

Ensayos sobre
ECONOMÍA CAFETERA



Ensayos sobre ECONOMÍA CAFETERA

DIRECCIÓN

Gerencia General Federación

CONSEJO EDITORIAL

Gabriel Silva
Luis Genaro Muñoz Ortega
Catalina Crane Arango
Diego Pizano Salazar
Cynthia Mercer Castillo
Andrés Valencia Pinzón

REDACCIÓN Y EDICIÓN

José Chalarca

DIAGRAMACIÓN Y FOTOCOMPOSICIÓN

Litocenco

IMPRESIÓN

Litocenco Ltda.

Tels.: (2) 666 4819 - 690 4400

Año 17 No. 20

Enero - Diciembre 2004

La opinión de los colaboradores no compromete el pensamiento de la *Federación Nacional de Cafeteros* y es de su exclusiva responsabilidad.

EDITORIAL

ORGANIZACIONES PRIVADAS

Y DIVIDENDOS PÚBLICOS:

LA INSTITUCIONALIDAD CAFETERA

Gabriel Silva

7

ESTÁNDARES Y SOSTENIBILIDAD EN EL SECTOR CAFETERO

Stéfano Ponte

Trad. Ma. Alejandra Botiva

31

EL MERCADO DEL CAFÉ

Bryan Lewin, Daniele Giovannucci,

Panos Varangis. Trad. Julián García

85

CADENAS DE PRODUCTOS BÁSICOS AGRÍCOLAS

Comisión de las Comunidades

Europeas

107

CAFÉ Y CAMBIO DE PAISAJE EN LA ZONA CAFETERA COLOMBIANA

Andrés Guhl

137

ANEXO ESTADÍSTICO

155

Editorial

Organizaciones privadas, dividendos públicos:

**La Institucionalidad Cafetera como Modelo
de Equidad y Estabilidad
para el Sector Rural Colombiano**

Gabriel Silva¹

INTRODUCCIÓN

Es extensa la literatura que documenta cómo el sector cafetero se constituyó en un motor de crecimiento y desarrollo económico, social, político e institucional y determinó por muchos años el comportamiento de las principales variables económicas de Colombia. Muchos historiadores le atribuyen al café el papel de integrador regional a través del impulso propiciado desde sus inicios para lograr el desarrollo de la infraestructura y el sistema financiero, cimentando de esta forma las bases para el despegue de la economía colombiana a principios del siglo XX. El café ha sido desde el siglo pasado no sólo el principal producto agrícola de exportación, sino uno de los principales generadores de divisas para el país: en 1925 representaba cerca del 75% de las exportacio-

nes totales, en la década de los años ochenta esa participación aún era superior al 40% y en la actualidad se ubica en cerca de 7%, como resultado del normal proceso de diversificación de una economía desarrollo.

Más importante aún es el papel que ha jugado en términos de distribución del ingreso, al haber canalizado todo su crecimiento y desarrollo hacia el sector rural colombiano y haber compensado en buena medida el sesgo urbano que aún caracteriza los procesos y políticas de desarrollo en los países con bajo nivel de ingreso. Hoy, y a pesar de la reducción de su participación dentro del valor total de las exportaciones, es imposible desconocer el impacto de la actividad cafetera y su "modelo de desarrollo" –pasado y presente– como el de mayores dimensiones en una economía rural que se caracteriza por el vacío institucional.

1- Gerente General de la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia, con la colaboración de Guadalupe Bedoya y Andrés Valencia.

En 2002, el café respondió por el 20% de las hectáreas cosechadas (Cuadro 1) y el 34% al considerar sólo los cultivos permanentes; cerca del 22% del PIB agrícola –más del 40% en 4 departamentos–; el 10.3% del PIB agropecuario; cerca del 37% del empleo agrícola nacional; extendiéndose a lo largo de 590 municipios, a través de 560,000 familias asociadas al cultivo.

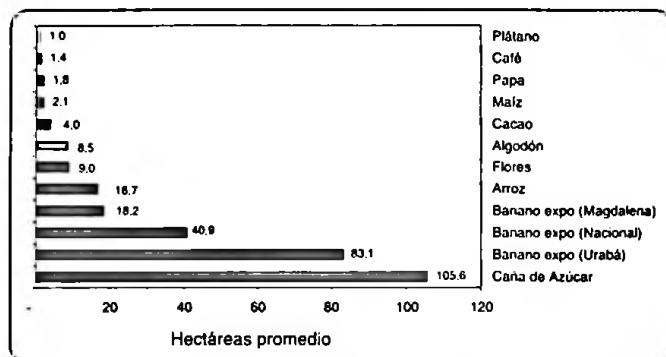
Cuadro 1. Participación dentro del área cultivada y el PIB Agrícola para los principales cultivos

Cultivo	% del total hectáreas cosechadas 2002	% valoración producción agropecuaria
Transitorios	41%	16,6%
Maiz total	14%	1,5%
Arroz total	12%	5,5%
Papa	4%	3,6%
Hortalizas	3%	4,0%
Frijol	3%	0,8%
Permanentes	59%	26,9%
Café	20%	10,3%
Plátano	10%	5,7%
Caña panela	6%	1,9%
Yuca	4%	2,2%
Frutales	4%	2,2%
Caña azúcar	4%	2,5%
Palma africana	4%	1,9%
Cacao	3%	0,5%
Banano exportación	1%	2,9%
Total	100%	56,5%

Fuente: Anuario Estadístico del Sector Agropecuario, 2002, Minagricultura.

Un elemento histórico característico de la economía cafetera es el proceso de democratización de la propiedad. Como se puede observar en el Gráfico 1, las diferencias en el tamaño promedio de los cultivos en Colombia sobrepasan en su mayoría al promedio que se registra en café. Sólo cultivos como el plátano y la papa, cuya vocación principal es el mercado interno, registran niveles de área cultivada parecidos al cafetero. Al efectuar la comparación con cultivos de exportación importantes como el banano o las flores, las diferencias son bastante importantes.

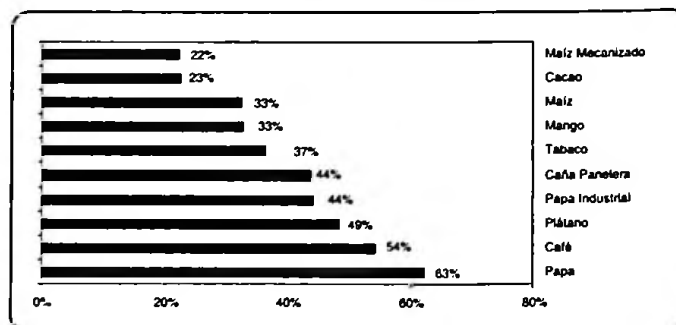
Gráfico 1. Hectáreas promedio cosechadas para algunos productos agrícolas (2002)



Fuentes: DANE-SISAC, Minagricultura, Gremios, cálculos del autor.

Al analizar el grado de concentración de la propiedad para algunos productos en el rango inferior de hectáreas promedio y con base en la información disponible, se encuentra que el café es uno de los cultivos donde una mayor proporción del área está en manos de productores que tienen menos de 10 hectáreas cultivadas. Esto confirma el grado de democratización de un cultivo con vocación exportadora y asimismo el alcance de los efectos distributivos que se logran a través de todas las acciones encaminadas a la defensa del caficultor, la generación y los escalonamientos de valor agregado (Gráfico 2).

Gráfico 2. Porcentaje del área total con fincas menores de 10 hectáreas para algunos cultivos



Fuente: Encuesta Nacional Agropecuaria - 2001, Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural y DANE- Proyecto SISAC, Cálculos del autor. Para los cultivos transitorios se toman las áreas cosechadas.

La importancia del sector cafetero no radica entonces, exclusivamente, en su contribución en la generación de divisas o en el Producto Interno Bruto. Su impacto social se amplifica por sus efectos distributivos, por ser un gran generador de empleo, multiplicador de la demanda agregada y por constituirse en soporte para el desarrollo de otros sectores de la economía. El café se constituye en el producto que mayor impacto distributivo ha generado para las zonas rurales colombianas. Es en este contexto en el que debe centrarse el análisis del modelo cafetero: su tejido e importancia social cobran igual vigencia hoy que en el pasado.

Para entender cómo una institucionalidad privada genera tantos y tan importantes dividendos públicos es necesario detenerse a examinar cómo ha ido evolucionando para alcanzar los objetivos que motivaron su organización y los que fueron surgiendo a través del tiempo. La estructura derivada de esa historia -objeto de admiración y reconocimiento internacional- no sólo ha permitido afrontar las dificultades presentes, sino que se constituye en la base para enfrentar los desafíos que imponen los mercados modernos y establece una gran diferencia frente a otros productores agrícolas del mundo.

EL MODELO INSTITUCIONAL CAFETERO

En las últimas décadas, el institucionalismo ha emergido como un nuevo paradigma para explicar fenómenos que la teoría económica había marginado de sus modelos tradicionales estudiando el papel de las instituciones, la cultura y los valores, y reiterando la importancia de la acción colectiva y el control social. Su mayor aporte consiste explicar como la asignación de recursos – que no siempre será óptima–, la eficiencia económica, el bienestar social y la distribución del ingreso, pueden explicarse a partir de estructu-

ras institucionales diferentes al mercado. Este es el marco conceptual bastante más cercano al mundo real, bajo el cual se puede explicar con mayor facilidad el modelo cafetero.

En línea con los conceptos del Nuevo Institucionalismo, desde hace cerca de 75 años, el sector cafetero colombiano ha establecido instituciones distintas del mercado para resolver dilemas colectivos tales como la creación de externalidades positivas, la provisión de bienes públicos y el enfrentamiento a los problemas de información, costos de transacción y otras imperfecciones del mercado. De esta forma se ha logrado mejorar la rentabilidad de largo plazo del café y se han generado importantes efectos distributivos en el sector rural. Este modelo ha demostrado ser efectivo para lograr el acceso a mercados a través del desarrollo de un completo sistema de comercialización, almacenamiento, asistencia técnica, investigación y desarrollo tecnológico, promoción y soporte institucional. Adicionalmente, en Colombia alrededor del café no sólo hay una articulación de los intereses gremiales y de la cadena, sino que existe un capital social con identidad, el cual potencia los beneficios de la asociación.

Es importante resaltar que las instituciones *per se* no son suficientes para replicar estos resultados; varias condiciones deben presentarse para que su acción sea efectiva. La institucionalidad debe ser abierta, participativa, y debe generar ahorro colectivo. Adicionalmente, debe ser eficiente y esa eficiencia está asociada principalmente a la calidad de las instituciones y de las políticas. Mancur Olson lo expone de la siguiente manera: "cuando uno se pregunta: ¿por qué algunas naciones son ricas mientras otras son pobres?, la clave está en que las naciones producen dentro de sus fronteras no aquello que la dotación de recursos permite, sino aquello que las instituciones y las políticas públicas permiten"². Estas con-

2- Olson, Mancur, "Big Bills Left on the Sidewalk: Why Some Nations are Rich, and Others Poor", *The Journal of Economic Perspectives*, 1996

diciones garantizan que estrategias de largo plazo, que no tienen racionalidad y viabilidad económica individual para los asociados, sean viables como resultado de la acción colectiva.

Esto pone de relieve un tema que es importante para el café así como para el país. En el mundo de hoy, las ventajas comparativas son una condición necesaria pero no suficiente para competir, mantenerse y ascender en la cadena productiva. Colombia tiene las ventajas comparativas en la producción de café pero son las ventajas competitivas las que hacen la diferencia y las que se constituyen en sus principales fortalezas para proteger al productor y para enfrentar con oportunidades, los desafíos que la estructura actual de los mercados impone.

El conjunto de arreglos institucionales sobre el cual se erige el modelo cafetero cubren el ámbito social, político, económico, científico e institucional e involucra no sólo a los productores cafeteros, sino al Gobierno Nacional Central, a los Gobiernos Regionales, y a otros sectores de la población. En este conjunto se encuentran las instituciones, las organizaciones y por supuesto el capital social. Las instituciones son las reglas y las normas que acotan la interacción de los participantes. Las organizaciones, en palabras de Douglas North, son los jugadores que se enmarcan dentro de esa institucionalidad. Por su parte, el capital social podría interpretarse –en un debate que aún está inconcluso– como una serie de activos sociales, culturales, cognoscitivos, institucionales, etc, que aumentan la probabilidad de obtener beneficios a través de la acción colectiva y que expresan una relación de confianza y cooperación cívica.

El papel del capital social es fundamental en el proceso de democratización y aumento de la responsabilidad de la sociedad en la gestión de la economía y del Estado ya que refleja la fortaleza del tejido social. Dentro del sector cafetero éste

puede ser analizado como otras formas de capital pues su utilización genera beneficios individuales y colectivos.

La característica fundamental del modelo cafetero ha sido la capacidad para crear un conjunto de arreglos institucionales y consolidar un capital social que, tal como lo señalaba el profesor Mancur Olson, son una excepción al patrón universal. Olson sostenía que "(...) en la mayor parte de los países latinoamericanos, [y] en la mayor parte de los países en desarrollo, los agricultores y campesinos no han podido organizarse en forma adecuada; están dispersos en la zona rural, y muchas veces tienen problemas de comunicación y de transporte, (...) y esto plantea grandes dificultades para la acción colectiva [las cuales] en muchos casos son prácticamente dificultades insuperables"³. Ello ha redundado en que los productores reciban una menor porción del precio. La evidencia sustenta su teoría de la lógica de la acción colectiva de por qué estos beneficios son capturados más fácilmente por grupos pequeños. Cuando los grupos son grandes no existen incentivos para participar en acciones voluntarias que propendan al bien colectivo debido a que los beneficios marginales serán distribuidos entre todos los integrantes del sector, hayan o no participado en un proceso que es caro y en el cual es difícil distribuir los costos.

Al respecto, es útil resaltar que uno de los elementos determinantes para la consolidación del modelo cafetero y el mantenimiento de su institucionalidad fue el que, desde sus inicios, se estableció un impuesto que financiaría las acciones necesarias para conseguir los objetivos propuestos. En este mismo orden de importancia, se encuentra la filosofía de concertación con el Gobierno Nacional, que ha garantizado la continuidad de las políticas y la visión de largo plazo, siempre sujetas a la consistencia y estabilidad macroeconómicas.

Otra característica fundamental del modelo es el principio de descentralización. Sus organizaciones, ya sean políticas, sociales o económicas, están ubicadas estratégicamente para servir al caficultor. Asimismo, su administración es descentralizada y delimitada por unos lineamientos de política que establecen las instancias superiores. Este elemento ha permitido una mayor cohesión y eficiencia, aumentando las posibilidades de obtener resultados a través de la acción colectiva, generado mayor participación y responsabilidad de la base, respecto a la toma de decisiones y la retroalimentación de las políticas. En ese contexto, ha sido determinante para la consolidación democrática, respetando la diversidad e idiosincrasia regional del país.

En términos generales el modelo ha buscado principalmente maximizar, estabilizar y transferir la mayor parte del ingreso al caficultor mediante las políticas de garantía de compra, comercialización institucional, sustentación del precio interno y regulación. Al mismo tiempo, en la búsqueda de una caficultura eficiente, sostenible y competitiva se han ofrecido una serie de bienes públicos y otros servicios institucionales de libre apropiación para el sector. Dentro de los bienes públicos se encuentran la asistencia técnica, la investigación científica, la garantía de compra, la promoción y publicidad, y el ordenamiento de la producción.

Dentro de otros servicios institucionales el modelo se ha caracterizado por una alta ejecución de inversión en obras y servicios sociales para el desarrollo regional; la función crediticia directa o a través de inversiones en instituciones financieras; y la inversión en fondos y empresas que surgieron —la mayoría de las veces— para enfrentar imperfecciones de mercado, para lograr la integración vertical o mejorar la acción colectiva en diferentes frentes estratégicos. Todos los cafeteros, tienen acceso universal y sin discriminación a los bienes públicos de garantía de compra, investigación y extensión y a los servicios ofrecidos por el Fondo Nacional del Café -FoNC y la Federación.

Si bien el modelo cafetero ha mantenido en el curso del tiempo su función objetiva esencial, cual es procurar el bienestar del caficultor, debe subrayarse la importancia del cambio institucional. Por lo tanto, es posible identificar diferencias importantes que ameritan dividir el análisis. Los criterios que determinan esas diferencias son básicamente los mecanismos e instrumentos definidos como prioritarios para garantizar el bienestar del caficultor, delimitados muchas veces por los recursos disponibles para esa intervención.

LAS INSTITUCIONES Y ORGANIZACIONES CAFETERAS

Las organizaciones sobre las cuales se generan las interacciones más importantes son la Federación Nacional de Cafeteros (FNCC) y el Fondo Nacional del Café (FoNC). La FNCC fue creada en 1927 con apoyo del Gobierno Nacional y los gobiernos regionales, después de varios intentos de organizar el sector por cerca de tres décadas. La FNCC es el eje desde donde se desprenden organizaciones fundamentales como los Comités Departamentales y Municipales de Cafeteros y una serie de organizaciones económicas que han surgido a lo largo del tiempo para el aprovechamiento de los beneficios de la acción colectiva (Almacafé, CENICAFÉ, Cooperativas, Fábrica de Café Liofilizado, entre otras).

El FoNC es una cuenta del Tesoro Nacional, administrado por la FNCC, creada a partir de 1940, a donde se dirigen las contribuciones obligatorias del sector para ser redistribuidas dentro del mismo sector con destinación específica. El FoNC es uno de los principales instrumentos creados para la defensa de la industria cafetera, que ha permitido consolidar la función comercial, para cumplir con los requerimientos de los acuerdos internacionales y la defensa y estabilización del ingreso del caficultor, así como para el desarrollo de una serie de políticas en procura de su bienestar.

El conjunto de reglas del juego que constituyen las instituciones cafeteras, están definidas por

las normas construidas por el Gremio y el Gobierno a través de los mecanismos definidos por las instituciones (Leyes, Decretos, Contratos y Convenios), los cuales se han convertido en los lineamientos de la política cafetera nacional. Tal es el caso de las normas de calidad y regulación de la exportación, las políticas de comercialización interna y externa, la política de promoción y publicidad, las reglas de contribución, entre otras.

Por su parte, el capital social está integrado por las redes instauradas por los caficultores en sus instituciones y organizaciones, las cuales trascienden al ámbito cafetero e incluyen la interacción con los diferentes niveles gubernamentales y el resto de la sociedad.

Se pueden definir dos grupos de organizaciones de acuerdo con sus funciones primarias: el primer grupo lo podemos denominar organizaciones de carácter gremial y el segundo organizaciones de carácter económico. En el primero se clasifica a las organizaciones elegidas democráticamente, cuya función primaria es la de representar los intereses de los caficultores. En el segundo grupo se clasifica a las organizaciones que cumplen primariamente una función económica. Es necesario subrayar, sin embargo, que aunque el criterio escogido es la función primaria, es imposible separar las funciones completamente porque son transversales a toda la institucionalidad cafetera.

En Gráfico 3 se puede observar la representación del primer grupo de organizaciones. Los Comités Departamentales y Municipales que son las organizaciones que ejercen el contacto más cercano con el caficultor. Son los ejecutores de las políticas y lineamientos establecidos en órganos superiores y al mismo tiempo son los catalizadores y voceros de las necesidades y preocupaciones del caficultor hacia las instancias decisorias de la política cafetera. El proceso democrático es el siguiente: los caficultores eligen a los integrantes de los Comités Departamentales y Mu-

nicipales de Cafeteros. A su vez, los primeros son los Delegados al Congreso Nacional de Cafeteros, máxima autoridad de la FNCC. Actualmente, hay constituidos 15 Comités Departamentales, cada uno dividido en 6 circunscripciones con equivalente número de representantes, 371 Comités Municipales y 3 Oficinas Coordinadoras⁴.

Entre las organizaciones económicas más importantes se cuentan las que constituyen la red comercial institucional; las que son complementarias de primer orden, es decir, que están relacionadas directamente con la actividad; y las complementarias de segundo orden, que son las que cumplen funciones que apoyan al sector de manera indirecta. El primer grupo está compuesto principalmente por la FNCC como exportadora, Almacafé con sus 13 bodegas y sus servicios de operación logística y trilla, 39 cooperativas donde la Federación y los productores tienen la mayor participación, y 492 puntos de compra (Gráfico 4).

Las cooperativas cuentan con su propia agencia exportadora (Expocafé) que también es parte de este grupo. Adicionalmente, se encuentran la Fábrica de Café Liofilizado que produce y exporta café soluble y, más recientemente, las tiendas de café Juan Valdez con las cuales se llega directamente al consumidor final. Otros arreglos institucionales se han establecido para impulsar proyectos de valor agregado, que se incluirían en este subgrupo.

Las entidades económicas complementarias de primer orden son, por ejemplo, la FNCC, CENICAFÉ y la Fundación Manuel Mejía. Finalmente, el grupo de organizaciones económicas de segundo orden se ha venido contrayendo en el tiempo toda vez que se ha decidido concentrar los esfuerzos y recursos en empresas relacionadas directamente con el sector. Tomando un referente histórico, este grupo estaría integrado por el Fondo Rotatorio de Crédito, el Banco Cafetero, la Flota Mercante Gran Colombiana, entre otros.

4 Las Oficinas Coordinadoras están situadas en departamentos que sin contar con un Comité Departamental, cuentan con una producción que amerita la existencia de una organización que cumpla sus funciones.

Gráfico 3. Distribución de institucionalidad representada en las organizaciones elegidas en forma democrática



Gráfico 4. Red Institucional Comercial al interior del País



EVOLUCIÓN DEL MODELO EN EL TIEMPO

Es importante definir al menos tres fases del modelo cafetero dentro de su evolución histórica. La primera fase se puede delimitar desde la creación de la FNCC en 1927 hasta la fundación del FoNC en 1940; la segunda fase entre 1940 y el año 2001; la tercera es la que empieza en el año 2002 y está en ejecución.

Fase 1. Fundación de la FNCC en 1927 hasta la creación del FoNC en 1940

Durante este periodo se presenta la gestación de las primeras organizaciones y arreglos institucionales; la mayor intervención se hizo a nivel comercial. Se creó el primer impuesto cafetero (1927), los almacenes de depósito (1929), el servicio de extensión y el programa de educación (1929), la Caja Agraria (1931) y el Centro de Investigaciones del Café, CENICAFÉ (1939). Sin embargo, la institucionalidad carecía de instrumentos comerciales suficientemente fuertes como para tener un impacto importante dentro de la comercialización interna⁵ o cumplir con los compromisos derivados de acuerdos internacionales. El modelo era altamente centralizado.

Fase 2. Creación del FoNC en 1940 hasta 2001

Esta fase registra la consolidación del modelo cafetero gracias, principalmente, a la creación del FoNC y al aumento considerable de los recursos, factores que permitieron la ampliación de sus funciones institucionales.

El FoNC se crea inicialmente como un instrumento comercial para cumplir con los acuerdos comerciales establecidos ante la difícil situación del mercado mundial cafetero ocasionada por la Segunda Guerra Mundial. Posteriormente, se convierte en el principal instrumento de política cafe-

tera toda vez que sus recursos permitieron ampliar radio de acción desde la estabilización y comercialización del grano, hasta la creación de organizaciones económicas con diferente orden de complementariedad. Entre ellas se encuentran la Compañía Nacional de Navegación Fluvial (1944), la Flota Mercante Grancolombiana (1946), la Compañía Agrícola de Seguros (1952), el Banco Cafetero (1953), ALMACAFÉ y la Fundación Manuel Mejía (1965), y la Fábrica de Café Liofilizado (1973).

Se crearon también programas que cambiaron fundamentalmente el impacto de la institucionalidad en el sector como son la Campaña de Conservación de Suelos (1945), la Garantía de Compra (1958), la Campaña de Promoción y Publicidad en el exterior (1959), la cédula cafetera (1960), el Programa de Salud (1976), el Fondo Ecológico (1991) y la Encuesta Nacional Cafetera (1997). Adicionalmente, se incrementaron los recursos para la inversión social a través de los Comités Departamentales y se descentralizó su administración, siguiendo siempre los lineamientos definidos por las instancias de orden superior.

Este modelo se desenvuelve durante la mayor parte del auge de los convenios internacionales que garantizaron ingresos altos y con mayor estabilidad para el país. Adicionalmente, la intervención de la institucionalidad que siempre fue alta por su injerencia en la economía y en las decisiones de política económica, se extendió hasta el ámbito de lo que se ha considerado como obligaciones del Estado. Es así como se incrementó la ejecución en las zonas cafeteras de recursos destinados a la inversión en educación, salud e infraestructura, desplazando la inversión del Gobierno la cual se dirigió a otras zonas del país. Es así como la institucionalidad priorizó el gasto en bienes y servicios institucionales que representaban un ingreso indirecto para el caficultor.

A principios de esta década se hizo inaplazable la necesidad de hacer ajustes institucionales

5- La participación en promedio fue inferior al 10% dentro del mercado interno.

debido a los cambios estructurales registrados por el mercado internacional durante la década de los años noventa, particularmente la caída del pacto de cuotas cafeteras.

Fase 3. Ajuste institucional iniciado en 2002

Ante los cambios estructurales presentados en el mercado internacional se hacía imperante emprender una serie de ajustes institucionales consistentes con la nueva estructura del mercado y con un nuevo escenario de precios que aún es incierto. En este sentido, uno de los mayores cambios fue la decisión de acotar la contribución cafetera a un nivel que permitiera seguir proveyendo los bienes públicos y algunos de los gastos institucionales de manera priorizada.

La inversión social que por mucho tiempo fue desarrollada y financiada por la institucionalidad a través de los Comités se transforma ahora a un esquema de cofinanciación, donde los entes gubernamentales y no gubernamentales, utilizan la infraestructura y el conocimiento de los Comités para ejecutar recursos. Esto gracias a su representación, credibilidad, capacidad de convocatoria, ejecución eficiente y reconocido liderazgo.

Las funciones principales de la institucionalidad se definen como la representación y regulación; la provisión de Bienes Públicos y Servicios Institucionales, la Comercialización, y la Estabilización cuando los recursos lo permitan.

Entre los elementos distintivos fundamentales del modelo actual se encuentran: i) la importancia de los proyectos de valor agregado y el escalonamiento en la cadena productiva y, ii) el desarrollo de nuevos instrumentos que aumenten las posibilidades del caficultor para enfrentar los nuevos desafíos internos y externos y permitan su exitosa reconversión (instrumentos financieros, de diversificación, de protección social, de generación de relevo, etc.); iii) una profunda reforma estatutaria a la FNCC que reestructuró la representación de los departamentos cafeteros en las

instituciones gremiales, fortaleciendo el sistema democrático y modernizando la institucionalidad, y iv) la definición de un nuevo rumbo para la caficultura con el diseño de un Plan Estratégico a cinco años.

¿CÓMO SE HAN MANIFESTADO LOS BENEFICIOS DEL MODELO CAFETERO?

Al margen de las consecuencias de la crisis que enfrenta hoy el sector –la más grave de toda su historia– las cuales se originan a partir de causas exógenas al modelo, existe suficiente evidencia para afirmar que hoy los caficultores colombianos se encuentran en mejores condiciones competitivas que la mayoría de los caficultores en el mundo. Se ha logrado generar valor agregado sobre todo el café, lo cual ha redundado en mayores ingresos, mayor transferencia directa del precio externo al caficultor y adicionalmente, suministro de bienes públicos y servicios institucionales que generan externalidades a todos los productores. Algunos de los beneficios más significativos son los siguientes:

Mayor Ingreso: En promedio, nuestro café obtuvo una prima alrededor de 9 centavos de dólar por libra, cerca del 9% del precio sobre Otros Suaves, en los últimos 40 años gracias a la política de calidad, la estrategia de promoción y publicidad y la reducción de costos derivada de las políticas de investigación y extensión. Por supuesto, la calidad intrínseca de nuestro café valida esta mayor apreciación.

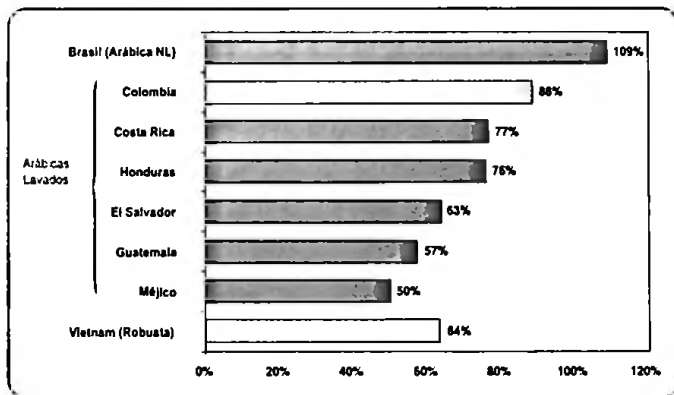
Mayor Competitividad: La relación determinante de competitividad, teniendo en cuenta las diferencias que existen entre las variedades de café, es la razón precio/costo. Como se observa en el Gráfico 5, al comparar los costos para caficultores empresariales en diferentes países, Brasil es el único país con un indicador mejor que el colombiano. Esto se explica principalmente por las economías de escala y por las facilidades tecnológicas que permite una topografía plana. En el

grupo de los cafés arábicos lavados, Colombia es el más competitivo e incluso se ubica mejor que Vietnam que ha sido clasificado muchas veces como uno de los productores con más bajo costo.

Este resultado no sólo refleja el mayor ingreso que se ha podido obtener como resultado de las políticas de calidad y promoción del ingreso, sino los esfuerzos para lograr resultados en productividad y reducción de costos. No debe olvidarse, por ejemplo, que CENICAFÉ es el más reconocido centro de investigación de café a nivel mundial y que existe una red de extensionistas que transfieren la tecnología y prestan servicios de asistencia al caficultor en todo el país.

Gráfico 5. Competitividad Internacional - (Precio externo/Costos)*

Estimación para caficultores empresariales⁶
en agosto de 2002

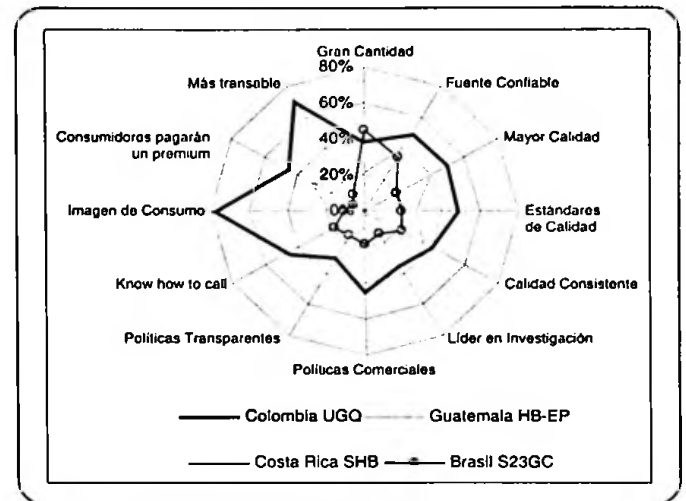


Fuente: Federacafé, 2002.

*El precio externo es la cotización en bolsa para septiembre_02 más o menos el diferencial FOB, menos los costos internos estimados para exportar. No incluye ajustes por impuestos, contribuciones, ni subsidios.

El Gráfico 6 muestra cómo es la percepción de los atributos asociados al Café de Colombia frente a otros orígenes. Se observa que la calidad ya no representa la única ventaja competitiva del pasado. Existen una serie de activos intangibles que Colombia ha desarrollado con los años pero que otros han empezado a emular.

Gráfico 6. Encuesta realizada a tostadores, sobre la percepción de algunos orígenes de café, según sus atributos



Fuente: Roper Starch Worldwide - 2000

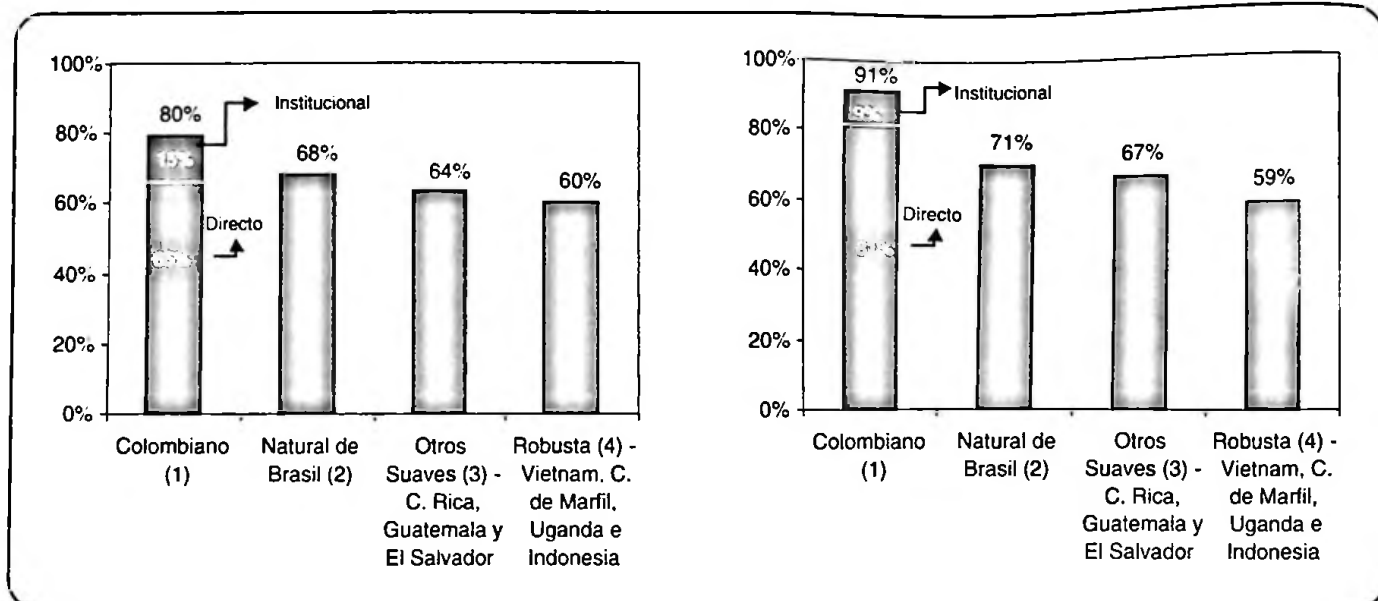
Mayor transferencia: en el Gráfico 7 se presenta un ejercicio realizado para establecer qué parte del precio externo llegó a los caficultores, para algunos países, separado según el tipo de café en dos periodos: 1984-2002, y los dos años más críticos de la crisis actual, para los cuales se encontró información disponible: 2001-2002.

En todos los casos, el caficultor colombiano recibió una mayor parte del ingreso externo. Vale la pena aclarar que algunos de los países con los cuales se hicieron los cálculos también cuentan o han contado con instituciones y apoyo del gobierno en la crisis. Está ampliamente documentado que otros esquemas institucionales no fueron tan efectivos como el colombiano y en ese sentido, no es posible hacer referenciación.

Destaca que para 2001-2002 el ingreso directo recibido por el caficultor colombiano fue muy superior al obtenido por los productores brasileños de café arábica natural, y los otros suaves y robustas incluidos en la muestra; 81% del colombiano, frente a 71%, 67% y 59% respectivamente. Aún si se hace un cálculo neto del incentivo directo que se otorgó durante parte de 2001 y 2002 en Colombia, el porcentaje sigue siendo superior: 77% –aunque algunos de estos países también tuvieron programas de apoyo.

6- Estos caficultores pagan todos sus costos directos y tienen una productividad no inferior a 30 sacos por Ha. +180 @ de café pergamino seco

Gráfico 7. Proporción del precio externo recibido por el productor 1984 - 2002



Fuente: OIC, Federacafé, cálculos del autor.

Debido a la importancia que ha tenido la institucionalidad cafetera en la transferencia de ingreso indirecto a través de los bienes y servicios que brinda la institucionalidad colombiana, se presenta una estimación de estos beneficios con base en los costos institucionales del FoNC. Esta cifra se le sumó a la transferencia directa para establecer un indicador más cercano del ingreso recibido por el caficultor. No obstante, esta medida está subvalorada puesto que no incluye algunos beneficios derivados de la inversión con recursos propios de los Comités Regionales y las Cooperativas, así como otros beneficios intangibles que no han sido medidos. Aún así, la situación relativa de los caficultores colombianos es significativamente mejor como para dar una idea de los beneficios tangibles que el modelo le retribuye a los caficultores.

Estos resultados contrastan con la situación que se registraba en los años anteriores a la creación de la Federación: no existía una ninguna po-

lítica de mercadeo, los caficultores exportaban todo lo que cosechaban y lo vendían a precios más bajos de los que fijaban Brasil y otros exportadores⁷, y el precio interno apenas alcanzaba el 50% del precio externo. Sin mencionar que no existían los bienes y servicios institucionales y sus beneficios.

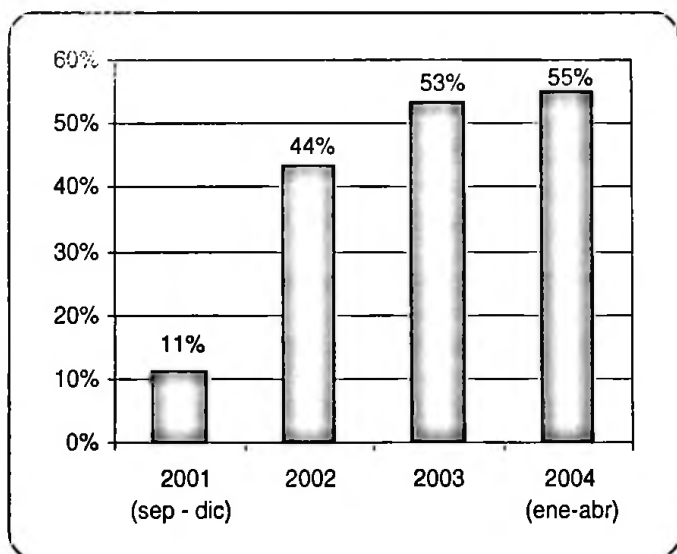
Todos estos beneficios se deben a la institucionalidad cafetera pues los productores han tenido un comprador de última instancia que se ha convertido en la principal fuente de seguridad de su ingreso. Además, este instrumento ha contribuido a mantener unos estándares de calidad mínimos, reconocidos por el mercado, y a darle una señal de continuidad a la actividad. La red y el volumen de la institucionalidad como comercializador interno y externo, 30% aproximadamente, garantizan que en el mercado interno se traslade la mayor parte del ingreso al productor mediante el establecimiento de un precio de referencia, basado en las circunstancias del mercado, que

7- Bates, Robert, Política Internacional y Economía Abierta, La Economía Política del comercio mundial del café. TM editores - FEDESARROLLO, 1999.

necesariamente debe ser acatado por los agentes privados sin quieren participar en este⁸. Una actividad equivalente desarrolla la FNCC como vendedor en el mercado internacional.

Mayor Información e Instrumentos de Comercialización: La institucionalidad ha acercado cada vez más a los productores con la información del mercado y el producto. Esto disminuye los costos de transacción y reduce el comportamiento especulativo. Este elemento contribuye de manera importante a la mayor transferencia del ingreso al caficultor. Instrumentos financieros modernos como los futuros ahora son más cercanos al caficultor,

Gráfico 3. Compras de la FNCC en horas de bolsa / Compras FNCC totales



Fuente: Federacafé.

Nota: en 2001 están las cifras desde que empezó la última fase del nuevo esquema comercial (sept 02).

algo difícil de imaginar en un país en el que el mercado de capitales aún es incipiente y el nivel de desarrollo, educación y fragmentación de los campesinos genera barreras de asimilación y captura. Sin la institucionalidad, el campesino estaría

desconectado de las realidades del mercado final de su producto, quedando a merced del intermediario que en otros países ha logrado manipular ese margen entre el productor y el comprador final.

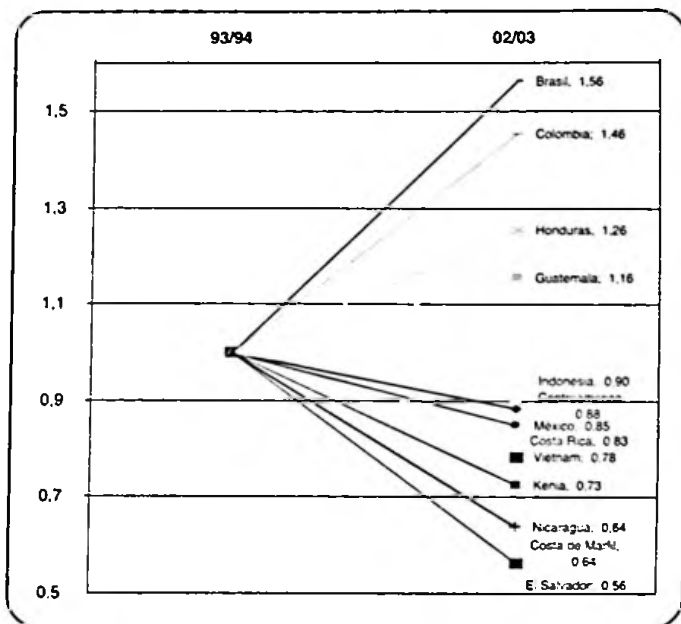
Este se constituye entonces en un aporte adicional a la formación y desarrollo de mercados modernos en el sector rural. Una medida de lo anterior es el aumento en la proporción de compras de café que el FNCC hace en horas en que la Bolsa de Futuros está abierta desde la entrada en operación del nuevo esquema de comercialización (Gráfico 8). En algunas cooperativas se encuentran instrumentos de cobertura que permiten compras anticipadas, fijación de precios y seguridad en las cotizaciones. La FNCC, por ejemplo, tiene esquemas de ventas anticipadas para facilitar al caficultor la consecución de recursos para el sostenimiento del cultivo hasta la época de la cosecha y asegurarle un precio mínimo por medio de un mecanismo de financiación ágil y oportuno (Plan Florescencia).

