayor fortalecimiento de las metas hacia una mejor calidad. Para el euro-consumidor exigente del futuro, le será muy natural solicitar productos de la más alta calidad. Inclusive, la mayoría de los expertos están de acuerdo sobre los requerimientos futuros del consumidor europeo.
- Los alimentos y bebidas gozarán de la máxima prioridad, las expectativas de calidad aumentarán, la demanda por productos "Gourmet" aumentará. Los productos alimenticios naturales y de salud están llegando a ser muy populares.

Los grupos multinacionales europeos y las grandes corporaciones de familia, registran una amplia trayectoria de alta calidad de café. Por el hecho de que ellos hayan tenido tanto éxito con esta política, se puede asumir que este proceso continuará. Las fronteras abiertas y un panorama distinto de medios publicitarios permitirán que los grandes tostadores anuncien y vendan los productos europeos a lo largo de toda la comunidad. Ellos anunciarán mezclas europeas utilizando los mismos canales de televisión, siendo destinados hacia los países nórdicos o para Sicilia. El estado avanzado de la tecnología del tostado y del empaque, el diseño del empaque y la uniformidad del producto establecerán el nivel para todo el sector consumidor de café en Europa.

Esto no significa que la necesidad del consumidor corra el peligro de ser convertida en un euro-consumidor estereotipo.

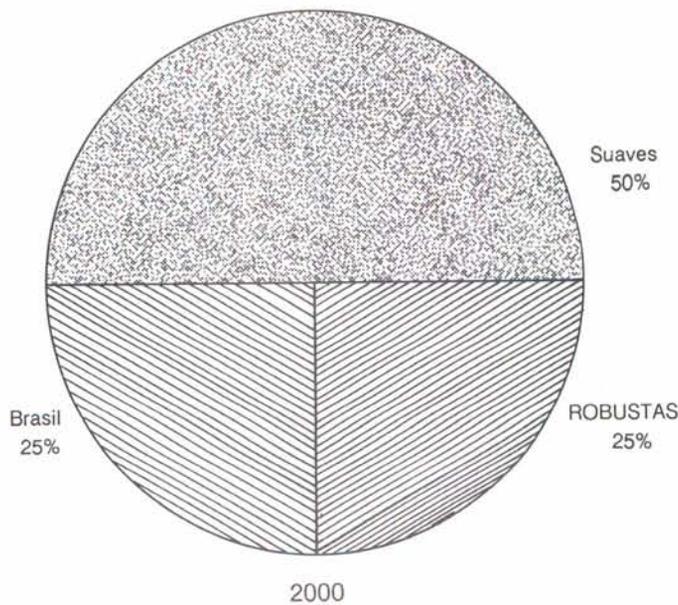
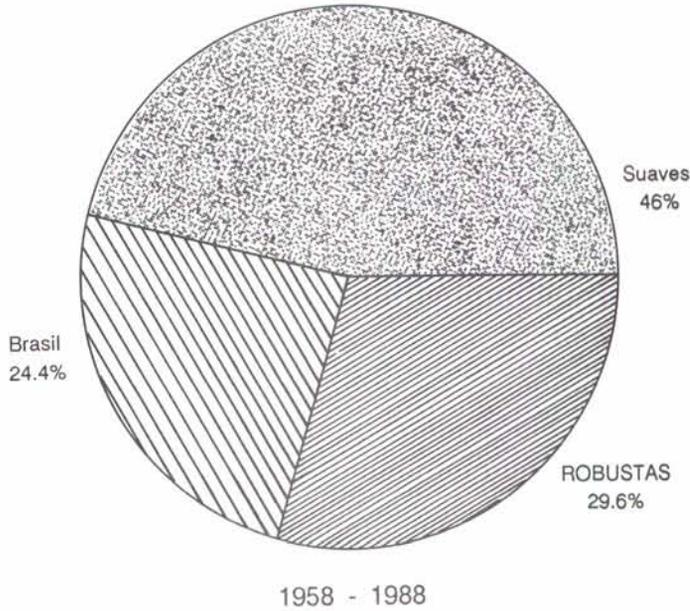
Se presentarán oportunidades para las compañías pequeñas y medianas de abastecer el mercado con mezclas especialmente hechas por encargo. Sin embargo, los grandes tostadores tampoco estarán dispuestos a dejar este sector inexplorado aún.

El gráfico N° 5 ilustra la estructura de calidad que se espera para el año 2.000, expresada en sacos y no por porcentajes, y es claro que el problema reside realmente en el lado del proveedor. Actualmente no existe pronóstico alguno de suficientes cafés suaves que estén disponibles para suplir la demanda adicional de la Comunidad Europea como se ha proyectado para el año 2.000. Una participación en el mercado del 50% para los cafés suaves, se traduciría en un requerimiento de 21 millones

Gráfico No. 4

### COMUNIDAD EUROPEA (12 PAISES) ESTRUCTURA DE LAS IMPORTACIONES DE CAFE VERDE SEGUN CALIDADES

Porcentajes



de sacos tan solo para los países de la Comunidad Económica -una cantidad impresionante de 9 millones más de sacos que las importaciones actuales de la Comunidad Europea. Por consiguiente, tendrán que presentarse aumentos considerables en la producción y esto solamente será posible, si se logra un desarrollo similar en los niveles de precios.

La cuarta y última hipótesis es que Europa fortalecerá su posición central en el flujo internacional del negocio del café. Inclusive, hoy, se procesan y consumen cerca de 40 millones de sacos en este continente. Al final del siglo, el consumo europeo estará cercano a los 60 millones de sacos.

Anteriormente se discutió sobre el posible desarrollo dentro del Mercado de la Comunidad Europea. En lo relativo al resto de Europa, considero que el consumo per cápita en los países escandinavos permanecerá igual, pues ellos parece que ya están muy cercanos al punto de saturación. Austria y Suiza habrían alcanzado el nivel de Europa Central de aproximadamente 10 kilos de café verde. Se ha estimado un promedio de consumo per cápita de 5 kilos en algunos de los países de Europa del Este como Yugoslavia, Polonia, Checoslovaquia y Hungría, ver cuadro N° 7. El desarrollo en la Unión Soviética, Bulgaria y Rumania es muy difícil de predecir y por consiguiente, se asumió que no habrá ningún cambio para el año 2.000 a estos niveles bastante bajos de consumo que existen en la actualidad.

Se multiplican esas cifras per cápita por la población pronosticada de los no miembros de la Comunidad Europea para calcular el consumo total estimado. Como el tema hoy es la comunidad y Europa en su totalidad, no se explorarán las tendencias de consumo en otros continentes. Sin embargo, para poder llegar a un estimado para las importaciones mundiales en el año 2.000, se asume una tendencia de consumo positivo moderado para América del Norte y una continuación de crecimiento dinámico para el Lejano Oriente. Obviamente esto no es aún el consumo mundial, puesto que no se ha tomado en cuenta el consumo interno en los países productores.

El gráfico N° 6 que ilustra la participación de Europa en las importaciones mundiales en 1988 y en el año 2.000, destacan el fortalecimiento de la posición del continente mucho mejor de lo que pudieran hacer las meras cifras. Como se puede apreciar, la participación de Europa en el mercado mundial aumentará -si las predicciones prueban estar correctas- de cerca de 57 por ciento en la actualidad a 60% en el año 2.000, mientras que la participación de Norte América disminuirá de 29 a 24%.