Mayor productividad: En Gráfico 9, se muestra la evolución de los rendimientos por hectárea entre 1993/94 y 2002/03 con base en un índice que es igual a 1 para todos los países en el año inicial. Sólo Brasil lo supera a Colombia dentro de la muestra. Como se dijo previamente, esto se explica principalmente por las posibilidades de tecnificación que permite su topografía.

Colombia presenta el mejor crecimiento en rendimiento entre países productores de arábicas lavados y robustas. Resalta que muchos de ellos registraron reducciones importantes. Estos resultados de productividad en Colombia son derivados principalmente del soporte institucional que ha impedido que caficultores dejen de invertir en modernización productiva en el periodo en que evidentemente es cuando más lo necesitan.

⁸ En los sitios en donde no existe o desaparece esta presencia institucional, los precios internos se reducen entre 20% y 40%, a favor de los márgenes de los otros comercializadores y en detrimento del margen del productor.

Gráfico 9. Índice de rendimiento de café por hectárea 1993/94 y 2002/03

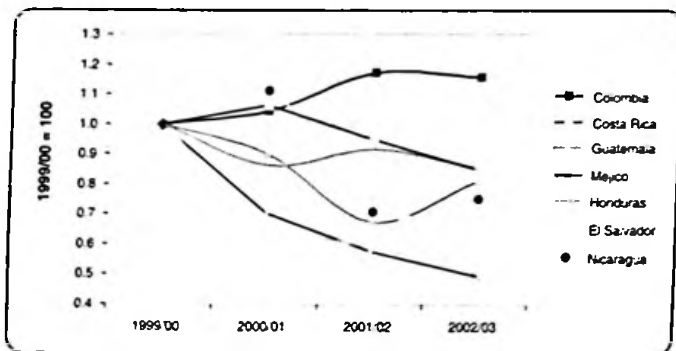


Fuente: USDA, Federacafé, cálculos del autor.

Nota: para Vietnam está construido con base en el año 00/01.

Lo anterior se refuerza por el hecho de que Colombia no sólo mantuvo y aumentó su producción en la crisis, sino que aumentó sus exportaciones (Gráfico 10), colocando una mayor proporción de su café en el mercado, respecto a otros cafés suaves. Los arábigos naturales brasileños tomaron participación del mercado de arábigos lavados y robustas pero no del grupo de Suaves Colombianos.

Gráfico 10. Exportaciones de los principales países productores de cafés arábigos lavados (Índice 99/00=100)

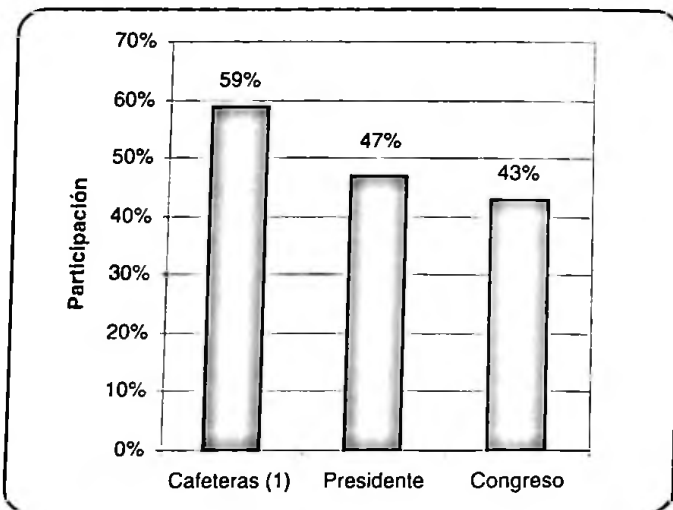


Fuente: Federacafé.

Mayor impacto de la inversión social: en términos generales, la inversión realizada por los Comités se ha reflejado en una mayor homogeneidad al interior de los departamentos cafeteros (efecto distributivo); mayores coeficientes de exportaciones que el resto del país; mejor cobertura de infraestructura; y menores indicadores de analfabetismo. Sin embargo, se presentan menos años promedio de escolaridad ya que aunque las tasas de cobertura en educación primaria han avanzado enormemente, las de secundaria se quedaron rezagadas. También se registra mayor estabilidad y participación política. Como se observa en el Gráfico 11, la participación en las elecciones cafeteras sobrepasó la registrada en la elección de Presidente y Congresistas del año 2002

Vale la pena resaltar que en lo que referente a educación, por ejemplo, la Federación ha dise-

Gráfico 11. Participación en elecciones cafeteras¹ y de Presidente y Congreso de la República - 2002



Fuente: Registraduría Nacional, Federacafé.

(1) En las elecciones cafeteras la participación se calcula con la relación (total votos)/(cédulas hábiles) ya que las cédulas cafeteras tienen fecha de vencimiento y, adicionalmente, necesitan ser inscritas. Sin embargo, al hacer el cálculo con el número de cédulas registradas sin tener en cuenta el vencimiento, esta participación se ubica en 51%, siendo aún superior a las elecciones referenciadas

ñado instrumentos que hoy son modelo de eficacia y que marcan pautas para el sistema educativo del país como el de Escuela Nueva.

En el Cuadro 12 se presenta una relación de obras en infraestructura ejecutadas por los Comités entre 1970 y 2002.

Cuadro 12. Obras de infraestructura en la zona cafetera 1970 - 2002

Acueductos	Número	6.392
	Habitantes beneficiados	2.087.287
Electrificación	Viviendas	241.765
	beneficiados	59.304
Educación	Aulas	16.792
	Viviendas Maestros	5.522
	beneficiados	43.553
	Baterías sanitarias	17.978
Vías y puentes	Kilómetros construídos	16.611
	Kilómetros mejorados	107.518
	Puentes vehiculos	1.911
	Puentes peatonales	1.381

Fuente: Federacafé.

Es importante señalar que esta situación se ha venido revirtiendo con el recrudescimiento de la crisis actual, hasta registrar un deterioro superior en las regiones cafeteras en muchos de estos indicadores. Esto plantea un reto institucional importante que involucra a todas las instancias gubernamentales.

Como se mencionó anteriormente, en la actualidad la inversión por medio de los Comités funciona con un esquema diferente. Estas organizaciones son altamente reconocidas como eficien-

tes y transparentes ejecutores de recursos. El Gobierno Nacional y los Gobiernos Regionales, con el liderazgo del Presidente de la República, así como otras entidades no gubernamentales son conscientes de la calidad de la infraestructura institucional de los Comités, su capacidad de ejecución, convocatoria y representación y su capital social, y están en el proceso de una mayor vinculación para la ejecución de obras y servicios a la comunidad por su intermedio.

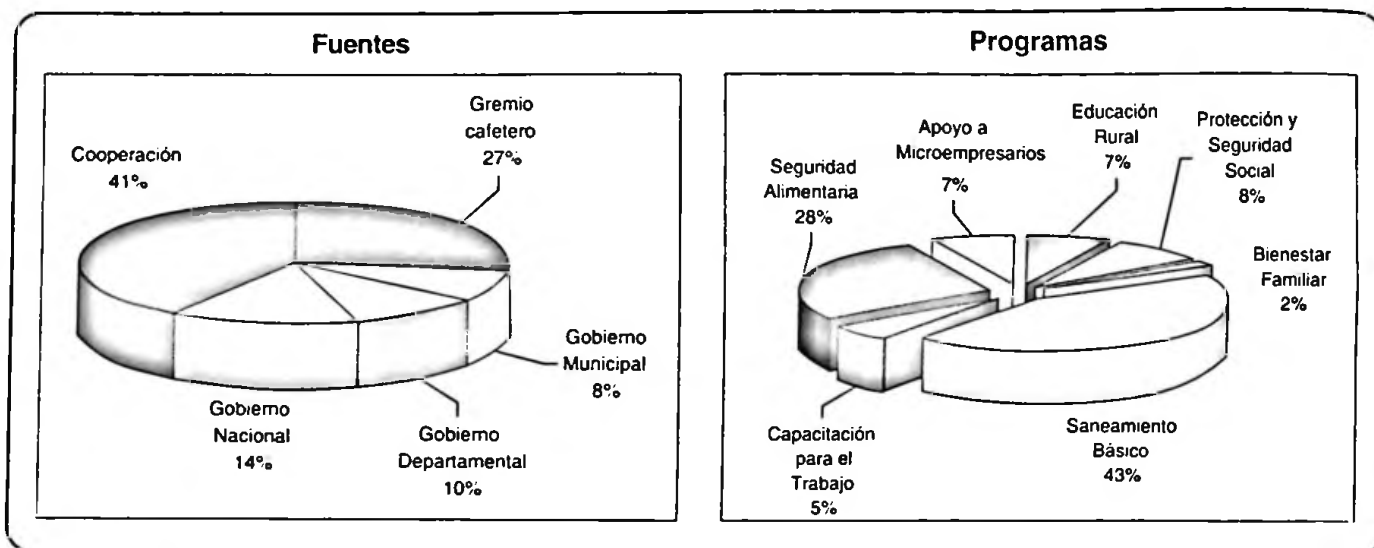
En los Gráficos 13 y 14 se registra cómo para el presente año, la relación de apalancamiento de los Comités para inversión social es de 3.7⁹, es decir, por cada peso que invierte el gremio apalanca tres pesos adicionales de las diferentes organizaciones gubernamentales y no gubernamentales.

El radio de acción se extiende más allá del capital social conformado por productores cafeteros. En 2003, por ejemplo, el número de beneficiarios por las acciones reportadas por los Comités fue cercano a 2.6 millones.

Mayor Valor Agregado: Existe un elemento adicional que no ha sido justamente ponderado y que cobra mayor relevancia en las prioridades definidas en el modelo vigente: la capacidad de los productores para generar valor y escalar en la cadena productiva. El modelo cafetero demuestra cómo los productores agrícolas en países en desarrollo pueden generar valor y ascender en la cadena productiva, incluso en un mercado con grandes barreras de entrada por su alta concentración y dominado por las transnacionales. No sólo se ha logrado generar valor a través de la diferenciación y el posicionamiento del Café de Colombia, aislándolo de algunas de sus características de "commodity", sino que ha demostrado que se puede capturar valor con mecanismos de mercado. Los efectos distributivos que genera este tipo de estrategias son difíciles de replicar.

9- No incluye obras de infraestructura

Gráficos 13 y 14. Distribución de la Inversión Social Ejecutada por los Comités Departamentales por Programas y Fuentes de Financiamiento



Fuente: Comités Departamentales y Federacafé. Cumbre de Gobernadores

UNA REFLEXIÓN SOBRE LOS RETOS Y DESAFÍOS DEL MODELO CAFETERO

El mercado cafetero enfrenta cambios estructurales y dinámicos en la oferta y en la demanda. El crecimiento de la oferta mundial ha sido superior al crecimiento del consumo, lo cual ha generado acumulación de inventarios y la reducción dramática de los precios a sus mínimos históricos. Un mercado "paralelo" se ha generado con la oferta de cafés diferenciados, los cuales han logrado de alguna manera "descomoditizarse", y se han convertido en un desafío que todos los participantes del mercado quieren superar.

Por su parte, la red de distribución y comercialización manejada con la intermediación de las grandes casas comerciales, los tostadores y los grandes distribuidores ha acrecentado su concentración, introduciendo barreras de entrada y ejerciendo su "poder" de negociación. La demanda registra crecimientos moderados en el agregado pero importantes cambios tanto a escala industrial como de consumo final, con marcadas diferencias regionales. La saturación en merca-

dos tradicionales se mezcla con el emergente consumo en países que demandan cafés solubles baratos, y con el auge en la demanda de cafés diferenciados y de mayor valor agregado. En el rango industrial, las nuevas tecnologías y la permisividad de los consumidores han permitido la flexibilización de las mezclas y, por lo tanto, la sustitución de cafés en la pirámide de calidad.

Un elemento adicional, no menos importante, es el echo de que, inexorablemente, nos dirigimos hacia el libre comercio. Esta circunstancia no sólo acentúa potencialmente los problemas actuales de concentración en el mercado, sino que exige cambios en la estructura productiva e institucional, que permitan enfrentar los desafíos y aprovechar nuestras ventajas comparativas y competitivas.

Una pregunta que surge recurrentemente ante los efectos de la crisis actual, es si tiene futuro la caficultura colombiana ante la nueva estructura de mercado. Como se mostró previamente, el café de Colombia es sin duda un producto competitivo en el mercado mundial. Sin

embargo, la duda viene atada a la idea –acertada– que los precios externos no volverán a los promedios del pasado.

Es bueno agregar algunos factores importantes en esta discusión, sin entrar en el terreno desconocido de cuál será el precio promedio futuro. Hay varios elementos del arreglo institucional colombiano que han cambiado la relación (precio interno)/(precio externo), que define no sólo la competitividad sino también la rentabilidad del negocio. Particularmente, la nueva política de contribución cafetera, la cual está acotada y permite que una mayor porción del precio se traslade al caficultor como ingreso directo. En otras palabras, este cambio aumentó la rentabilidad directa del negocio en contra de los beneficios derivados de otros bienes y servicios que deberán pasar como responsabilidad al Estado.

Lo anterior sugiere que para tener los niveles de precio interno registrados en el pasado no son necesarios los niveles de precio externo del pasado. Por supuesto, este argumento es reforzado por la devaluación del peso en el largo plazo.

Un ejercicio sencillo permite sustentar esta afirmación. En el Gráfico 15 se presenta la evolución del precio interno en términos reales de 2003 para el período comprendido entre 1965 y 1985, sin incluir los 5 años de altos precios como consecuencia de la helada devastadora de Brasil en 1975. Este período tiene una particularidad adicional y es que en la mayor parte del tiempo existieron convenios de cuotas para el control de la oferta, en la búsqueda de proteger los precios externos. El precio interno real promedio para ese período se situó en cerca de \$490,000/carga y el precio externo para el café colombiano correspondiente al mismo período fue de 2,59 dólares por libra¹⁰, todos los precios en pesos y dólares constantes de 2003 respectivamente.

Las reglas institucionales, particularmente la regla de contribución actual, difieren considerablemente frente a las vigentes históricamente. En primer lugar, la regla está fijada por Ley, lo cual eliminó la discrecionalidad y variabilidad que la caracterizaron en el pasado. Adicional a lo anterior, el valor de la contribución se acotó a un nivel históricamente bajo, y ante niveles de precios externos superiores a 80 centavos de dólar por libra, la contribución es constante. Esto se modificará después de 2005, cuando entre el funcionamiento el Fondo de Estabilización, y los precios superen 95 centavos de dólar por libra. No obstante, su determinación está también definida por Ley y acotada. En resumen, la contribución cafetera, la cual determinó en el pasado la mayor diferencia entre el precio externo e interno está ahora limitada, en niveles muy inferiores al pasado, y con una regla de juego clara y estable.

Con base las reglas vigentes, y la tasa de cambio promedio de 2004¹¹, se llevó a cabo un ejercicio para tratar de establecer cuál es el precio externo necesario hoy para obtener precios internos similares a los expuestos anteriormente. El resultado arroja un precio externo cercano a un dólar por libra, 1,59 dólares por libra inferior a lo necesario en el período analizado previamente, con el cual se registraron precios internos alrededor de \$490,000 por carga.

Esto, por supuesto, refleja el cambio en las prioridades de la institucionalidad y la devaluación registrada durante casi 20 años que recorre el período de análisis.

Es necesario resaltar que, adicional a necesitar menores precios externos que en el pasado, se han registrado importantes aumentos en productividad y se han introducido otros elementos para aumentar la competitividad del café colombiano, los cuales han reducido los costos signifi-

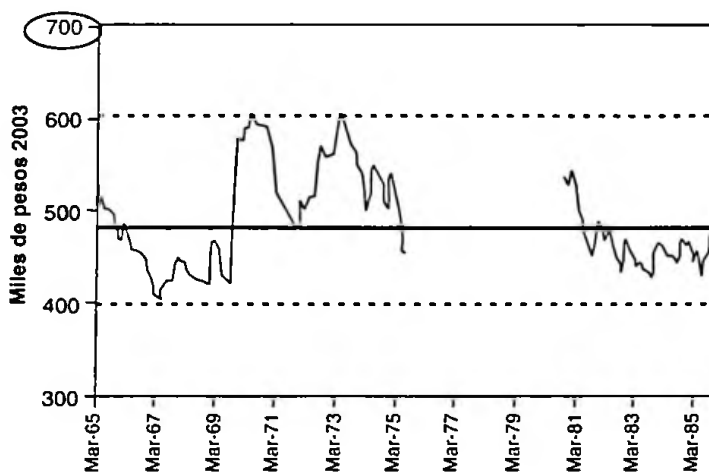
10- En adelante, todos los precios internos y externos se presentan en términos reales de 2003 pero se omite la aclaración.

11- 2.715 pesos por dólar.

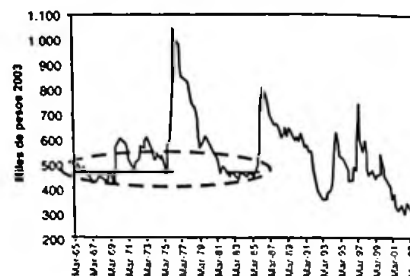
Gráfico 15. Precio Interno del Café en Colombia

El precio interno en términos reales 1965 - Oct 1985 (Excluyendo Jul. 1975-Sept 1980)

Precio Interno real (FoNC)
Pesos constantes de 2003 por carga de 125 kilos de cps



Precio interno real (FoNC)
Pesos constantes de 2003 por carga de 125 kilos de cps



Rango superior (aprox)
\$610,000/carga

Promedio
\$488,600/carga

Rango inferior (aprox)
\$400,000/carga

Fuente: Federacafé.

cativamente, y los cuales siguen siendo un desafío permanente para la institucionalidad. Todos estos argumentos, permiten confirmar que existen condiciones para que el café colombiano sea competitivo y rentable a precios muy inferiores a los promedios del pasado.

Por supuesto, un desafío que se deriva de lo anterior es cómo se compensa la menor inversión institucional y el apoyo en la provisión de crédito que se hizo históricamente con recursos del sector. La alianza con los entes territoriales y el diseño de mecanismos e instrumentos para construir un sistema de protección social y para generar instrumentos modernos, novedosos y acordes con las características del sector, son retos prioritarios en los que se está trabajando en la actualidad.

Las soluciones para enfrentar cualquier escenario futuro dependen del buen entendimiento de

los cambios expuestos, pero principalmente, de arreglos institucionales acordes con estos desafíos. Existen suficientes argumentos para sustentar la posición aventajada de Colombia en el mercado internacional, y de las fortalezas internas para enfrentarlos. Prueba de ello ha sido el trabajo que se ha conseguido en el campo del valor agregado que es otro de los grandes desafíos que enfrentamos hoy. Es bastante ilustrativo, para cerrar este análisis, hacer una reseña sobre este tema, desde la perspectiva de la FNCC, que permite entender mejor el negocio, generar reflexiones estratégicas de largo plazo y analizar lo que se constituye como uno de los ejes centrales del modelo cafetero actual. No obstante, es útil resaltar que esta posición aventajada, base para todos estos desarrollos, es una ventaja frente todos los productores que enfrentan los mismos desafíos que Colombia.

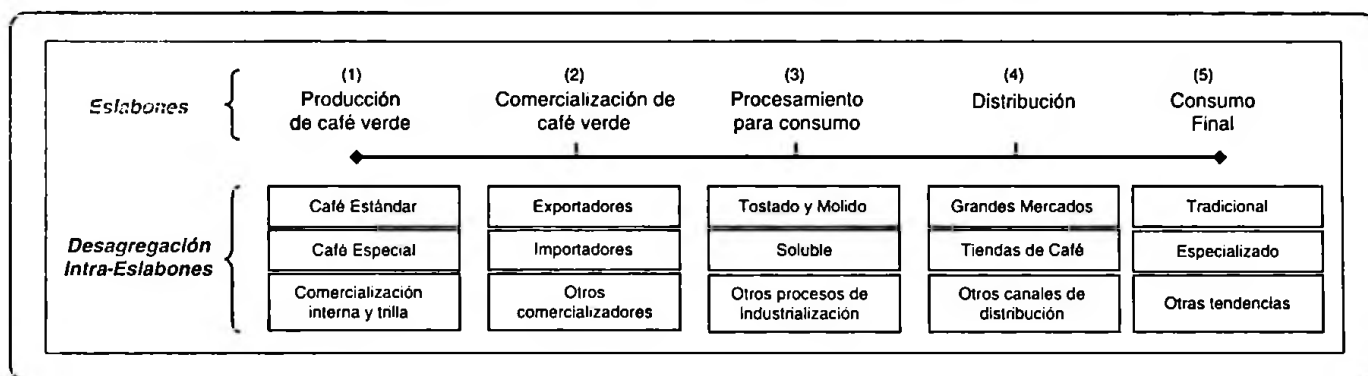
El valor agregado y la FNCC¹²

La cadena productiva del café puede simplificarse en 5 eslabones¹³ (Gráfico 16): la producción de café verde, la comercialización internacional de café verde, el procesamiento para el consumo, la distribución del producto procesado y el consumo final.

El acceso a los mercados debido a las barreras de entrada que impone la alta concentración es uno de las principales dificultades para ascender en la cadena de productiva. En 2002, cinco

firmas procesaron el 54% de las importaciones mundiales de café, cinco comercializadores tenían el 49% del mercado mundial y cerca del 70% del mercado mundial del café soluble¹⁴ estaba concentrado en dos marcas. A lo anterior se suma la concentración de las ventas en las grandes cadenas de supermercados. En la mayoría de los principales países consumidores los supermercados venden más del 70% del total del café¹⁵. Esta concentración hace muy costosa y riesgosa la introducción de un nuevo producto.

Gráfico 16. La cadena productiva del café



¿Cómo se distribuyen las ganancias en la cadena del café?

Aunque la información disponible y su heterogeneidad no permiten responder esta pregunta con precisión, algunos indicadores muestran cómo han evolucionado los términos de intercambio para los productores del grano durante la última década. El Gráfico 17 presenta la evolución del precio del café verde con el Indicador Precios Compuestos de la Organización Internacional del Café – OIC– y la relación de precios de cafés procesados en Estados Unidos respecto al café verde. Los resultados sugieren que la caída en la participación de los productores en la cadena de va-

lor ha sido trasladada prácticamente en su integridad a los actores de los países consumidores.

La relación entre el precio del café Tostado y Molido (T&M) y el café verde se duplicó entre 1994 y 2003 al pasar de 2.5 a 5.6. Para el café soluble esta relación pasó de 8 a 23 entre 1995 y 2003. Lo anterior evidencia las diferencias entre producir un "commodity", caracterizado por escasas barreras de entrada, y sujeto al descenso en los términos de intercambio por la intensa competencia, y producir bienes procesados, en los cuales existen barreras de entrada y, por lo tanto, una menor competencia. La mayor parte de los productores llega sólo hasta el primer eslabón de la cadena, y ha visto

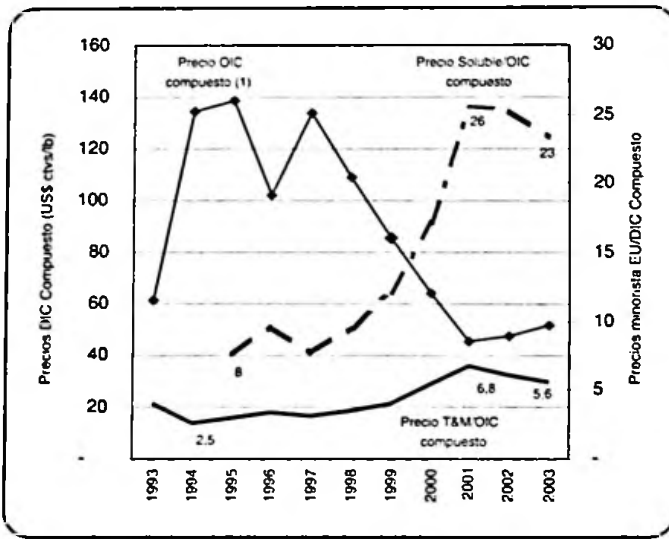
12- Esta sección está basada en un documento preparado para CEPAL en respuesta a la pregunta ¿Pueden los productores agrícolas acceder a las ganancias que ofrecen otros eslabones de la cadena productiva? El caso de la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia.

13- Esta es una de las posibles simplificaciones, esquematizada para este artículo.

14- Cerca del 80% del consumo mundial de café es tostado y molido y el 20% restante se consume como soluble.

15- En Francia, Holanda, Gran Bretaña, Suiza, Estados Unidos, Bélgica, Finlandia, y Portugal esta cifra puede ser igual o superior al 80%.

Gráfico 17. Relación entre precios de café procesado y café verde



[Precios al por menor en Estados Unidos para café Tostado y Molido (T&M) y Soluble] / [Indicador de Precios Compuesto de la OIC para café verde (1)].

(1) Se construye como un promedio ponderado con base en las diferentes variedades de café en el mercado mundial.

Fuente: OIC, USDA.

reducidos sus precios incluso por debajo de sus costos, mientras los siguientes eslabones de la cadena, los cuales tradicionalmente se ubican en los países desarrollados, tienen una protección otorgada por las características del mercado en esos eslabones y por su posición dominante.

La Estrategia de Valor Agregado de la FNCC

Se puede diferenciar entre los proyectos que generan un valor agregado que antes no existía y aquellos que permiten acceder a eslabones productivos existentes. Si bien se hace esta diferenciación para facilitar el análisis se puede demostrar que, en el caso de la FNCC, estos elementos están estrechamente ligados.

Generación de Valor Agregado: los principales programas que le han generado valor agregado

al grano colombiano son la campaña de posicionamiento del Café de Colombia, los proyectos de cafés especiales, y la diferenciación del café en origen por cualidades físicas o perfiles de taza.

Posicionamiento del Café de Colombia: La FNCC ha logrado diferenciar el Café de Colombia a través de una estrategia exitosa de posicionamiento del grano asociando la marca con el país de origen mediante campañas publicitarias como "el café más rico del mundo" desde el año 1959. Los activos intangibles más representativos, creados a través del tiempo son el personaje de Juan Valdés, el logotipo de 100% Café de Colombia y el "descriptor del país de origen" *Café de Colombia*, los cuales tienen un alto grado de aceptación y reconocimiento en el mercado mundial¹⁶. Por medio del programa 100% Colombiano se ha logrado que cerca del 30% de las exportaciones de Colombia se vendan al consumidor final con esta diferenciación. Este café no llega al mercado de mezclas, generando un efecto positivo en la prima del Café de Colombia sobre otros cafés.

Otros elementos adicionales que contribuyeron a este posicionamiento han sido expuestos en capítulos previos.

Cafés Especiales: en los últimos años se han generado nichos de mercado de cafés especiales que, siguiendo la misma estrategia de diferenciación de la FNCC, han propiciado la segmentación con base en diferencias de calidad y otras características asociadas al café, al origen, a los sistemas productivos o a sus productores. La creación de esa diferenciación y su seguimiento han permitido aumentar los beneficios de los productores y, en general, los beneficios en todos los eslabones de la cadena. En cinco años, la FNCC proyecta que las exportaciones de cafés especiales del país se dupliquen.

Diferenciación del café verde según características físicas y perfiles de taza: estos procesos han

16- Según diferentes estudios en los Estados Unidos, la asociación al Logo llega a 85% -después de Quaker Oats, CBS y Volkswagen-; la identificación del Logo llega a 53%; el conocimiento de Juan Valdez llega a 80%; y la Evolución de la valoración como "Mejor Productor de Café" se situó en 58% como el mejor y el más rico -frente a (1,2) de Costa Rica, (1,1) de Guatemala, entre otros (Macro International, 2000).

permitido generar valor agregado por la separación y/o preparación del café verde en el país de origen según las necesidades del cliente.

Como resultado de estas estrategias el café estándar de Colombia obtuvo durante los últimos 40 años en promedio, precios superiores en cerca de 9% frente a los Otros Suaves, sus competidores más cercanos. En 2003 cerca del 21% de las exportaciones la FNCC correspondieron a cafés diferenciados en el primer eslabón de la cadena (Gráfico 18). El 7% correspondió a cafés especiales por características tales como origen, sistema productivo, comercio justo, etc., y un 14% fueron cafés diferenciados por características físicas como tamaño del grano y número de defectos por muestra.

Para los caficultores, el programa de cafés especiales puede representar ingresos superiores entre 15% y 100%. En 2003, los productores de cafés especiales que vendieron su café a la FNCC

recibieron en promedio ingresos superiores en cerca de un 40% al precio interno del café verde tradicional. Por su parte, a través de la diferenciación por características físicas, la FNCC obtuvo precios externos superiores entre 8% y 15% en el mismo periodo.

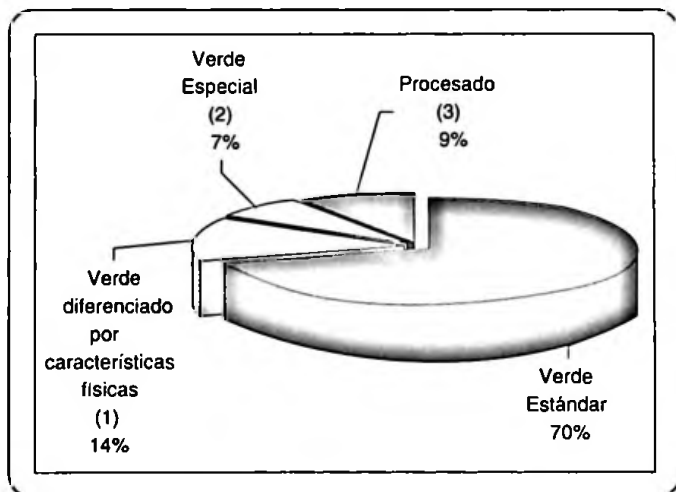
Es importante resaltar que cuando las ventas de café se hacen por intermedio de otros comercializadores, una parte muy significativa de ese precio adicional se queda en otros eslabones diferentes al productor.

La FNCC ha desarrollado un esquema para manejar los riesgos asociados a calidad, cantidad, oportunidad y precio, con base en un esquema de manejo de riesgo de manera socializada, minimizando los riesgos individuales y maximizando las utilidades colectivas. Adicionalmente, el esquema permite garantizar dos elementos que de manera creciente están siendo demandados en los mercados: trazabilidad y transparencia¹⁷.

Acceso a Eslabones Superiores en la Cadena de Valor: La FNCC ha logrado escalar en todos los eslabones de la cadena de valor descritos en el Gráfico 15. La producción (1) se hace inicialmente de manera individual por parte de los productores y la comercialización y trilla se hacen de manera colectiva con la infraestructura institucional. La comercialización internacional (2) la hace la FNCC. El procesamiento para el consumo y el acceso a canales de distribución y al consumidor final (3, 4 y 5) la realizan la FNCC, la Fábrica de Café Liofilizado -propiedad del Gremio-, las tiendas Juan Valdez, y las alianzas con socios estratégicos.

Producción y comercialización externa del café verde: La FNCC participa en la primera transformación del café y en su comercialización interna, generando valor agregado en la trilla y la lealtad de los compradores a partir de la diferenciación de acuerdo con las condiciones, calidades y tiempos.

Gráfico 18. Volumen de Ventas del FNCC en 2003 según clasificación del café



Fuente: FNCC.

- 1) Separados según características físicas tales como tamaño, defectos, etc.
- (2) Valorados por atributos consistentes, verificables y sostenibles tales como origen, comercio justo, orgánicos, etc.
- (3) Solubles, extractos, tostado y molido, etc.

17- Trazabilidad es la capacidad de determinar las variables de los estados por los cuales ha pasado el producto a través de la cadena productiva. Transparencia, en los mercados de productos especiales, es la garantía de que el sobreprecio que un cliente paga le llega al productor.

pos que cada uno de ellos demanda. La comercialización externa del grano y, más recientemente el suministro de servicios de logística¹⁸ después de su venta FOB lo hace la FNCC. Los beneficios se ven representados en un mayor valor agregado para el producto y ganancias comerciales derivadas de los servicios ofrecidos. Actualmente la FNCC exporta cerca del 30% de las exportaciones totales de café del país.

Procesamiento para el consumo, distribución y consumo final: En estos eslabones se pueden diferenciar principalmente tres programas: los proyectos con café procesado de la Fábrica de Café Liofilizado, otros productos desarrollados con socios estratégicos, y las tiendas Juan Valdez. El avance más notable está en que se ha demostrando que puede llegarse con marcas propias al consumidor final, situación que no se presentaba algunos años atrás.

Por conducto de la Fábrica de Café Liofilizado, montada hace 30 años, la FNCC vende a 62 países diferentes tipos de café procesado que van a distintos segmentos del mercado. Estas exportaciones explican cerca del 9% del volumen de las exportaciones totales de la FNCC. Además, se han venido estableciendo alianzas con socios estratégicos para diseño y fabricación de otros productos como almohadillas-filtro personalizadas de café (PODS) y las máquinas para su preparación. Finalmente, el proyecto de las tiendas Juan Valdez, el más cercano al consumidor final, que cuenta con 10 tiendas en Colombia y en el segundo semestre de 2004 se lanzará el proyecto a escala internacional. En 2010, se planea tener en operación 250 tiendas a escala global, para atender directamente al consumidor final.

Aprovechamiento del patrimonio de marcas y de propiedad intelectual: si bien los beneficios generados por el desarrollo de marcas y el posiciona-

miento de la imagen del Café de Colombia han sido parcialmente capturados por los productores colombianos, los beneficios que se quedan en los actores de los países consumidores son considerablemente mayores gracias a su posición en la cadena productiva. La FNCC ha establecido como una prioridad dentro de la estrategia de valor agregado potenciar el aprovechamiento de ese patrimonio "mediante un ejercicio de arquitectura de marcas que permitirá acceder a diferentes segmentos de consumidores, con diversas proposiciones de valor de una manera consistente y sostenible"¹⁹. De esta manera se reforzarán las ventajas competitivas de los productores de café colombiano haciéndolos menos vulnerables a los ciclos de precio internacional.

Un dato que ilustra los beneficios derivados en este eslabón es que en 2003 de las utilidades de la FNCC derivadas de la comercialización y procesamiento de café, cerca del 30% estuvieron explicadas por el café verde y un 70% por cafés procesados, aunque esta última participó sólo con el 9% del volumen.

Si bien estos programas demuestran que ascender en la cadena de valor es posible, es necesaria la superación de grandes barreras, para garantizar la consolidación y/o el mantenimiento de estos proyectos en el mercado.

Las principales barreras a superar son: **i)** las que impone la concentración en el mercado; **ii)** el acceso al financiamiento; **iii)** la adopción de tecnología; **iv)** la falta de confianza de los agentes en los países importadores; **v)** la falta de confianza en los países productores; **vi)** el escalonamiento arancelario y las barreras no-arancelarias²⁰; **vii)** el desarrollo organizacional capaz de competir con el resto del mundo, **viii)** la creación y operación eficaz de instituciones que permitan enfrentar las imperfecciones de mercado y generar los

18- Servicios logísticos asociados a la entrega del café al tostador en el país de destino.

19- Director de Propiedad Intelectual de la FNCC.

20- La trazabilidad y la transparencia se vuelven fundamentales para superar esas barreras, campos en los cuales la FNCC tiene fuertes ventajas competitivas.

beneficios de la acción colectiva, y **ix)** un mayor conocimiento de la cadena: entre más cerca del consumidor, mayor es la necesidad de conocer la cadena para identificar eficientemente cuáles son los eslabones donde se puede agregar valor y ganar espacio y cómo hacerlo posible.

Es innegable que ante la dinámica de los mercados internacionales, gran parte de las soluciones está en establecer alianzas con socios estratégicos para explotar de manera eficiente las sinergias. Sin embargo, no todos los sectores y particularmente el sector agrícola, tienen la capacidad institucional para llevar a cabo estas estrategias e incluso para ser considerado por socios externos como un socio potencial. Estas conclusiones ponen en evidencia la dificultad de otros agricultores para replicar esta experiencia.

CONCLUSIONES

1. El café ha sido sin lugar a dudas el producto que mayor impacto distributivo ha generado en las zonas rurales permitiendo el surgimiento de una sociedad y una economía basada en pequeños y medianos productores, con grados de integración cívica, participación política y calidad de vida superiores al resto del agro colombiano y al de otras economías cafeteras comparables.
2. El modelo institucional cafetero de Colombia se caracteriza por una única y particular estructura que combina tres bloques funcionales: primero, la función de participación, vocería y representación gremial; segundo, la función de regulación, comercialización y desarrollo del mercado y, tercero, la función de generación de bienes públicos. Esta constelación de funciones es el resultado de un arreglo institucional y contractual entre el Gobierno Nacional y la organización cafetera mediante la cual el Estado le delega a una organización privada -pero estructurada como entidad sin ánimo de lucro, legítima y representativa-
3. A lo largo del documento se demuestra que éste particular arreglo institucional sectorial - donde una comunidad se organiza para generar una canasta de acciones colectivas, acumular bienes públicos y generar externalidades- ha permitido obtener beneficios de naturaleza política, económica y social que superan y trascienden aquellos que se hubieran dado en un escenario de libre mercado y que difícilmente serían alcanzables por los productores como actores individuales y aislados sometidos a las barreras y restricciones características de la economía internacional de los *commodities* agrícolas.
4. El impacto transformador de la organización cafetera -por su significativa cobertura económica, social, demográfica y espacial- genera importantes beneficios que se filtran hacia el resto de la sociedad más allá del ámbito estrictamente sectorial. Desde una óptica política, la estructura gremial de la Federación Nacional de Cafeteros lleva a los lugares más remotos de la geografía andina una presencia institucional, unas prácticas de organización de la sociedad civil y unas pautas de toma de decisiones que son altamente funcionales a la generación de legitimidad para el Estado y a la preservación del conjunto de la democracia colombiana.
5. La generación de ahorro intra-sectorial mediante la contribución cafetera, al igual que la captura de rentas y excedentes generados en el mercado internacional para transferirlos al precio interno y/o al ahorro público, que en ausencia de el marco institucional cafetero terminarían en manos de los exportadores privados, los *traders*, los tostadores o la comercialización en destino, han contribuido sólidamente a la consolidación de la demanda interna y el crecimiento económico.

6. La coordinación de la diplomacia oficial con la gestión internacional cafetera –a cargo de la institucionalidad privada- generó una participación en el ingreso y en la oferta mundial superior al atribuible a la capacidad instalada y al potencial productivo del país, en épocas en que el mercado tenía un mecanismo de asignación esencialmente político.
7. La organización cafetera ha logrado trasladar una porción importante de la acumulación de capital del sector hacia la inversión en activos y bienes públicos de alcance estratégico y usufructo colectivo. Es así, como la generación de conocimiento científico especializado en CENICAFÉ; la difusión de éste a nivel técnico a través del Servicio de Extensión y la Fundación Manuel Mejía; la red de compras interna; la innovación en materia de procesos industriales y productos derivados en la Planta de Chinchiná; la investigación en defensa de la calidad, además de los adelantos en otras áreas sociales y de inversión pública, son ejemplos evidentes de acumulación de capital social que beneficia al conjunto de la sociedad. Sin la institucionalidad cafetera, estos resultados hubieran sido difícilmente replicables y el país hubiera perdido -en beneficio de otros actores no colectivos- los excedentes traducidos hoy en bienes públicos.
8. La institucionalidad ha permitido generar activos de naturaleza intangible que contribuyen al bienestar de los cafeteros y del conjunto de la sociedad. Es así como la estrategia de diferenciación del producto por origen, el posicionamiento del Café de Colombia como el grano de mayor calidad y la consolidación de un patrimonio marca-rio que tiene un amplio reconocimiento en el mercado de los países consumidores, lo cual se traduce en primas y diferenciales de precio que mejoran los ingresos del país y de los caficultores, han sido solo posibles gracias a la vitalidad y vigencia de la organización cafetera.
9. El esquema de la Federación de Cafeteros ha contribuido al fortalecimiento institucional del país por caminos que a veces no son tan evidentes. La organización cafetera ha sido un factor definitivo de la mejoría en la calidad de la formulación de la política económica general al proveer un espacio tecnocrático y profesional para la discusión de los grandes temas de la problemática macroeconómica. También es de señalar que la Federación ha contribuido históricamente a la formación y capacitación de cuadros técnicos y de destacados servidores públicos. Igualmente, la organización cafetera ha tenido la capacidad de generar espacios académicos y de reflexión estratégica y de largo plazo que se ha traducido en una política cafetera de punta que le ha permitido al país innovar y adelantarse a los cambios estructurales en la economía cafetera mundial adecuando su modelo de desarrollo a las perspectivas internacionales.