### CUADRO N° 7

#### PROYECCIÓN DE LAS IMPORTACIONES DE CAFÉ IMPORTACIONES MUNDIALES DE CAFÉ VERDE 1988 y 2000 en millones de sacos de 60 kilos

Regiones	1988	2000
Comunidad Económica Europea	29	42
Otros países de Europa Occidental	5	6
Polonia, Hungría, Checoslovaquia, Yugoslavia	3	8
Unión Soviética, Bulgaria, Rumania	2	2
Total Europa	39	58
Norteamérica	20	23
Asia y Otros	10	15
Total mundial	69	96

Un factor adicional significativo, es que la unificación de la moneda en la Comunidad Económica deberá ser una realidad en el año 2.000. Para esa época estaremos realizando nuestros cálculos en una unidad monetaria Europea -ya sea bajo el nombre de ECU o cualquier otra denominación- y podrá ser utilizada junto con las monedas nacionales o no, pero el comercio internacional estará indudablemente entre los primeros en utilizar una moneda común europea.

Actualmente, la industria del café en Europa comercia con 15 a 20 diferentes monedas: en dólares, libras esterlinas o francos franceses para compras y en varias monedas locales para las ventas. El dólar tiende a actuar como un tipo de común denominador en todo esto.

La moneda común europea transformará esto totalmente. Esto es una buena razón para creer que para el año 2.000, el comercio del café verde no estará basado en el dólar, sino en la unidad monetaria común europea. Si los 42 millones de sacos para las ventas, son todos negociados en una misma moneda, entonces también será obvio considerar la idea de prescindir del dólar en las compras.

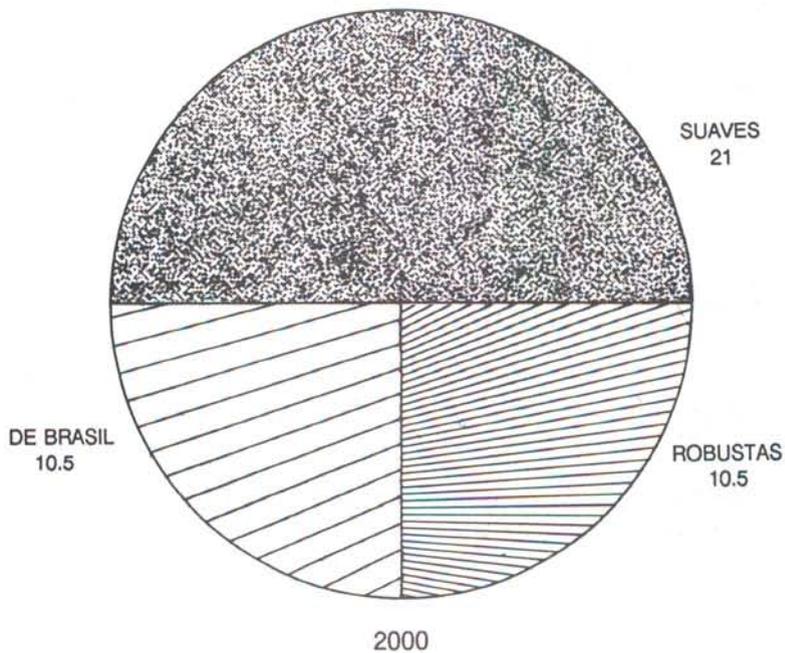
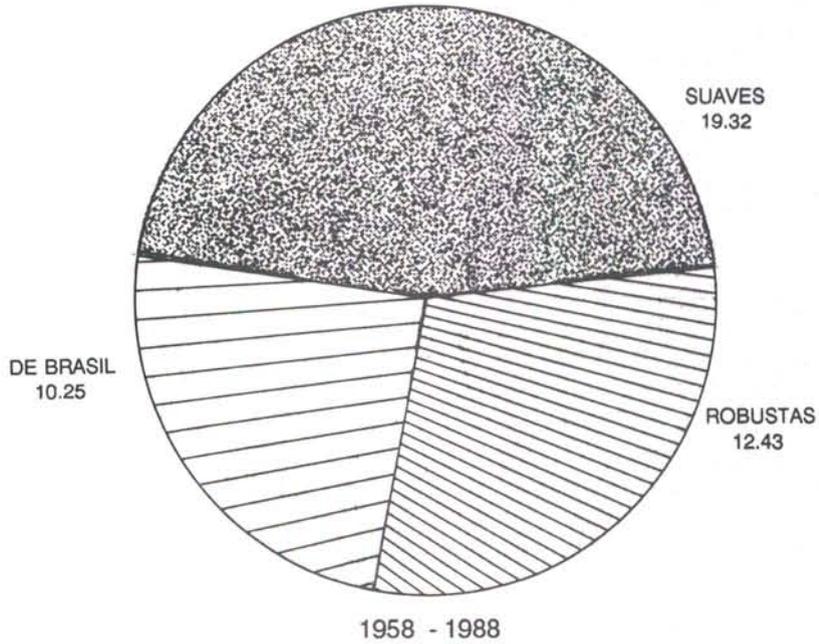
La utilización de una moneda común europea también sería un medio más seguro para el cálculo de muchos países del Tercer Mundo, los cuales tienen una fuerte relación comercial de doble vía con Europa -y, por supuesto, no solo con el café verde.