En síntesis, en la institucionalidad cafetera radica una de las mayores fortalezas del país. Su presencia en el ámbito colombiano se ha traducido por más de tres cuartos de siglo en un factor fundamental para la construcción del Estado, la consolidación e integración de la Nación y el afianzamiento de la sociedad civil. En resumen, la Federación de Cafeteros es una organización que ha sido capaz de aprovechar su naturaleza privada, democrática y participativa, para asociarse eficazmente con el Estado, para generar niveles de bienestar colectivo que no hubiesen sido posibles si el sector cafetero se le deja simplemente a la iniciativa individual o al comando exclusivo del intervencionismo gubernamental.

Estándares y sostenibilidad en el sector cafetero:

UNA APROXIMACIÓN GLOBAL A LA CADENA DE VALOR

Stefano Ponte*

Trad. María Alejandra Botiva

1. INTRODUCCIÓN

El café es verdaderamente un producto primario a nivel mundial y la mayor fuente de divisas en muchos países en desarrollo. La desregulación, la evolución de estrategias corporativas y los nuevos patrones de consumo han transformado dramáticamente la cadena mundial del café en las últimas dos décadas. Las cláusulas económicas de los Acuerdos Internacionales de Café se derumbaron en 1989. La liberalización de los mercados se ha presentado en la mayoría de los países productores. Un proceso de consolidación ha tenido lugar tanto a nivel de compañías tostadoras como de comercializadoras. Mientras tanto, la acción de tomar café – y los símbolos que se atribuyen a ella – han cambiado también. Nuevos patrones de consumo han surgido con la creciente importancia de especiales, comercio justo, café orgánico y otros cafés "sostenibles". La cadena de café se ha extendido dramáticamente, aunque el contenido relativo de café de la "experiencia" final de consumo de estas tiendas es bajo.¹ Los consumidores pueden ahora elegir entre (y pagar caro por) cientos de combinaciones de variedades de café, origen, métodos de elaboración y

molienda, aroma, empaque, "contenido sostenible" y calidad.

Al mismo tiempo, los precios internacionales de los productos básicos (como café verde) están entre los más bajos en décadas. El mercado está caracterizado por un crecimiento lento del consumo, la aparición de cafés de mala calidad y precios en los niveles más bajos. La producción global en el año cosecha 2002/2003 estuvo por los 120 millones de sacos (según la OIC), mientras que el consumo ha estado relativamente estable en 110 millones de sacos en los dos últimos años. De este modo las fincas cafeteras, en especial las de los pequeños productores, se han vuelto económicamente insostenibles. La "crisis" del café también señala un futuro peligro social para aquellas familias cuyo bienestar depende del café. No ocurre lo mismo para las grandes corporaciones que dominan el mercado del café tostado y han obtenido unas ganancias record.

Este documento analiza el potencial de los estándares de sostenibilidad para manejar esta situación a través de los lentes del análisis de la Cadena de Valor Mundial (CVM). ¿Cómo afectan los estándares de sostenibilidad la estructura de la cadena de comercialización del café? ¿Actualmente maneja y/o resuelve los problemas de sostenibilidad en sus aspectos económicos, sociales y ambientales? ¿Pueden los diferentes estándares de sostenibilidad coordinarse o armonizarse

* Investigador Senior, Instituto Danés de Estudios Internacionales

1- Fitter y Kaplinsky (2001: 76) estiman que el contenido de café del costo de un capuchino comprado en un café en el Reino Unido es menos del cuatro por ciento (4%).

para mejorar su impacto actual? ¿Puede la sostenibilidad dirigirse a mercados predominantes así como a nichos de mercado? ¿Juega algún papel la regulación pública (nacional e internacional) en el desarrollo, armonización y/o implementación de los estándares de sostenibilidad?

ANÁLISIS DE LA CADENA DE VALOR MUNDIAL (CVM)

En el análisis de la cadena de valor mundial (CVM)², la estructura internacional de producción, comercio, y consumo de los productos básicos está desagregada en etapas incorporadas en una red de actividades controladas por las firmas. Dentro de esta original definición, uno de los fundadores de este enfoque identificó tres dimensiones de la cadena de los productos básicos: (1) la estructura insumo producto y la cobertura geográfica; (2) su forma de gobierno; y (3) su estructura institucional (Gereffi 1994; 1995).

1. La estructura insumo producto y la cobertura geográfica de la cadena de valor es usada principalmente para delinear su configuración.
2. La forma de gobierno de la cadena de valor mundial introduce nociones clave de las barreras de entrada y la cadena de coordinación. La literatura original de la CVM distingue ampliamente entre el ejercicio de autoridad de la cadena de valor "manejada por el productor" y "manejada por el comprador". Las cadenas "manejadas por el productor" se encuentran usualmente en sectores con altos requerimientos de capital y de tecnología, en donde el
3. La estructura institucional que rodea la cadena, delinea las condiciones bajo las cuales las firmas principales (o "líderes") incorporan firmas subordinadas a través de su control del acceso al mercado y la información. Bajo estos estándares, Gereffi discute adicionalmente cómo la participación subordinada en una cadena de valor mundial (CVM) puede proporcionar acceso indirecto a los mercados a menores costos de los que los productores individuales a pequeña escala podrían mostrar, y cómo la información tecnológica y el aprender-haciendo (learning-by-doing) permiten (los más predilectos) a los productores subir

2- Esta definición fue iniciada por Gereffi (1994) como análisis de "la cadena de valor mundial". Recientemente, este término fue abandonado y sustituido por el concepto de "cadena de valor". Este último sin duda captura una gama más amplia de productos, algunos de los cuales pierden las características de productos básicos. Como resultado, el tema de la Cadena Mundial de los productos básicos es ahora conocida como el análisis de "la Cadena de Valor Mundial". El concepto de la cadena de valor fue desarrollado originalmente por Porter (1987). Inicialmente se enfocó en el naturaleza secuencial e interconectada de la actividad económica en la cual cada uno de los eslabones agrega valor en este proceso. El uso de economía política de la "CVM", si bien no tuvo su punto de partida en las actividades relacionadas con una firma específica, si se enmarcó en un amplio rango de actividades que se requieren para traer un producto específico, desde su concepción hasta su finalización para su uso. El concepto de la cadena de valor mundial se refiere a la configuración de actividades que están divididas entre firmas y que tienen una escala geográfica global.

en la jerarquía de la cadena (también conocido como "mejoramiento"). Esto sugiere que la participación en la cadena de valor mundial es una condición necesaria, pero no suficiente, a los agentes subordinados para ascender. La participación además involucra la aceptación de términos definidos por agentes o instituciones principales, especialmente por aquellos que apuntan al progreso hacia "altas" (tecnología, valor agregado) posiciones en la cadena (ver Gereffi 1999).

En los últimos dos años, la literatura sobre CVM se ha expandido considerablemente, tanto empírica como conceptualmente. Estudios de caso de manufacturas y alta tecnología han estado acompañados por estudios de caso sobre productos agrícolas.³ Los recientes esfuerzos se han concentrado en dos áreas: (1) observación empírica y discusión teórica de formas de coordinación y ejercicio de autoridad en cadenas de valor (Gereffi 2003; Gereffi, Humphrey y Sturgeon próximamente; Gibbon y Ponte en impresión; Humphrey y Schmitz 2003; Sturgeon 2001; 2002); y (2) análisis conceptual y de política de patrones de *ascenso*, con particular referencia a firmas y fincas del país en desarrollo (Gibbon 2001; Humphrey 2003).

Discusiones afines han tenido lugar en las relaciones entre formas de gobierno y ascenso (Gibbon próximamente), y la relación entre cadenas de valor mundiales y clusters industriales (Humphrey y Schmitz 2002a; Humphrey y Schmitz 2002b; Nadvi y Halder 2002). Un esfuerzo más explícito también ha sido realizado para relacio-

nar cuestiones de ejercicio de autoridad y ascenso con estructuras regulatorias totales (Kessler 1999; Gereffi, Spener y Bair 2002; Gibbon 2002c; Ponte 2002b). Se encuentra además literatura reciente que analiza las relaciones entre cadenas de valor, estándares y aspectos comerciales éticos/sostenibles (Barrientos, Dolan y Tallontire 2003; Messner 2002; Nadvi y Wältring 2002; Ponte 2002c; Quadros 2002).

El enfoque CVM enfatiza en el poder de diferentes constelaciones de "firmas líderes" y en cómo interacciones entre estas firmas determinan algunas de las características organizacionales específicas de comercio. El análisis de la cadena de comercialización del *café* es particularmente importante en la comprensión de la economía política del desarrollo por una variedad de razones. Primero, más del 90% de la producción de *café* tiene lugar en países en desarrollo, mientras el consumo sucede principalmente en economías industrializadas.⁴ Este patrón producción-consumo proporciona una comprensión de las relaciones norte-sur. Segundo, durante la mayor parte del período de posguerra, el *café* ha sido el segundo producto primario comercializado más valioso después del petróleo.⁵ Tercero, los intentos por controlar el comercio internacional de *café* han tenido lugar desde comienzos del siglo XX, haciendo del *café* uno de los primeros bienes primarios "regulados". Cuarto, un considerable número de países en desarrollo, incluso aquellos con una baja porción de mercado mundial exportable, dependen del *café* pues éste responde por una alta proporción de sus ganancias por exportaciones. El *café* es una fuente de sustento para

3- Sobre cítricos, ver Mather (2004) y Mather y Greenberg (2003); sobre ropa, ver Gibbon (próximamente; 2002a; 2002b; 2000); sobre cacao y chocolate, ver Fold (2004; 2002; 2001; 2000); sobre *café*, ver Ponte (2002a; 2002b; 2002c; 2004) y Daviron y Ponte (próximamente); sobre algodón, ver Larsen (2003; 2002; 2001); sobre horticultura, ver Jensen (2000) y Humphrey y Dolan (2001). Para estudios sobre cuestiones de "cross-cutting", ver: Daviron y Gibbon (2002), Fold y Larsen (próximamente), Gibbon y Ponte (en impresión), Raikes, Jensen y Ponte (2000) y Raikes y Gibbon (2000).

4- La gran excepción es Brasil, que es el mayor productor y además uno de los principales países consumidores en el mundo. Etiopía también consume una amplia proporción del *café* que produce.

5- Esto ha cambiado recientemente. En 1996/97, el *café* estaba rankeado apenas quinto entre los bienes primarios comercializados internacionalmente después del petróleo, el aluminio, el trigo y el carbón.

millones de pequeños productores y trabajadores agrícolas alrededor del mundo.⁶ Quinto, los gobiernos de los países productores han tratado históricamente al café como un bien "estratégico"; ellos han controlado directamente la comercialización interna y el control de calidad de las operaciones o lo han regulado estrictamente – al menos hasta la liberalización del mercado que tuvo lugar en la década de los 80s y los 90s.

LA REESTRUCTURACIÓN DE LA CADENA MUNDIAL DEL CAFÉ

Las características esenciales de la cadena mundial del café en los últimos 40 años, puede ser descrita con relación a dos amplios períodos históricos: El régimen del Acuerdo Internacional del Café (AIC) (1962-1989) y el régimen pos-AIC (1989 – a la fecha). El primer Acuerdo Internacional del Café (AIC) fue firmado en 1962 e incluía a la mayoría de países productores y consumidores como signatarios. Bajo el régimen del AIC, fue establecido un precio objetivo (o una banda de precios) para el café y se asignaron cuotas de exportación a cada productor. Cuando el precio indicador calculado por la Organización Internacional del Café (OIC) subía por encima del precio objetivo, las cuotas eran relajadas; cuando éste caía por debajo del precio objetivo, las cuotas eran intensificadas. Si llegaba a presentarse un crecimiento extremadamente alto de los precios del café (como en 1975-1977), las cuotas eran abandonadas hasta que los precios cayeran dentro de la banda. Aunque se presentaron problemas con este sistema, la mayoría de los analistas coinciden en que éste fue exitoso en incrementar y estabilizar los precios del café (Akiyama y Varangis 1990; Bates 1997; Daviron 1996; Gilbert 1996; Palm y Vogelvang 1991).

El éxito relativo del régimen del AIC es atribuido a varios factores: (1) la participación de los

países consumidores en las actividades del sistema de cuotas; (2) la existencia de países productores como "unidades de mercado", donde los gobiernos controlaban las decisiones concernientes a las exportaciones; (3) La aceptación de Brasil de una reducción de la porción de mercado que resultó de sucesivos acuerdos; y (4) una estrategia común inicial de sustitución de importaciones en países productores, la cual requería la máxima movilización de ganancias de exportación (por lo tanto, altos precios de los bienes primarios) (Daviron 1996: 86-9). Sin embargo, el sistema de AIC fue debilitado eventualmente por problemas de "free-riding" y discusiones sobre las cuotas. Otros problemas fueron el incremento en el volumen de café comercializado con (o a través de) países importadores no miembros, a menores precios, y la creciente fragmentación del mercado (Daviron 1993; 1996).

Durante el régimen de AIC, la cadena mundial del café no fue conducida particularmente por ningún actor, ni fue posible establecer claramente qué países productores o consumidores la controlarían. Las barreras a la entrada en la agricultura y en el comercio interno fueron frecuentemente controladas por los gobiernos. El comercio internacional de café fue regulado por un acuerdo de bienes primarios. El establecimiento de cuotas y su negociación periódica, implicaron que las barreras a la entrada para los países (como unidades productoras) fueran también políticamente negociadas dentro de los mecanismos del AIC. Las fuerzas inherentes de estabilización de los AIC, junto con mercados regulados en los países productores, crearon un ambiente institucional relativamente estable donde las reglas eran relativamente claras, los cambios políticamente negociados y las proporciones de ingreso equitativamente distribuidas entre países productores y consumidores. Si bien, la forma relativamente

6- En África, por ejemplo, las exportaciones de café en 1996-98 representaron más del 50% de las ganancias por exportaciones agrícolas en cinco países, y más del 20% en nueve países. En tres de estos países las exportaciones de café representaron más del 50% de las exportaciones totales de bienes, y en ocho países más del 10% (ver Ponte 2002a).

homogénea de comercio limitó las posibilidades de mejorar la calidad del producto, los países productores aseguraron la valorización del mismo con los altos precios generados por los AIC (Ponte 2002b).

Por el contrario, el régimen pos-AIC exhibe varias de las características de lo que Gereffi (1994) llama una cadena "manejada por el comprador". Más específicamente, esto puede ser etiquetado como una cadena "manejada por el tostador".⁷ Las elecciones estratégicas hechas por los tostadores en los últimos 10-15 años han formado barreras a la entrada no solamente en el segmento tostador de la cadena, sino además en otros segmentos hacia arriba de la cadena. La adopción de un inventario manejado por los oferentes (IMO) ha sumado nuevos requerimientos para los comerciantes internacionales que quieren ser parte del juego. Garantizar una oferta constante de una variedad de orígenes y tipos de café ha promovido que los comerciantes internacionales estén incluso más involucrados en la producción de los países de lo que podían haber estado de cualquier forma como resultado de la liberalización del mercado. El manejo de "out-sourcing" de la oferta es también un caso de externalización de las funciones no centrales hacia arriba de la cadena, que es característico de muchas cadenas "manejadas por el comprador". Los nuevos requerimientos establecidos por los tostadores sobre cantidades mínimas necesarias de cualquier origen particular en una mezcla también puede ser interpretada como el establecimiento de barreras a la entrada para los países productores. Estas barreras utilizadas, fueron impuestas por los gobiernos sobre la base de una negociación política bajo el régimen de los AIC. Ahora, las firmas privadas las imponen sobre la base de requerimientos de mercado (Ponte 2002b).

La estructura institucional dentro de la cual opera la cadena del café, ha cambiado dramáti-

camente. Las relaciones de mercado han sustituido la negociación política acerca de las cuotas. Los países productores han desaparecido como actores en estas interacciones, con excepción de los intentos poco exitosos de mantener las cuotas bajo el amparo de la ahora extinta Asociación de Países Productores de Café (APPC). El poder de regulación del mercado de la Organización Internacional del Café (OIC) ha sido anulado. La regulación doméstica de los mercados de café juega un papel crecientemente débil. Todo parece indicar que la estructura institucional se está moviendo por fuera de un sistema formal y relativamente estable donde los productores tenían una "voz" establecida, hacia una más informal, intrínsecamente inestable y dominada por el comprador.

La OIC ha intentado minimizar la "crisis cafetera" sin tener mucho poder regulatorio para hacerlo. La iniciativa de más alto perfil en este campo comenzó en Septiembre de 2001, cuando la OIC estableció un Comité de Calidad con un mandato de estándares recomendados y procedimientos para la eliminación del mercado de café de "baja calidad". El comité, conformado por doce expertos de los miembros exportadores e importadores, y representantes del sector privado, formularon recomendaciones que fueron aceptadas por la OIC en Febrero de 2002 bajo la Resolución 407. Esta resolución establecía el Programa para el Mejoramiento de la Calidad del Café y explicaba los estándares mínimos para el café exportable con base en su defecto total y contenido máximo de humedad. Un alto defecto total es permitido para el Robusta más que para el Arábica.⁸ Esto implica que cada miembro exportador ha desarrollado e implementado medidas nacionales para asegurar el cumplimiento de estos estándares. Este es un cambio particularmente importante en aquellos países que no realizaban procedimien-

7- Una excepción para este argumento general se encuentra en la situación del mercado doméstico de café en Brasil, donde los vendedores al detal parecen tener el mando sobre los tostadores.

8- Para más detalles ver <http://www.ico.org/frameset/activset.htm>.

tos de certificación de calidad para exportaciones de café. El café no exportable, tiene que ser usado para propósitos de consumo no humano.

La meta global del programa es, en el corto plazo, reducir la oferta exportable de café y por ende, incrementar sus precios. En el largo plazo, el programa apunta a incrementar la calidad global de las exportaciones de café. No es claro aún cuáles mecanismos serán usados para compensar a aquellos países y productores que sean más vulnerables y se vean afectados en mayor medida por el programa. El éxito del programa en el largo plazo dependerá de la cooperación de los países importadores. El principal problema en este campo es que el más grande consumidor (los Estados Unidos) no está presente como miembro de la OIC. La Administración de Alimentos y Drogas de los Estados Unidos tiene reglas de importación permisivas, lo cual permite la importación de un promedio de 10 a 12 millones de sacos de café de muy baja calidad por año – lo que la industria llama “triage”.⁹ Sin la cooperación de los Estados Unidos es poco probable que la iniciativa tenga éxito en incrementar los precios.¹⁰ El programa de calidad de la OIC, sin embargo, ha encontrado algún apoyo de diversos gobiernos de países consumidores y directivos del sector privado. Es más probable que esta acción haga la diferencia en el mercado mundial del café, mucho más que los esquemas de mantenimiento que fueron intentados por la APPC.¹¹

El fracaso del régimen de los AIC y el creciente fortalecimiento en la industria del café (ver Grá-

ficos 1 y 2) han afectado la distribución del ingreso total generado a lo largo de la cadena del café.¹² Talbot (1997a: 65-7) estima que, en la década de los 70s, aproximadamente el 20% del ingreso total fue retenido por los productores, mientras la proporción promedio retenida en los países consumidores fue casi el 53% (ver Gráfico 3).¹³ Entre 1980/81 y 1988/89, los productores todavía controlaban casi el 20% del ingreso total; 55% era retenido en los países consumidores. Después del fracaso del AIC en 1989, la situación cambió dramáticamente. Entre 1989/90 y 1994/95, la proporción del ingreso total ganada por los productores cayó a 13%; la proporción retenida por los países consumidores creció hasta 78%.¹⁴ Esto representa una transferencia sustancial de recursos de los países productores a los consumidores, aparte de los niveles de precios. Es probable que la parte del ingreso retenida por los productores, en los últimos dos/tres años, caiga aún más debido a la situación actual de sobreoferta y bajos precios para el café verde y la habilidad de los tostadores para mantener los precios de venta a niveles relativamente estables. Mientras los precios del café verde se redujeron casi a la mitad entre Diciembre de 1999 y Junio de 2003 (fuente: OIC indicador compuesto de precio), los precios de venta promedio en los Estados Unidos entre Diciembre de 1999 y Diciembre de 2002 (último gráfico disponible) se redujeron en solamente el 15% (fuente: OIC). Esto sugiere que no solamente los márgenes brutos – sino también las ganancias – se han incrementado para los tostadores.

9- Alberto Hesse, comunicación personal, Octubre 4 de 2002.

10- Sin embargo, Nestor Osorio (Director Ejecutivo OIC) dijo en la conferencia SCAA 2004 que el diálogo con los Estados Unidos en lo referente al Programa de Mejoramiento de la Calidad del Café estaba avanzando en una forma constructiva (fuente: Mette Christensen, comunicación personal).

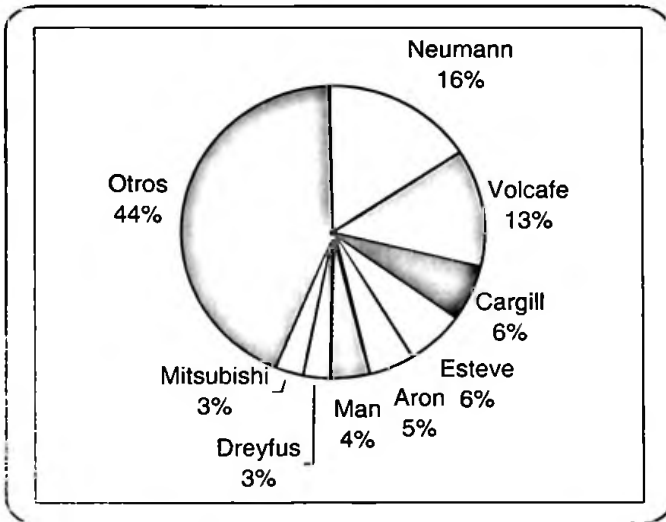
11- Para un reciente análisis del mercado mundial del café, ver también Lewin, Giovannucci y Varangis (2004).

12- Talbot (1997a: 63) define el ingreso total generado a lo largo de la cadena del café como “igual a la cantidad total de dinero gastado por los consumidores para comprar productos de café para consumo final”.

13- Las porciones constantes del ingreso total del café son: (1) costos de transporte y pérdidas de peso; y (2) valor agregado en países productores.

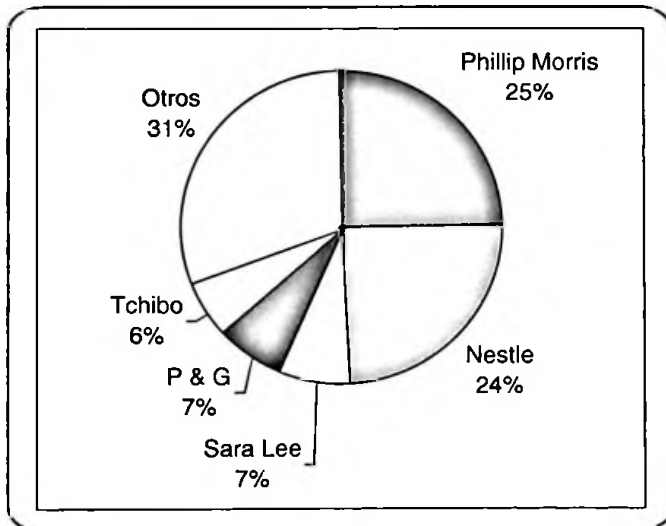
14- Los cálculos de Talbot (1997a) están basados en precios promedio ponderados para todos los países miembros de la OIC en varios nodos de la cadena. Un enfoque alternativo es calcular la distribución del valor a lo largo de las cadenas específicas productor-consumidor de cada país. Pelupessy (1999) ha aplicado este método a las cadenas Costa de Marfil-Francia y Costa Rica-Alemania. Sus resultados son razonablemente similares a los de Talbot. En 1994, la porción de los cultivadores del precio total de venta fue 13.8% en Costa de Marfil y 14.6% en Costa Rica.

Gráfico 1. Porción del mercado de café Verde por compañía comercial internacional (1998) (%)



Fuente: van Dijk *et al.* (1998: 34).

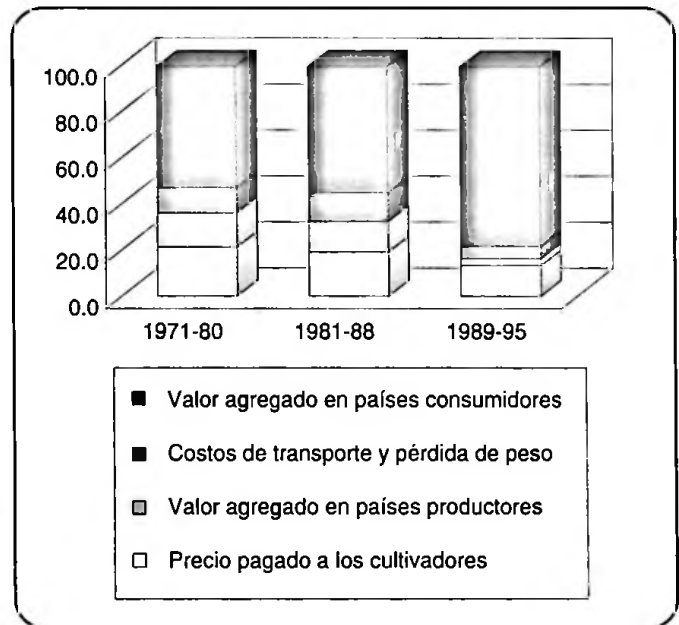
Gráfico 2. Participación en el mercado de las compañías de café tostado e instantáneo (1998) (%)



Fuente: van Dijk *et al.* (1998: 34).

En el resto del documento, examino cómo los estándares de sostenibilidad están afectando la estructura institucional y la forma de gobierno de la cadena de valor mundial del café. Comenzaré con un análisis general del papel de los estándares en la coordinación de las cadenas de valor. Enseguida pasaré a examinar los estándares de sostenibilidad en el sector cafetero.

Gráfico 3. Distribución del ingreso del café a lo largo de la cadena del café (1971-80 a 1989-95) (%)



Nota: Ingreso del café = promedio ponderado de los precios de venta en los países importadores miembros de la OIC, expresado en granos verdes equivalentes. Valores monetarios del ingreso total del café para los periodos indicados en el gráfico 2: 1971-80 (262.6 US cts/lb); 1981-88 (363.5 US cts/lb); 1989-95 (435.8 US cts/lb) (calculado de Talbot, 1997a: 65-7).

EL PAPEL DE LOS ESTÁNDARES EN LA COORDINACIÓN DE CADENAS DE VALOR

Los estándares comunican información acerca de los atributos de un producto. Estos atributos pueden ser clasificados dependiendo de la facilidad con la cual estos puedan ser medidos. Los atributos de *búsqueda* son aquellos que pueden ser verificados en el momento de la transacción (el color de un grano de café). Los atributos de *experiencia* pueden ser evaluados únicamente después de que la transacción se ha llevado a cabo (el sabor de un café elaborado). Los atributos de *crédito* pueden no ser objetivamente verificados a través del análisis de las características físicas del producto y están basados en la confianza (si el café ha sido cultivado orgánicamente) (Jensen 2002; Reardon *et al.* 2001). Estos atributos pueden pertenecer al *producto* como tal

(aspecto del café, sabor, higiene, ausencia de contaminación) o a la *producción y métodos de procesamiento*, los cuales incluyen aspectos relacionados con la autenticidad del origen (denominación geográfica), seguridad (residuos de pesticidas, niveles de toxinas) y condiciones socio-económicas y ambientales (biológico, comercio justo, café cultivado bajo sombra).

Los sistemas de estándares pueden ser clasificados en tres amplias categorías: mandatorios, voluntarios y privados. Los estándares son *mandatorios* cuando son establecidos por los gobiernos en forma de regulación. Estos pueden afectar los flujos comerciales poniendo requerimientos técnicos, pruebas, certificaciones y procedimientos de etiquetado sobre bienes importados (Wilson 2001). Los gobiernos pueden confiar en la aplicación de los estándares mediante reglas de responsabilidad *ex post* que permitan daños ejemplares a ser asignados al comprador en caso de incumplimiento, o pueden adoptar medidas *ex ante* – tales como requerir información o prohibir un producto que no coincide con los estándares técnicos de los bienes que son importados (Caswell y Henson 1997). En los Estados Unidos, la responsabilidad *ex post* es más común, mientras que en Europa las medidas *ex ante* son la columna vertebral de la regulación. Los estándares *voluntarios* surgen de un proceso coordinado formal en el cual los participantes clave en un mercado o sector buscan consenso. La International Standardization Organization (ISO) ha establecido más de 7.000 estándares voluntarios. Algunos de estos son también introducidos como una respuesta a las solicitudes de los consumidores (tales como eco-etiquetados) (Grote y Kirchhoff 2001: 6), o como resultado de las iniciativas NGO (tales como etiquetado de comercio justo). Las organizaciones sectoriales pueden también establecer estándares voluntarios que aplican para sus miembros. Los estándares voluntarios son usualmente verificados por auditorías de terceras partes. Los estándares *privados* son de-

sarrollados y monitoreados internamente por empresas individuales. Lo que frecuentemente los distingue de los estándares mandatorios o voluntarios es la falta de verificación por terceras partes, y un bajo grado de transparencia y participación de los participantes afectados.

La distinción entre estándares mandatorios, voluntarios y privados, sin embargo, se ha venido desdibujando cada vez más. Aunque los estándares voluntarios no son mandatorios por regla, algunos de ellos (tales como los estándares ISO 9000 sobre manejo de calidad) han llegado a serlo en la práctica – significando que estos son requeridos si los agentes económicos quieren competir mundialmente. La distinción entre estándares privados y voluntarios es también en alguna medida arbitraria, tal que muchas empresas privadas toman partes de estándares voluntarios. La adhesión a los estándares voluntarios y/o privados es frecuentemente una pre-condición para la aceptación del producto por parte de los consumidores y/o distribuidores. Además, las compañías aseguradoras pueden pedir cumplimiento con los estándares para reducir la exposición a la responsabilidad del producto, y los estándares voluntarios pueden ser incorporados en la regulación (Zarrilli 1999). Una lectura acumulativa de estos cambios puede sugerir que la regulación “privada” está, si no de hecho – al menos *de facto* – sustituyendo la regulación pública en determinar qué métodos característicos de los productos y procesos de producción son necesarios para que los hagan aptos para el comercio. Este proceso es también conocido como la “privatización” de los estándares.

En las industrias agro-alimenticias, la evolución del papel de los estándares en la formación del acceso al mercado puede ser entendido en relación con los cambios en las características del consumo. El consumo de alimentos se ha venido caracterizando cada vez más por una conciencia de seguridad alimentaria, enfocada en la salud y la dieta, la globalización de las preferencias de consumo y los intereses ambientales y sociales.

Esto, junto con una saturación de bienes en el mercado con rasgos de "commodity", ha llevado a la proliferación de productos y a la diferenciación. Esto ha estado acompañado por un incremento importante de cuestiones de control de calidad, "field-to-fork custodial tracking", y certificaciones ambientales y sociales.¹⁵ En el mundo de "consumo masivo" de bienes primarios relativamente homogéneos, los estándares crearon economías de escala y facilitaron la creación de mercados de futuros. (Daviron 2002). En la situación actual, los estándares están proliferando y llegando a ser más específicos. Ellas tienden a enfocarse (algunas veces exclusivamente) en la producción y los métodos del proceso más que en el producto mismo (Giovannucci y Reardon 2002; Reardon et al. 2001).

En la actualidad, los consumidores de alimentos en economías de ingreso alto demandan información completa sobre un producto, de tal forma que pueden hacer elecciones individuales en relación con creencias personales (sobre seguridad alimentaria y protección ambiental, por ejemplo) y preferencias de gusto. En esta situación, la protección del consumidor no es solo una cuestión de seguridad alimentaria, sino además de ofrecimiento de una información confiable que facilite las elecciones de los consumidores (Valceschini y Nicholas 1995: 18). Por lo tanto, el manejo de los estándares puede ser visto como de competencia y/o cooperación entre los actores de una cadena de valor, teniendo cada uno acceso únicamente parcial a – y control de – información sobre el producto y sus métodos relacionados de proceso y producción. Las elecciones que apuntan a resolver problemas de información por actores principales, determinan la forma en que una cadena de valor segura (o segmento de una cadena) es dirigida.

Los estándares no están libres de manipulación, luchas de poder y comportamientos oportu-

nistas. Ellos autorizan a las instituciones o actores a que decidan su criterio y control de su administración, monitoreo y/o certificación. Ellos otorgan poder porque (tratando de resolver problemas de información asimétrica) crean situaciones de acceso asimétrico. Aquellos que controlan los estándares tienen el poder sobre los usuarios. Los usuarios de una norma pueden haber estado en la posición de participar en el establecimiento de ella. Sin embargo, no todos los usuarios tienen la misma influencia en el proceso de determinación o administración de los estándares. Los estándares son por lo tanto esferas políticas de acción porque excluyen algunos intereses mientras sirven a otros. Ellos contribuyen a determinar la distribución del valor agregado a lo largo de la cadena de valor y establecen umbrales de inclusión/exclusión. En lugar de ser simplemente un instrumento técnico para reducir los costos de transacción asociados con la asimetría de información, pueden ser vistos como un instrumento estratégico de la coordinación de la cadena de valor. Esto implica que los enfoques técnicos actualmente usados en la comprensión del impacto de los estándares de sostenibilidad sobre el comercio de los países en desarrollo necesitan estar integrados a los enfoques de economía política, los cuales son más contextualizados históricamente y sensibles.

ESTÁNDARES, SOSTENIBILIDAD Y COMERCIO ÉTICO

Los estándares pueden ser establecidos para especificar las características de un producto, métodos de producción y proceso específico, rasgos de calidad, y seguridad. Cada vez más, incluyen especificaciones relacionadas con el impacto ambiental, asuntos de bienestar animal y condiciones laborales. Esto es más claro cuando

15- Daniele Giovannucci, "Producing Countries and the Flight to Specialty Coffee", presentación en la 14ª Conferencia Anual y Exhibición de la SCAA, Anaheim, California, mayo 5 de 2002.

se analizan "estándares de sostenibilidad" o más generalmente iniciativas de "comercio ético". Comercio ético y sostenibilidad son conceptos interrelacionados de tal forma que el primero incluye todas las características principales del último. Comercio ético es realmente definido como "cualquier forma de comercio que conscientemente busca ser ambiental y social, así como económicamente responsable" (Tallontire et al. 2001). El consumismo ético es un fenómeno creciente que ha motivado prácticas éticas de negocios, junto con el incremento de la vulnerabilidad de las marcas a problemas de reputación, lo cual puede llevar a pérdidas de valor de las existencias. Muchos negocios adoptan prácticas éticas porque piensan que esto es lo que los consumidores quieren. La globalización del aprovisionamiento de alimentos y viajes al exterior han resultado en consumidores más arriesgados, y también consumidores que preguntan acerca de las fuentes de los productos que ellos compran. Esto ha llevado a la proliferación de esquemas de comercio ético y de estándares de sostenibilidad. Ejemplos de estos esquemas son: comercio justo, códigos de prácticas de empresas, eco-etiquetados, certificación de pesca y bosques, e iniciativas de aprovisionamiento ético de los principales vendedores al detal y propietarios de marcas. Infortunadamente, muchos esquemas de comercio ético son manejados por consumidores y negocios en países desarrollados, más que por opiniones o prioridades de productores (ibid).

El comercio ético puede ser útilmente diferenciado en dos amplias categorías: (1) iniciativas empresariales; y (2) procedimientos de certificación y etiquetado. Entre las *iniciativas empresariales*, el instrumento más común para mostrar la responsabilidad ética es la adopción de "códigos de práctica" (o "códigos de conducta"), los cuales definen el criterio para medir el desempeño de la compañía en contra de un conjunto de objetivos éticos. Estos códigos pueden ser desarrollados por compañías individuales o sacados de

códigos modelo, tales como el "Código de Prácticas Laborales para la Industria del Vestido" por la "Campaña de Ropa Limpia", o "El Código de la Producción Segura de Juguetes" por la Coalición de Hong Kong. Infortunadamente, como argumenta Blowfield (1999: 758), "demasiados códigos son lanzados con una fanfarria de publicidad en el Oeste, todavía son 'desconocidos, no disponibles o no traducidos' en la situación de operación de los países en desarrollo". El cumplimiento es raramente reportado, y la verificación independiente es la excepción en lugar de la regla. Muy frecuentemente, estas iniciativas son casos de "un lanzamiento, un almuerzo y un logo" (ibid). Además, las compañías que desarrollan su propio código pueden elegir y preferir cuáles estándares adoptar sin consultar con los mal llamados beneficiarios. Finalmente, si las iniciativas empresariales no ganan una prima para los oferentes o altos salarios para los trabajadores, entonces ellas simplemente se convierten en un requerimiento más para el acceso a un segmento del mercado (du Toit 2002: 371).

Los *procedimientos de certificación y etiquetado* son usados como medios de información comunicativa acerca de las condiciones sociales o ambientales que rodean la producción de bienes o la provisión de servicios. Ejemplos de estos son la etiqueta de Comercio Justo, la certificación orgánica, y la iniciativa del Consejo Forestal Stewardship, el cual certifica a los propietarios de tierras que armonizan una serie de criterios para el manejo forestal sostenible. Las etiquetas pueden contribuir al establecimiento de estándares comunes para ciertos sectores y ayudar a prevenir la confusión entre los consumidores. Ellas generalmente aseguran mejor representación de los interesados en la negociación de estándares que las iniciativas empresariales. Sin embargo, la participación para el establecimiento de criterios puede no acumular mucho (ver du Toit 2002) – especialmente cuando la marca es controlada por una asociación industrial o por una organización que

tiene relaciones cercanas con una compañía particular (Blowfield 1999).

Mientras los esquemas de comercio ético han creado nuevas oportunidades para sus beneficiarios, existe evidencia de que estos han tenido impacto negativo entre aquellos que son incapaces o no están dispuestos a participar. En algunos casos, los asuntos de los consumidores han tenido incluso consecuencias negativas sobre sus "beneficiarios".¹⁶ Es igualmente claro que estos esquemas han sido débiles en cuanto a la focalización de ciertos grupos con desventaja. Finalmente, los interesados raramente han estado en capacidad de influir en los códigos de práctica y las marcas, dado que ellos no dirigen todas las cuestiones prioritarias para los trabajadores y los minifundistas (Blowfield y Jones 1999).

EL "MERCADO SOSTENIBLE" EN LA INDUSTRIA DEL CAFÉ

La sostenibilidad se ha convertido en un tema caliente en la industria cafetera. La amplia noción de café sostenible fue desarrollada dentro de la industria de cafés especiales norteamericana – aunque las primeras formas de café sostenible certificado fueron desarrolladas en Europa por el movimiento para un comercio justo. Por volumen, la industria de cafés especiales explica el 17% del total de importaciones de café verde en los Estados Unidos. Estas ventas representan aproximadamente el 40% del mercado de café en los Estados Unidos (aunque algunas fuentes piensen que esta cifra es demasiado alta). Estimaciones indican que este mercado está creciendo alrededor de 5%-20% por año. En el año 2000, las ventas al por menor de granos de café especiales fueron US\$ 2.5 billones, mientras que las ventas de bebidas de cafés especiales fueron US\$ 5.4 billones (Giovannucci 2001). El último gráfico oculta el hecho de que el "contenido de café" de estas

ventas es una mínima proporción del total, siendo el resto valor agregado en saborización, mezclas con productos lácteos y provisión de un "ambiente de consumo" específico.

Dentro de la industria de especiales, hay un creciente reconocimiento y un valor de mercado incrementándose para los "cafés sostenibles". El concepto de sostenibilidad incluye aspectos referentes a "viabilidad económica para los agricultores", "conservación ambiental" y "responsabilidad social". Algunos de estos cafés son vendidos como cafés *certificados*, tales como "orgánico", "Amigable con las aves (Bird-friendly)", "Alianza para el Bosque Tropical certificado", "Comercio Justo", y "Utz Kapeh". Otros son vendidos bajo iniciativas de sostenibilidad que son diseñadas por compañías privadas, con o sin supervisión de una tercera parte (por ejemplo, 'Green Mountain Coffee Roasters', "Stewardship Program"; Thanksgiving Coffee Company's "Song Bird" and "Bat Magic" coffees; Starbucks' "preferred supplier system," and Rapunzel Pure Organics' "E-Blend" and "E-Espresso").

El café orgánico es producido con métodos que aseguran un agro-ecosistema viable y sostenible. El café de sombra es cultivado bajo cubierta forestal, preservando la biodiversidad y proporcionando un hábitat apropiado para las aves migratorias. El café de comercio justo está basado en una relación comercial entre los participantes de la cadena que tienen elementos basados en el mercado y éticos, y los objetivos que son sostenibles en el largo plazo. La certificación Alianza para el Bosque Tropical y el código de conducta Utz Kapeh intentan incorporar elementos de las otras tres tradiciones de sostenibilidad.