Gráfico No. 5

**COMUNIDAD EUROPEA (12 PAISES)**  
**ESTRUCTURA DE LAS IMPORTACIONES DE CAFE VERDE**

ESTIMACION AÑO 2000

En Millones de Sacos de 60 Kilos



Para el año 2.000, los instrumentos técnicos a nuestra disposición en el comercio mundial del café también serán más sofisticados de lo que son actualmente. Los mercados terminales convencionales estarán conectados por nuevos instrumentos comerciales. Las tendencias que exhibe el mundo hacia la privatización y liberación de los mercados estimularán adicionalmente estas tendencias.

Considerando estos desarrollos, es muy probable que en año 2000 los mercados terminales no estarán realizando transacciones en dólares ni en libras esterlinas sino en una moneda común europea. Por consiguiente, ¿no sería más razonable transferir los principales intercambios en café hacia el Continente Europeo? El lugar más práctico de seguro estaría en el mercado individual más grande, ya que los mercados de futuros funcionan mejor en el sitio donde el producto físico se está transando con más intensidad. Y puesto que Alemania estará probablemente importando 13 millones de sacos en el año 2.000, a través de los puertos de Hamburgo y Bremen, tiene sentido ubicar allí el mercado de futuros para los suaves y arábicas no lavados.

Con seguridad, los comerciantes de café y los especuladores estarán de acuerdo, pues los puertos ya mencionados manejarán volúmenes de café para otros mercados europeos. Es interesante anotar que, contrariamente al pasado, la legislación de Bonn favorece actualmente la creación de mercados terminales en Alemania.

Otro punto: Hamburgo también sería un sitio alternativo ideal para la Organización Internacional del Café. Con seguridad no perjudicaría a la ICO estar más cerca a las realidades del flujo del café y apartarse de la burocracia abstracta del capital cosmopolita inglés en la atmósfera física comercial diaria del puerto libre de Hamburgo. De esta manera, la organización adquirirían un sentido de la realidad muy necesario.

Finalmente, se describen los cambios que caracterizarán el negocio del café verde al entrar este nuevo milenio:

En el Mercado Europeo Individual, la industria del tostado del café altamente concentrado querrá regresar a su función original de producción y distribución, puesto que la dinámica con la cual crecerán las ventas en el área de consumo, requerirá su total atención. Utilizarán los servicios eficientes de empresas comerciales para realizar el suministro competitivo del café verde. En el proceso, las demandas hechas en el negocio en términos de experiencia, servicio y profesionalismo, también deberán ser modificados.

Las casas comerciales comprenderán que su papel será el de actuar como un enlace entre la industria, como se ha descrito, y un Tercer Mundo que está cambiando rápidamente. La nueva forma de pensamiento que trae la Perestroika ya se está haciendo sentir en la actualidad. La tendencia hacia la liberación y privatización, la cual trae consigo una reducción en la intervención del Estado, está ejerciendo una influencia sobre las actividades en varios países productores de café.