El tamaño estimado de las ventas en Norteamérica de los cafés orgánico *certificado*, comercio justo, y cultivados a la sombra fue de más de 5.000 toneladas en el año 2000, con un valor de

16- Por ejemplo, King y Marcus (2000) muestran cómo las preocupaciones de los consumidores sobre el trabajo infantil en las fábricas de ropa en Asia Oriental llevan a muchos niños a perder sus trabajos y acabar en ocupaciones más peligrosas en las calles.

US\$ 152 millones al nivel de vendedor al detal (ver Tabla 1). Por valor, esto representa menos del 1% de los US\$ 20,7 billones del mercado de café norteamericano y aproximadamente el 2% del mercado de cafés especiales. Incluso considerando

para los cafés no certificados que son comercializados como "sostenibles", el valor total del mercado de café sostenible en Norteamérica fue cerca de US\$ 188 millones en el mismo año (para un volumen de 6.818 toneladas).

Tabla 1. Tamaño y valor de los mercados de cafés especiales y sostenibles en Norteamérica (Estados Unidos y Canadá) en 2000

	Volumen		Valor al detal	
	(toneladas)	% del mercado total de café	US\$ millones	% del mercado total de café
Total mercado de café	1.428.000		20.700	
Total mercado de cafés especiales	242.760	17,00	8.280	40,00
Total café sostenible (incluye no certificado)	6.818	0,48	183	0,91
Café sostenible certificado	5.091	0,36	152	0,73
Total café orgánico (incluye no certificado)	5.364	0,38	146	0,71
Café orgánico certificado	4.091	0,29	122	0,59
Comercio justo certificado	2.136	0,15	64	0,31
Total cultivado bajo sombra (incluye no certificado)	955	0,07	28	0,14
Cultivado bajo sombra certificado	505	0,04	15	0,07

Fuente: volumen total del mercado de café = importaciones totales dentro de los Estados Unidos en 2000 (23,8 millones de sacos) (base de datos OIC); 1 saco = 60 Kg; para todas las otras cifras, Giovannucci (2001).

Tabla 2. Tamaño y valor de los mercados mundiales de café sostenible en 2000

	Volumen		Valor al detal		Puntuación de fiabilidad 1= alto 2= medio 3= bajo
	(toneladas)	% del mercado total de café	US\$ millones	% del mercado total de café	
Total mercado de café	6.692.727		49.257,0		2
Total café sostenible (incluye no certificado)	19.091	0,29	565,0	1,15	1
Café sostenible certificado	16.364	0,24	490,0	0,99	2
Total café orgánico (incluye no certificado)	9.636	0,14	286,0	0,58	1
Café orgánico certificado	7.500	0,11	223,0	0,45	1
Comercio justo certificado	13.227	0,20	393,0	0,80	2
Total cultivado bajo sombra (incluye no certificado)	1.045	0,02	30,5	0,06	1
Cultivado bajo sombra certificado	545	0,0	16,2	0,0	2

Fuentes: para café sostenible, Giovannucci (2001); Volumen total del mercado de café = producción global en 2000 (111,5 millones de sacos, base de datos OIC); Valor total del mercado de café = promedio de los precios de venta en los nueve países importadores más importantes ponderado por sus volúmenes de importación + 11,7% para el resto del valor de las importaciones de otros países + valor estimado del consumo doméstico en Brasil y Etiopía (de base de datos OIC).

Mundialmente, el volumen de café sostenible certificado fue estimado en cerca de 16.000 toneladas, para un valor al detal de US\$ 490 millones en 2000; si incluimos el café no certificado vendido como sostenible, las cifras aumentan a 19.000 toneladas y US\$ 565 millones, cerca del 1% del mercado mundial de café (ver Tabla 2). De acuerdo con una encuesta de 2.098 firmas de café norteamericanas (importadores, distribuidores, mayoristas, tostadores y vendedores al detal) realizada en

2001, hay un nivel relativamente alto de conciencia de cafés sostenibles en la industria (98,7% para orgánico, 76,4% para cultivado bajo sombra, y 82,5% para comercio justo), aunque la proporción de operadores ofreciéndolos es baja (78,6% ofrece orgánico, 51,8% cultivado bajo sombra, y 54% comercio justo). Incluso más problemático, es el hecho que "muchas firmas señalan o creen que están vendiendo café sostenible aunque carecen de certificación o verificación independiente" (Ibid.).

Tabla 3. Prima promedio pagada por café orgánico, comercio justo y cultivados a la sombra en Norteamérica en 2000 (US\$/Kg)

	Orgánico	Comercio Justo	Cultivado bajo sombra
Importadores	0,79	1,63	0,77
Distribuidores	1,03	1,06	0,97
Mayoristas	1,10	1,28	1,08
Tostadores	1,01	1,12	0,90
Vendedores al detal	1,41	1,43	1,32
Promedio industria	1,30	1,36	1,17
Promedio a través de categorías	1,07	1,30	1,01

Fuente: Giovannucci (2001)

Los cafés sostenibles proporcionan retornos positivos para los consumidores con base en el país importador. Ellos traen una prima promedio de US\$1,30/Kg para orgánicos, US\$1,36/Kg para comercio justo, y US\$1,17/Kg para cultivados a la sombra. Estas son primas promedio pagadas por varias empresas para sus oferentes (ver Tabla 3). Esto no significa necesariamente que estas primas sean transferidas en su totalidad a los productores. La encuesta además sugiere que la "sostenibilidad" y la "calidad" no pueden ser mantenidas en aislamiento. El factor más importante a la hora de valorar un café sostenible para los negocios fue la "calidad especial del sabor" (indicada en casi el 92% de los casos), seguido por la ética

personal y las creencias acerca del comercio justo y el ambiente. Resulta interesante observar que los cafés sostenibles no parecen ser dirigidos por el cliente o comprador. La demanda de los compradores fue calificada como un factor importante solamente en el 50,9% de las respuestas (Ibid.).

Un estudio más reciente realizado en 11 países de Europa y Japón (Giovannucci y Koekoek 2003) estima que el volumen de café sostenibles en estos países en 2001 había sido de 21.266 toneladas – equivalente al 1,1% del volumen total de café consumido. Este es un estimado mucho más alto que el proporcionado por el mercado mundial para cafés certificados en 2000 – 16.634 toneladas (Giovannucci 2001). El promedio de

crecimiento anual de café sostenible estimado para el período 1999-2004 en estos países es cerca del 10% (Giovannucci y Koekoek 2003).

La Tabla 4 ilustra el tamaño de mercado estimado de "café sostenible" para 2003. El orgánico y el comercio justo son los más grandes por volumen. Se puede notar adicionalmente que existe una amplia coincidencia entre los dos: casi el 40% del mercado de comercio justo es ahora además orgánico certificado. El volumen total estimado

(51.067 toneladas) es mucho más alto que el presentado arriba en estimaciones previas. Esto es explicado sobre la base de estimaciones mucho más altas en orgánico y el reciente crecimiento de una nueva iniciativa de sostenibilidad – Utz Kapeh (ver detalles en la Sección 7). En cualquier caso, el mercado de café sostenible es todavía un pequeño nicho – cerca del 1% de las 5.104.000 toneladas exportadas por los países miembros de la OIC en 2003.

Tabla 4. Tamaño estimado de los mercados de café certificado (2003)

	Utz Kapeh	Orgánico	Comercio justo	Cultivado bajo sombra	Total ¹⁷
Volumen total (toneladas)	14.000	26.400	17.870	660	51.067

Fuentes: Utz Kapeh: datos Utz Kapeh; orgánico: 15% de crecimiento anual por encima de la cifra citada en Lewin, Giovannucci y Varangis (2004) para 2001; comercio justo: Giovannucci y Koekoek (2003); cultivado bajo sombra: 10% de crecimiento anual por encima de la cifra citada en Giovannucci (2001) para 2001.

El análisis llevado a cabo en esta sección sugiere que el mercado para cafés "sostenibles" es todavía relativamente pequeño en relación al tamaño y valor del mercado mundial de café. A pesar de todo, éste está creciendo con bastante rapidez y viene atrayendo el creciente interés en la industria. Los más grandes tostadores comerciales (tales como Nestlé), tostadores/vendedores al detal (tales como Starbucks) y comerciantes internacionales (tales como Volcafé y Neumann) han decidido (o están en proceso de establecimiento) seleccionar estándares sobre la base de una forma u otra de "sostenibilidad". Sara Lee ha anunciado recientemente que estará comprando 2.500 toneladas de café Utz Kapeh en 2004. Kraft se ha comprometido a comprar más o menos la misma cantidad de café certificado Alianza para el Bosque Tropical. Procter & Gamble comenzó comprando café de Comercio Justo a través de su división especial Millstone y se ha comprometido a comprar hasta un millón de toneladas en los próximos años.

En la próxima sección se suministra un análisis detallado de los principales sistemas de certificaciones de terceras partes que dirigen cuestiones de sostenibilidad en el sector cafetero. Esto estará seguido por una breve discusión de las iniciativas "privadas" y "públicas/privadas" sobre sostenibilidad.

ANÁLISIS DE SISTEMAS SELECCIONADOS DE CERTIFICACIÓN DE CAFÉ "SOSTENIBLE"

Utz Kapeh

Características generales Utz Kapeh (que significa "una buena taza de café" en una de las lenguas Mayas) es el nombre de una fundación con sede en Guatemala y los Países Bajos. Originalmente, se constituyó con el apoyo de la compañía holandesa Ahold, una de las más grandes cadenas mundiales de ventas al detal, y en la actualidad es una iniciativa independiente. Esta ha

¹⁷ Esta estimación toma en consideración que el 44% del café de comercio justo es también orgánico certificado.

desarrollado un código de conducta para cultivo de café sostenible sobre la base de las "buenas prácticas agrícolas" del Grupo Europeo de Vendedores al detal (EUREP-GAP). Este código contiene criterios sobre manejo de suelos, uso de fertilizantes, manejo integrado de pesticidas, manejo de residuos de polución, salud de los trabajadores, seguridad y bienestar, y otros aspectos socioeconómicos y culturales. Los objetivos de Utz Kapeh son garantizar el acceso a servicios sociales básicos, guiar a los productores a armonizar los estándares para cultivo de café sostenible, y proporcionar asistencia en la implementación de estos estándares. La fundación registra a los productores interesados y proporciona el código de conducta. Este establece contacto con una agencia independiente de certificación, la cual realiza las inspecciones y otorga el certificado si se cumplen los estándares. Los tostadores pagan una cuota de US\$ 0,01/Kg para la fundación. Las certificaciones fueron conseguidas por primera vez en 2002.

A marzo de este año, Utz Kapeh había certificado 42 fincas y grupos de cooperativas en doce países: dos cooperativas en Costa Rica, ocho fincas en Guatemala, un grupo de cooperativas en Honduras, ocho fincas en Brasil, una finca en Bolivia, una finca y un grupo de cooperativas en Colombia, seis grupos de cooperativas y grupos de agricultores en Perú, un grupo de fincas en India, un grupo de fincas en Indonesia, seis fincas en Vietnam, tres grupos de agricultores organizados por un exportador en Uganda, y una finca en Zambia. Esto responde por una producción potencial de 37.815 toneladas, de las cuales 6.664 toneladas son de Robusta (cerca del 18% del total). Sin embargo, en 2003 Utz Kapeh compró 14.000 toneladas como café certificado. Uno podría interpretar este equilibrio oferta-demanda como "sobreoferta", sin embargo, grandes tostadores desean una amplia variedad de orígenes

para elegir entre ellos. De hecho, una de las razones por las cuales los tostadores "Big Four" no se habían comprometido todavía a comprar grandes cantidades de café Utz Kapeh hasta tiempos recientes, fue que no había suficiente café certificado de varios orígenes para sus necesidades.¹⁸

La mayoría de la demanda por café Utz Kapeh hasta hace poco vino de la Compañía de Café Ahold, una tostadora que controla cerca del 12% del mercado holandés y selecciona todo su café como Utz Kapeh certificado. Como se mencionó arriba, en Marzo de este año, Sara Lee anunció que estaría comprando 2.500 toneladas de café Utz Kapeh en 2004. Otros 40 tostadores están comprando café Utz Kapeh, pero en pequeñas cantidades. Es claro que este esquema de certificación está creciendo rápido y ha alcanzado un tamaño considerable. De acuerdo con el coordinador de Utz Kapeh en los Países Bajos, hay buenas perspectivas para crecer – incluso en el sector del Robusta – pero las estimaciones son poco más que las conjeturas.¹⁹

Prima Originalmente, Utz Kapeh no establece una prima fija para su café certificado. Su iniciativa fue pensada como un "sistema de proveedor preferido", donde los tostadores podrían comprar directamente de los proveedores certificados en países productores que armonicen estándares seguros. En la práctica, esto muestra que los productores terminan obteniendo una prima de US\$ 0,07-0,26 por Arábica Suave,²⁰ pero no es claro cuánto de esta prima está ligado a la calidad y cuánto a la sostenibilidad. Cuando se estableció que los costos de certificación en este sistema habrían de ser sobrellevados por los productores, la fundación comenzó a considerar un sistema de prima variable específicamente recompensando sostenibilidad. Este sistema fue finalmente aprobado en Mayo de 2003.

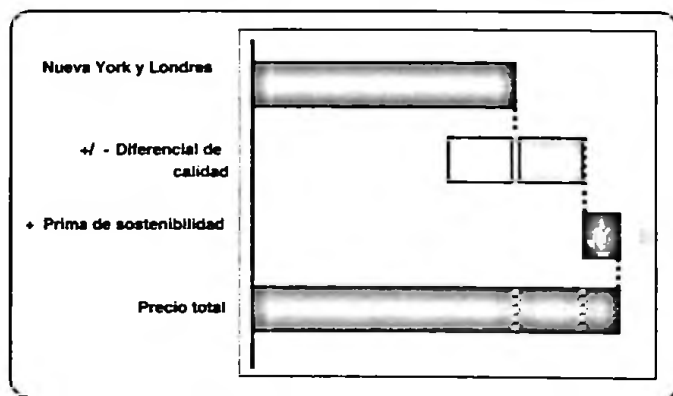
18- Fuente: Bo van Elzakker, Agro Eco, comunicación personal, Junio 2 de 2003.

19- Lucas Simons, Utz Kapeh, comunicación personal, Mayo 13 de 2003.

20- Fuente: Presentación de Utz Kapeh en la Conferencia de la SCAA 2002.

La Gráfica 4 muestra que el precio total de café comprado con certificación Utz Kapeh bajo este sistema es la suma del precio de referencia (Nueva York o Londres) más o menos la prima de calidad, más una variable "prima de inversión en sostenibilidad" que depende del nivel de los precios internacionales (ver Tabla 5). Los umbrales de "bajo precio" que accionan la prima de sostenibilidad son los siguientes: US\$ 0,70/lb para Arábica (Nueva York precio de contrato "C") y US\$ 650/tonelada para Robusta (precio LIFFE). El tamaño de la prima depende del tipo de café y está resumido en la Tabla 6. Estas son más bajas que la prima promedio de orgánico (ver abajo) pero están al menos garantizadas durante un período de precio internacional bajo. En el momento de escribir, el precio "C" de Nueva York para el contrato de Septiembre de 2003 fue US\$ 0,59/lb, accionando de esta manera la prima de sostenibilidad para Arábica. Por el contrario, el precio LIFFE de Robusta para el contrato de Septiembre de 2003 fue US\$ 686/tonelada, por lo que no acciona la prima.

Gráfico 4. Sistema de precios Utz Kapeh



X= Diferencial de calidad.
Y= Prima de sostenibilidad.

Un problema con este sistema es que los umbrales críticos que accionan la prima de sostenibilidad son revisados periódicamente por la Jun-

ta Directiva de Utz Kapeh. La revisión fue inicialmente programada para realizarse dos veces al año. Cambios abruptos en estos niveles pueden poner en peligro la factibilidad de un sistema de certificación Utz Kapeh en países productores. Esto puede crear problemas de inestabilidad y riesgo. El lado positivo de este sistema (como se diseñó originalmente en Mayo de 2003) era que el pago del diferencial (cuando era aplicable) no era opcional. Utz Kapeh estableció que "con el tiempo, los compradores que consistentemente no vivieran conforme al espíritu del Diferencial de Sostenibilidad serían sacados de la lista del programa Utz Kapeh".²¹ A pesar de todo, aún no es claro cómo la fundación supervisa el pago de la prima (y si ésta desciende todo el trayecto para los agricultores) y cómo asegura que los agricultores conocen (y esperan) una prima para café Utz Kapeh. Un análisis reciente de certificación de café Utz Kapeh en Uganda sugiere que ni los agricultores, ni los exportadores se involucraron en conocer mucho (o todo) acerca del sistema de primas (Ponte y Kawuma 2003). Igualmente, las discusiones sobre los sistemas de primas han desaparecido de la literatura reciente de Utz Kapeh y de la presentación dada en la conferencia de la SCAA 2004. Ante esta situación, uno puede solamente asumir que el sistema de primas ha sido abandonado. El énfasis de esta iniciativa parecía haber cambiado para asegurar completa rastreabilidad y proporcionar productores con un "tiquete de entrada" a un "mercado dominante emergente para café responsable certificado".²² La posición actual de Utz Kapeh sobre fijación de precios es que "un productor certificado es 'recompensado' en un modo orientado por el mercado y no en la forma de un precio mínimo. Por lo tanto Utz Kapeh no interfiere en las negociaciones de precios entre tostador y agricultor.

21- Fuente: Utz Kapeh, "Recomendaciones sobre la fijación de precios de Café Responsable Certificado Utz Kapeh". Disponible en: <http://www.utzkapeh.org>.

22- Fuente: <http://www.utzkapeh.org/Utzkapeh/ukwebsite.nsf/portal?OpenFrameset>.

Nosotros creemos que el principio de oferta y demanda es la mejor forma de proporcionar un mejor precio para un mejor producto para el agricultor".²³

Tabla 5. Utz Kapeh: Sistema de primas cuando los precios internacionales están por debajo de US\$ 0,70/lb (Contrato "C" Nueva York) y US\$ 650/tonelada (precio LIFFE).

	Arábica US\$ / Kg	Robusta US\$ / Kg
Lavado	0,154	0,100
Sin lavar	0,088	0,060

Fuente: Fundación Utz Kapeh (2003)

Estándares y cumplimiento Utz Kapeh registra a productores interesados o asociaciones de cooperativas/agricultores y proporciona el Código de Conducta. Si el productor lo desea, el intercambio de información comienza entre la Fundación y el productor para ayudar a cumplir con el Código de Conducta. Cuando el productor está listo, Utz Kapeh establece contacto con un (aprobado por Utz Kapeh) Organismo de Certificación independiente. El Organismo de Certificación lleva a cabo inspecciones con base en el Código de Conducta y cuando el productor cumple, otorga el certificado.

El Código de Conducta Utz Kapeh gira alrededor de tres criterios:

1. Responsabilidad social.
2. Responsabilidad ambiental.
3. Seguridad de los alimentos.

El Protocolo para Buenas Prácticas Agrícolas EUREP-GAP constituye la base del Código de Conducta. Varios años atrás, los principales vendedores al detal europeos se reunieron en el Grupo de Trabajo de Vendedores al detal Europeos de Productos Agrícolas (EUREP) para armonizar sus estándares agrícolas para frutas y vegetales. Esto llegó a ser conocido como el Protocolo EUREP-

GAP. El Protocolo fue desarrollado por más de 20 de los principales vendedores al detal europeos y es ahora parte de su estrategia de selección. Este proporciona garantías mínimas de buenas prácticas agrícolas y condiciones sociales básicas. Los temas específicos cubiertos son manejo de suelos, uso de fertilizantes, manejo integrado de cosecha, manejo de desechos y polución, reciclaje/re-utilización y salud de los trabajadores, seguridad y bienestar.

Muchos de los aspectos que son relevantes para el cultivo de frutas y vegetales, lo son también para el café. Por esta razón, Utz Kapeh desarrollo una traducción del Protocolo EUREP-GAP para producción de café, la cual puede ser aplicada alrededor del mundo. Este agrega parte de capítulos contenidos con detallados requisitos sobre:

- Beneficio mojado (criterio ambiental y de seguridad alimentaria).
- Beneficio seco (criterio ambiental y de seguridad alimentaria).
- Educación y capacitación (criterio social)
- Atención en Salud (criterio social).
- Vivienda (criterio social).
- Trabajadores Temporales (criterio social).
- Asuntos Culturales (criterio social).

Los capítulos agregados se refieren a estándares de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) y de la Declaración Universal de los Derechos Humanos. Al menos en el papel, la iniciativa Utz Kapeh apunta a mejorar las condiciones de vida de las personas que trabajan en el sector cafetero y a conseguir metas ambientales. Se puede observar, sin embargo, que muchos de estos ingresos en el código de conducta Utz Kapeh son marcados como 'debería' y 'deber menor'. Esto significa que ellos han disminuido la prioridad en la implementación del protocolo. Por ejemplo, los únicos ingresos 'deber mayor' en los

23- Fuente: Ibid.

capítulos sobre "salud de los trabajadores, seguridad y bienestar" y "trabajadores y sus familias" se relacionan con: medidas de fumigación en embalaje y sitios de almacenamiento; provisión de educación en la finca si el colegio público más cercano está demasiado lejos para caminar; y análisis adecuado de agua. Los otros temas de "deber mayor" que permanecen en los capítulos del código de conducta son:

- Archivar historial de la semilla.
- Cumplir con la ley nacional sobre GMO.
- Implementar valoración de riesgo.
- Mantener archivos de químicos usados para esterilizar sustratos.
- No almacenar fertilizantes con productos agrícolas nuevos.
- No utilizar aguas residuales, no tratadas para irrigación.
- Los productos de protección del cultivo utilizados deben ser apropiados para el control requerido.
- Los agricultores deben usar únicamente químicos que estén oficialmente registrados en el país de uso.
- Los agricultores deben usar únicamente químicos que estén oficialmente registrados para uso sobre el cultivo que está siendo protegido.
- Químicos que estén prohibidos en la Unión Europea no deben ser usados en cultivos destinados para la venta en la Unión Europea.
- Las recomendaciones para la aplicación de pesticidas deben estar dadas por asesores competentes y calificados esperando un certificado nacional reconocido o similar (si tales asesores no están disponibles, los agricultores deben estar en capacidad de demostrar su competencia y conocimiento – por ejemplo, a través de una adecuada capacitación en el uso y aplicación de pesticidas).
- Todas las aplicaciones de pesticidas (y químicos poscosecha) deben ser archivados en un diario de cultivo o su equivalente. Los archivos deben incluir nombre del cultivo, ubica-

ción, día de aplicación, nombre comercial, y nombre del operador.

- Los trabajadores que manipulan y aplican pesticidas deben estar en capacidad de demostrar apropiada competencia y conocimiento, deben estar equipados con ropa protectora apropiada.
- Los intervalos pre-cosecha deben ser observados.
- Los agricultores y/o proveedores deben estar en capacidad de proporcionar evidencia de pruebas de residuos de pesticidas.
- Los químicos pre-cosecha deben ser utilizados únicamente de acuerdo con la etiqueta del producto.
- Los agricultores deben usar únicamente químicos que estén oficialmente registrados en el país de uso, y para uso sobre el cultivo que está siendo protegido.
- Los químicos que están prohibidos en la Unión Europea no deben ser usados en cultivos destinados para la venta en la Unión Europea.
- El agua contaminada que sale del beneficio debe ser tratada (5 años de cumplimiento sobre este ingreso).

Orgánico

Características generales La agricultura orgánica es un sistema de manejo de la producción que promueve y engrandece la biodiversidad y la actividad de la tierra. Está basado en el mínimo uso de insumos externos a la finca y en prácticas de manejo que renueven, mantengan y fomenten la armonía ecológica. Los estándares orgánicos están definidos por las autoridades gubernamentales, organizaciones internacionales (FAO/OMS Codex Alimentarius) y la Federación Internacional de Movimientos de Agricultura Orgánica (FIMAO). Las agencias de certificación acreditadas supervisan los estándares orgánicos sobre producción, procesamiento y comercialización.

En general, un cultivador o procesador de café orgánico puede ser certificado por una compañía de certificación pública o privada si, entre otras, los siguientes estándares y procedimientos son conoci-

dos: (1) el café es cultivado sin el uso de agro-químicos sintéticos en los tres años previos a la certificación; (2) agricultores y procesadores mantienen archivos detallados de métodos y materiales usados en la producción de café y planes de manejo; y (3) un certificador que actúa como tercera parte inspecciona anualmente todos los métodos y materiales.

La estructura de regulación internacional²⁴ Los estándares orgánicos han sido desarrolladas por medio de la regulación gubernamental, en esfuerzos realizados dentro de organizaciones internacionales, y por organizaciones privadas. La regulación gubernamental de importaciones de productos orgánicos comenzó esencialmente en la década de los 80s en Francia, Dinamarca y algunos estados en los Estados Unidos. Esto frecuentemente pasó a petición de cultivadores orgánicos que necesitaban protección de comercialización fraudulenta de productos orgánicos y/o como resultado de esfuerzos políticos para apoyar o subsidiar la agricultura orgánica.

En la *Unión Europea*, el manejo por regulación comenzó en 1991 cuando la regulación del consejo (EEC) 2092/91 fue pasada. Esta regulación abarca la comercialización de todos los productos etiquetados como "orgánicos". Incluye estándares de producción y medidas de control que podrían ser implementadas para asegurar la integridad de la producción. La regulación enumera todos los insumos que pueden ser utilizados en la agricultura e identifica los métodos de producción que son permitidos y aquellos que están prohibidos. Algunos asuntos pueden ser decididos por estados miembros.

Las reglas de importación son complejas y cambian constantemente y no están cubiertas en detalle aquí. En general, existen tres sistemas diferentes para aprobación de importaciones: aprobación del país, abolición del importador, y aprobación de una organización de certificación (si-

guiendo una propuesta de un estado miembro). En la práctica, el sistema de abolición del importador es, de lejos, el más común. Su implementación no está armonizada, de tal forma que un producto puede ser aceptado cuando se importa a uno de los estados miembros de la Unión Europea y rechazado cuando se importa a otro. Con todo, una vez dentro de la frontera de la Unión Europea, este puede estar circulando libremente. Aunque esta regla está basada en la aprobación de lotes individuales, el énfasis para esta aprobación está fuertemente relacionado a cuál organización de certificación aprueba un lote. Las organizaciones de certificación están evaluadas por "autoridades competentes" en los estados miembros de la Unión Europea.

Las regulaciones de los *Estados Unidos* sobre producción orgánica están expuestas en la Ley sobre Producción de Alimentos Orgánicos (LPAO) de 1990 y el Programa Nacional Orgánico (PNO). De acuerdo con la Norma Final del PNO, los productos producidos en un país extranjero y exportados para la venta como "orgánicos" en los Estados Unidos deben ser certificados y etiquetados de acuerdo con la Norma de los Estados Unidos. Actualmente existen tres métodos oficiales para cumplir los requisitos para importar productos orgánicos dentro de los Estados Unidos: acreditación directa del Departamento de Agricultura de los Estados Unidos, acreditación de un gobierno extranjero, y equivalencia. En la práctica, solo la acreditación directa del Departamento de Agricultura de los Estados Unidos es operativa.

La *Comisión del Codex Alimentarius*, una unión FAO/OMS del Programa de Estándares Alimentarios, es el organismo que establece los estándares internacionales de alimentos. Esta comenzó a desarrollar recomendaciones para la producción, procesamiento, etiquetado y comercialización de alimentos producidos orgánicamente en 1991. Los requisitos en estas Recomendaciones del Codex

24- Esta sección se deriva en su mayoría de Rundgren y Lustig (2002).

están generalmente en línea con los Estándares Básicos FIMAO (ver abajo) y la regulación de los Estados Unidos para alimentos orgánicos (2092/91 y enmiendas, 1804/99). Existen algunas diferencias con respecto a los detalles y las áreas que son cubiertas por los diferentes estándares.

Durante años, la Federación Internacional de Movimientos de Agricultura Orgánica (FIMAO) ha desarrollado un conjunto de estándares para agricultura orgánica (comúnmente conocidas como Estándares Básicos), que son ampliados continuamente. Estos estándares *no pueden* ser usados para certificación propia. Ellos proporcionan la estructura del programa de certificación para desarrollar sus propios estándares nacionales o regionales. En 1992, FIMAO adicionalmente estableció un programa de acreditación para proporcionar equivalencia internacional de afirmaciones de calidad orgánica sobre la base de las Estándares Básicos. En teoría, el Programa de Acreditación FIMAO (PAF) puede proporcionar un mecanismo para aceptación regulatoria de organizaciones de certificación en países exportadores. Sin embargo, hasta ahora los esfuerzos de FIMAO para obtener un reconocimiento formal a este programa no han sido exitosos. Por ahora, la acreditación FIMAO es más útil para importaciones a los Estados Unidos bajo el sistema "abolición de importador" y para alcanzar reconocimiento en el mercado.

El mercado de café orgánico De acuerdo con los operarios de la industria, el mercado de café orgánico ha mantenido notables tasas de crecimiento en la última década en muchos países de ingreso alto.²⁵ El incremento del interés de los consumidores por las condiciones bajo las cuales se cultiva el café, ha estado acompañado por una competencia salvaje entre cadenas de supermercados para atraer consumidores a través de

una oferta diferenciada de productos adaptados (según la necesidad del cliente). El café orgánico ha sido usado como una herramienta de comercialización para atraer nuevos consumidores. Como los productos orgánicos son vendidos con una prima en venta al detal, se han generado altos márgenes para todos aquellos involucrados en la cadena de comercialización (pero no sobre una base igual - ver Tabla 3). En la mayoría de los países europeos, el café orgánico se vende todavía, principalmente, en tiendas de alimentos naturales y tiendas especializadas. Sin embargo, en Alemania, Suiza, los Países Bajos y Dinamarca, el café orgánico es vendido también en supermercados comunes.

Las estimaciones de consumo de café orgánico varían enormemente, lo que implica que no son muy confiables. De acuerdo con una primera fuente, las exportaciones de café orgánico certificado en 1999/2000 fueron aproximadamente de 7.500 toneladas, con un valor estimado de venta de US\$ 223 millones. De esto, más de la mitad (55%) fue importado en Norteamérica (Giovannucci 2001). Si incluimos las ventas de café orgánico no certificado, el mercado mundial es estimado por una fuente alrededor de las 9.600 toneladas para un valor de mercado de US\$ 286 millones (Ibid.). Esto sugiere que hubo un mercado considerable para café orgánico no certificado en 2000. Una reciente encuesta de operadores de café en Norteamérica, sugiere que una inmensa mayoría de los encuestados (78,3%) consideran la certificación orgánica como un importante factor para promover con exactitud el etiquetado y, más allá, la educación del mercado (Ibid.). El fracaso en realizar lo anterior, puede llevar a confusiones entre los consumidores. En cualquier caso, con la nueva regulación del Departamento de Agricultura de los Estados Unidos, el café "orgánico" no certificado es permitido ahora en el mercado de los Estados Unidos.

25- Para varias estimaciones del mercado de café orgánico, ver Giovannucci (2001), Lewin y Giovannucci (2003), Rice y McLean (1999), ITC (2002), FiBL (2002) FIMAO, la Asociación de Café Orgánico (ACO), la Asociación de Comercio Orgánico (ACO) y Naturland (Alemania) no estuvieron en capacidad de proporcionar estadísticas sobre el comercio mundial de café orgánico. Las cifras más confiables sobre café orgánico son las de comercio justo (ver abajo). Los cafés de comercio justo y orgánico doblemente certificado, sin embargo, son solamente un segmento del comercio orgánico.

Tabla 6. Consumo estimado de café orgánico en 2002/03

País	Toneladas	Porción del mercado de café orgánico (%)
Estados Unidos	12.000	1,1
Alemania	6.600	1,2
Francia	2.940	0,9
Italia	2.880	0,9
Japón	1.980	0,5
Brasil	1.800	0,2
Canadá	1.620	1,1
Reino Unido	1.380	1,0
Dinamarca	1.320	2,8
España	1.320	0,7
Suiza	1.080	2,3
Austria	900	2,0
Holanda	900	0,8
Suecia	720	1,0
Finlandia	540	0,8
Bélgica/Luxemburgo	420	0,9
Noruega	420	0,9
Otros países europeos*	1.980	0,4
Sin especificar	1.200	
Total	38.820	

* incluye Europa Oriental

Fuente: CIT (2002) 'Café: Una guía exportadora', Ginebra: Centro Internacional de Comercio (CIT); Tabla 17.

Tabla 7. Importaciones estimadas de café orgánico verde en Europa en toneladas (2000)

País	Arábica	Robusta
Alemania	3.200	320
Suecia	3.350	0
Holanda	2.600	85
Dinamarca	1.700	100
Francia	200	500
Reino Unido	444	50
Bélgica	295	0
Austria	150	0
Italia	150	0
Suiza	120	18
Noruega	62	0
España	17	0
Total	12.288	1.073

Fuente: FIBL (2002) 'Café Orgánico, Cacao y Té'. Frick (Suiza): Instituto de Investigaciones de Agricultura Orgánica.

Una segunda fuente estima que el consumo mundial de café orgánico en 2002/03 tiene un tamaño de 38.800 toneladas (ver Tabla 6). Este dato probablemente esté sobreestimado. Una tercera fuente reportó importaciones de café orgánico dentro de Europa cercanas a 13.300 toneladas en 2000, de las cuales casi 12.000 toneladas fueron de Arábica y cerca de 1.000 toneladas de Robusta (ver Tabla 7). El café orgánico Robusta es importado en su mayoría por Francia, Alemania y Dinamarca. Aunque este mercado es todavía pequeño, un estudio reciente sobre café orgánico afirma que éste se está "incrementando (en muchos países europeos) debido a la creciente demanda de consumo por café expreso" (FIBL 2002). Infortunadamente, no existe evidencia empírica que respalde esta declaración.

Una estimación más reciente (y más confiable) de ventas de café orgánico en países europeos escogidos para la temporada 2001, muestra un mercado de 10.400 toneladas (ver Tabla 8). Y que agregado a la demanda norteamericana, representa un mercado de café orgánico cercano a las 20.000 toneladas en 2001. Proyecciones del crecimiento para 1999-2004 están cerca del 15% en promedio (Lewin, Varangis y Giovannucci 2004). Asumiendo esta tasa de crecimiento promedio, el mercado de café orgánico en 2003 podría estar alrededor de 26.400 toneladas, de las cuales 2.100 toneladas son de Robusta.²⁶ Un factor positivo para el mercado de café orgánico es que la calidad ha mejorado espectacularmente en los últimos años. Al mismo tiempo, el incremento de la oferta ha llevado a la reducción de la prima.

Por el lado de la oferta, la mayoría del café orgánico importado en Norteamérica es originario de América Latina, especialmente de México (Rice y McLean 1999). No hay cifras precisas para el área total de café orgánico certificado en el mun-

26- Esta es la cifra presentada en la Tabla 4.

do, pero los observadores de la industria la estimaron en más de 205.000 ha. América Latina responde por más del 85% de esta área, y solamente México explica el 45%.²⁷ El total de tierra bajo producción orgánica en México ha crecido en promedio en 45% en la segunda mitad de la década de los 90s, cubriendo ahora más de 100.000 ha. 70% de esta área está cultivada en café. La agricultura orgánica proporciona sustento a 33.000 agricultores y exportadores de café, aportando US\$ 32,6 millones a la economía mexicana en 2000. La producción de café orgánico en México comenzó en la década de los 80s y se desarrolló a través de subsidios, crédito subsidiado y asistencia técnica por medio de programas regulares de desarrollo rural (Damiani 2001).

Tabla 8. Ventas de café orgánico en países europeos seleccionados (2001)

País	Volumen (Toneladas métricas verde)	Crecimiento anual promedio (1999-2001)
Alemania	3.402	17
Suecia	1.477	28
Dinamarca	1.448	4
Holanda	978	15
Reino Unido	691	18
Italia	641	60
Francia	600	18
Bélgica	456	15
Suiza	431	15
Noruega	230	2
Finlandia	103	18
Total	10.457	

Fuente: Lewin, Giovannucci y Varangis (2004)

Precios y prima de café orgánico Un estudio de caso reciente sobre certificación de café en

Uganda (Ponte y Kawuma 2003) muestra que la prima a nivel de exportación se encuentra en el rango de 25-35% dependiendo del tipo de café (a precios de mercado corrientes (actuales), esto se traduce en US\$ 0,23/Kg para Robusta y US\$ 0,35-0,44/Kg para Arábica lavado). A nivel de finca, la prima se encontraba en un rango de 22-35%. Esto se traducía en una prima de US\$ 0,08/Kg para *kiboko* (Robusta cereza seco) y US\$ 0,10/Kg de Arábica pergamino lavado. En general, estos datos sugieren que la prima varía entre 17-35% por encima del café regular, tanto a nivel de exportación como a nivel de finca. Sin embargo, es de notar que todos los proyectos orgánicos en Uganda han llevado a mejoramientos de la calidad. Esto significa que la prima orgánica es una combinación de prima por prácticas orgánicas y calidad mejorada. Se estima que el componente de calidad es al menos la mitad del total.

Con propósitos comparativos, otros estudios han reportado primas *en finca* para Arábica Suave orgánico en 2001 en el rango de US\$ 0,18/Kg en Guatemala (18% por encima del precio en finca de café convencional) y US\$ 0,57/Kg en México (63% prima) (Damiani 2001; 2002). Otras fuentes arrojan primas orgánicas promedio de US\$ 0,33-0,44/Kg en finca. La prima *a nivel de exportación* para Arábica Suave de América Latina es estimada en US\$ 0,33-0,66/Kg (un estándar US\$ 0,33/Kg si vendió al canal comercio justo). La prima promedio en el plano de consumidor es US\$ 2,20/Kg, variando de US\$ 0,44/Kg a US\$ 4,40/Kg. La prima de café orgánico ha descendido dramáticamente en los últimos 20 años, aunque la calidad se ha incrementado, principalmente porque la oferta ha crecido. Con primas bajas, algunos de los más grandes tostadores pueden instalarse en orgánicos. Al mismo tiempo, la motivación y compromiso de muchos agricultores orgánicos puede tambalear (Rice y McLean 1999).

Tabla 9. Precios y prima para café orgánico en Uganda (temporada 2002/03)

Nivel de exportación	Robusta US\$/Kg	Bugisu US\$/Kg
Precio fob	0,75	1,39
Precio de exportación orgánico	0,98	1,74
prima	0,23	0,35
prima(%)	30	25
Nivel de finca	Robusta (cereza seco)	Bugisu (pergamino)
precio regular (US\$/Kg)	465	1.150
precio orgánico (US\$/Kg)	630	1.350
prima (US\$/Kg)	165	200
Prima (\$/Kg)	0,08	0,10
Prima (%)	35	17

Fuente: Ponte y Kawuma (2003)

Comercio Justo

Principales características²⁸ El comercio justo está basado en asociaciones entre las llamadas Organizaciones de Comercio Alternativo (OCAs) – tales como Twin Trading, Oxfam Trading, Equal Exchange – y los productores. El comercio justo está definido como “una propuesta alternativa al comercio convencional que afirma aumentar el sustento y bienestar de los pequeños productores, mejorando su acceso al mercado, fortaleciendo sus organizaciones, pagándoles un precio justo con un mínimo fijo, y proporcionando continuidad en las relaciones comerciales” (Giovannucci y Koekoek 2003: 38). Las OCAs comenzaron a operar entre 1950 y 1960, comprando productos en países en desarrollo directamente de productores y vendiéndolos por intermediación de redes de las llamadas Tiendas del Tercer Mundo. A finales de la década de los 80s, las OCAs comenzaron etiquetando productos de comercio justo a través de las Organizaciones de Etiquetado Comercio Justo (tales como Max Havelaar y la Fundación Fairtrade), y comenzó una campaña para ofrecerlos en los principales espacios de venta al detal, especialmente supermercados (Murray et

al 2003). El comercio justo en el sector cafetero fue introducido por la Fundación Max Havelaar en los Países Bajos a finales de la década de los 80s con el establecimiento del etiquetado de comercio justo.

Las organizaciones de etiquetado son iniciativas del nivel nacional que expiden etiquetas de Comercio Justo a los importadores y verifican que los estándares para productos específicos de Comercio Justo se cumplan. Certifican productos, seleccionan, verifican y controlan a los productores de café de comercio justo, y promueven tales productos a los vendedores al detal y los consumidores. Ellos no están involucrados en productos de comercio. Las etiquetas de comercio justo son usadas ahora tanto por compañías convencionales, como por OCAs que están registradas con una de las iniciativas nacionales. El etiquetado es garantía que el producto ha sido producido y comercializado de acuerdo con estándares sociales, contractuales y algunas veces ambientales predefinidas, incluyendo el pago del precio mínimo acordado determinado por FLO. Este precio no solo intenta proporcionar un mejor rendimiento al productor, sino que incluye una “prima social”

28- Esta sección se deriva de Tallontire (1999; 2000; 2001), Murray et. al. (2003), FLO (2002), y CBI (n.d.) “Access Guide International environmental and social label for various products: Max Havelaar, TransFair”, CBI: Rotterdam.

que es usada por los grupos de productores para actividades de desarrollo social (Tallontire 2001).