Esta tendencia se mantendrá y llevará a un cambio radical en las prácticas comerciales. Los contratos a largo plazo, suscritos entre entes gubernamentales y agentes comerciales (en ciertas ocasiones con los mismos tostadores) se presentarán con menos frecuencia, siendo sustituidos paulatinamente por las prácticas comerciales tradicionales. Al asumir los riesgos del país y el manejo de los problemas vinculados con la calidad, la logística y las finanzas crecerán en importancia, realizando el papel de las casas comercializadoras modernas, cuyas funciones deben ser las de mantener su actividad en un gran número de países productores, actuando incluso como exportadores. De otra parte, las casas comerciales también están estrechamente involucradas con la industria torrefactora en cuanto a la innovación del producto, la tecnología de embarque y métodos de transporte, asumiendo una amplia variedad de riesgos y protegiendo el cumplimiento de los contratos. En todos los casos ellos proporcionan una amplia gama de servicios y actúan como socios tanto para el país productor como para el tostador europeo.

Desde los países consumidores, las compañías comerciales coordinarán estas actividades en los países productores, colocándolos en el contexto del mercado internacional y por ende, cumplirán con su papel de proveedores en la industria tostadora y de procesamiento.

Por su lado, la industria no pretenderá ni estará capacitada para involucrarse en esas partes del mundo, las que estarán sujetas a un cambio permanente de acuerdo a lo que se requiere para asegurar eficientemente sus fuentes de abastecimiento.

Por último, se hacen algunos breves comentarios sobre nuestro grupo de compañías, el cual parece ser un buen ejemplo del tipo de organización que está adecuadamente avanzando en el proceso de ajuste a los requerimientos descritos anteriormente.

Es bueno para la industria saber que se puede confiar en la experiencia de una organización comercial mundial, al estar enfrentada a todos estos retos. La Neumann Kaffee Gruppe está presente en 21 países y su primus inter pares es Bernhard Rothfos GMBH en Hamburgo.

El grupo continuará expandiendo sus actividades a más países y pretende beneficiarse de la actual corriente de privatización tanto en Europa Oriental como muchos de los países productores de este bien. "Piensa globalmente, actúa localmente", podría ser el lema.

En el fondo de todos nuestros esfuerzos está el empeño de formara una unión entre los intereses de los productores y la industria de procesamiento. Esto demuestra un espíritu de servicio y cooperación que distingue las transacciones del Grupo en todo momento.

El Grupo está dedicado preferentemente por principio a sociedades de largo plazo más que a la explotación de oportunidades a corto plazo y al Grupo le agrada estar dedicado al café y no aspira a diversificarse con otros productos. Por ello emplea todos sus recursos en la búsqueda de un sólido crecimiento de sus actividades del café.

Se invita a las personas que están relacionadas en el comercio del café verde, a desarrollar sus propios con-

ceptos, pues el mercado necesita muchos participantes efectivos y exitosos -las oportunidades son inmensas.

Cuando se presenta el momento de ofrecer el café de más alta calidad al consumidor del siglo veintiuno, se complementarán espléndidamente un sector comercial próspero y una industria tostadora altamente eficiente. De esta manera, una cifra de consumo de la Comunidad Europea de 42 millones de sacos y una cifra total de Europa de 58 millones de sacos, difícilmente serán fantasías utópicas.