Recientemente, las organizaciones de cobertura han sido establecidas también para coordinar las actividades de las organizaciones de etiquetado y para trazar recomendaciones generales. La más importante de estas es la Fair Trade Labelling Organizations International (FLO). FLO ha establecido estándares detallados para doce grupos de productos que son etiquetados actualmente: café, cacao, té, jugos, miel, azúcar, arroz, banano, frutas frescas, vino, flores y balones para deportes. Dos de estos (café y banano) se encuentran además en la doble certificación comercio justo y orgánico. FLO mantiene también un registro de productores, el cual tiene ahora cerca de 350 grupos de productores. En el presente, los productores de café son el grupo más grande en el registro. Estos productos comercio justo son seleccionados de 800.000 productores en 45 países en desarrollo y comercializados por conducto de 17 iniciativas nacionales (14 en Europa y tres en otros países). FLO supervisa a los productores y comerciantes y revoca la certificación a aquellos que fracasan en el cumplimiento de las estándares requeridos.

En relación al café, un grupo de *productores* (cooperativas, asociaciones de agricultores) puede estar registrado en FLO si: (1) sus miembros son pequeños propietarios; y (2) el grupo está democráticamente organizado y es políticamente independiente. La primera condición es estrictamente aplicada por FLO. El historial en relación con la segunda condición puede ser cuestionado en algunos países donde comercio justo compra café de cooperativas antes controladas por el Estado, cuya independencia política es dudosa (ver Ponte 2004). Las recomendaciones de FLO también exigen que los productores sigan algunas guías básicas en términos de uso mínimo de agroquímicos y protección ambiental. Hasta ahora, estas recomendaciones no han sido puestas en vigor estrictamente, aunque es probable que lleguen a ser más prominentes.

Los requisitos de comercio justo para organizaciones de productores están divididos en dos grupos: (1) requisitos mínimos, que deben conocer todas las organizaciones de productores si quieren ingresar en el registro (o que ellos tienen que conocer dentro de un período específico); y (2) requisitos de proceso, sobre los cuales deben mostrar permanentes mejoras las organizaciones de productores. Los estándares mínimos están destinados a asegurar que los beneficios de comercio justo alcancen a los pequeños productores y/o los trabajadores; que las organizaciones de agricultores tengan potencial para el desarrollo; y que los instrumentos de comercio justo puedan tener efecto y llevar a un desarrollo que no puede lograrse de otra forma. El grado de progreso que FLO exige de cada organización de productores depende del nivel de beneficios económicos que reciben de Fairtrade y de su contexto específico (FLO 2002). Las organizaciones de productores son regularmente inspeccionadas para el cumplimiento de estos requisitos.

Los *importadores* comercio justo también tienen que igualar un conjunto de estándares FLO: (1) deben comprar directamente de la asociación de productores registrados en FLO con base en contratos multianuales; (2) deben pagar un precio mínimo determinado por FLO y una prima social a la organización de productores, más una prima extra para café orgánico; (3) deben ofrecer financiación previa por el 60% del valor del contrato por encima de la solicitud de la organización de productores.

Adicionalmente a estos requisitos, los importadores comercio justo también proporcionan asistencia técnica a las organizaciones de productores y juegan un papel de recomendación para los productores en foros nacionales e internacionales. Las organizaciones de agricultores utilizan la prima comercio justo para proyectos comunitarios, desarrollo de recursos humanos, protección ambiental y desarrollo de negocios. Parte de la prima es además pagada directamente a los agricultores.

Las organizaciones de productores, por el contrario, son regularmente evaluadas por los inspectores de FLO hasta cumplir un conjunto de estándares. Una de las principales críticas sobre el sistema comercio justo impuesta por FLO es que éste era el guardián y certificador de los estándares, mientras que en otros sistemas las dos funciones se mantuvieron separadas. Esto ha cambiado con respecto a la anterior Unidad de Certificación FLO, ahora es FLO-Cert Ltda., una compañía dedicada a certificar y auditar operaciones de comercio más transparente. Una gran diferencia entre comercio justo y otras certificaciones de sostenibilidad es que comercio justo intenta conducir las relaciones de poder en el comercio, en lugar de poner la responsabilidad del cumplimiento de un conjunto de estándares sobre los hombros de los productores, como muchas veces pasa en otra clase de certificación ambiental y social.

Precios y primas La principal diferencia entre comercio justo y otras certificaciones de "café

sostenible" es que comercio justo paga un precio mínimo a los productores. El precio pagado por los importadores de comercio justo a las organizaciones de agricultores está basado en una prima social de al menos US\$ 0,05/lb de café verde por encima de los precios del "contrato C" en Nueva York y "LIFFE" en Londres, más o menos el diferencial de calidad relevante. El café orgánico certificado que es comprado a una organización de agricultores registrada trae una prima adicional de US\$ 0,15/lb. El precio mínimo total de comercio justo varía de acuerdo con el tipo y el origen del café (Tabla 10). Como podemos observar en la comparación de precios en las Tablas 10 y 11, en 2003 comercio justo pagó un precio FOB que fue casi dos veces el nivel del mercado tradicional en Arábica lavado, y más de tres veces el precio de mercado para Robusta natural tradicional. Como resultado de esto, la prima CJ fue extremadamente alta: US\$ 0,59/lb para Arábica lavado y US\$ 0,75/lb para Robusta.

Tabla 10. Precios mínimos de comercio justo (US\$/lb, verde)

Tipo de café	Regular		Orgánico certificado	
	América Central, México, África, Asia	América del Sur y Caribe	América Central, México, África, Asia	América del Sur y Caribe
Arábica lavado	1,26	1,24	1,41	1,39
Arábica sin lavar	1,20	1,20	1,35	1,35
Robusta lavado	1,10	1,10	1,25	1,25
Robusta sin lavar	1,06	1,06	1,21	1,21

Fuente: FLO.

Tabla 11. Precios de mercado y nivel de prima comercio justo

	Precio de mercado* (US\$/lb verde)	Prima CJ (US\$/lb verde)
Arábica suave	0,67	0,59
Robusta sin lavar	0,31	0,75

*Los precios se refieren a Junio de 2003 (contratos NY "C" y LIFFE Septiembre de 2003).

Tabla 12. Características principales de las importaciones de café comercio justo

	Porcentaje de café comercio justo sobre importaciones tradicionales totales por año						Tasa de crecimiento (% sobre año anterior por volumen)			Volumen (toneladas)	
	1996	1997	1998	1999	2000	2001		1999	2000	2001	2001
Austria		0,28	0,13	0,31	0,40	0,27	Austria	180,73	6,71	-21,91	241
Bélgica	0,05	0,05	0,03	0,25	0,21	0,48	Bélgica	562,61	-7,14	88,94	780
Canadá					0,04	0,06	Canadá			9,83	89
Dinamarca	0,23	0,90	1,45	2,09	2,06	2,33	Dinamarca	54,81	-6,33	18,29	1.505
Finlandia				0,06		0,04	Finlandia				29
Francia				0,01	0,02	0,05	Francia		125,07	125,57	209
Alemania	0,36	0,43	0,31	0,47	0,35	0,35	Alemania	61,55	-27,01	7,17	3.214
Italia	0,08	0,06	0,06	0,09	0,10	0,12	Italia	51,67	19,42	5,26	406
Japón	0,01		0,00	0,01	0,01	0,01	Japón	86,25	30,90	26,62	53
Holanda	4,25	4,61	4,99	2,83	2,86	6,14	Holanda	-32,17	11,70	12,72	5.459
Noruega					0,07	0,12	Noruega			33,17	38
Suecia		0,20	0,08	0,19	0,07	0,02	Suecia	137,67	-68,06	-71,02	19
Suiza	0,13	0,12	0,08	0,03	0,27	0,31	Suiza	-58,58	756,82	23,43	236
Reino Unido	0,25	0,58	0,15	0,75	0,67	0,92	Reino Unido	366,71	-6,91	18,83	1.440
Estados Unidos			0,00	0,06	0,15	0,24	Estados Unidos	1351,78	179,58	44,99	3.045
Total	0,57	0,69	0,29	0,31	0,31	0,38	Total	24,06	5,89	19,44	16.765

Características y tendencias del mercado En el año 2000, más de 13.000 toneladas de café fueron vendidas como comercio justo, por un valor de venta de US\$ 393 millones. La capacidad de producción estimada de las 197 cooperativas y organizaciones de agricultores en el registro de café comercio justo es de 75.000 toneladas. Esto podría interpretarse como una situación de amplia sobreoferta. Sin embargo, algunos observadores argumentan que tener muchas cooperativas de un número de orígenes es bueno en realidad para los importadores de comercio justo. De esta forma, se puede elegir entre diferentes clases de café y demandar más en calidad. Esta es una de las razones por las que la calidad total del café de comercio justo ha mejorado en los últi-

mos años. Por otro lado, el argumento de exceso de oferta puede estar soportado en el hecho de que parece haber una "moratoria tácita" en el ingreso de nuevas cooperativas de café dentro del registro de FLO.

La porción del mercado mundial de café de comercio justo es todavía pequeña (0,8% en 2000 por valor, 0,2-0,3% por volumen). De acuerdo con FLO, las importaciones totales de café de comercio justo en 2001 fueron 16.700 toneladas – un incremento de 19% sobre el año anterior (ver Tabla 12). El 44% de esas importaciones fueron certificadas comercio justo y orgánicas. En años anteriores, el crecimiento más bajo fue de 6% (2000) y el más alto de 24% (1999). El mercado de los Estados Unidos viene creciendo rápidamente

(45% en 2001). Otros mercados que también crecieron en más de 20% en 2001 fueron Bélgica, Francia, Japón, Noruega y Suiza. El café de comercio justo representa una proporción relativamente alta de las importaciones totales de café en los Países Bajos (6,1%), Dinamarca (2,3%) y el Reino Unido (0,9%). Los mercados más grandes por volumen total de importaciones de comercio justo son los Países Bajos (5.459 toneladas), Alemania (3.214 toneladas), los Estados Unidos (3.045 toneladas), Dinamarca (1.505 toneladas) y el Reino Unido (1.440 toneladas). La porción de las importaciones de Robusta del total de importaciones de comercio justo en 2001 fue de solo 8,5%. El porcentaje de importaciones de Robusta de comercio justo que fue además certificado orgánico, representó solamente el 5% del total de las importaciones comercio justo y certificadas orgánicas (fuente: FLO). Si extrapolamos la tasa de crecimiento promedio en los mercados de café de comercio justo para el período 1999-2001 (16,5%), las importaciones de café de comercio justo en 2003 podrían estar en el nivel de 22.700 toneladas – de las cuales 1.900 serían de Robusta. Sin embargo, es probable que esta estimación sea demasiado optimista. De acuerdo con otros analistas, los niveles de compra de comercio justo en la mayoría de los mercados europeos maduros están relativamente estancadas (Potts 2003). Giovannucci y Koekoek (2003) estiman una demanda global de café de comercio justo en 2003 de 17.870 toneladas (la cual es una cifra más razonable y ha sido ingresada en la Tabla 4).

Cultivo bajo sombra

Características principales El cultivo bajo sombra es una iniciativa relativamente reciente de certificación de café. Su principal propósito es conservar la cubierta forestal a través de la producción de café bajo la sombra de la cubierta fores-

tal. Actualmente, las únicas marcas que ofrecen verificación independiente son las del Centro de Aves Migratorias del Smithsonian Institution (SMBC) para café "amigable con los pájaros" (desde 1997) y la Alianza para el Bosque Tropical para café "Alianza para el Bosque Tropical certificado" (desde 1996).²⁹

En establecimientos agrícolas tradicionales, el café es parte del sistema agroforestal integrado que incluye especies nativas de árboles que proporcionan sombra y madera. Estas son, además, cultivadas junto con otras plantaciones de alimentos tales como maíz y banano. Este sistema mantiene la sostenibilidad de largo plazo de la producción de café y conserva el agua, el suelo y la biodiversidad. Los defensores del café cultivado bajo sombra argumentan que la conversión de cultivado bajo sombra a "café de sol" (también conocida la "tecnificación" del cultivo de café) que ha tenido lugar en América Latina en los últimos 20 años está amenazando este equilibrio ecológico. Del total de tierra permanentemente plantada con café, la cantidad de sistemas de café de sol varía de 17% en México a 40% en Costa Rica y 69% en Colombia. En conjunto, un estimado de 30-40% de todo el café de América Latina está tecnificado – incluso excluyendo Brasil donde casi todo el café ha sido históricamente cultivado al sol –. El café de sol alcanza abundantes producciones en el corto plazo debido a la mayor densidad de la plantación de café y a la aplicación de insumos externos. Sin embargo, las preocupaciones crecen acerca de la sostenibilidad en el largo plazo de estos beneficios. La conversión de café de sombra a sol implica la reducción de árboles de sombra. Al eliminar las capas vegetales se impide la reposición de nutrientes del suelo a través de la cubierta natural y se reduce la protección de la erosión del suelo por acción de la lluvia, adicionalmente al incremento en la aplicación

29- Café "Alianza para el Bosque Tropical certificado" fue anteriormente conocido como "Eco-OK".

de agroquímicos. Una gran compañía de plantaciones que investiga con café a plena exposición en el oriente de África ha anunciado que después de un ciclo de 5 a 7 años es más rentable moverse a otro terreno en lugar de continuar con el cultivo intensivo.³⁰ Si este es el caso, la tierra original cubierta por árboles podría ser abandonada, deforestada y reducida en nutrientes del suelo.

El café puede ser cultivado bajo una variedad de tipos de sombra – de un sistema de sombra monocultivo (con solo un tipo de árbol) a un sistema multicapas con una alta diversidad de especies. El último alcanza un nivel de biodiversidad más alto que el primero. Esto crea un problema cuando el café “cultivado bajo sombra” llega al mercado sin certificación de una tercera parte, puesto que el consumidor no conoce qué nivel de sombra hay en la finca. Recientemente, se ha llegado a un consenso entre participantes del negocio (ubicados en países consumidores principalmente) sobre un conjunto común de “Principios de Conservación para Producción de Café”, los cuales proporcionan un fundamento a los programas de certificación basados en la conservación – incluyendo recomendaciones de sombra. Los “principios de conservación” han sido publicados por el Consejo de Elección del Consumidor en colaboración con la Alianza para el Bosque Tropical, el Centro de Aves Migratorias del Smithsonian Institution (SMBC) y Conservación Internacional. Los operadores de café pueden usarlos como una guía de selección o como un código de conducta. Este es un paso adelante en términos de parámetros de sombra. Las compañías pueden referirse a estas recomendaciones y publicitar su contenido a los consumidores sin recurrir necesariamente a una certificación de tercera parte. En teoría, los “principios de conservación” delimitan las condiciones y prácticas de pro-

cesamiento que aplican a fincas en la mayoría de las regiones cultivadoras de café en el mundo. Sin embargo, esta iniciativa, así como la esencia del mercado para café cultivado bajo sombra está concentrada en los Estados Unidos y sus oferentes Andinos y de América Central. Los pronunciamientos por parte de África han sido extrañados enormemente en este debate.

Café Smithsonian “amigable con las aves” En Norteamérica, una parte del café cultivado bajo sombra es también conocido como “amigable con las aves”. Esto es porque proporciona un excelente ecosistema para aves migratorias y otro tipo de vida salvaje propia de los bosques. Estudios han mostrado que la diversidad de aves migratorias caen en picada cuando el cultivo de café pasa de sombra a sol: en Colombia y México, se encontraron entre 94% y 97% menos de especies de aves en café al sol que en café a la sombra. En México y la Cuenca del Caribe, se estimó que las plantaciones de cacao y café mantienen el mayor número de aves migratorias bosque dependientes de cualquier hábitat agrícola. Con base en estas observaciones, el SMBC ha desarrollado un sistema de certificación para la producción, procesamiento y comercialización de café orgánico cultivado bajo sombra que concede una etiqueta “amigable con las aves”.

El SMBC certifica fincas que ya están certificadas como orgánicas (o que pueden ser simultáneamente certificadas como orgánicas) con base en recomendaciones, incluyendo un número de criterios de los cuales los más importantes son:

- la plantación de café debe tener una cobertura forestal mínima de un 40%;
- la cubierta de plantas debe estar compuesta por diferentes capas, de las cuales, la inferior debe constituir el 20% del volumen total de follaje de sombra;

- las especies de la "columna vertebral" deben alcanzar como mínimo una altura de 12 metros y la sombra debe tener alguna capa claramente visible, de la cual la superior debe estar compuesta por árboles nativos;
- las especies predominantes de la columna vertebral deben ocupar no más del 60% de todos los árboles sombra; el restante debe pertenecer a un mínimo de 10 especies diferentes; cada una de estas especies debe constituir al menos el 1% del total de árboles sombra presentes.³¹

Estas recomendaciones han sido desarrolladas en relación con el ambiente óptimo para las aves migrando entre Norteamérica y América Latina. Esfuerzo semejante no ha sido todavía formalizado en relación con las aves migratorias que viajan entre Europa y África, donde el criterio puede diferir.

Café "Alianza para el Bosque Tropical certificado" La Red de Agricultura Sostenible ha desarrollado una certificación de "sostenibilidad" para café. La secretaría para esta red es la Alianza para el Bosque Tropical, un grupo ambiental con sede en los Estados Unidos. La etiqueta Alianza para el Bosque Tropical combina criterios ambientales y sociales. El café tiene que ser cultivado bajo sombra (aunque el criterio de sombra sea menos estricto que en la certificación Smithsonian). El uso de agroquímicos se mantiene en un nivel mínimo y es estrictamente manejado (por lo tanto, los criterios son menos estrictos que en la certificación orgánica). Se deben garantizar tratamiento justo y buenas condiciones para los trabajadores. Sin embargo, no hay un precio mínimo garantizado y las fincas grandes pueden ser certificadas (contrario al criterio existente de comercio justo). Los agricultores no deben quemar madera combustible y otra madera sobrante de la poda de árboles de café, y las nuevas fincas no pueden ser esta-

blecidas sobre tierra forestal despejada. Finalmente, los amortiguadores de vegetación deben ser usados para mitigar los efectos contaminantes del derrame de pulpa en los ríos. Por lo tanto, algunos asuntos de paisaje y biodiversidad que no están cubiertos en la certificación orgánica, son tratados en la certificación de la Alianza para el Bosque Tropical. En resumen, la Alianza para el Bosque Tropical trata de cubrir asuntos ambientales, específicos de sombra y socioeconómicos, pero sus estándares son menos estrictos que en el caso de las certificaciones orgánicas, amigable con las aves del SMBC y comercio justo. En lo referente a la sombra, los estándares de la Alianza para el Bosque Tropical solamente exigen que "en aquellas regiones donde el café ha sido cultivado tradicionalmente bajo la sombra de árboles, los productores deben mantener o establecer una cubierta forestal de árboles nativos mezclados". Este requisito incluye al menos 12 especies de árboles nativos que estén bien distribuidos alrededor de la finca, una densidad de especies de árboles de sombra de 70 árboles/ha., dos capas de sombra y una mínima proporción de especies no percederas.

Características del mercado El café cultivado bajo sombra fue prácticamente desconocido en el mercado hasta 1997. En 2000/2001, 3.000 toneladas de café fueron certificadas como cultivadas bajo sombra por el SMBC y la Alianza para el Bosque Tropical, pero solamente 545 toneladas fueron vendidas como tal (por un valor al detal de US\$ 16,2 millones), casi todas en Norteamérica (ver Tablas 1 y 2). Una cantidad considerable de café (500 toneladas) fue vendida en alusión a "sombra" aunque no era certificado. Muchos operadores en países consumidores usan el concepto de café "cultivado bajo sombra verificado". Este café no está certificado por una tercera parte. El concepto simplemente implica que la finca ha sido

31- Fuentes: April Pojman, "Café Cultivado bajo sombra", *Fresh Cup*, Mayo de 2002, y Centro de Aves Migratorias del Smithsonian Institution, "Estándares para la Producción, Procesamiento y Comercialización del Café 'Amigable con las Aves'", Washington, DC.

visitada por alguien que se asegura de que hay "sombra". Estos verificadores no son *súper partes* y no es claro qué guías usan. Algunos operadores de café usan el término cultivado bajo sombra incluso donde hay solamente unos pocos árboles en una finca, o solamente una especie. Esto crea confusión, ya que los consumidores no conocen en cuáles términos confiar, y proporciona oportunidades para el *free-riding* de operadores menos comprometidos.

En 2004, el programa de café del SMBC comprende 19 fincas en siete países latinoamericanos (Brasil, Colombia, Costa Rica, Ecuador, Guatemala, México y Perú), cubriendo cerca de 6.000 acres de tierra cultivada bajo sombra. La Alianza para el Bosque Tropical (la cual también certifica productos de madera y follaje, banano, naranjas, cacao y flores cortadas) ha certificado más de 28.337 acres de tierra cafetera en nueve países de América Latina (Brasil, Colombia, Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, México, Nicaragua y Panamá). Solamente cerca del 11% de esta área parece estar relacionada a los pequeños productores y sus cooperativas y grupos (de las cuales la mayoría se encuentran en Colombia y Honduras).

Las valoraciones del crecimiento futuro del mercado no están disponibles en el momento, pero pueden estimarse en 10%-20% por año. De acuerdo con Rice y McLean (1999), muchos importadores y tostadores en la última parte de la década de los 90s reportaron que el mercado potencial es limitado para café cultivado bajo sombra no orgánico, y habían por lo tanto decidido ofrecer café de sombra solamente junto con cafés orgánicos (certificación del SMBC y, más raramente, certificación combinada de la Alianza para el Bosque Tropical y certificación orgánica). Sin embargo, esta situación puede estar cambiando, ya que los principales tostadores (tales como Kraft y Procter & Gamble) se han comprometido a comprar café certificado por la Alianza para el Bos-

que Tropical. En Europa, hasta ahora ha existido una relativa falta de interés por el café cultivado bajo sombra. Como consecuencia de esto, África no ha exportado ningún café cultivado bajo sombra certificado. Sin embargo, puede haber prospectos para desarrollar sistemas de certificación similares que están mejor armonizados con los sistemas de cultivo de café africanos en el Reino Unido, Alemania, Suiza, los Países Bajos y Escandinavia – donde es popular "bird-watching" y/o las cuestiones ambientales son importantes).

Prima De acuerdo con una fuente, la prima promedio a nivel de importación para café cultivado bajo sombra se estima en US\$ 0,77/Kg. El promedio industrial es US\$ 1,17, con los vendedores al detal apropiándose en promedio US\$ 1,32/Kg (ver Tabla 3; Giovannucci 2001). Interesantemente, estos niveles están un poco por debajo de aquellos reportados para café orgánico. La explicación para esto es que la mitad del mercado para café "cultivado bajo sombra" no está certificado, y de la porción certificada, solamente SMBC exige certificación orgánica. Otras fuentes estiman la prima al nivel al detal en US\$ 2,20-4,40/Kg sobre los cafés de origen y grado comparable. A pesar de esto, no hay una prima de precio formal o estándar para los productores de café de sombra en el sistema del SMBC. Ellos usualmente reciben el mismo precio que para café orgánico. Aunque no hay costos adicionales para los cultivadores, ya que la certificación se lleva a cabo conjuntamente con la orgánica, la falta de prima no proporciona un incentivo para los productores de café cultivado al sol a convertirse en productores de café bajo sombra. La Alianza para el Bosque Tropical ha reportado algunas veces que los productores que venden café bajo su etiqueta están en capacidad de cobrar una prima de US\$ 0,22/Kg. Con unas pocas excepciones, ninguna prima se paga a productores de café de sombra no certificado

(Rice & McLean 1999). La prima reportada por la Alianza para el Bosque Tropical y el SMBC varía entre US\$ 0,12/Kg y US\$ 0,40/Kg.³² Los gastos con los que corren estos programas son cubiertos de maneras diferentes. El SMBC cobra US\$ 0,55/Kg por el uso de su etiqueta a los tostadores. Los costos de la Alianza para el Bosque Tropical son cubiertos por subvenciones de la fundación. En ambos casos, los costos directos de certificación son pagados por los agricultores.

De acuerdo con una tercera fuente, los productores de El Triunfo (Chiapas, México) que venden café triple certificado orgánico, comercio justo y Alianza para el Bosque Tropical certificado, obtuvieron un precio de US\$ 3,04/Kg en 2001 (Damiani 2001). Considerando que el café de doble certificado, orgánico y comercio justo, es comprado a US\$ 3,10/Kg, no parece haber una prima extra para café cultivado bajo sombra. Esto es confirmado por otros productores de cultivado bajo sombra certificados, quienes han reportado que no necesariamente terminan obteniendo una prima extra por encima de la certificación orgánica (la cual es requerida por los estándares del Smithsonian Institution). Esto significa que en lugar de obtener una prima, la certificación puede asegurar solamente que los productores certifi-

cados vendan su café más fácilmente (o anticipadamente) que otros productores. Con todo, este resultado se puede concebir como una "prima implícita" – en caso que el precio obtenido como un oferente "primero en línea" es más alto que el precio que podría ser obtenido vendiendo café posterior a la temporada (a través del descuento de precio o el fracaso de la venta completa). Sobre esta interpretación, no había estimaciones disponibles en el momento de escribir este texto.

Impactos de los sistemas de certificación sobre la sostenibilidad

Análisis comparativo de los niveles de prima

La medida más directa del impacto de los sistemas de estándares sobre la sostenibilidad económica, es el nivel de prima ofrecido. A precios corrientes de mercado, la prima más alta es de lejos la ofrecida en la certificación de comercio justo. La prima de comercio justo para café Arábica Suave es casi cuatro veces la que puede ser obtenida para café orgánico y nueve veces más grande que la que podría haber sido pagada por Utz Kapeh aplicando su sistema de primas 2003. En el caso de Robusta, la brecha es incluso más grande: la prima es siete veces la ofrecida para orgánico. A precios corrientes de mercado, la prima Utz Kapeh podría no aplicar en Robusta (ver Tabla 13).

Tabla 13. Niveles de prima para cafés "sostenibles" certificados

	Precio de mercado* (US\$/Kg, verde)	Prima Utz Kapeh** (US\$/Kg, verde)	Prima orgánico (US\$/Kg, verde)	Prima comercio justo (US\$/Kg, verde)	Prima cultivado bajo sombra (US\$/ Kg, verde)
Arábica Suave	1,47	0,15	0,35	1,30	0,12 – 0,40
Robusta Natural	0,68	0,00	0,23	1,65	n.d

Fuentes: Ponte y Kawuma (2003); Giovannucci Y Ponte (2004)

* Los precios se refieren a Junio de 2003 (contratos NY "C" y LIFFE de Septiembre de 2003)

** Sin embargo, esta prima no se paga actualmente; no es claro si alguna vez será pagada

El mecanismo de primas en las cuatro opciones de certificación enumeradas arriba, tra-

baja en formas diferentes. Como resultado de esto, los cambios en los precios de mercado

las afectan de manera diferente. La Tabla 14 proporciona un análisis de sensibilidad en relación al cambio en los precios de mercado en tres de las certificaciones donde existe una prima (o puede haber una en circunstancia específicas del mercado). Un incremento del 30% en los precios de mercado del café elimina la prima para Arábica Utz Kapeh (si el sistema de primas fue aplicado completamente), incremen-

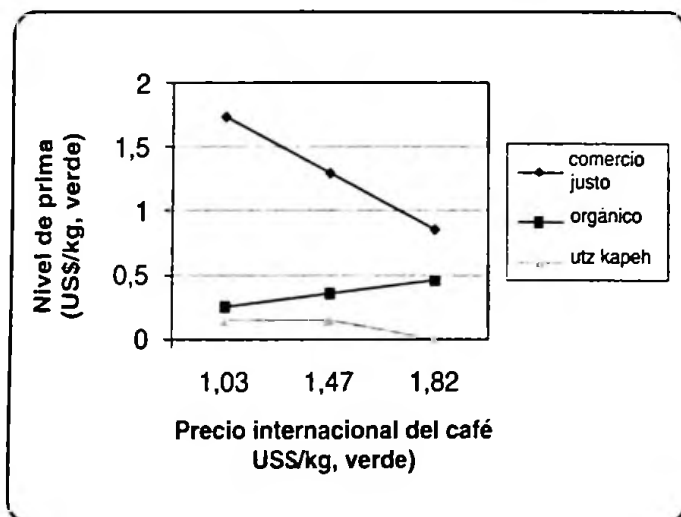
ta el nivel de la prima orgánica, mientras reduce la prima comercio justo. En este escenario, la brecha entre la prima comercio justo y la prima orgánica todavía es notable pero menor que en la Tabla 13. Una reducción del 30% en los precios de mercado del café acciona tanto la prima de Arábica como la de Robusta para Utz Kapeh, reduce la prima para orgánico e incrementa la prima de comercio justo.

Tabla 14. Análisis de sensibilidad de los niveles de prima para cafés certificados en relación con el cambio en los precios de mercado del café

	Escenario de precios de mercado más altos				Escenario de precios de mercado más bajos			
	Precio de mercado 30% más bajo (US\$/Kgverde)	Prima Utz Kapeh (US\$/Kg verde)	Prima orgánico (US\$/Kg verde)	Prima comercio justo (US\$/Kg verde)	Precio de mercado 30% más bajo (US\$/Kgverde)	Prima Utz Kapeh (US\$/Kgverde)*	Prima orgánico (US\$/Kgverde)	Prima comercio justo (US\$/Kgverde)
Arábica Suave	1,82	0,00	0,46	0,86	1,03	0,15	0,25	1,74
Robusta Natural	0,87	0,00	0,30	1,45	0,48	0,06	0,16	1,85

Fuente: Ponte y Kawuma (2003).

Gráfico 5. Cambio en la prima en relación a los precios del café (Arábica)



Fuente: Tabla 14.

Otros impactos sobre el ingreso El impacto sobre el ingreso total de los productores de los estándares de sostenibilidad, depende del equilibrio entre los costos extra de armonizar estos estándares (incluyendo costos laborales y el costo de certificación) en comparación al ingreso extra obtenido de la prima más/menos el impacto del cambio en las prácticas agrícolas sobre el rendimiento y la calidad. Aún no hay estimaciones disponibles para certificación Utz Kapeh. En el caso de orgánico, los rendimientos y la calidad tienden a incrementarse en áreas donde los agroquímicos no fueron usados previamente a la conversión. En otros casos, la calidad es todavía susceptible de mejorar, pero los rendimientos pueden sufrir en el corto plazo. El balance para comercio justo es invariablemente positivo, desde

que los productores no pagan por la certificación, la prima es muy alta y los cambios necesarios en los sistemas agrícolas bastante limitados. Sin embargo, estos impactos pueden ser difíciles de mantener en el futuro en el sistema de comercio justo – a medida que la sobreoferta continúa y las presiones a la baja sobre los precios aumentan. Como para la certificación de cultivado bajo sombra, por un lado, el impacto sobre los rendimientos en el corto plazo es negativo y los insumos laborales aumentan; por otro lado, la calidad del café con frecuencia mejora, desyerbar se vuelve más barato, mejora la fertilidad del suelo y los árboles de café tienden a vivir mucho más.

El proceso que lleva a algunas de las certificaciones revisadas en este artículo pueden estimular los ingresos agrícolas *fuera de la economía cafetera*. La certificación de cultivado bajo sombra estimula la reforestación; por lo tanto, el ingreso de la venta de productos forestales y frutas puede aumentar. Las certificaciones orgánica y de la Alianza para el Bosque Tropical están relacionadas con la finca más que con el solo café; de este modo, los mercados pueden solicitar otros productos agrícolas (una variedad de productos en el caso de las certificaciones orgánica y Alianza para el Bosque Tropical). Sin embargo, estas posibilidades no pueden ser sobreestimadas: los mercados locales para productos forestales varían de localización a localización y algunos productos orgánicos aparte del café pueden sufrir de los mismos problemas de demanda de los que sufre el café. Adicionalmente, la mayoría de los proyectos orgánicos están enfocados en uno o en un pequeño grupo o en cultivos relacionados para los cuales el exportador tiene competencia (aptitud) técnica y de mercado. En Uganda, por ejemplo, el candidato más obvio para la diversificación en ventas de productos orgánicos podrían ser los bananos. Sin embargo, esto no ha pasado aún por al menos tres razones: (1) algunos exportadores temen que vendiendo otros productos orgánicos puedan distraer a los agricultores de

sus prácticas de mantenimiento de café; (2) preocupa que las especificaciones técnicas para exportar otros cultivos orgánicos pueden ser diferentes y/o más rigurosas que para café – especialmente hablando de frutas y vegetales, y (3) en Uganda, las certificaciones de café han tendido a ser realizadas por una agencia de certificación, mientras otras habían certificado un número de proyectos de frutas y vainilla; un exportador de café certificado ha tratado de comprar café orgánico de un proyecto de vainilla certificado, pero se ha encontrado con problemas con la compatibilidad entre las dos diferentes certificaciones (ver Ponte y Kawuma 2003).

Impactos sociales y ambientales En el caso de las certificaciones orgánica y cultivado a la sombra, los efectos de difusión han sido observados en comunidades adyacentes – en términos de mejoras tanto de las prácticas agrícolas como de la calidad del café. En Uganda, por ejemplo, muchos observadores mencionaron que la calidad del café y los rendimientos estaban mejorando incluso para los no participantes que viven en áreas cercanas a un proyecto de café orgánico. Es probable que esto sea el resultado de los efectos “copia” y su esperanza de ser incorporados en el proyecto en el futuro. En comercio justo, el principal efecto difusión es alcanzado a través de proyectos a nivel de la comunidad, financiados con una parte de la prima de comercio justo. En áreas en donde se ha logrado la doble certificación, comercio justo y orgánica, los dos conjuntos de beneficios han sido acumulativos (Ponte y Kawuma 2003). El impacto potencial de Utz Kapeh sobre las comunidades adyacentes no ha sido evaluado hasta ahora.

Otros beneficios sociales de las certificaciones de sostenibilidad resultan del hecho de que los socios comercializadores demandan un cierto grado de contabilidad y supervisión, usualmente a través de organizaciones de productores. Estas organizaciones pueden contribuir a mejorar la

posición negociadora de los agricultores, incluso para la parte de la cosecha de café que no es vendida por el canal sostenible. Estas organizaciones pueden además convertirse en un ancla para otras actividades de desarrollo rural, tales como micro finanzas. Sin embargo, la certificación de sostenibilidad es un ejercicio costoso y algunas veces prolongado. Este requiere el establecimiento de reglas y cumplimiento supervisado. En las circunstancias correctas y con la dinámica correcta, esto puede crear un círculo virtuoso de empoderamiento y fortalecimiento organizacional. Al mismo tiempo, en períodos difíciles, las organizaciones de agricultores pueden encontrar difícil estudiar detenidamente esta posibilidad si los beneficios esperados no se materializan en el corto plazo. Los costos ocultos de coordinación (por ejemplo el tiempo gastado en reuniones, transporte), la incertidumbre y las limitaciones de la acción colectiva pueden reducir dramáticamente los beneficios netos totales de los esfuerzos de la certificación.

En los sistemas de certificación *orgánica* han sido mencionados por los agricultores los siguientes beneficios socioeconómicos y ambientales (ver Ponte y Kawuma 2003):

- Acceso a un mercado seguro.
- Apoyo mutuo entre agricultores para resolver el manejo de problemas en la finca; un sentimiento de solidaridad; desarrollo de un espíritu comunitario.
- Acceso a servicios de extensión a través de esquemas orgánicos.
- Provisión de herramientas (guadañas), silos, despulpadoras, bolsas y almacigos para plantar árboles de sombra.
- Cambio de prácticas agrícolas y/o aprendizaje de nuevas (aplicación de abono orgánico; "mulching"; contorno agrícola y otras técnicas

de control de la erosión; plantaciones de protección contra el viento; cuidado y mejoramiento de poda; mejora del control de arvenses).

- Eliminación de otras prácticas con el fin de cumplir con los requisitos para la certificación orgánica (descuido en la eliminación de materiales de polietileno; uso de agroquímicos; almacenamiento de café en plástico o bolsas de polipropileno).
- Mejora en la fertilidad del suelo.

Los participantes de las cooperativas y/o grupos de agricultores de *comercio justo* han reportado beneficios en términos de:³³

- Mejor planificación para la producción de café y necesidades personales y familiares
- Reducción del riesgo (y presión relacionada) a causa del acceso a un mercado garantizado (al menos por períodos de más de un año).
- Mayor acceso a fuentes de crédito tradicional por el mejoramiento de la posición financiera de las cooperativas.
- Acceso a entrenamiento y aumento de la habilidad para mejorar la calidad del café.
- Desarrollo de nuevas redes de contacto entre participantes.
- Incremento en autoestima.
- Acceso a una amplia variedad de proyectos patrocinados por la cooperativa o grupo de agricultores.
- Incremento de la capacidad organizacional de los agricultores participantes.
- Fortalecimiento de la habilidad de las organizaciones para atender a sus miembros.

Las mejoras en el rendimiento y la calidad y otros beneficios que han aparecido en los esquemas de certificación orgánica pueden además aparecer en los esquemas de *Utz Kapeh* o culti-

33- Esta lista esta basada en entrevistas de campo y en una reciente evaluación de sociedades y proyectos de comercio justo (Tallontire *et al* 2001).

vado bajo sombra si se crea un sistema de extensión y soporte similar al de la certificación orgánica. Sin embargo, como la prima es más baja que en el caso de orgánico (o ausente), es poco probable que los esquemas Utz Kapeh o cultivado bajo sombra puedan alcanzar el mismo "espesor" organizacional porque podría haber menos recursos para ello.

Finalmente, el impacto de los *árboles sombra* sobre los sistemas de cultivo de café pueden ser resumidos como sigue (Boffa 2003):

- El sombrío crea un microclima favorable al cultivo y la producción de café³⁴.
- Aseguran un mayor rendimiento de cosecha año a año.
- Al limitar el florecimiento y producción de café, el sombrío incrementa la duración de los árboles de café.
- Debilitan el crecimiento de maleza reduciendo por tanto el costo de desyerbar.
- La fertilidad del suelo es estimulada por la fijación de nitrógeno de las leguminosas intercaladas en el cultivo y de los nutrientes reciclados por los árboles de los estratos de suelos más profundos como resultado del "mulch" acumulado con los materiales de poda.
- El sombrío favorece un mayor tamaño de las cerezas por la reducción de la temperatura y la extensión del período de maduración. Sin embargo, en la medida que la altitud se incrementa también se incrementa la cobertura de nubes, y por lo tanto la necesidad de sombrío es menos importante.
- El sombrío garantiza una mejor calidad en términos de mejor apariencia, tamaño y densidad de granos, así como propiedades organolépticas. Estas mejoras se deben al reducido peso del fruto, relleno más balanceado y períodos de maduración más uniformes y más largos.

- El sombrío compite con los árboles de café, reduciendo por tanto los rendimientos en el corto plazo.

El potencial de las certificaciones múltiples

Existen economías de escala y ventajas de mercado en la búsqueda de certificaciones de café dobles o múltiples. Sin embargo, algunas certificaciones son menos propensas a ser combinadas con otras. Por ejemplo, Utz Kapeh y la Alianza para el Bosque Tropical son vistas como intentos por crear una "súper etiqueta" que cubre asuntos socioeconómicos y ambientales. Como estos estándares tienden a ser más flexibles que cualquiera de las otras tres certificaciones (orgánica, comercio justo, amigable con las aves), son vistas frecuentemente con desconfianza por las iniciativas más "estrictas" de estándares. Es más probable que se traten de obtener como certificaciones únicas en lugar de obtenerlas en combinación con otras. En los siguientes párrafos, evalúo brevemente las combinaciones de certificaciones que se han realizado en la práctica o que tienen algún futuro potencial:

- **Comercio justo + orgánica:** Una amplia porción del café de comercio justo disponible en los países consumidores es también orgánico certificado, especialmente en los Estados Unidos. Esto sugiere que la doble certificación, orgánica y comercio justo, tiene un buen reconocimiento en el mercado y posibilidades futuras. Sin embargo, las decisiones sobre su importancia podrían estar tomadas sobre una base *ad hoc*, pues puede haber grupos de agricultores que no clasifiquen para la inscripción en el registro comercio justo y tengan aún potencial para ventas orgánicas. Por otro lado, para aquellos que ya están involucrados en comercio justo, la certificación orgánica puede ser fácilmente pagada por la prima de comercio justo.

34- Esto pasa porque las bajas temperaturas de la superficie de los suelos aseguran que los sistemas de raíz del café se beneficien de condiciones óptimas de agua y absorción de minerales; los árboles de sombra reducen la tasa de transpiración y por tanto de evapotranspiración de hojas y suelo; la materia orgánica en la capa superficial del suelo es protegida de la exposición al sol.