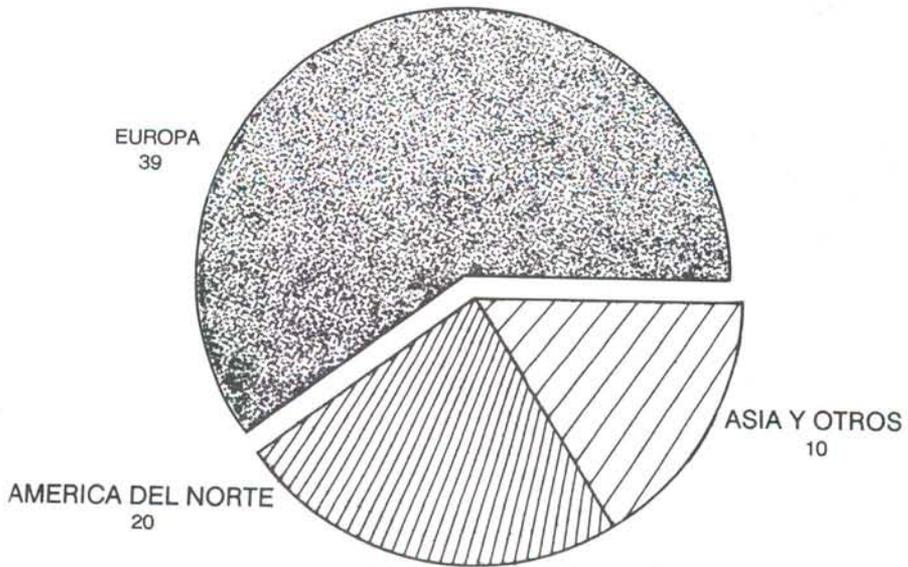
A pesar de que solo se alcanzó a mostrar un rápido bosquejo en este escrito, se espera que todos estén de acuerdo con estos pensamientos y que podamos mirar hacia adelante con optimismo hacia un futuro brillante para nuestro magnifico producto.

Aceptemos todos con entusiasmo los enormes retos que se intentó describir. Cualquier persona que se dedique con imaginación y valor a esta tarea, gozará de una buena cosecha de éxito profesional y satisfacciones.

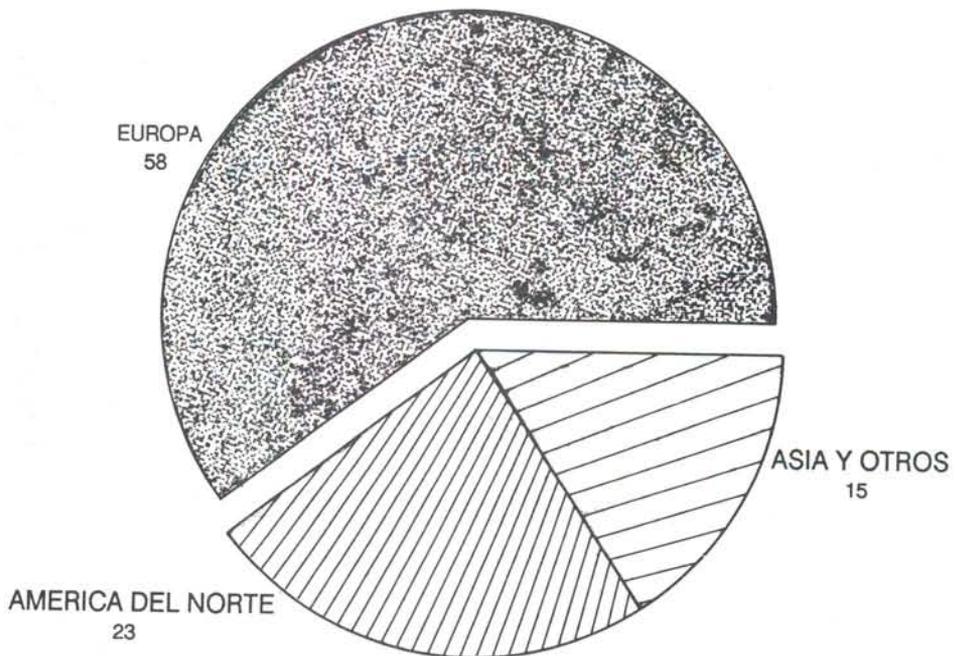
Gráfico No. 6

### PROYECCION DE LAS IMPORTACIONES DE CAFE IMPORTACIONES MUNDIALES DE CAFE VERDE 1988 Y 2000

En Millones de Sacos de 60 Kilos



AÑO 1988: IMPORTACIONES MUNDIALES 69 MILLONES DE SACOS



AÑO 2000: IMPORTACIONES MUNDIALES 96 MILLONES DE SACOS