- **Orgánica + cultivado bajo sombra:** La doble certificación, orgánica y cultivado bajo sombra, ya se realiza con la etiqueta amigable con las aves. Esta no es muy costosa además de la certificación orgánica. Sin embargo, las fincas en algunos sistemas agro ecológicos (especialmente fuera de Centroamérica y los Andes) pueden encontrar problemas en el cumplimiento de los estrictos estándares del SMBC; si la doble certificación, orgánica y Alianza para el Bosque Tropical, es solicitada, entonces los estándares pueden ser más fáciles de cumplir.
 - **Orgánica + comercio justo + cultivado bajo sombra:** Si los productores clasifican para cualquiera de las certificaciones de cultivado bajo sombra, entonces una triple certificación con comercio justo puede además ser deseable. Aunque no es probable alcanzar una prima más alta que en una doble certificación, orgánica y comercio justo, esto hace el café orgánico más comercializable (especialmente en los Estados Unidos). Un ejemplo de esta combinación es el café El Triunfo de Chiapas el cual es triple certificado, comercio justo + orgánico + Alianza para el Bosque Tropical. Desde que los estándares agronómicos y sociales son ya conocidos por las certificaciones comercio justo y orgánica, la certificación Alianza para el Bosque Tropical en este caso es usada principalmente para sombra (posiblemente porque los estándares del SMBC fueron considerados o demasiado estrictos o caros para el comprador).
 - **Comercio justo + cultivado bajo sombra:** La certificación de cultivado bajo sombra podría tener un costo adicional para los productores, ya que esta no está cubierta actualmente por los estándares de comercio justo. Podría no haber una prima adicional garantizada. Esta combinación no parece tener mucho sentido a menos que sea realizada junto con una certificación orgánica.
 - **Utz Kapeh + orgánica:** La certificación Utz Kapeh de Uganda, ha sido construida sobre una certificación orgánica ya existente (aunque el café es vendido solo como Utz Kapeh). La justificación para este hecho fue una logística más fácil, la presencia de un sistema de trazabilidad y unos costos de certificación más bajos (construir sobre la certificación orgánica significa que ya hay un registro de agricultores y un sistema de control interno, la certificación orgánica además contribuye a cumplir algunos estándares Utz Kapeh).
- Una evaluación crítica** En las secciones anteriores, se han examinado las certificaciones de sostenibilidad que están activas en la industria del café. Sus principales características se resumen en la Tabla 15. Su impacto sobre la sostenibilidad actual (ampliamente definido) es resumido en la Tabla 16.³⁵

35- Para otras evaluaciones de café de comercio justo ver Mace (1998), Murray, Reynolds y Taylor (2003), Reynolds (2002), Schmidt (2002), Tallontire (1999, 2000) y Wandel (2001).

Tabla 15. Principales características de los sistemas de certificación de café sobre la sostenibilidad

Nombre	Actores u organizaciones que establecen los estándares	Características	Cobertura geográfica y tamaño de la finca
Café amigable con las aves	Centro para Aves Migratorias del Smithsonian Institution (SMBC).	Estándares mínimos sobre capa de vegetación y diversidad de especies para obtener el uso de la etiqueta; además abarca manejo de suelos.	Hasta el momento, norma aplicada solamente a cafés latinoamericanos, principalmente haciendas.
Orgánico	Federación Internacional de Movimientos de Agricultura Orgánica (FIMAO) y asociaciones afiliadas.	Agencias acreditadas de certificación supervisan estándares orgánicos sobre la producción, procesamiento y comercialización; formalmente, los estándares básicas de FIMAO también incluyen asuntos de justicia social.	Mundial, pero la mayoría del café orgánico viene de América Latina, especialmente México; todas las fincas.
Comercio justo	Fair Trade Labelling Organizations International (FLO) y asociadas Fair Trade Guarantee Organisations.	Precio mínimo garantizado pagado a las organizaciones de pequeños agricultores registrados que cumplen los estándares sobre desarrollo socioeconómico. Las organizaciones sin ánimo de lucro establecen/supervisan los estándares y sirven de mediadoras entre los productores registrados y los importadores CJ.	Mundial, pero una cantidad considerable de café CJ es comprado también en África; solamente minifundistas.
Eco-OK	Alianza para el Bosque Tropical.	Certifica fincas con base en estándares de sostenibilidad, abarca protección ambiental, sombrero, trabajo básico y condiciones de vida, y relaciones comunitarias.	Solamente países latinoamericanos, en su mayoría haciendas pero también algunas cooperativas.
Utz Kapeh	Fundación Utz Kapeh	Código de conducta para café sostenible cultivado con base en las 'buenas prácticas agrícolas' del European Retailer Group (EUREP). Incluye estándares sobre manejo y protección ambiental y condiciones laborales y de vida	Principalmente en países latinoamericanos, pero cultivando también en Asia (India, Indonesia y Vietnam) y en África (Uganda y Zambia), en su mayoría haciendas, pero también algunas cooperativas

Tabla 16. Resumen de los impactos de algunos sistemas de certificación de café seleccionados sobre la sostenibilidad

	Utz Kapeh	Orgánico	Comercio justo	Cultivado bajo sombra (SMBC y RA)
Prima	Sistema que paga una prima baja, solamente bajo condiciones de mercado seguras, en 2003 fue acordado pero abandonado luego.	Prima pagada (pero niveles totales de prima disminuyendo en el tiempo).	Nivel alto de prima en el mercado actual. Alguna prima siempre asegurada.	Ninguna prima asegurada (pero puede ser pagada en circunstancias seguras).
Rendimientos y calidad	Posiblemente positivo, pero impacto limitado sobre rendimientos y calidad.	El impacto de corto plazo sobre los rendimientos puede ser negativo, posiblemente impacto positivo sobre la calidad.	Solamente impacto indirecto (y posiblemente positivo) sobre rendimientos y calidad (a través de un ingreso más alto, por lo tanto posibilidad aumentada de comprar insumos y despido de trabajadores).	Impacto negativo sobre producción; impacto positivo sobre calidad.
Insumos laborales	Insumos laborales moderadamente más altos.	Insumos laborales más altos		Insumos laborales más altos.
Otros impactos sobre el ingreso		Posibilidad de vender otros productos orgánicos de la finca; diversificación de ingreso.		Posibilidad de vender productos forestales y frutas.
Acceso al mercado, interconexión	Compradores y mercados son todavía limitados, pero probablemente aumenten cuando Sara Lee comience a comprar cantidades considerables – como anunció recientemente.	Acceso a un mercado bien establecido y confiable.	Acceso a un mercado bien establecido y confiable; asistencia técnica de los importadores comercio justo; desarrollo de nuevas redes de contactos entre participantes.	Compradores y mercados son todavía limitados, pero probablemente aumenten cuando Kraft comience a comprar cantidades considerables – como anunció recientemente.
Extensión, crédito	Servicios de extensión potencialmente mejores de ONGs y algunos compradores comprensivos, pero apoyo limitado de servicios de extensión públicos.	Mayor extensión efectiva de ONGs y algunos compradores comprensivos, pero apoyo limitado del sistema público.	Acceso a financiamiento comercial y fuentes de crédito tradicionales debido a la mejor posición financiera de las cooperativas.	Mayor extensión agroforestal efectiva de ONGs comprensivas pero apoyo limitado del sistema público.
Capacidad organizacional: impacto sobre la comunidad	Fortalecimiento de las capacidades organizacionales (si la inscripción es hecha via grupos de agricultores en lugar de individualmente).	Apoyo mutuo entre agricultores para resolver problemas de manejo en la finca; sentimiento de solidaridad; desarrollo de un espíritu comunitario.	Incremento de la capacidad organizacional de los agricultores participantes; acceso a entrenamiento; aumento de autoestima; fortalecimiento de la habilidad de las organizaciones para atender a sus miembros; proyectos comunitarios.	Apoyo mutuo entre agricultores para manejo forestal; desarrollo de un espíritu comunitario.
Ambiente	Beneficios ambientales limitados.	Nuevas técnicas agrícolas mejoran la fertilidad del suelo así como la sequía y resistencia de la erosión.		Biodiversidad y condiciones agro ecológicas mejoradas fortalecen la fertilidad del suelo.
Riesgo, aptitudes de planificación	Potencial para algún manejo reducido de plagas y riesgos sociales. Planeamiento puede mejorar.	Reducción de riesgo a través de insumos externos reducidos, no monocultivo, mejoramiento resistencia de la erosión; mejora planeamiento.	Mejor planeamiento para producción de café y necesidades personales y familiares; precios garantizados reducen riesgo.	Manejo de plagas reducido y riesgo social (solamente RA); mejora planeamiento.

Un problema general en el campo de los cafés certificados es que la cantidad ofrecida está frecuentemente por encima de la demanda del mercado. Por lo tanto, los productores no pueden estar seguros que la inversión, realizada en la certificación y en el cambio de sus prácticas agroecológicas, será devuelta. Por ejemplo, la sobreoferta de café orgánico es un problema común en algunos países. En muchos escenarios agroecológicos y/o socioeconómicos, los productores de café llevan a cabo prácticas agrícolas que son cercanas al modelo orgánico.³⁶ No obstante, la agricultura orgánica es más que el no uso de agroquímicos. El proceso de conversión es elaborado, costoso y puede tomar años – usualmente involucra el acceso a servicios de extensión y asistencia técnica. Los costos de certificación para los productores pueden ser reducidos si las ONG's o las agencias de ayuda están involucradas, o si los tenedores del certificado son compañías exportadoras (en este caso, sin embargo, el exportador termina controlando los flujos financieros y de información). La prima recibida por los agricultores depende del sistema de comercialización (si el tenedor del certificado es una cooperativa o un exportador), del número de agricultores que estén involucrados en el esquema, de qué porcentaje de las ventas totales son orgánico certificado (versus cuánto café tiene que ser vendido como "convencional"), y de los costos de adquisición y mantenimiento de la certificación. La clave de la sostenibilidad económica para la conversión orgánica es encontrar un tamaño mínimo confiable de mercado año tras año.

Algunos de los mismos problemas aplican para la certificación de cultivos bajo sombra. Los productores certificados han reportado que no necesariamente terminan obteniendo una prima adicional por encima de la certificación orgánica (la cual es requerida por los estándares del

Smithsonian). Entre 2000 y 2001, 6,6 millones de libras de café fueron certificadas como cultivadas bajo sombra, pero solamente 1,2 millones de libras fueron vendidas como tales (por un valor al detal de US\$ 16,2 millones), en su mayoría en Norte América. Esto significa que en lugar de ganar una prima considerable, la certificación puede solo asegurar que los productores certificados vendan su café más fácilmente (o más temprano) que otros productores. Si este es el caso, entonces la certificación – en lugar de proporcionar un incentivo – podría únicamente constituir una barrera a la entrada agregada. Otro aspecto problemático de la comercialización es que muchos operadores con base en países consumidores utilizan el concepto de café "cultivado bajo sombra verificado". Este café no está certificado por una tercera parte e implica simplemente que la finca ha sido visitada por alguien que asegura que hay "sombrió". Estos supervisores no son súper partes y tampoco es claro que guías usan. Algunos operadores de café usan el término cultivado bajo sombra incluso donde hay solamente unos pocos árboles en la finca, o solamente una especie. Esto crea confusión ya que los consumidores no saben en que términos confiar, además que proporciona oportunidades para "free-riding" a los operadores menos comprometidos.

La certificación de comercio justo está disponible únicamente para pequeños grupos de agricultores, organizaciones y cooperativas. El proceso usualmente toma de seis a doce meses para ser llevado a cabo – más largo si la certificación orgánica es también solicitada. La certificación CJ requiere el establecimiento de estructuras organizacionales formales, interventoría y mecanismos de transparencia y contabilidad. Por lo tanto, su costo depende de si los agricultores en un área determinada son aptos para alcanzar una organización con "estatus CJ". Las recompensas en tér-

36- Esto es especialmente relevante en los países africanos productores de Arábica Suave después de la liberalización del mercado. Los agroquímicos han llegado a ser mucho más caros, especialmente si se compraran con los precios del café, y el acceso al crédito para los minifundistas se ha agotado (Ponte 2002a). Por el contrario, en áreas productoras de café Arábica Fuerte y Robusta, los agricultores raramente utilizan agroquímicos incluso antes de la liberalización.

minos de la prima, son conocidas y considerables (mientras existe un mercado de comercio justo para el café ofrecido). Esto varía dependiendo de si el café vendido es Robusta o Arábica, convencional u orgánico. Aún los asuntos de "justicia" en CJ no son completamente cristalinos. Los agricultores mejor situados están más dispuestos a ser involucrados en un grupo de agricultores u organización que los más marginados. En la misma área puede existir una cooperativa que sea elegida como socia CJ y una que no lo sea. Los compradores de CJ pueden seleccionar una pequeña cooperativa que venda la mayoría de su producto exclusivamente al canal CJ, enriqueciendo a unos pocos agricultores. Alternativamente, pueden comprar a una gran cooperativa que vende un mínimo porcentaje a CJ, lo cual resulta en una pequeña prima para un amplio número de agricultores. El registro de contabilidad y transparencia de algunas cooperativas, especialmente si anteriormente estuvieron controladas por el gobierno, ha sido también cuestionado. CJ no abarca las condiciones de trabajadores en fincas cafeteras. Finalmente, algunos países ofrecen mucho café CJ, otros no lo hacen.

Cuando el mercado CJ ofrece una prima por encima del mercado comercial, estos aspectos llegan a ser, incluso, más difíciles de manejar. FLO está considerando una revisión descendente del precio mínimo para Robusta sin lavar, lo cual podría ser una buena idea si hace las mezclas para espresso CJ más baratas al nivel minorista y si esto se traduce en una porción más alta del mercado. Obviamente, el incremento de la porción de mercado de café CJ en general podría tener un impacto positivo sobre los productores. Por esta razón, las organizaciones de comercio justo, después de centrarse en Starbucks, han comenzado a montar campañas contra los grandes tostadores comerciales y tostadores/minoristas. Esto ha resultado en que Procter & Gamble y Dunkin'

Donuts comiencen a ofrecer café CJ. Sin embargo, al mismo tiempo, el café CJ enfrenta fuertes desafíos aumentando más y más el consumo dentro de la tendencia de los canales de oferta bajo la estructura de fijación de precios actual.

En relación con los intentos de "súper etiquetado", hasta ahora uno de los problemas ha sido el limitado alcance de tales iniciativas. La Alianza para el Bosque Tropical ha otorgado hasta el momento más de 60 certificaciones en el sector cafetero,³⁷ la mayor parte en fincas de América Latina. Utz Kapeh ha certificado grandes fincas y algunas cooperativas mayoritariamente en América Latina, y también (más recientemente) en Asia y África. En ningún caso son fondos proporcionados a los productores para inversiones para que cumplan con los estándares y la certificación (aunque ambas proporcionan apoyo en encontrar fondos). Similarmente ninguno garantiza un "salario de vida" (solamente pagos de acuerdo con las leyes nacionales). Esto ha inspirado críticas de quienes recomiendan certificaciones "tradicionales" que temen que los beneficios económicos para los consumidores están siendo moderados y que la multiplicación de marcas está confundiendo a los consumidores por la multiplicación de etiquetas.

El problema de equidad en relación con la sostenibilidad gira alrededor del hecho de que los crecientes estándares (ya sea en términos de protección ambiental o condiciones socioeconómicas) aumentan las barreras a la entrada. Una primera cuestión es si estándares más altos son recompensados con precios más altos a los productores. Esto pasa en comercio justo y, a niveles más bajos, en orgánico. Utz Kapeh parece haber abandonado la idea de pagar una (baja) prima garantizada en condiciones seguras de mercado. El café cultivado bajo sombra no garantiza una prima. Un segundo aspecto relaciona la distribución de beneficios con las diferentes regiones productoras de café bajo los diferentes esquemas. So-

bre este cálculo, América Latina parece ser la clara ganadora sobre Asia y África, con excepción de comercio justo. Una tercera cuestión es si un grupo de productores es desproporcionadamente recompensado en comparación a otro. Sobre este cálculo, los minifundistas surgen como ganadores solamente en comercio justo y, con algún alcance, en la certificación orgánica. En el caso de cafés Utz Kapeh y cultivado bajo sombra, las haciendas parecen ser beneficiadas más que los minifundistas y las organizaciones de pequeños productores – aunque los esfuerzos para corregir este desequilibrio parecen estar tomando lugar.

INICIATIVAS PRIVADAS Y PÚBLICO-PRIVADAS SOBRE SOSTENIBILIDAD

Principales características

Los operadores de café en países consumidores están involucrados en cuestiones de sostenibilidad en cuatro formas: (1) pueden comprar y/o vender cafés certificados por terceras partes, tales como orgánico, comercio justo, Utz Kapeh y cultivado bajo sombra; (2) pueden contribuir en proyectos a favor de las comunidades cultivadoras de café; (3) pueden desarrollar sus propios informes de misión, códigos de conducta y guías de inicio que incluyen parámetros ambientales y/o sociales; y (4) pueden adoptar códigos de conducta o guías de inicio que han sido escritas por organizaciones sectoriales, foros público-privados y/o ONG's. En esta sección me enfocaré en la adopción, por parte de firmas privadas, de códigos de conducta y guías de inicio que no son verificados por terceras partes.

Un creciente número de compañías están adoptando los "Principios de Conservación en Producción de Café" para desarrollar sus propios códigos de conducta y guías de inicio. Entre es-

tas encontramos a los Tostadores de Café Montaña Verde, Rapunzel Pure Organics y Starbucks. Estas compañías (y otras) han estado usando adicionalmente sus propias guías. Por ejemplo, desde 1992, Tostadores de Café Montaña Verde han estado poniendo en marcha un "Programa Stewardship", el cual es adaptado para identificar a aquellos productores que han hecho compromisos medibles en las áreas de calidad del café, protección ambiental y condiciones laborales.³⁸

Desde 1995, la Compañía de Café Acción de Gracias ha estado poniendo en marcha un sistema de valoración para comprar café a productores basado en criterios sociales y ambientales. Este café también comercializa "Song Bird Coffee" en "joint venture" con la American Birding Association (ABA). Esta línea de cafés cultivados bajo sombra es "verificada" por el propietario de la compañía de café (por lo tanto, esta no clasifica como un café certificado). La ABA aprueba el Song Bird Coffee, mientras que Acción de Gracias comercializa el producto. La compañía además devuelve 15 centavos por paquete a la ABA. Un proceso similar está tomando lugar para el café de la compañía "Bat Magic". Este además es un café cultivado bajo sombra y es comercializado en relación con el la preservación del hábitat del murciélago. Un porcentaje de cada venta de café Bat Magic se destina al apoyo de Bat Conservation International y el Wildlife Trust, dos grupos ambientales sin ánimo de lucro que están colaborando en proyectos de educación pública alrededor del mundo.³⁹

Starbucks, una compañía de US\$ 4 billones, inició en noviembre de 2001 un programa piloto para el establecimiento de un "sistema de abastecedor preferido" (PSP) de compra de café verde.⁴⁰ Esto es ahora conocido como "Coffee and Farmer Equity Practices Program" (CAFÉ). En fe-

38- Entrevista, Anaheim, California, Mayo 5 de 2002. Montaña Verde se situó en el puesto 16 en el Ranking de las 200 Mejores Pequeñas Compañías de la Revista Forbes en 2001. Sus ventas de café fueron valoradas en US\$ 84 millones en el año 2000 (ver Luisa Kroll, "Empresario del Año: Hombre Java", Forbes, Octubre 29 de 2001).

39- Amy Satkofsky, "Sustainable Coffee Is for the Birds – and Everybody Else", Business Magazine, septiembre/octubre de 2001.

40- Fuente: <http://www.scscertified.com/csrpurchasing/starbucks.html>.

brero de 2004, Starbucks anunció que estaría seleccionando más de 90.000 toneladas de café con estas guías dentro de 5 años. Si esto pasara hoy, tal cantidad constituiría casi dos veces el tamaño estimado de todas las certificaciones de sostenibilidad puestas juntas en 2003 (ver Tabla 4). Este programa constituye un conjunto de estándares y procedimientos de verificación para el "mejoramiento en la producción de café sostenible". Starbucks define sostenibilidad como "un modelo económicamente viable que dirija las necesidades sociales y ambientales de todos los participantes en la cadena de oferta de café, de productor a consumidor".⁴¹ Este sistema fue superpuesto sobre los ya existentes estándares de calidad desarrollados y aplicados por Starbucks a sus proveedores. El programa CAFÉ es un sistema flexible de puntos que recompensa el cumplimiento de diferentes grados de "sostenibilidad". La escala flexible de puntos incluye indicadores agrupados a lo largo de tres categorías principales y aplica a agricultores, procesadores y vendedores: responsabilidad social (máximo 40 puntos), cultivo de café (máximo 45 puntos, principalmente en indicadores ambientales) y procesamiento de café (máximo 20 puntos, principalmente agua y manejo de subproductos y energía). En este sistema, los aplicantes al programa que alcancen el 60% de la evaluación de desempeño total y 60% en cada área perteneciente son recompensados con "Estatus de Proveedor Preferido". Si ellos alcanzan mínimo un 80% de la evaluación total (y 60% en cada área) califican como "Estatus de Proveedor Estratégico". Los proveedores Preferidos y Estratégicos de orígenes y tipos individuales tienen la prioridad de compra (comenzando del puntaje más alto) sobre otros oferentes recibidos durante un ciclo particular de

compra. Los cargamentos de los Proveedores Estratégicos que cumplieron los estándares del programa CAFÉ (solamente) son recompensados por un año con una prima de conversión de sostenibilidad de US\$ 0,022/Kg y alcanzaron el puntaje necesario.⁴² El mejoramiento continuo es estimulado con una prima mayor (más lejana) del mismo tamaño para proveedores que mejoraron en al menos 10 puntos por encima del 80% del puntaje sobre el año anterior. Starbucks ha esbozado adicionalmente un sistema de verificación independiente para asegurar credibilidad.

Los tostadores comerciales y comercializadores internacionales están también dando pasos en el campo de la "sostenibilidad". Nestlé ha desarrollado una política de adquisición relacionada con el concepto de "agricultura sostenible" (ver Recuadro 1) en colaboración con la plataforma de la Iniciativa para la Agricultura Sostenible (la cual además comprende la participación de otros actores de la cadena del café tales como Ecom, Efico, Kraft, Neumann, Sara Lee DE, Tchibo y Volcafé). En un reciente documento titulado "Plan de Acción para la Producción de Café Verde Sostenible", Nestlé organizó un sistema basado en puntos que sus proveedores tendrán que cumplir progresivamente - un sistema similar al desarrollado por Starbucks. De acuerdo con el documento de Nestlé, este sistema "podría incentivar la creación, para cada origen, de un ranking de Sostenibilidad de proveedores. En el futuro Nestlé utilizará este ranking con objeto de "asegurar que nuestra selección de Café Verde apoye el manejo de largo plazo hacia la Producción Sostenible de Café Verde. El proyecto de Producción Sostenible de Café Verde establecerá progresivamente completa rastreabilidad de las provisiones de Café Verde Nestlé.

41- Fuentes: Starbucks, comunicado de prensa, noviembre 12 de 2001: "Starbucks Green Coffee Purchasing Program, Pilot Program for Preferred Suppliers", mimeo; y entrevista, Anaheim, California, mayo 3 de 2002.

42- Puede notarse que en la formulación original del programa piloto en 2001, los costos incurridos por los proveedores por la transición a dicho sistema tuvieron que ser mitigados por un programa provisional de incentivos financieros. El programa PSP estipula que Starbucks podría pagar a US\$ 0,22/Kg prima por encima del precio contratado, aproximadamente un centavo por cada 10 puntos ganados. El actual sistema de incentivos, como se puede ver, es mucho menos generoso (Ibid.).

Recuadro 1. Política de adquisición de Nestlé y agricultura sostenible

"Hay dos aspectos de la estrategia de Nestlé para implementar la Agricultura Sostenible. Uno es pre-competitivo (concerniente a la agricultura en general). Aquí Nestlé busca colaborar con la industria de los alimentos en una plataforma común IAS (Iniciativa para la Agricultura Sostenible) con Danone y Unilever y otras industrias. En esta iniciativa Nestlé busca proporcionar soporte general al desarrollo agrícola sostenible y cooperar con los comerciantes y procesadores primarios para apoyar prácticas sostenibles en el comercio de commodities.

El otro aspecto es competitivo (concerniente a las relaciones con los proveedores directos). Aquí Nestlé fomenta la agricultura sostenible a través de la selección de sus materias primas claves (leche, café y cacao). Esto se hace gracias a las recomendaciones seguidas por los productores y al desarrollo de contratos de proveedores preferenciales.

La Agricultura Sostenible ofrece oportunidades a compañías alimenticias para alcanzar mejor control sobre la oferta de largo plazo de materias primas a costos razonables y al mismo tiempo mejorar la calidad y aumentar el control de calidad (mediante el aumento de la rastreabilidad)."

Fuente: Citado de: "Nestlé procurement policy for agricultural raw materials", Mayo 28 de 2002.

Otra iniciativa reciente en el campo de la sostenibilidad en el mercado comercial de café es la alianza público-privada entre la Asociación Alemana del Café y el Ministerio Alemán de Cooperación y Ayuda para el Desarrollo. Este proyecto titulado "Common Codes for the Coffee Community" (o 4C) comenzó en enero de 2003 y debe durar dos años. Apunta al desarrollo de un código de conducta para el cultivo, procesamiento y comercialización de café representativo que es factible para implementación y apropiado para acuerdos vinculados. El proyecto busca "trazar las dimensiones sociales, ecológicas y económicas de la sostenibilidad de la producción, procesamiento y comercialización de café verde con un método participativo que servirá como código de conducta al mercado para 'café representativo'. Esto significa que el código se hará para todo el café producido y procesado en las diferentes regiones cafeteras".⁴³ La iniciativa GZT – como un intento de

establecer un estándar a través de sectores desarrollados a partir del aporte de todos los interesados – es un claro ejemplo de cómo la distinción entre estándares privados y voluntarios está llegando a ser desdibujada.

En este sentido, Utz Kapeh también comenzó como una "iniciativa privada" de Ahold Coffee Company. Esta alcanzó un estatus diferente (como una opción de certificación abierta a cualquier comprador de café) por medio de la adopción de una verificación de tercera parte independiente. Un par de tostadores de tamaño mediano y Sara Lee (entre los grandes tostadores) están ahora comprando café Utz Kapeh. Finalmente, Neumann y Volcafé, los dos más grandes comerciantes internacionales, están ideando formas de seleccionar cafés "sostenibles" para sus clientes más importantes. En resumen, la sostenibilidad se está convirtiendo en un concepto predominante.

43- Ver <http://www.sustainable-coffee.net/>

Evaluación de las iniciativas privadas y público-privadas

La iniciativa CAFE de Starbucks es un esfuerzo creativo que puede promover prácticas sostenibles y proporcionar estabilidad económica gracias a la calificación de los productores. Sin embargo, un defecto potencial del programa es que no contempla un precio diferencial permanente para cubrir los costos adicionales que implica el cumplimiento del "criterio de sostenibilidad". Los proveedores tienen que mejorar el desempeño y pagar por la verificación independiente. Sin embargo, no existe una garantía de largo plazo de que recibirán precios más altos que aquellos ya ofrecidos por Starbucks. A menos que el sistema de incentivos basado en puntos sea mantenido en el largo plazo, en lugar de solo un año, el programa CAFÉ corre el riesgo de, simplemente, aumentar las barreras a la entrada para los proveedores. Este sistema es además mucho más sofisticado en relación con sus aspectos ambientales que en su cobertura social, de manera que el impacto potencial en los frentes social y económico es menos sustantivo. Finalmente, el sistema Starbucks es aplicable más fácilmente en haciendas más que a cooperativas y grupos de agricultores. La compañía, sin embargo, ha demostrado algún interés por los pequeños productores tal como en el caso de su proyecto colaborativo con la Fundación Ford, Oxfam América y CEPCO (una asociación de pequeños productores de café en Oaxaca, México). El proyecto piloto proveerá a los agricultores con asistencia técnica (incluyendo la introducción o refinamiento de habilidades "cupping" para la organización de agricultores), información de mercado y retroalimentación de calidad del producto.⁴⁴

Las iniciativas sobre sostenibilidad de Nestlé y "4C" son muchísimas en desarrollo y muy difíciles de evaluar. Sin embargo, para los productores de tales sistemas no parece haber mucho campo para la designación de la prima u otros beneficios económicos directos de tal forma que los beneficios económicos de largo plazo para los productores aún son inciertos. Incluso la participación de los agricultores (los supuestos beneficiarios) en el desarrollo de estos códigos de conducta y la selección de las guías ha sido marginal. Es esperanzador ver que el proyecto 4C ha impuesto una alta participación en su agenda: será interesante observar si el proyecto cumple con estas promesas.

En resumen, las "iniciativas privadas" son plausibles al abrir los canales del mercado para vender cafés sostenibles. Cuando se usan los sistemas por puntos, se le proporcionan a los proveedores oportunidades para seguir una curva de aprendizaje y alcanzar más altos estándares. Sus principales limitaciones son la falta de monitoreo externo y auditoría (hasta ahora), menos transparencia que las certificaciones de tercera parte, limitada participación de los agricultores en el establecimiento de estándares y guías, y un registro desigual para proporcionar incentivos materiales a los productores (principalmente, la prima). La proliferación de iniciativas significa además que habrá inevitablemente diferentes definiciones y guías de procedimiento para "sostenibilidad", lo cual probablemente agregará confusión en el mercado. Finalmente, estos sistemas están menos inclinados a dirigir las relaciones de poder entre los actores de la cadena de valor del café (puesto que ellas son construidas sobre esto) que las iniciativas de tercera parte.

44- Los objetivos declarados de este proyecto son: (1) incrementar la oferta de café Comercio Justo certificado de alta calidad de las cooperativas de pequeños agricultores para el mercado de cafés especiales de los Estados Unidos; (2) mejorar las habilidades de los calicultores de pequeña escala proporcionando recursos y entrenamiento para mejorar y estandarizar la calidad poscosecha; (3) proveer información y ayuda en capacitación de los agricultores para ganar precios de prima por su café, con un producto de alta calidad; y (4) capacitar a los agricultores para diseminar su aprendizaje a otras cooperativas de café (Joint Starbucks y Oxfam América comunicado de prensa, julio 29 de 2002).

Estas consideraciones críticas podrían ser leídas en forma comparativa. En el extremo de que estas iniciativas se activen para canalizar el valor agregado al productor (de cualquier tamaño), estas pueden operar en forma redistributiva (entre países productores y consumidores) y por lo tanto puede jugar un rol correctivo al cambiar la tendencia de tal forma que se incrementan las transferencias de riqueza hacia abajo en la cadena de oferta.

SOSTENIBILIDAD, ESTÁNDARES Y LA CADENA MUNDIAL DEL CAFÉ: CAMINOS HACIA ADELANTE

Sostenibilidad y ejercicio de autoridad de la cadena mundial del café

La industria cafetera está enfrentando cambios fundamentales. Los cafés sostenibles, aunque todavía con una pequeña proporción del mercado, están llegando a tener una importancia creciente. Mientras tanto, los grandes tostadores que operan en el mercado están también en el proceso de desarrollar criterios de "sostenibilidad" e indicadores para su café. Una de las implicaciones de estos cambios es que, como la naturaleza de los estándares de sostenibilidad del café llega a ser más compleja, las instituciones que establecen y/o supervisan estos estándares están alcanzando un poder creciente. Esto implica que, aparentemente, detrás de las discusiones técnicas acerca del contenido de los estándares y los procesos de monitoreo, se instalan cuestiones de acceso y control. Como hemos visto arriba, los estándares pueden erigir nuevas barreras a la entrada, lo cual tiene consecuencias sobre la distribución tanto en términos de la localización geográfica como de los grupos sociales involucrados. Como los procesos de certificación llegan a ser costosos, aquellos pequeños productores y cooperativas en países productores que no tienen acceso al apoyo para el desarrollo o asistencia técnica tienden a perder. Incluso aquellos que

logran armonizar barreras a la entrada no necesariamente ganan en términos de un más alto valor agregado. Las instituciones públicas que en el pasado establecían estándares en la regulación, son cada vez más incapaces de defender los intereses de los productores, especialmente los de pequeña escala. El resultado es que, en muchas instancias, los productores han resultado completamente aislados del juego de establecimiento y supervisión de los estándares. ¿Qué significa esto para la gobernabilidad y las estructuras institucionales de la cadena mundial del café?

Como se argumentó en la Sección 3, previo a la terminación del régimen del Acuerdo Internacional del Café (AIC) en 1989, la cadena mundial de valor para el café no fue manejada por ningún actor, incluso no fue posible que los países productores y consumidores la controlaran. Las barreras a la entrada en la agricultura y en el comercio doméstico fueron frecuentemente mediadas por los gobiernos. Estos manejaron, además, sistemas de control de calidad y en alguna medida decidieron cuáles (calidad) estándares aplicar a nivel de exportación. En el segmento de país consumidor de la cadena de valor, los tostadores fueron incrementando su rol de mando a través de marcación, publicidad y consolidación. A pesar de todo, su control de la cadena mundial de valor fue limitado por el sistema de cuotas y el control del gobierno en los mercados de países productores.

Por el contrario, el régimen post-AIC exhibe muchas de las características de una cadena explícitamente "manejada por el comprador". El poder de negociación de los operadores con base en los países consumidores se ha incrementado con respecto al de los actores de los países productores, especialmente agricultores y sus gobiernos. La estructura institucional se ha movido fuera de un sistema formal y relativamente estable donde los productores y los países productores tenían una "voz" establecida, hacia uno que es más informal y dominado por el comprador. En el proceso, una considerable proporción del ingreso

total generado en la cadena del café ha sido transferido de los agricultores a los operadores del país consumidor.⁴⁵ Las elecciones estratégicas efectuadas por los tostadores en la última década han establecido barreras a la entrada, no solamente en el segmento tostador de la cadena, sino también en otros segmentos hacia arriba (cerca del productor).

En un nivel, la industria de café sostenible puede estar desalentando su sistema de gobernabilidad. Esto ha facilitado un cambio en las ideas de qué "contenido" puede ser valorado en el café entre un creciente número de consumidores. Los sistemas de certificación y las iniciativas privadas sobre sostenibilidad podrían, en teoría, facilitar relaciones más directas entre productores y consumidores, así como un mejor flujo de información en mercados, precios y demanda de los clientes por "contenido de sostenibilidad". Si se paga una prima, se podría mejorar la distribución del valor agregado en la cadena del café en beneficio de los productores. Al incluir a los productores en el proceso de establecimiento de estándares, los sistemas de sostenibilidad podrían proporcionar un foro más equitativo – para las actividades y relaciones directivas a lo largo de la cadena de oferta – que el que proporciona el solo mercado. Sin embargo, a otro nivel, la distinción entre los mercados sostenibles y predominantes se está desdibujando cada vez más a medida que los tostadores comerciales entran en el campo de la sostenibilidad y tratan de alcanzar reconocimiento mientras minimizan costos. Adicionalmente, si los compradores de café (exportadores, importadores, tostadores) deciden qué está incluido en los estándares de sostenibilidad y cómo son medidos, el impacto de las iniciativas de sostenibilidad podría realmente facilitar un más alto grado de "manejo del comprador". Aunque algunas certificaciones de sostenibilidad pueden proporcionar beneficios considerables para los productores, las re-

laciones de poder pueden permanecer esencialmente inalteradas si los productores están todavía al final del proceso clave de decisión-acción (ver también Daviron y Ponte próximamente).

Posibilidades para la cooperación, armonización y/o equivalencia

La siguiente discusión evalúa los pasos necesarios para alcanzar certificaciones, así como iniciativas privadas para atraer el interés de los consumidores mientras simultáneamente se llevan a cabo mejoras sustanciales en sostenibilidad y participación de los agricultores. En particular, es notable el rol que podría jugar un "foro de cooperación para café sostenible" (FCCS) en términos de:

1. Promoción de la discusión de estándares de sostenibilidad en términos de su contenido y de su posible coordinación, armonización y/o equivalencia.
2. Garantía de que las voces de los productores (especialmente los pequeños) son oídas en relación con la apropiación y los costos/beneficios que surgen de tales estándares.
3. Coordinación de esfuerzos para aumentar los fondos para asistencia técnica.
4. Garantía de que los esfuerzos adicionales, que implican la armonización de los estándares de sostenibilidad, proporcionan ingresos adicionales a los productores en lugar de ser una demanda extra a ser armonizada al mismo precio.
5. Evaluación del potencial de mercado "predominante" y "nichos" para lograr la sostenibilidad.
6. Evaluación de la mejor forma de acercamiento a las agencias públicas en el proceso de desarrollo y aplicación de los estándares

Coordinación entre códigos de conducta privados y sistemas de oferta preferida Coordinar los códigos de conducta privados y los sistemas

45- En temas de gobernabilidad, instituciones y política en el comercio mundial de café, ver además Bates (1997), Daviron (1993; 1996), Daviron y Ponte (próximamente), Fitter y Kapiinsky (2001), Gilbert (1996), Oxfam (2002), Ponte (2002b; 2002d), y Talbot (1997a; 1997b; 2002, 2003).

de oferta preferida que manejan cuestiones de sostenibilidad, es una tarea particularmente desafiante. Cada compañía tiene sus propios intereses y objetivos cuando establece un código de conducta o un sistema de selección. Tal vez, la forma más viable de coordinación por ahora sería la promoción de un (entre los muchos emergentes) código de conducta o guía de selección base en sostenibilidad que pueda ser adoptado por las compañías individuales – sobre la base de cuáles modificaciones (ascendente) pueden ser realizadas para adaptar situaciones individuales. Otro aspecto que debe ser manejado en relación con las iniciativas privadas, es el tema de la precisión de derechos, especialmente en áreas donde no existen estándares universalmente reconocidos (tal como en café de sombra). Los esfuerzos pueden ser dirigidos hacia el aseguramiento de que se solicite la auditoria de tercera parte (si no certificación), incluso en iniciativas privadas.

Coordinación entre iniciativas de certificación

Existen varias formas de promover la cooperación entre iniciativas de certificación individuales con la meta de incrementar la "cobertura" de sostenibilidad en el sector cafetero. Yo lo presentaré de forma que aumente la dificultad. El orden de presentación puede además ser leído como un programa paso a paso para actividades FCCS.

1. La más inmediata forma de cooperación, y que ya está pasando, es el proceso de facilitación de certificaciones múltiples. El más común y exitoso de estos ha sido la doble certificación orgánica + comercio justo. Si el café de sombra llega a ser más popular entre los consumidores, una certificación triple puede también desarrollarse más ampliamente (aunque existe alguna confusión respecto a lo que significa cultivado bajo sombra en el mercado de los Estados Unidos, debido a la presencia de dos certificaciones diferentes y de cafés cultivados bajo sombra sin certificación). De acuer-

do con Rice y McLean (1999), los temores de confusión en el mercado debido a la proliferación de marcas (etiquetas) son infundados. Las etiquetas separadas pueden también combinarse de diferentes maneras, de tal forma que alcancen más flexibilidad y logren mayor variedad de nichos de mercado. Sin embargo, las certificaciones múltiples están más expuestas a tomar lugar entre las opciones de certificación "estrictas" (comercio justo, orgánico, amigable con las aves) más que con opciones percibidas como intentos de combinar criterios económicos, sociales y ambientales a un umbral más bajo (Utz Kapeh, Alianza para el Bosque Tropical). En este sentido, será difícil involucrar todas las iniciativas de certificación en semejante esfuerzo. A pesar de todo, las certificaciones múltiples (en cualquier forma) logran economías de escala y ahorro en costos de certificación. Además, con miras a un desarrollo futuro de un "sello sombrilla" de sostenibilidad basado en puntos en lugar de estándares absolutos (ver abajo), el FCCS podría ser un vehículo para una posible discusión de umbrales de sostenibilidad de bajos y altos estándares. En este campo, una versión "bajos estándares" podría estar basada en la Alianza para el Bosque Tropical y/o Utz Kapeh, mientras la "altos estándares" podría ser la certificación triple comercio justo + orgánico + amigable con las aves.

2. Un segundo paso en el proceso de expansión de la "cobertura" de sostenibilidad es desarrollar estándares económicos, sociales y ambientales dentro de iniciativas individuales. Esto es algo que también está ocurriendo (comercio justo está considerando estrictos estándares ambientales, mientras el movimiento orgánico está considerando la inclusión de parámetros de sombra). Estos procesos se hacen posibles a través del intercambio de información entre varias iniciativas. En el nivel

institucional, en el marco de la iniciativa International Social and Environmental Accreditation and Labelling (ISEAL), ha tenido lugar la colaboración entre diferentes iniciativas de certificación. Esta unión facilita la comunicación entre varios organismos de certificación y los trabajos de experimentación para certificación llevados a cabo en el campo (Wunderlich 2002: 23). El FCCS podría crear una iniciativa "spin-off" (o relacionada) con referencia específica al café.

3. Un tercer paso sería la creación de una etiqueta de cobertura de sostenibilidad. Esto podría ser desarrollado sobre la base del principio de equivalencia. Diferentes agencias de certificación tienen la capacidad de usar su propio criterio pero de acuerdo con un conjunto de principios comunes que podrían ser respetados dentro de cada certificación individual (TerraChoice 2000: 41). Esta opción podría tener en cuenta más flexibilidad en la armonización de las diferentes condiciones sociales y ambientales y, al mismo tiempo, podría proporcionar una estructura común de referencia. A pesar de todo, diferentes certificaciones adoptan estándares que se enfocan en un área más que en otra y esto puede dificultar el encuentro de un terreno común en términos de aceptar qué significa un requisito mínimo de "sostenibilidad". La historia de las iniciativas de certificación en el sector cafetero sugiere también que será difícil que se den iniciativas conjuntas, cuando estas ya han establecido su propia "imagen" individual y pueden competir la una contra la otra. Si esto es posible, se podría desarrollar una etiqueta adicional a las ya conocidas para los consumidores (una "etiqueta sombrilla") en lugar de una "súper etiqueta" que podría sustituirla. Tal sello sombrilla podría ser desarrollado como un conjunto absoluto de estándares o con base en un sistema de "puntos" de sostenibilidad

(dependiendo de cómo son cubiertos muchos aspectos por las diferentes combinaciones de certificaciones), en una forma similar que solicita en "orgánico" tiene tres diferentes niveles en el sistema recientemente aprobado por USDA. Uno de los mayores problemas en la búsqueda de una "etiqueta sombrilla" unificada es el actual desacuerdo sobre los estándares apropiadas para café cultivado bajo sombra. Este aspecto es particularmente delicado ya que las especificaciones de sombra varían entre diferentes sistemas agro-ecológicos. Una forma podría ser trazar una amplia estructura mínima sobre sombra y entonces agregar "puntos" por elementos adicionales que podrían ser adaptados a diferentes ambientes. Por otro lado, también un sistema de puntos complicado dentro de las etiquetas "sombra" y/o "sostenible" podría confundir al consumidor (ver Rice y McLean 1999: 105-6).

4. El proceso menos posible en el desarrollo de estándares de "sostenibilidad" en el sector cafetero es la armonización. La armonización está basada en la idea de que se usa un conjunto de criterios para la definición de todo el "café sostenible": dada la pluralidad de iniciativas y la complejidad del contenido de sostenibilidad, es poco probable que esto pase. Incluso dentro de las bien establecidas subcategorías de la familia de la sostenibilidad, tal como las orgánicas, ha sido extremadamente difícil y laborioso tener éxito con estándares universalmente aceptados. Los estándares básicos IFOAM han proporcionado una base, pero la aceptación universal de certificaciones en diferentes países importadores ha sido un proceso lento y aún sin finalizar. Adicionalmente, puede no ser posible que suceda con estándares que son aplicables a todas las condiciones agro-ecológicas. La certificación SMBC para amigable con las aves, por ejemplo, es adaptada a condiciones de sombra y

variedad de especies que se encuentran en América Central y los Andes. Los productores africanos en muchos países pueden no conocer estos estándares.

Otros aspectos estratégicos Como se argumentó detenidamente en este documento, no hay significado en el establecimiento de los estándares de "sostenibilidad" sin la participación de sus beneficiarios futuros. Los estándares como una regla general provocan barreras a la entrada, las cuales es probable que sean más pronunciadas para los pequeños productores que para haciendas (con excepción de comercio justo). La asistencia técnica es una de las formas de asegurar el cumplimiento de los nuevos estándares. Con todo, la cobertura de la asistencia técnica es irregular, algunas veces políticamente motivada y tiende a concentrarse en áreas que poseen menos desventajas y más propensas a mostrar "éxito". La asistencia técnica además tiende a ser "reactiva" (llenando los espacios luego que ellas surgen), mientras la industria cafetera necesita ser "proactiva". Por lo tanto, el FCCS podría ser involucrado en un fondo de crecimiento y coordinación para:

- Crédito a agricultores (para mejoras relacionadas con la armonización de los estándares de sostenibilidad).
- Entrenamiento y asistencia organizacional para cooperativas y asociaciones de productores.
- Facilitación de comercialización directa entre estas organizaciones y compradores en países consumidores.
- Logro de alta calidad junto con sostenibilidad.
- Facilitación de la participación del productor en el establecimiento de estándares para un "sello sombrilla" y en revisiones de requisitos de certificación individual.

Los operadores de café pueden además aceptar la idea de que la armonización de los estándar

es costosa para los productores. Por lo tanto, cualquier iniciativa demandando mejoras en el contenido de "sostenibilidad" del café podría incluir provisiones para ofrecer prima obligatoria. Los niveles y tipos de prima podrían ser discutidos por los actores de la industria, agencias públicas y ONGs dentro del FCCS. Algunos actores de la industria argumentan que los consumidores no pagarán precios más altos por cafés sostenibles. Sin embargo, la experiencia de la industria de cafés especiales actualmente sugiere que los consumidores están dispuestos a pagar precios más altos por las propiedades "intangibles" del café que ellos beben.

La mayoría de las iniciativas de "sostenibilidad" se han desarrollado dentro del campo del establecimiento de estándares voluntarios y/o privados. Es poco probable que se requiera la intervención gubernamental en el proceso de coordinación y combinación de estándares sostenibles y certificaciones. Sin embargo, la regulación pública puede tener un rol importante en el logro de reconocimiento del contenido de certificación y en asegurar la validez de los derechos logrados bajo ésta. La experiencia de la certificación orgánica sugiere que existe un rol para la regulación pública en cuanto a proporcionar el catalizador para la armonización – mientras que las reglas son lo suficientemente flexibles para acomodar por variación (como en el sistema orgánico certificado USDA). El FCCS podría ser el catalizador para unir a los actores del sector privado, ONGs y reguladores públicos en la discusión de estos asuntos.

Finalmente, el FCCS podría proporcionar una estructura institucional para diseñar estrategias más amplias en "café sostenible". De lejos, los temas de sostenibilidad han sido manejados principalmente en nichos de mercado. Sin embargo, se están convirtiendo en una preocupación predominante del mercado. ¿Qué significa esto para la industria de café sostenible y para los cultivadores de café en países en desarrollo? Tres futuros caminos pueden ser previstos:

1. Los Nichos se vuelven predominantes: esta es la estrategia de largo plazo para algunas de las iniciativas de certificación de alto renombre (tales como comercio justo y orgánico); ellos calculan el crecimiento de sus etiquetas (marcas) a expensas de cafés comerciales y/o a través de intentos de conseguir tostadores comerciales para certificar café – sin arreglo a los estándares de sostenibilidad y pagando una prima.
2. Compras en nichos certificados: esta estrategia es mejor ejemplificada por la iniciativa Utz Kapeh, la cual está basada en la estrategia de proporcionar a los tostadores de media – y gran – escala en el mercado comercial un código de conducta que es externamente certificado y tiene relativamente bajos costos de cumplimiento.
3. Predominante elimina nicho: esta estrategia consiste en diseñar iniciativas de “sostenibilidad” principalmente adaptadas a las necesidades de compañías PR y que puedan ganar aceptación entre sus clientes sin pedir un precio más alto; los sistemas de proveedor preferido de códigos de conducta que no ofrecen prima u otros beneficios directos a los agricultores son un ejemplo de tal enfoque. El éxito bajo tal enfoque podría concebir expulsar los enfoques nicho para sostenibilidad a través de un proceso predominante (y “watering down”).

Este análisis sugiere que las estrategias ganar-ganar son posibles pero que tales resultados dependerán crucialmente sobre diálogo considerable, construcción de confianza y cooperación, por lo tanto, la necesidad de algo parecido al “Foro para la Cooperación para Café Sostenible” (“Sustainable Coffee Cooperation Forum”). La industria de café sostenible podría considerar seriamente formas de expandir el mercado para café “sostenible” en formas que: (1) no desperdicie su contenido (2) suministre recursos adicionales a los

agricultores para cumplir con los estándares; y (3) involucrar los supuestos beneficiarios en todos los pasos de formulación (4) que son prácticos y flexibles suficiente para permitir por adopción extendida (general). Estos objetivos son más probables de ser alcanzados en los caminos primero y segundo que en el tercero. De esta perspectiva, es necesaria una acción urgente en la creación de un “foro de cooperación para café sostenible” (“sustainable coffee cooperation forum”) y en involucrar agencias públicas para diseñar programas de apoyo y reglas legales en el uso de etiquetas (marcas) de “café sostenible”.

REFERENCIAS

- Akiyama, T. y Varangis, P. (1990) *The Impact of the International Coffee Agreement on Producing Countries*. World Bank Economic Review 4(2): 157-173.
- Barrientos, S., C. Dolan y A. Tallontire (2003) ‘A Gendered Value Chain Approach to Codes of Conduct in African Horticulture’, *World Development* 31(9): 1511-1526.
- Bates, R.H. (1997) *Open-Economy Politics: The Political Economy of the World Coffee Trade*. Princeton: Princeton University Press.
- Blowfield, M. (1999) ‘Ethical Trade: A Review of Developments and Issues’, *Third World Quarterly* 20(4): 753-770.
- Blowfield, M. y K. Jones (1999) ‘Ethical Trade and Agricultural Standards – Getting People to Talk,’ presented at the workshop ‘Markets, Rights and Equity: Rethinking Food and Agricultural Standards in a Shrinking World,’ East Lansing, Michigan State University, Octubre 31 – Noviembre 3.
- Boffa, J.M. (2003) ‘Research and Development Orientations for the Promotion of Shade Coffee in Uganda,’ ICRAF, Kampala.
- Caswell, J. y S.J. Henson (1997). ‘Interaction of Private and Public Food Quality Control Systems in Global Markets,’ en R.J. Loader, S.J. Henson y W.B. Traill (eds.), *Globalization of the Food Industry: Policy Implications*. Reading: Department of Agricultural and Food Economics, University of Reading.
- Centre for the Promotion of Imports from Developing Countries (CBI) (n.d.) ‘Access Guide International environmental and social label for various products: Max Havelaar, TransFair,’ CBI: Rotterdam.
- Centre for the Promotion of Imports from Developing Countries (CBI) (2003) ‘Organic food products.’ CBI: Rotterdam.
- Damiani O. (2001) ‘Organic Agriculture in Mexico: Case studies of Small Farmer Associations in Chiapas and the Yucatan Peninsula.’ Rome: Office of Evaluations and Studies, IFAD.
- Damiani, O. (2002) ‘Organic Agriculture in Guatemala: A Study of Producer Organizations in the Cuchumatanes Highlands.’ Rome: Office of Evaluations and Studies, IFAD.

- Daviron, B. (1993) *Conflict et Cooperation sur le Marché International du Café: Une Analyse de Longue Periode*. Thèse de Doctorat. Montpellier: Ecole Nationale Supérieure Agronomique de Montpellier.
- Daviron, B. (1996) 'The Rise and Fall of Governmental Power on the International Coffee Market,' en M. Griffon y P. Guillaumont (eds.), *Economics of Agricultural Policies in Developing Countries*. Paris: Editions de la Revue Française d'Economie.
- Daviron, B. (2002) 'Small Farm Production and the Standardization of Tropical Products,' *Journal of Agrarian Change* 2(2): 162-184.
- Daviron, B. y P. Gibbon (2002) 'Global Commodity Chains and African Export Crop Agriculture,' *Journal of Agrarian Change* 2(2): 137-161.
- Daviron, B. y S. Ponte (proximamente) *The Coffee Paradox: Global Markets, Commodity Trade and the Elusive Promise of Development*. Zed Books: Londres.
- Dolan, C. y Humphrey, J. (2000) 'Governance and Trade in Fresh Vegetables: The Impact of U.K. Supermarkets on the African Horticulture Industry,' *Journal of Development Studies* 37(2): 147-176.
- Du Toit, A. (2002) 'Globalizing Ethics: Social Technologies of Private Regulation and the South African Wine Industry,' *Journal of Agrarian Change* 2(3): 353-380.
- EPOPA, Grolink y Agro Eco (2003) 'Development of Organic Certification Organizations in Uganda and Tanzania,' descripción del proyecto.
- Fairtrade Labelling Organizations International (FLO) (2002) 'Fairtrade Standards for Coffee,' Bonn, Abril 25 de 2002.
- FIBL (2002) 'Organic Coffee, Cocoa and Tea,' Frick (Switzerland): Research Institute of Organic Agriculture (FiBL).
- Fitter, R. y R. Kaplinsky (2001) 'Who Gains from Product Rents as the Coffee Market Becomes More Differentiated? A Value-chain Analysis,' *IDS Bulletin* 32(3): 69-82.
- Fold, N. (2000) 'A Matter of Good Taste? Quality and the Construction of Standards for Chocolate Products in the EU,' *Cahiers d'economie et sociologie rurales* (55-56): 92-110.
- Fold, N. (2001) 'Restructuring of the European Chocolate Industry and Its Impact on Cocoa Production in West Africa,' *Journal of Economic Geography* 1(3): 405-420.
- Fold, N. (2002) 'Lead Firms and Competition in 'Bi-Polar' Commodity Chains: Grinders and Branders in the Global Cocoa-Chocolate Industry,' *Journal of Agrarian Change* 2(2): 228-247.
- Fold, N. (2004) 'Spilling the Beans on a Tough Nut: Liberalisation and Local Supply System Changes in Ghana's Cocoa and Shea Chains,' en Hughes, A. y S. Reimer (eds.) *Geographies of Commodity Chains*. Pearson.
- Fold, N. y M.N. Larsen (proximamente) *Re-placing Africa in the Global Economy*. Oxford: James Currey.
- Gereffi, G. (1994) 'The Organization of Buyer-Driven Global Commodity Chains: How U.S. Retailers Shape Overseas Production Networks,' en G. Gereffi y M. Korzeniewicz (eds.) *Commodity Chains and Global Capitalism*. Westport: Greenwood Press.
- Gereffi, G. (1995) 'Global Production Systems and Third World Development,' en B. Stallings (ed.) *Global Change, Regional Response: The New International Context of Development*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Gereffi, G. (1999) 'International Trade and Industrial Up-Grading in the Apparel Commodity Chain,' *Journal of International Economics* 48(1): 37-70.
- Gereffi, G. (2003) 'The Global Economy: Organization, Governance, and Development,' en N. Smelser y R. Swedberg (eds.) *Handbook of Economic Sociology 2nd Ed.* Princeton: Princeton University Press y Russell Sage Foundation.
- Gereffi, G., D. Spener y J. Bair (eds.) (2002) *Free Trade and Uneven Development: The North American Apparel Industry after NAFTA*. Philadelphia: Temple University Press.
- Gereffi, G., J. Humphrey y T. Sturgeon (proximamente) 'The Governance of Global Value Chains,' *Review of International Political Economy*.
- Gibbon, P. (2000) 'Back to the Basics through Delocalisation: The Mauritian Garment Industry at the End of the 20th Century,' CDR Working Paper 00.7. Copenhagen: Centre for Development Research.
- Gibbon, P. (2001) 'Upgrading Primary Production: A Global Commodity Chain Approach,' *World Development* 29(2): 345-363.
- Gibbon, P. (2002a) 'South African and the Global Commodity Chain for Clothing: Export Performance and Constraints,' CDR Working Paper 02.7. Copenhagen: Centre for Development Research.
- Gibbon, P. (2002b) 'At the Cutting Edge? Financialisation and U.K. Clothing Retailers' Global Sourcing Strategies and Practices,' *Competition and Change* 6(3): 289-308.
- Gibbon, P. (proximamente) 'Segmentation, governance and upgrading in global clothing chains: a Mauritian case study', en N. Fold y M.N. Larsen (eds.) *Re-placing Africa in the Global Economy*. Oxford: James Currey.
- Gibbon, P. y S. Ponte (en impresión) *Trading Down? Africa, Value Chains and the Global Economy*. Philadelphia: Temple University Press.
- Gilbert, C.L. (1996) 'International Commodity Agreements: An Obituary,' *World Development* 24(1): 1-19.
- Giovanucci, D. (2001) 'Sustainable Coffee Survey of the North American Specialty Coffee Industry,' Long Beach, CA: Specialty Coffee Association of America.
- Giovanucci, D. y S. Ponte (2004) 'Standards as a New Form of Social Contract? Sustainability Initiatives in the Coffee Industry,' presentado a Food Policy.
- Giovanucci, D. y T. Reardon (2000) 'Understanding Grades and Standards and How to Apply Them.' Mimeo, Washington, DC: Banco Mundial.
- Giovanucci, D. y F.J. Koekoek (2003) 'The State of Sustainable Coffee: A Study of Twelve Major Markets,' Londres y Winnipeg: ICO y IISD.
- Grote, U. y S. Kirchhoff (2001) 'Environmental and Food Safety Standards in the Context of Trade Liberalization: Issues and Options,' ZEF Discussion Papers on Development Policy No. 39. Bonn: ZEF.
- Humphrey, J. (2003) 'Upgrading in Global Value Chains,' documento presentado en la Conferencia Bellagio sobre Cadenas de Valor Mundiales, Abril 10-12.

- Humphrey, J. y H. Schmitz (2002a) 'Developing Country Firms in the World Economy: Governance and Upgrading in Global Value Chains,' INEF Report 61/2002. Duisburg: INEF-Universidad de Duisburg.
- Humphrey, J. y H. Schmitz (2002b) 'How Does Insertion in Global Value Chains Affect Upgrading in Industrial Clusters?,' próximamente en *Regional Studies*.
- Humphrey, J. y H. Schmitz (2003) 'Chain Governance and Upgrading: Taking Stock,' en H. Schmitz (ed.) *Local Enterprises in the Global Economy: Issues of Governance and Upgrading*. Cheltenham: Edward Elgar.
- International Trade Centre (ITC) (2002) 'Coffee: An Exporter Guide.' Génova: International Trade Centre
- Jensen, M.F. (2000) 'Standards and Smallholders: A Case Study from Kenyan Export Horticulture,' Paper for the joint CDR - CIRAD Workshop on 'The Co-ordination of African-based Agro-Commodity Chains,' Copenhagen: Centre for Development Research, December 17-19.
- Jensen, M.F. (2002) 'African Exports and the Organisational Challenges Arising from Food Safety Requirements: What Can Be Expected from Changes in EU Food Safety Policies?,' mimeo, Copenhagen: KVL.
- Kessler, J.A. (1999) 'The North American Free Trade Agreement, Emerging Apparel Production Networks and Industrial Upgrading: The Southern California/Mexico Connection,' *Review of International Political Economy* (6)4: 565-608.
- King, F. y R. Marcus (2000). *Big Business, Small Hands: Responsible Approaches to Child Labour*. Londres: Save the Children.
- Larsen, M.N. (2001) 'Zimbabwe Cotton Sector Liberalisation: A Case of Successful Private Coordination?,' CDR Working Paper 01.1. Copenhagen: Centre for Development Research.
- Larsen, M.N. (2002) 'Is Oligopoly a Condition of Successful Privatization? The Case of Cotton in Zimbabwe,' *Journal of Agrarian Change* 2(2): 185-205.
- Larsen, M.N. (2003) 'Re-regulating a Failed Market: The Tanzanian Cotton Sector 1999-2002,' IIS Working Paper 03.2. Copenhagen: Institute for International Studies.
- Lewin, B., D. Giovannucci y P. Varangis (2004) 'Coffee Markets: New Paradigms in Global Supply and Demand,' *Agriculture and Rural Development Discussion Paper 3*. Washington, DC: Banco Mundial.
- Mace, B. (1998) 'Global Commodity Chains. Alternative Trade and Small-Scale Coffee Production in Oaxaca, Mexico,' MA thesis. Oxford, OH: Miami University.
- Mather, C. (2004) 'Citrus, Apartheid and the Struggle to (Re)present Outspan Oranges,' en A. Hughes y S. Reimer (eds.), *Geographies of Commodity Chains*. Londres: Routledge.
- Mather, C. y S. Greenberg (2003) 'Market Liberalisation in Post-apartheid South Africa: The Restructuring of Citrus Exports after 'Deregulation', *Journal of Southern African Studies* 29(2): 393-412.
- Messner, D. (2002) 'The Concept of the "World Economic Triangle": Global Governance Patterns and Options for Regions,' IDS Working Paper 173. Brighton: IDS-Sussex.
- Murray, D., L.T. Reynolds y P.L. Taylor (2003) 'One cup at a time: Poverty alleviation and fair trade coffee in Latin America,' Colorado State University.
- Nadvi, K. y F. Wältring (2002) 'Making Sense of Global Standards,' INEF Report 58/2002. Duisburg: INEF-University of Duisburg.
- Nadvi, K. y G. Halder (2002) 'Local Clusters in Global Value Chains. Exploring Dynamics Linkages between Germany and Pakistan,' IDS Working Paper 152. Brighton: IDS-Sussex.
- Oxfam (2002). *Mugged: Poverty in Your Coffee Cup*. Oxford: Oxfam.
- Pelupessy, W. (1999) 'Coffee in Cote d'Ivoire and Costa Rica: National and Global Aspects of Competitiveness,' en H.L. van der Laan, T. Dijkstra y A. van Tilburg (eds.) *Agricultural Marketing in Tropical Africa: Contributions from the Netherlands*. Leiden, African Studies Centre Research Series 15/1999. Ashgate: Aldershot.
- Ponte, S. (2002a) 'Brewing a Bitter Cup? Deregulation, Quality and the Re-organization of Coffee Marketing in East Africa,' *Journal of Agrarian Change*, Vol. 2, No. 2, pp. 248-272.
- Ponte, S. (2002b) 'The 'Latte Revolution'? Regulation, Markets and Consumption in the Global Coffee Chain,' *World Development* 30(7): 1099-1122.
- Ponte, S. (2002c) 'Standards, Trade and Equity: Lessons from the Specialty Coffee Industry,' CDR Working Paper 02.13. Copenhagen: Centre for Development Research.
- Ponte, S. (2004) 'The Politics of Ownership: Tanzanian Coffee Policy in the Age of Liberal Reformism,' próximamente en *African Affairs*.
- Ponte, S. y F. Kawuma (2003) 'Coffee Certification in Uganda: Feasibility Study,' informe de consultoría para DfID y Uganda Coffee Development Authority: Kampala, Uganda.
- Porter, M. (1987) 'Changing Patterns of International Competition,' en D. Teece (ed.) *The Competitive Challenge: strategies for Industrial Innovation and Renewal*. Cambridge, MA: Ballinger.
- Potts, J. (2003) 'Policy tools for sustainability,' mimeo, IISD.
- Quadros, R. (2002) 'Global Quality Standards, Chain Governance and the Technological Upgrading of Brazilian Auto-components Producers,' IDS Working Paper 156. Brighton: IDS-Sussex.
- Raikes, P. y P. Gibbon (2000) 'Globalisation and African Export Crop Agriculture,' *Journal of Peasant Studies* 27(2): 50-93.
- Raikes, P., M.F. Jensen y S. Ponte (2000) 'Global Commodity Chain Analysis and the French Filière Approach: Comparison and Critique,' *Economy and Society* 29(3): 390-417.
- Reynolds, L. (2002) 'Consumer/Producer Links in Fair Trade Coffee Networks,' *Sociologia Ruralis* 42(4): 404-424.
- Renard, M.C. (2003) 'Fair Trade: Quality, Market and Convention,' *Journal of Rural Studies* 19: 87-96.
- Reardon, T., Codron, J.M., Busch, L., Bingen, J. y C. Harris (2001) 'Global Change in Agrifood Grades and Standards: Agribusiness Strategic Responses in Developing Countries,' *International Food and Agribusiness Management* 2(3): 421-435.
- Rice, P.D. y J. McLean (1999) 'Sustainable Coffee at the Crossroads.' Consumer's Choice Council.

- Rundgren, G. y P. Lustig (2002) "Feasibility study for the establishment of certification bodies for organic agriculture in Eastern and Southern Africa." Grolink.
- Schmidt, B. (2002). 'Fair Trade Coffee: Incorporating Sustainability from Crop to Cup,' tesis de Maestría. Copenhagen: Copenhagen Business School.
- Sturgeon, T. (2002) 'Modular Production Networks: A New American Model of Industrial Organization,' *Industrial and Corporate Change* (11)3: 451-496.
- Sturgeon, T.J. (2001) 'How Do We Define Value Chains and Production Networks?,' *IDS Bulletin* 32(3): 9-18.
- Talbot, J.M. (1997a) 'Where Does Your Coffee Dollar Go? The Division of Income and Surplus along the Coffee Commodity Chain,' *Studies in Comparative International Development* 32(1): 56-91.
- Talbot, J.M. (1997b) 'The Struggle for Control of a Commodity Chain: Instant Coffee from Latin America,' *Latin American Research Review* 32(2): 117-135.
- Talbot, J.M. (2002) 'Information, Finance and the New International Inequality: The Case of Coffee,' *Journal of World-Systems Research* VIII(2): 214-250.
- Talbot, J.M. (2003) 'Tropical Commodity Chains, Forward Integration Strategies and International Inequality: Coffee, Cocoa and Tea,' *Review of International Political Economy* 9(4): 710-734.
- Tallontire, A.M. (1999) 'Making Trade Fair? An Examination of the Relationship between Cafédirect and a Coffee Co-operative in Tanzania,' tesis de Doctorado. Bradford: University of Bradford.
- Tallontire, A.M. (2000) 'Partnerships in Fair Trade: Reflections from a Case Study of Cafédirect,' *Development in Practice* 10(2): 166-177.
- Tallontire, A. (2001) 'Challenges facing fair trade: which way now?,' documento presentado en la conferencia 2001 DSA, Manchester, Septiembre 10-12.
- Tallontire, A., E. Rentsendorj y M. Blowfield (2001) 'Ethical Consumers and Ethical Trade: A Review of Current Literature,' *Policy Series* No. 12, Natural Resources Institute, University of Greenwich.
- TerraChoice Environmental Services (2000) 'Environmental and Other Labelling of Coffee: The Role of Mutual Recognition.' Commission for Environmental Cooperation.
- Valceschini, E. y F. Nicholas (1995) 'La dynamique économique de la qualité agro-alimentaire,' en F. Nicholas y E. Valceschini (eds.) *Agro-alimentaire: une économie de la qualité*. Paris, INRA/Economica.
- van Dijk, J. B., van Doesburg, D. H. M., Heijbroek, A.M.A., Wazir, M.R.I.A. y de Wolff, G.S.M. (1998) *The World Coffee Market*. Utrecht: Rabobank International.
- Waridel, L. (2001) *Coffee with Pleasure: Just Java and World Trade*, Black Rose Books y Oxfam America.
- Wilson, J.S. (2001) 'Advancing the WTO Agenda on Trade and Standards: A Developing Country Voice in the Debate,' documento presentado en 'African Economic Research Consortium (AERC) – Organization of African Unity Seminary on Trade,' Génova, Marzo 8-9.
- Wunderlich, C. (2002) 'The Environmental Significance of Coffee Certification Programs in Mexico.' Consumer's Choice Council.
- Zarrilli, S. (1999). 'WTO Sanitary and Phytosanitary Agreement: Issues of Developing Countries.' Génova: South Centre.

El Mercado del Café:

NUEVOS PARADIGMAS EN LA OFERTA Y DEMANDA GLOBAL

Bryan Lewin¹
Daniele Giovannucci
Panos Varangis
Trad. Julián García

RESUMEN EJECUTIVO²

Como resultado de la dramática caída en los precios del café, la más estrepitosa en términos reales en 100 años, una buena parte de las 17 a 20 millones de familias que producen y venden café, – la mayoría pequeños agricultores en más de 50 países en vías de desarrollo –han afrontado considerables dificultades. El efecto desestabilizador de la crisis de precios ha expandido la preocupación en algunos de estos países que han experimentado quiebras bancarias, protestas públicas, y caídas dramáticas en los ingresos por concepto de exportación. En nueve países en vías de desarrollo, la producción de café representa más de 20 por ciento de los ingresos por divisas, mientras que en otros cuatro países aporta más que la mitad de los ingresos por exportaciones. De acuerdo con algunos cálculos, aproximadamente 100 millones de personas están afectadas directamente por el comercio de café.

Y es que los cambios estructurales de los últimos años han alterado de manera significativa el mercado del café. Es así como han salido a flote un conjunto de nuevos paradigmas que enmarcan el futuro del café y que sin duda afectarán, de manera permanente, el bienestar de millones

de personas que dependen del grano. Las consecuencias de la crisis en cada país y región han sido diferentes de acuerdo con la estructura de la industria. En América Central, por ejemplo, donde el gran tamaño de las fincas cafeteras requiere de mano de obra contratada, se ha presentado, de un lado un gran desplazamiento del empleo hacia otras fuentes, así como un empeoramiento de los niveles de pobreza entre los agricultores más pequeños que deben ofrecer su mano de obra, y del otro, numerosos problemas en el sector bancario por la falta de pago en las deudas de los productores. En regiones como África, los costos sociales, particularmente para los pequeños caficultores, son también agudos y sus dificultades se agravan en el nivel nacional como resultado de los problemas ocasionados en la balanza de pagos y la caída en los ingresos.

Si bien, históricamente la caficultura ha estado sujeta a la volatilidad de la oferta y del precio como resultado de los choques climáticos, actualmente, la industria experimenta un cambio estructural en la naturaleza de la oferta, particularmente, incrementos en la cantidad y calidad en los cafés de Brasil y Vietnam. Estos países, junto con Colombia, explican hoy cerca de 61 por ciento de la producción total, y en 2002, el 55 por ciento de las exportaciones, cada uno dominando un segmento diferente del mercado. Por otro lado, el acceso creciente a los mercados financieros y de futuros, particularmente en países como Brasil, ha permitido a algunos productores manejar mejor

1- Funcionarios del Departamento de Agricultura y Desarrollo Rural del Banco Mundial.

2- Resumen obtenido del original en inglés, autorizado por los autores. Cualquier omisión o error de la copia en español es responsabilidad del traductor.

el riesgo. Esto, sin duda, tendrá un impacto en la oferta, de tal forma que será más fácil estabilizar los embarques a través de las oscilaciones cíclicas de la producción, que principalmente afectan al Brasil.

Si bien la sobreoferta de grano no era del todo inesperada, si lo fue la magnitud del impacto en la mayoría de participantes y observadores. Una combinación de fallas de política y de mercado dejó a los productores sin acceso a información real sobre los progresos en otras regiones, mientras que en algunos casos las señales de política los aisló de las consecuencias de la producción en expansión. Incluso, con buena información, no es del todo cierto que los productores de café tengan la capacidad de responder adecuadamente a los cambios, esto como consecuencia de los limitados recursos de la mayoría, y de las pocas alternativas viables para obtener ingresos diferentes al café en las áreas rurales más pobres.

Paralelamente con las variaciones en la oferta, se han presentado cambios estructurales por el lado de la demanda, bien sea en el sector industrial como en el sector consumidor. Cambios que incluyen, entre otros, incrementos en la demanda por productos diferenciados de alto valor, demanda creciente por café soluble, desarrollos tecnológicos que permiten mayor intercambio entre los diferentes tipos de café, y desplazamiento tanto geográfico como generacional en los diferentes tipos de productos de café.

Un grupo cada vez mayor de productores y empresas han emprendido estrategias independientes a la fijación del precio de mercado. Estas alternativas incluyen algún grado de diferenciación del café, bien sea por calidad o tecnología de cultivo. Un buen número de compañías en la industria, incluyendo algunas locales, han adoptado estándares o han desarrollado criterios de compra que, de manera transparente, encadenan su compra a los efectos socioeconómicos y ambientales que se generan en los países en vías de desarrollo. Tales paradigmas que ahora emergen en el comercio de café, pueden ofrecer alternati-

vas a los productores al permitirles capturar el valor sostenible de largo plazo gracias a los precios superiores que se obtienen por la adopción de avances –demostrables– en la calidad del café y de prácticas de cultivos y de comercio más sostenibles.

Por su lado, los tostadores han respondido a los desplazamientos en la oferta adaptando su tecnología y aumentando el uso de arábicas naturales y robustas de bajo costo. Estos cambios se han dado a pesar de la evidencia que indica que tal práctica ha sido contraproducente al generar una respuesta negativa del consumidor que vio disminuir la calidad del café. Adicionalmente, la concentración creciente entre los tostadores, ha permitido trabajar con inventarios más bajos. Tal situación ha favorecido a las compañías más grandes y ha conducido a una considerable concentración en esta parte de la cadena de oferta.

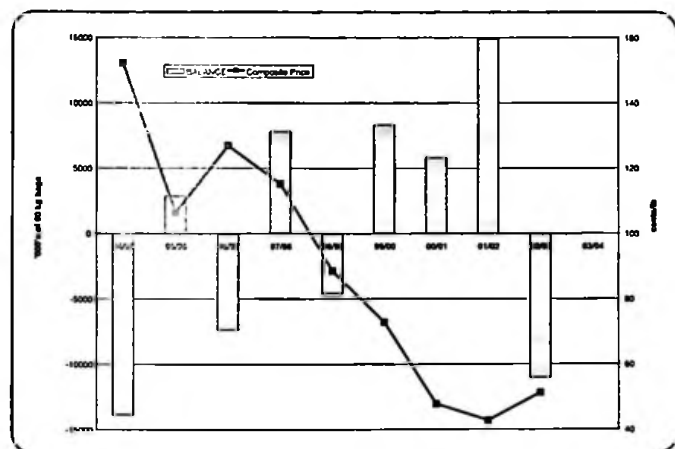
En este contexto, es importante entender las transformaciones que se han presentado en el mercado puesto que hay pocas esperanzas de revertir el considerable daño ocasionado por las fallas de mercado. Fallas entre las que se encuentran los desequilibrios en la cadena de mercadeo, o las fallas persistentes en los mercados privados (para el café, el crédito, y el riesgo) o las instituciones públicas que suministran información oportuna y exacta para que los productores manejen de la mejor manera su oferta.

Contexto Histórico

En un contexto de largo plazo, la causa de la caída de los precios es clara, una tendencia que empieza en un déficit de la producción al inicio de los 90's y va hasta la reciente sobreoferta del año cafetero 2002-2003 que condujo a la crisis actual (Figura 1). Producción que no era del todo inesperada puesto que las estimaciones indicaban que la cosecha brasileña estaría por encima de los 40 millones de sacos, y que a diferencia de periodos anteriores, no se esperaban inconvenientes climáticos de importancia. Simultáneamente, la respuesta a los altos precios de los años no-

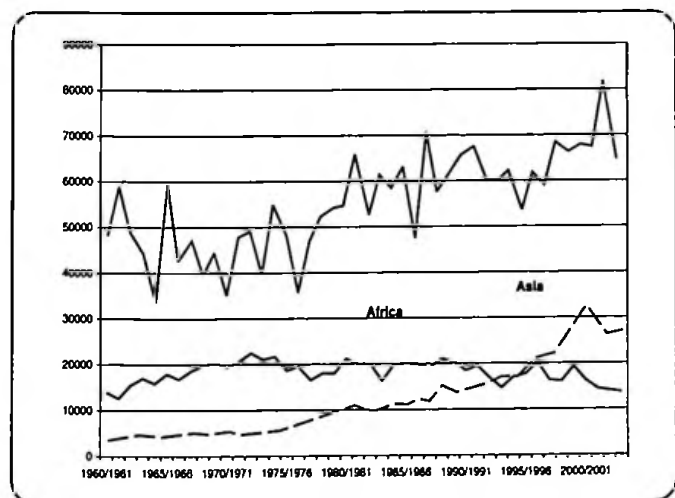
ventas, llevó a que muchos países ampliaran su producción. Adicionalmente, y a pesar que la liberalización del mercado, representado en el fin de las asociaciones de productores o acuerdos comerciales, representó una mayor exposición a la volatilidad del precio, también es cierto que en muchos casos, esta nueva situación ayudó a que los agricultores ganaran una mayor participación del precio de mercado, lo que generó un incentivo adicional a la expansión.

Figura 1. Balance entre oferta y demanda - años cafeteros 1992/93 - 2003-2004



Fuente: Cálculos de los autores basados en el periodo octubre/septiembre

Figura 2. Tendencias de la producción global por Región (miles de sacos)



Fuente: USDA.

Sin embargo, estos cambios en la oferta no han sido globales. Según la evidencia la Figura 2, que describe la producción de las tres principales regiones, desde 1960 África nunca ha sobrepasado su pico de 1972, mientras que Asia y América latina han aumentado.

La situación actual consiste en un ciclo repetitivo que va de un aumento sustancial en los precios causados por una helada o sequía en el Brasil, seguido por un nuevo ciclo de caídas en los precios 5 ó 7 años más tarde cuando se ha cumplido el periodo vegetativo de los árboles y se da inicio a una nueva cosecha. Caída en respuesta a la sobreproducción que sigue a la subida de los precios y mejoras en la eficiencia agronómica en respuesta a la disminución de los precios. Esta situación, a su vez impacta en el próximo ciclo, el cual presentará mejoras en la eficiencia y la entrada de nuevos productores, Figura 3. En efecto, la historia de los precios del café puede considerarse como una serie de choques que en ocasiones introdujo cambios hacia un nuevo paradigma. Los cambios actuales son quizás los más sustanciales experimentados alguna vez.

El origen de este comportamiento cíclico se sustenta tanto en la baja inelasticidad de corto plazo de la oferta y demanda, como en el hecho que la producción del grano tiene tendencia a la generación de choques. Incluso aumentos moderados en el precio no tienen mucho impacto en los niveles de consumo ya que cuando la producción cae por debajo de la demanda, el consumo se suple a partir de los inventarios. En un periodo en el que se presenta una caída drástica en la producción, respecto a la disponibilidad de inventarios, se aumenta la probabilidad que estos últimos se reduzcan, lo que a su vez lleva a que se aumente su valor. Así, el incremento en el precio provoca un aumento de la producción que luego bajará los precios por debajo de los costos marginales de largo plazo - baja elasticidad de la demanda - y, eventualmente, reducirá de nuevo

la oferta por debajo de la demanda, y elevará los precios así como el valor de los inventarios.

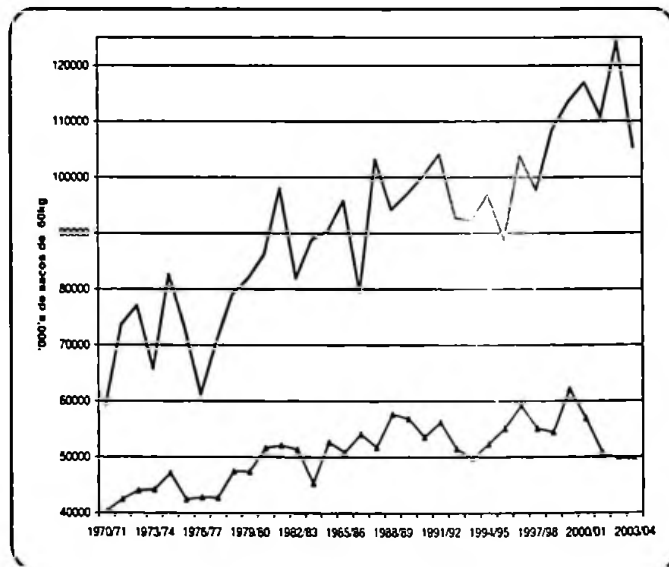
Desafortunadamente, para los productores no es de mucha ayuda recibir señales de mercado que indican una caída de los precios cuando su café ya está sembrado. Producir café toma varios años, de modo que este puede estar ya sembrado (una considerable inversión) cuando el productor recibe esta información. La mayor parte de los efectos que se presentan cuando se da una rápida expansión "boom" o depresión, es soportado en su mayoría por los productores, que de manera relativa son los que tienen la inversión más alta, así como el mayor nivel de riesgo de la cadena de comercialización. Otros mecanismos, como la información de mercado a los productores, es costosa y difícil de entender, además de estar permeada por señales de los carteles que son confusas, al punto que son los gobiernos los que deben emplear los medios para que los productores puedan salir de esta difícil situación generada por las decisiones de inversión y siembra.

A pesar que el incremento del consumo es una estrategia apoyada tanto por los productores como por el resto de la industria, es poco probable que los esfuerzos para aumentar el consumo resuelvan definitivamente los diferentes temas estructurales que aquejan a los productores de café. Es entonces el desequilibrio entre la oferta y la demanda, sumado a las elasticidades de cada uno (no sus niveles actuales) los que dan lugar al problema que es cíclico. El efecto más evidente es que el comportamiento actual del mercado se puede repetir, incluso con altos niveles de demanda.

Cualquier aumento de los precios por encima de los costos marginales de equilibrio de largo plazo, consecuencia de un aumento en la demanda, puede incitar a un incremento en la producción de aquellos cuyos costos están por debajo del nivel de equilibrio. Una meta de largo plazo para subir los precios de equilibrio podría depender de la habilidad para incrementar la demanda más allá de la capacidad de los países productores

de café de bajo costo para suplirla. Esta posibilidad parece poco probable en el corto plazo, de modo que el incremento de la producción que sigue a uno del consumo reducirá los precios por debajo de los costos marginales de largo plazo.

Figura 3. Producción global: producción total y producción sin Brasil, Colombia, y Vietnam



Fuente: USDA.

En 1993, antes de las dos heladas y posterior a la sequía que se presentaron en el Brasil en 1994, la producción mundial exportable de acuerdo con el Departamento de Agricultura de los Estados Unidos (USDA), estuvo cercana a los 75 millones de sacos, un déficit en el balance. La pérdida en la producción brasileña de 1994, cercana a los 13 millones de sacos, empujó los precios a niveles muy altos en previsión al gran déficit que se presentaría en la temporada 1995-1996. No todos los países tuvieron la capacidad para beneficiarse inmediatamente, en particular, aquellos países que como resultado de los bajos precios (que se habían presentado a partir de 1989 y que duraron hasta 1992 cuando se llegó a los niveles más bajos) habían acumulado grandes deudas y contaban con una menor capacidad productiva.

Esta situación cambió rápidamente en la segunda mitad de la década de los noventa. Brasil renovó rápidamente su capacidad productiva incluyendo cultivos en áreas con poca probabilidad de heladas y sin las condiciones de crédito del Instituto Brasileño del Café - IBC- que en ocasiones restringía, o bien algunas de las técnicas agronómicas o la densidad de los árboles. Al mismo tiempo, el desarrollo de la irrigación y cosecha mecanizada redujo los costos de producción³.

La depreciación del real ayudó a los productores brasileños a reducir el precio mundial en dólares, incluso después que esta ventaja se ha estado reduciendo recientemente con la recuperación de la moneda. Las considerables inversiones efectuadas en la producción tanto en los productores tradicionales, como en los nuevos participantes contribuyeron a la actual sobreoferta de café.

Adicionalmente, la calidad de los cafés está mejorando, y por lo tanto acrecentando la amenaza hacia los productores tradicionales de cafés de menores calidades. En particular, la combinación de mejorar la calidad, simultáneamente con el desarrollo de los naturales despulpados y de las capacidades de lavado efectuadas por el Brasil, ha permitido que los tostadores sustituyan los cafés centroamericanos de menores calidades por estos cafés. Por su parte, las mejoras en calidad efectuadas por Vietnam se ha evidenciado en los mejores resultados obtenidos en el mercado de futuros, y que a su vez le ha permitido a los tostadores usar una mayor cantidad de estos cafés.

Posteriormente, algunos países que fueron incapaces de ampliar su producción después de 1994 debido a las altas deudas de sus productores, pudieron hacerlo después del repunte del precio ocurrido en 1997. Cinco años después, se vino una caída en los precios como consecuencia

de la sobreoferta, al extremo que, cuando a los inventarios de los consumidores se les sumó la oferta, la disponibilidad total fue muy alta, situación que golpeó el mercado hasta alcanzar el nivel más bajo conocido, incluyendo el período que siguió inmediatamente al final de los acuerdos de la Organización Internacional del Café.

En enero de 1997, cuando los inventarios en poder de los consumidores alcanzaron su punto más bajo desde 1989 - 7.9 millones de sacos -, 2.5 millones eran de café robusta. En agosto de 2001, cuando los inventarios habían alcanzado el pico de 21 millones de sacos, los inventarios de robustas habían llegado a la cifra de 6 millones de sacos, y los arábigos estaban por encima de los 8 millones de sacos, - la mayor participación en arábigos lavados.

Como resultado del incremento en la demanda por robusta en los mercados emergentes y el mayor uso del café brasileño, en 2001 se produjeron cambios relativos en el nivel de inventarios que pusieron en tela de juicio los reclamos que indicaban que la caída del mercado en 2001 era una consecuencia exclusiva de la sobreoferta de estos tipos de café - aun a pesar que en el año cosecha 2002-2003 era claro que había un exceso de arábigas naturales.

Como consecuencia de la expansión en la capacidad productiva global, la producción de café en el año cosecha 2002-2003 fue la más grande de la historia. Las estimaciones para diciembre de 2003 efectuadas por la USDA se enumeran en la Tabla 1. Para 2002-2003 el pronóstico fue de 124.15 millones de sacos, cifra que es semejante a las calculada por los comercializadores de café más grandes del mundo. En cuando a las reducciones para 2003-2004, estas se explican casi que enteramente por la caída en la producción de arábica y de robusta en Brasil.

3- Para dar una idea de la diferencia, en algunas áreas de Guatemala llenar un contenedor de 275 sacos de 69 kilogramos cada uno puede tomar el trabajo de 1000 personas durante un día. En el Cerrado brasileño, se necesitan cinco personas y una cosechadora mecánica por dos a tres días para llenar el mismo contenedor. Uno conduce, y los otros lo recogen. ¿Cómo pueden competir las familias centroamericanas en contra de esto?. En: Patrick Institute, quoted in "Mugged, Poverty in your coffee cup," Oxfam 2002.

Tabla 1. Producción Global (miles de sacos) 1997 a 2004

	1997/98	1998/99	1999/00	2000/01	2001/02	2002/03	2003/04
Suaves Colombianos	13,498	12,509	11,821	12,026	13,229	13,179	13,352
Otros Suaves	27,965	27,380	31,698	28,480	26,123	25,585	26,318
Naturales	23,436	35,024	30,178	30,717	28,540	43,667	26,217
Robustas	32,753	33,506	39,706	45,638	42,834	41,720	39,345
Total	97,652	108,419	113,403	116,861	110,726	124,151	105,232
Suaves Colombianos	14%	12%	10%	10%	12%	11%	13%
Otros Suaves	29%	25%	28%	24%	24%	21%	25%
Naturales	24%	32%	27%	26%	26%	35%	25%
Robustas	34%	31%	35%	39%	39%	34%	37%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Fuente: USDA, diciembre 2003 (año cosecha).

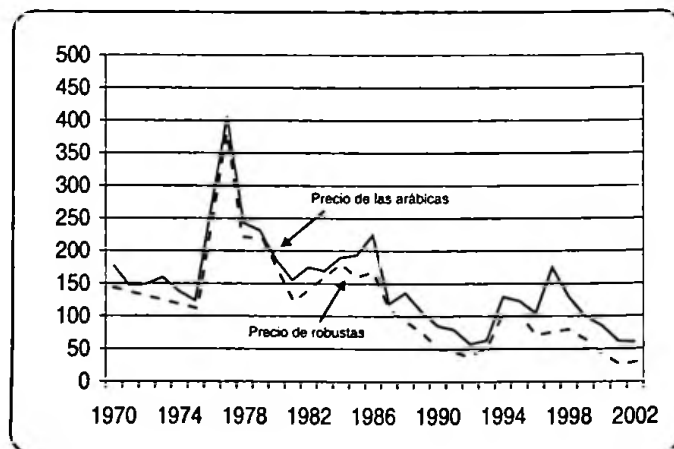
Bajo esta coyuntura, algunas de las más de 50 naciones, casi todas ubicadas en países en desarrollo, que producen y exportan café, han afrontado grandes dificultades como resultado de la dramática caída en el precio del café, el más bajo en 30 años, y el menor en 100 ajustado por inflación que se dio por el efecto de la sobreproducción, véase Figura 4.

Algunos de estos países dependen de forma significativa de las exportaciones del grano para la obtención de divisas. De acuerdo con la evidencia, muchas de las 17 a 20 millones de familias involucradas directamente en la producción de café, están afrontando considerables dificultades. Esta situación, confirma la importancia que tiene el café como principal fuente de ingreso en efectivo para los productores - y a veces única fuente - (IDB, USAID, Banco Mundial 2002; Oxfam 2002).

La mayor parte del café producido en el mundo proviene de pequeños productores con apenas algunas hectáreas de tierra. Según lo confirman numerosos informes, en el último año muchos de ellos han debido afrontar una difícil situación al tener que vender su café por debajo de los costos de producción, o incluso abandonar sus fincas ya que los precios corrientes no

cubren, ni siquiera, los costos de la cosecha y de transporte al mercado. Al respecto, las pérdidas económicas para los pequeños productores de café se estiman en US\$ 4.5 billones por año. Incluso, las pérdidas pueden ser aún más profundas si se tiene en cuenta que en muchas áreas rurales los ingresos generados por el café se destinan al pago de las pensiones escolares, la compra de elementos básicos como ropa, medicinas, o el pago de deudas.

Figura 4. Precios de los arábicas y los robustas, 1970-2002

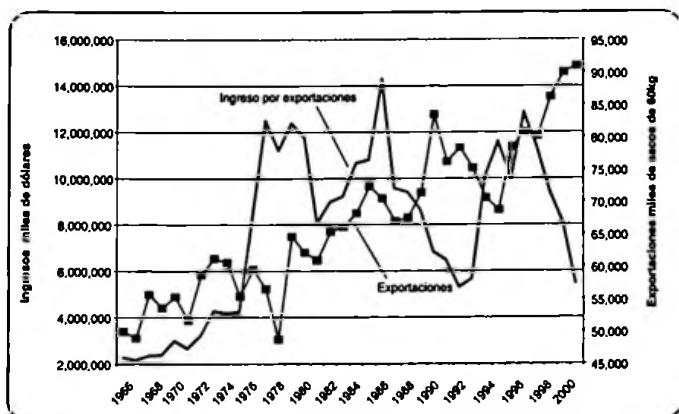


Fuente: OIC, Banco Mundial

Es así entonces, como en los últimos años, en la medida que los precios del café verde han caído, también ha declinado la participación de los países productores en el valor al detal del café (ver Figura 5). De modo que, sumándose a las fallas de mercado ya mencionadas, existen dos factores adicionales que contribuyen a ampliar esta brecha. Primero, la industria de café tostado y al detal obtienen considerables beneficios al desarrollar nuevos productos y tomar ventaja de las actividades que más generan valor agregado, como por ejemplo, la comercialización, uso de marcas, diferenciación, y saborización. Se puede citar la reciente expansión de la demanda por cafés solubles, una de las áreas más lucrativas del negocio y que captura el mayor valor de la industria gracias a que usa materias primas menos costosas, tales como los cafés robustas.

En segundo lugar, los diferentes componentes incluidos en el precio al detal - tales como salarios, empaquetado y comercialización -, han crecido y ahora representan una parte mucho más significativa del precio total que el café en sí mismo. Otro impacto adicional viene del hecho que un buen número de países importadores de café ganan miles de millones de dólares anualmente en impuestos gracias al café. En algunos de estos países, los impuestos son equivalentes a los ingresos que obtienen los países productores por la venta de su café.

Figura 5. Exportaciones e ingresos por exportaciones de los países productores



Fuente: USDA; F.O. Licht, OIC

Sin duda, la participación de los productores esta más influenciada por los cambios en el precio del café verde, que por los cambios en otros componentes del precio al detal. El precio del café verde es el costo más volátil en el que se incurre al ubicar café tostado en la estantería de un supermercado y por lo tanto es uno de los principales determinantes de los cambios en la participación de los países productores en el valor al detal. Así pues, la habilidad de los productores para capturar un valor más justo por su café, requerirá que las organizaciones de productores, así como sus gobiernos trabajen para mejorar capacidades y posición negociadora, todo con un entendimiento claro de estos dos factores, y de los cambios estructurales y las fallas del mercado mencionados arriba.

CAMBIOS EN EL PARADIGMA DE LA OFERTA Y LA DEMANDA

Aparte de la sobreoferta, hay dos tipos de cambios de paradigma que subyacen a la situación actual:

1. Un cambio estructural en la naturaleza de la oferta, particularmente un incremento tanto en la calidad como en la cantidad de los cafés brasileños y vietnamitas.
2. Los cambios estructurales en la demanda van desde los incrementos en los pedidos por cafés diferenciados, nuevas tecnologías que permiten mayor flexibilidad en las mezclas, así como cambios tanto generacionales y/o geográficos en los gustos por diferentes tipos de productos de café.

Se han presentado cambios dramáticos en la naturaleza de la oferta global. En particular esta se encuentra ahora más concentrada que hace algunos años. De acuerdo con el Departamento de Agricultura de los Estados Unidos mientras que en el período anterior a los bajos precios de 1992,

las estadísticas mostraban que Colombia, Brasil, y Vietnam producían el 44 por ciento del grano en el mundo, en el año 2002-2003 el 60 por ciento de la oferta global provenía de estos tres productores. Más importante aún, es la posibilidad que este valor continúe aumentando a menos que la producción en otros países invierta su tendencia negativa. Para algunos tostadores, estos tres países pueden proporcionar casi todo lo que necesitan, de tal manera que solo es necesario comprar pequeñas cantidades de café de otros países.

Un aspecto particular que resalta en Figura 3 es que la producción total de los demás países ha estado bajando por 4 años, aunque el aumento reciente en precios pudo haber parado la caída de la producción en algunos países. No obstante, al comparar con la situación del Brasil, todo se torna particularmente diferente si se tiene en cuenta que, según algunas estimaciones, el promedio de su ciclo de producción podría estabilizarse en los próximos años por encima de los 40 millones de sacos - es decir 10 millones más que el promedio de los años noventa -. Esto quiere decir que, después de descontar la cuota de mercado del Brasil y proyectar el crecimiento de la demanda de corto plazo, quedaría una demanda de aproximadamente 72 millones de sacos para ser cubierta por el resto del mundo. Es decir, que si la producción brasileña se estabiliza en los niveles actuales, en el corto plazo habrá poco espacio para que se recupere la producción de otros orígenes. Además, los inventarios están disponibles para cubrir cualquier déficit de corto plazo en el mercado.

Un impacto adicional del dominio en aumento de los tres productores más grandes, es el efecto sobre algunos países del resurgimiento de la producción colombiana. En los últimos 3 años la producción de este país se recuperó en más de dos millones de sacos, después de su más reciente caída que había llevado su producción a los 9.7 millones de sacos, incremento que equivale a la producción de un país centroamericano de mediano tamaño. Adicionalmente, en ocasiones, el café colombia-

no se negocia ahora con una prima sobre los cafés centroamericanos de alta calidad, lo que trae como resultado, que estos países estén ahora sintiendo una doble presión por parte de la producción de cafés brasileños de menor calidad y de los cafés colombianos de más alta calidad.

En el caso de muchos de los países productores más pequeños, afectados por las acciones de los grandes productores, es claro que estos se encuentran sustancialmente más expuestos a los efectos económicos generados por el café. Sin duda, los países grandes disponen de una gama más amplia de opciones de política que hacen que los costes asociados a la crisis tengan un impacto mucho menor. Por tal motivo, las dificultades para tratar la crisis del café a escala global aumentan por el hecho que cada país enfrenta consecuencias diferentes como resultado de sus decisiones individuales.

Adicionalmente, el tema de la demanda se ha tornado complejo, por un lado se presenta un crecimiento lento del consumo o prácticamente estancado en los importadores tradicionales más importantes, mientras que por el otro se experimenta una fuerte demanda en los segmentos más prometedores - incluyen los cafés diferenciados y de alta calidad, así como nuevas formas de café soluble -. Es así como la demanda para el consumo global de café ha mostrado notables diferencias regionales. Mientras que en Norteamérica y Japón crece lentamente, en el norte de Europa, particularmente en Alemania, el consumo está estancado, pero en Europa Meridional hay algunos aumentos. A su vez, los mercados emergentes de Asia, Europa Oriental y la ex Unión Soviética, que no son consumidores tradicionales de café, están demostrando un rápido crecimiento.

Paralelamente, en muchos mercados se presenta un preferencia creciente por los cafés de estilo espresso que no dependen tanto de los perfiles de sabor de los cafés arábigos lavados de alta calidad. En este mismo sentido, y aunque los gustos están evolucionando hacia cafés con más calidad y nuevas características como el

capuchino premezclado, en muchas zonas el mayor consumo se orienta sobre todo hacia los cafés solubles baratos. Sin duda, el café soluble es clave a la hora de desarrollar estos mercados que tradicionalmente han bebido té y donde la mayoría de los consumidores desconocen los métodos y "parafernalia" para la elaboración del café, y menos tienen la capacidad para adquirirla.

Estos cambios, y la enérgica respuesta competitiva por parte de los productores más grandes, particularmente el Brasil, reducen la demanda para ciertos tipos y orígenes de café, y dejan a los países afectados con grandes costes sociales y económicos.

De tal forma que los países productores se han visto afectados por los cambios de paradigma tanto en el mercado de los consumidores, como en el comportamiento de los tostadores en los países importadores. Por el lado de la demanda, esta se recuperó después de la pequeña caída que tuvo después del incremento de los precios ocurridos entre 1994-1995, principalmente debido a los procesos de liberalización económica y el crecimiento de los países en vías de desarrollo, tanto en los del este de Europa, y algunas regiones de Asia y América Latina (notablemente el Brasil). Así pues, la demanda mundial alcanzó niveles entre 113 y 114 millones de sacos de 60 kilogramos. Las estimaciones iniciales para 2002 sugieren que la demanda en los países consumidores creció cerca del 1.5%, por debajo del crecimiento del 1.9% del año anterior. Sin embargo, dentro de esa información han surgido varios aspectos de interés:

1. La demanda en los principales países importadores está creciendo lentamente.
2. Los mercados emergentes están creciendo rápidamente, gracias a la disponibilidad de cafés baratos en forma soluble.

3. En muchos países están emergiendo rápidamente nuevos canales para mercados diferenciados y de más alta calidad.
4. Los tostadores han aprendido a emplear una mayor proporción de cafés naturales y robustas con procesos que incluyen la vaporización para eliminar el sabor amargo.
5. A la vez que los tostadores han aprendido a trabajar con bajos inventarios, los proveedores han aumentado la demanda logística lo que ha favorecido a las compañías comercializadoras más grandes. Esto ha conducido a la concentración de la cadena de suministro en manos de pocos comercializadores.
6. Para aprovechar los bajos precios, los tostadores se han vuelto más flexibles y dispuestos a efectuar cambios de corto plazo entre diferentes tipos de café.
7. La concentración de tostadores, particularmente en un período de sobreoferta, demuestra que desde el lado del consumidor el mercado del café esté «lejos de un modelo de eficiencia económica de texto», al enfrentar mercados que se vacían y sin barreras de alto costo a la entrada (Lindsey 2003⁴). Por el contrario, las respuestas del precio pueden ser lentas y rezagadas una vez se presentaron los cambios. Por ejemplo, la caída de precio al detal difícilmente refleja los cambios en los precios del café verde en los mercados mundiales, aunque como lo reporta el comisionado de estado del gobierno holandés, "en la medida que se baja por la cadena de oferta hacia el país de origen, no hay evidencia que exista comportamiento de cartel en la industria tostadora" (RIAS 2002)".

4- Lindsey, Brink. 2003. Grounds for Complaint: Understanding the Coffee Crisis. Cato Institute, Washington DC.

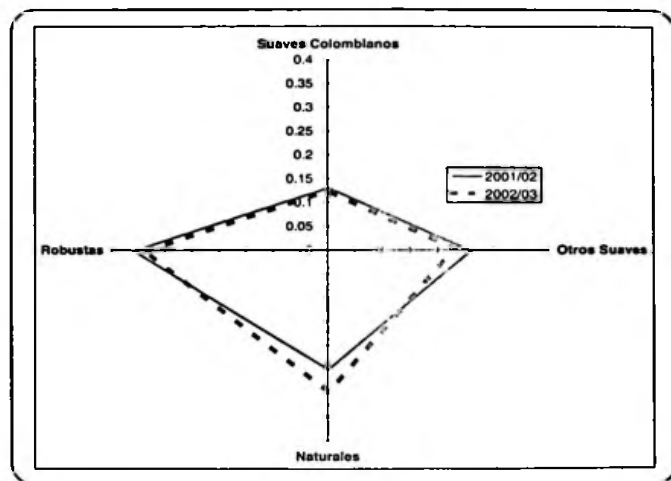
Sin embargo, hay también un cuadro más complejo que emerge a la superficie, en el que hay un aumento real en la demanda por productos de alta calidad, así como en productos que reflejan los cambios en los estilos de vida y están dirigidos a los consumidores más jóvenes, como por ejemplo solubles especiales, capuchinos instantáneos. En el extremo inferior de la cadena, los solubles están creciendo rápidamente gracias al impulso de la demanda que emerge en los mercados consumidores de té. En el medio están los cafés comerciales indiferenciados cuyo mercado ha estado detenido, y en algunos casos, con un crecimiento erosionando.

Las diferencias regionales en el consumo de café son muy evidentes: el norte de Europa, particularmente en Alemania, está estancado, pero en Europa Meridional, hay algunos aumentos. En Europa Oriental se evidencia un incremento notable. Esta situación, sumada a la recuperación de los problemas económicos asiáticos es apalancada por la alta disponibilidad de robustas de bajo precio que ha permitido ofrecer productos a precios más accesibles. En el mercado doméstico brasileño, los tostadores han tomado una dirección diferente al concentrarse en el mejoramiento de la calidad y el etiquetado, lo cual ha llevado a este país a convertirse en el segundo consumidor mundial. Tal estrategia puede ser relevante para otros países productores que deseen ampliar el consumo doméstico.

En estos momentos, la mayoría de productores seguirán vendiendo su café a los tostadores que dominan el mercado. La evidencia disponible acerca de las cosechas brasileñas más grandes sugiere que el objetivo de muchos de los tostadores es maximizar el uso de arábicas brasileños. Los reportes iniciales sobre los datos de desaparición indican que en el período ubicado entre julio de 2002 y junio de 2003, que corresponde al período de mayor exportación de la cosecha del Brasil, se presentó un incremento sustancial en el uso de arábicas naturales que compensó la reducción en el uso de arábicas lavados y robustas.

La Figura 6 compara la utilización global por tipo de café en los periodos comprendidos entre julio/junio 2001-2002 y julio/junio 2002-2003. Está claro que el uso de suave colombiano solo bajó levemente, mientras que los robustas y otros suaves se vieron más afectados. Proporcionalmente, la mayor caída se observó en la categoría de Otros Suaves.

Figura 6. Comparación en el uso global por tipo de café 2002-2003 y 2001-2002 (julio/junio)



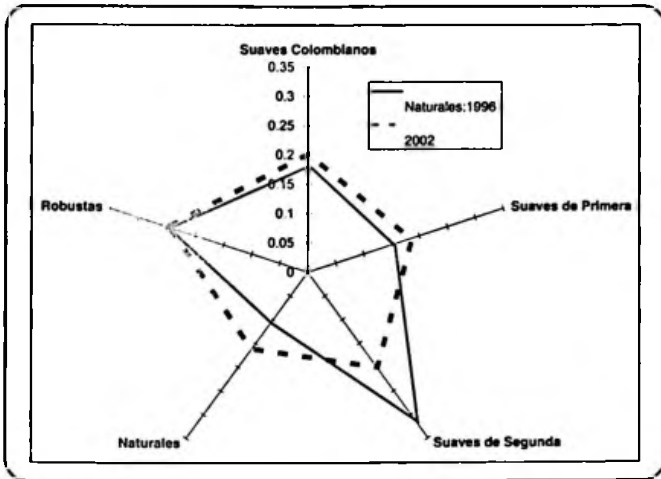
Fuente: Cálculos del autor basado en exportaciones e inventarios referenciados en el manuscrito

En algunos países, el mayor uso de robustas es compatible con el uso de arábicas naturales solamente si hay una alta disponibilidad de suaves colombianos y/o cafés de SHB/SHG. Como la Figura 6 lo ilustra, los arábicas naturales tomaron la cuota de mercado tanto de los arábicas lavados y de robustas, pero no del grupo de los suaves colombianos.

Una parte de este efecto es particularmente sensible en ciertos países. Al respecto, la Figura 7 describe la forma como la industria de Estados Unidos ha adaptado el uso de diversos cafés de acuerdo con su disponibilidad. La producción adicional de arábicas naturales ha sustituido a los suaves secundarios y en una menor proporción a los robustas. Al mismo tiempo, se han presentado algunos aumentos en el uso de los arábicas lavados de mejor calidad.

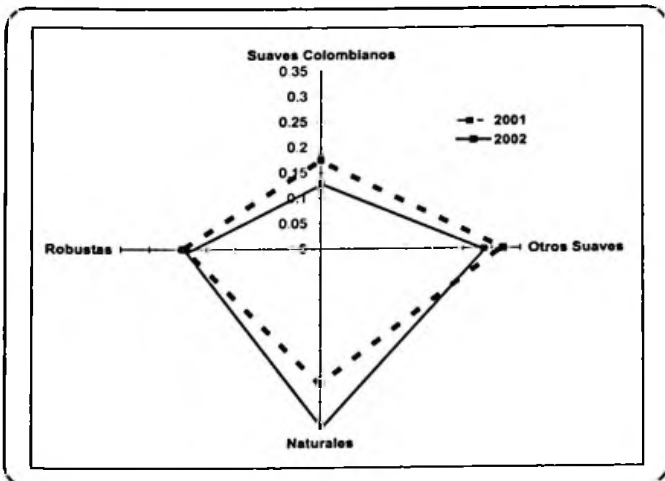
Sin embargo, en 2002, fue claro que los tostadores, en algunos casos, estaban dispuestos a ampliar el uso de arábicas naturales sin emplear ningún cambio compensatorio. La Figura 8 describe cómo los suaves colombianos, y los arábigos lavados de mejor calidad perdieron participación en el mercado en comparación con los arábigos naturales. Por su parte, la participación de los robustas permaneció prácticamente inalterada.

Figura 7. Uso por tipo de café en la industria de los Estados Unidos, 1996 y 1999



Fuente: Datos obtenidos a partir de las importaciones de Estados Unidos, Comercio y cambios en los Stocks por tipo de café.

Figura 8. Uso por tipo de café en la industria de Alemania, 2001 y 2002



Fuente: CECAFÉ; F.O. Licht, ICO.

Esta situación tiene varias consecuencias potenciales. Los productores deben adaptarse a estas nuevas condiciones de mercado, aunque no todos podrán hacerlo y deberán retirarse - las recomendaciones para adaptarse a esta situación ya están delineadas en estudios recientes del Banco Mundial y otros organismos. En particular, el alto uso de café brasileño conducirá a una reducción en el uso de las variedades de arábigas lavados de menor calidad. Esto podría conducir a que los precios para estos cafés caigan al nivel de los arábigos naturales, haciendo poco rentable producirlos en comparación con los bajos costos de producción de los naturales. Los productores a este nivel continuarán saliendo del mercado.

Conceptualmente, el mercado global se puede percibir como una pirámide en la que el café soluble más barato se ubica en la base, las mezclas comerciales estándar en el centro, y los cafés diferenciados de alta calidad en la cúspide. Mientras que la base y la parte más alta de la pirámide crecen a un ritmo saludable, la sección central, que representa la mayor parte de la pirámide, se ha estancado. El reto es lograr el crecimiento sostenible de los productores de café de mediana calidad. Esto es particularmente cierto para aquellos que no son capaces de bajar sus costos de manera significativa, ni tampoco de mejorar la calidad o diferenciarse de otra manera. Una parte de estos productores, particularmente los ubicados en la categoría de arábigos suaves, están sintiendo una presión enorme en la pelea por una participación relativamente estable en el mercado.

Pero sin duda, estos cambios en los paradigmas han reducido sustancialmente la demanda para ciertos tipos y orígenes, dejando a los productores con pocas oportunidades de vender su café. En los países más afectados, los ajustes resultantes han tenido grandes costes sociales y económicos: una ayuda inadecuada para el sector cafetero que no mejora la calidad o la velocidad de la diversificación, agrava el desempleo y aumenta el malestar social en áreas rurales.

Los problemas sociales más significativos están situados en áreas con costos de mano de obra relativamente altos y grandes explotaciones que son fuertemente dependientes de la mano de obra estacional - particularmente en América Central. En los lugares en donde los propietarios han dejado de emplear este tipo de mano de obra, las consecuencias sociales han sido severas, a la par que los efectos sobre la economía rural y el sector bancario han sido demoledores, tanto que numerosos bancos grandes de la región han dejado de existir. Los problemas no se restringen a esta región, también países como Vietnam han experimentado problemas.

En el caso de Centro América, por ejemplo, los datos en el Cuadro 2 muestran cómo las áreas rurales dependen del café para la generación de empleo. En las últimas dos cosechas el empleo estacional ha caído 20 por ciento y el empleo permanente 50 por ciento. Adicionalmente, la crisis del café se ha presentado simultáneamente con una sequía que afectó la producción de cultivos de pancoger. Como consecuencia, simultáneamente con un incremento en la desnutrición y falta de seguridad alimentaria en estas regiones, se ha presentado un desplazamiento de estas familias hacia las ciudades o por fuera de las fronteras nacionales. Algunas de las muertes en el desierto de Texas corresponden a caficultores del sur de México que buscaban fuentes de empleo al norte de la frontera.

Cuadro 2. Mano de obra rural empleada en la Caficultura

País	Mano de obra rural empleada en caficultura (%)
Costa Rica	28
El Salvador	17
Guatemala	31
Honduras	26
Nicaragua	42
Total Central América	28

Fuente: Cepal 2002.

Varios de los estudios emprendidos resaltan el impacto de la pobreza en las áreas productoras de América Central. La mayoría muestran que, mientras muchos trabajadores pudieron encontrar un empleo alternativo, fueron los pequeños productores los que enfrentaron el mayor número de problemas. Una publicación reciente del Banco Mundial reveló el impacto de la crisis del café en Nicaragua. En los productores que permanecieron en el sector cafetero las tasas de pobreza aumentaron en más de 2% entre 1998 y 2001, mientras que en los hogares rurales esta cifra cayó 6 por ciento. Por su parte, mientras la inscripción en la escuela primaria para los primeros se redujo en más del 5%, en todos los hogares rurales se incrementó en más del 10%.

De acuerdo con estudios recientes las regiones cafeteras de Colombia, incluso las zonas más prósperas, han sufrido claros y medibles retrocesos en los indicadores sociales más importantes. Los agricultores más pequeños han sentido la necesidad de reducir el consumo de alimentos. Como resultado de esta crisis muchos productores, particularmente los más pequeños, han optado por sacar a sus hijos de la escuela, esto a pesar que una de las condiciones de acceso a las redes de seguridad implique mantener la asistencia a la escuela.

Los verdaderos y dramáticos impactos sociales de la crisis actual del café han sido documentados por un buen número de investigadores, y son el sujeto de un profundo estudio publicado por el Banco Mundial (Oxfam 2002; Banco mundial 2002a; etc). Si bien este informe se centra sobre todo en otros asuntos, reconoce la importancia de estas consecuencias sociales.

No obstante, para un pequeño número de productores, el hecho que algunos consumidores se estén enfocando en la calidad de su bebida, es una señal el que ahora se premia la calidad sobre la cantidad. De tal forma que los productores más ágiles han comenzado a adaptar su producción hacia los cafés diferenciados, hacia aquellos que

llevan una denominación particular o son orgánicos. Es así, entonces, como muchos países buscan redefinir su posición del mercado mediante nuevas estrategias y vías que los alejen del sistema de mercadeo de materias primas, sistema que es percibido como cada vez más oneroso y en parte responsable de la pérdida de participación en el mercado.

De modo que, con el fin de ir más allá en un mercado altamente competitivo y volátil como el de bienes primarios, muchos países en vías de desarrollo se están moviendo hacia la diferenciación y suma de valor agregado de sus productos. Así, han desarrollado una posición competitiva basada en procesos más difíciles de duplicar, y que constituyen una estrategia de largo plazo más viable. De este modo, la diferenciación se convierte en una plataforma competitiva, especialmente para aquellos países que carecen de los factores necesarios para ser competitivos como productores a granel de la materia prima. Tales estrategias orientadas por procesos, permite que muchos de los países productores más pobres y pequeños participen de los mercados globales, mientras que también salvaguardan sus recursos naturales.

Así pues, diferenciar un producto o servicio, y agregar valor en el país de origen, implica entender y manejar un sinnúmero de temas complejos como por ejemplo, las tendencias del mercado, las tecnologías apropiadas (no necesariamente el estado del arte), los canales de distribución, y en ocasiones los complejos logísticos, las finanzas, el manejo del riesgo en la cadena de oferta. Adicionalmente, la integración de los productores más pequeños y pobres demanda más atención con el fin de poder reforzar sus capacidades organizacionales y de manejo de las instituciones que los agremian tales como las asociaciones de comercio y cooperativas.

En el caso del café, la diferenciación requiere que los productores distingan sus productos, bien sea por tipo de origen, procesos definidos, o ca-

racterísticas excepcionales tales como gusto superior o defectos mínimos. Consiste en ofrecer cafés que puedan negociarse por intermedio de canales más lucrativos que los cafés industriales típicos que fluyen de manera indiferenciada en el mercado de materias primas. Entre estos tenemos:

1. Indicadores Geográficos de Origen (apelaciones).
2. Cafés Especiales y de Origen.
3. Orgánicos.
4. Comercio Justo.
5. Amigable con la naturaleza y crecido a la sombra.
6. Otros cafés certificados.

Mientras que los segmentos diferenciados pueden otorgarles algunas ventajas competitivas y valor agregado a algunos productores, estos no son necesariamente de fácil acceso y siguen siendo relativamente pequeños. Sin embargo, estos segmentos son importantes debido a las tasas de crecimiento y su potencial para proporcionar mejores ventajas sociales, económicas, o ambientales a los productores de café.

Aunque gran parte de la industria del café considera que las primas pagadas a los cafés diferenciados son razonables, es prudente no enfatizar en que el acceso a éstas sea la razón para alcanzar tales mercados puesto que existe la posibilidad que disminuyan en el futuro. No obstante, estos mercados no deben darse por descontado, debido al considerable impacto en los ingresos de los productores.

Además de premios, los cafés diferenciados tienen otras ventajas totalmente distintas al comercio que tocan a los productores y las comunidades rurales. Al respecto, hay varios argumentos convincentes para fomentar tales segmentos, particularmente aquellos cafés certificados como orgánico, de comercio justo, o amigable con el medio ambiente, puesto que generan externalidades positivas para el mercado que les permite capturar un valor financiero adicional que actualmente no existe. Esto se ha demostrado en más de un

proyecto (Pagiola y Ruthenberg 2002; Giovannucci y otros 2000a). Por ejemplo pueden ofrecer:

1. Uso creciente de mano de obra rural y Desarrollo de nuevas organizaciones.
2. Diversificación de las cosechas y reducción del riesgo financiero como resultado de la reducción de los costos por menor uso de insumos.
3. Mejor uso de los recursos naturales y conservación de la biodiversidad.
4. Reducción del riesgo de sequías y protección contra la erosión.
5. Resurgimiento de la producción como respuesta a clima adverso.
6. Reducción del riesgo a la salud de las familias campesinas por mal uso de agroquímicos.
7. Desarrollo organizacional de la comunidad.
8. Incremento de la autosuficiencia rural.

Actualmente los mercados de cafés diferenciados importan entre 6 y 8 millones de sacos de café verde, es decir del 9 al 12 por ciento de la producción mundial - aunque con una participación algo mayor en los beneficios de los mercados de Norteamérica, Europa Occidental y Japón -. Si bien, una parte del valor agregado que estos cafés crean se captura en países consumidores, los productores también obtienen una buena parte del mayor valor de estos. Sin duda, los mercados de cafés diferenciados están rompiendo el patrón en el que el productor tiene una participación cada vez menor en los beneficios del negocio.

En muchos países, el reconocimiento que se le ha dado a los problemas sociales y ambientales que enfrentan los caficultores ha dado paso al desarrollo de los mercados de cafés sostenibles certificados por terceros. Este cambio ha sido patrocinado por un número creciente de compañías, pioneras en el esfuerzo de promover prácticas más amigables con el medio ambiente, así como relaciones económicas más equitativas y benéficas socialmente para los productores de la

industria del café. Estos nuevos principios están aumentando la demanda por los cafés orgánicos, amigables con la naturaleza, de comercio justo que han recibido el término genérico de "cafés sostenibles".

Recientemente, los mercados de cafés diferenciados han mostrado un fuerte crecimiento y unos precios superiores al promedio. Estos cafés incluyen: gourmet y especiales, indicaciones geográficas de origen (denominaciones), orgánicos, de comercio justo, amigables con la naturaleza o café de sombra. Los productores han encontrado que tales nichos se están moviendo rápidamente hacia una corriente de credibilidad con unos ingresos sustanciales a lo largo de la cadena de producción.

No obstante, es necesario advertir sobre el fuerte interés que los productores han mostrado hacia la producción de estos cafés. En la medida que estos entran al mercado, la saturación que sobrevendría podría disminuir los precios de manera significativa. Estos mercados aun siguen siendo pequeños, de modo que el mínimo cambio en la oferta o la demanda puede afectar los precios. Al respecto, no cabe duda que si bien la diferenciación es una alternativa popular, es probable que esta posibilidad solo ofrezca respuestas parciales de corto plazo puesto que la mayoría de productores de café también necesitan respuestas a otras inquietudes.

Sin embargo, la mayoría de las principales compañías han aumentado sus requerimientos por cafés con prácticas de cultivo sostenibles, hecho que sin duda requerirá de la adopción y certificación de estas prácticas. Varios compradores grandes, que ahora están probando el mercado con estos productos, han indicado que aun existe una oferta limitada en caso que se efectuara un llamado por una mayor oferta.

En la medida que crece el mercado por los cafés diferenciados, simultáneamente crece la necesidad de los consumidores por entender los complejos procesos de verificación o certificación

que se aplican a los cafés orgánicos, de comercio justo, amigable con la naturaleza, Utz Kapeh, o aquellos que usan indicadores geográficos de origen. La legitimidad de la certificación por parte de terceros es un mecanismo de mercado vital que previene sobre el indistinto uso de estos términos. Una alternativa diferente podría implicar la pérdida de confianza por parte del consumidor, lo que tendría un costo para la industria ya que se estaría dañando uno de sus pocos segmentos de rápido crecimiento. Pero quizás, más importante aun serían las fallas que se presentan para mejorar la claridad sobre estos estándares o para apoyar la verificación de estos por parte de terceros. En tal sentido, se le causaría daño a uno de los pocos nichos de mercado en el que el pequeño productor tiene la oportunidad de ser competitivo en este lucrativo comercio global. Esto es particularmente importante pues varias organizaciones, incluyendo corporaciones, están desarrollando sus propios principios y estándares de sostenibilidad.

Los cafés diferenciados no son una panacea, de modo que las encuestas efectuadas por la industria indican que para ser competitivos existen otros dos factores que son tan o quizás más importantes en el mercado del café: calidad y consistencia. El alto valor que se le da a la consistencia, resalta las preferencias que tienen las industrias por la calidad constante y predecible, dados los costes y los riesgos de obtener nuevas fuentes de abastecimiento. Este crítico factor competitivo tiene varios efectos entre los productores que ofrecen pequeñas cantidades de café, los cuales deben mejorar sus prácticas de negocio básicas, así como sus prácticas agronómicas a partir del esfuerzo de sus cooperativas y organizaciones.

Otra solución, que se propone a menudo para enfrentar la crisis del café, es la diversificación por fuera de la dependencia del café. Aunque esta solución puede ser conceptualmente sensato, hay muy pocas alternativas que se acerquen a las características de comerciabilidad y poca

perecebilidad, especialmente para las áreas rurales más remotas en donde se produce café. El proteccionismo de los mercados en los países desarrollados y en particular sus altos y continuados niveles de subsidio para sus agricultores, crean obstáculos adicionales a la diversificación en productos procesados y deja a los productores con un acceso limitado a los mercados de alto valor. Por lo tanto, se requiere de nuevas alternativas para muchos de los productores de café.

DESPLAZAMIENTO DE LOS PARADIGMAS- ALGUNAS TENDENCIAS

El objetivo de este documento ha sido describir los cambios de paradigma y sus efectos en los diferentes niveles de la industria del café. Transformaciones que incluyen una considerable consolidación de la industria, combinada con señales de política que, en el largo plazo no han estado interesadas en los agricultores, particularmente en los más pequeños.

Las fallas de mercado, especialmente en el campo de la información, acceso, e instituciones de soporte interfieren con la capacidad de los productores para adaptarse a las nuevas condiciones. Aunque no se ha intentado calcular los efectos empíricos, existe una gran cantidad de trabajo académico, así como evidencia anecdótica que sugiere que las ineficiencias en el mercado del café han contribuido de manera significativa a la profundización de la crisis de mercado actual.

Durante los noventa, a nivel macro emergió un paradigma distinto que cambió las tendencias. Arrancando desde los consumidores, los negocios, hasta el nivel gubernamental y regulatorio. Cambios que no solo afectaron el comercio de café, sino también los alimentos y la agricultura en general (Giovannucci y otros 2000b). La creciente globalización en el comercio de alimentos, así como la concentración y/o consolidación de

firmas en la industria en aumento, y que ha acompañado este proceso, ha tenido una influencia creciente en el mercado de café, tanto de la oferta como de la demanda. En particular, es posible identificar desarrollos en tres áreas:

- Un nuevo ambiente político-regulador: En los mercados cada vez más globalizados está haciendo entrada una combinación de acuerdos comerciales multilaterales y regionales, el uso de subsidios, y requisitos gubernamentales, (tales como el estándar agrícola japonés, la ley del bioterrorismo de los Estados Unidos, los estándares de la Unión Europea para los contaminantes, los niveles mínimos de residuos, y las ochratoxinas), más demandantes que nunca para todos los productos del espectro de la agricultura.
- Un nuevo ambiente de negocios, dirigido hacia una mayor consolidación de las firmas, mayor preocupación por los intereses de los consumidores y una responsabilidad en aumento que requiere el "debido cuidado" y de estándares competitivos, tales como el de la sostenibilidad que cada vez más se aplica al café. Incluso, la concentración de la cadena de la oferta también demanda un mayor nivel de estándares, así como la implementación de medidas que operen más a nivel global que a nivel de estándares locales. Los compradores más importantes, así como los comerciantes, tostadores, supermercados, o cadenas del café, han creado sus estándares los cuales pueden ser impuestos a las cadenas de alimentos provenientes del agro de los países en vías de desarrollo.
- Hay un nuevo ambiente en el sector consumidor altamente preocupado por los temas de seguridad de los alimentos, enfocada a la salud, la dieta, así como por unos gustos cada vez más globalizados. En los mercados más

desarrollados, los expertos pronostican, reiteradamente, una mayor preocupación por asuntos ambientales y sociales, especialmente los temas éticos que han emergido no solamente como una diferenciación competitiva, sino también como regla básica del juego y prerrequisito para la participación.

Aunque no exclusivamente, este nuevo ambiente propio de los mercados más maduros aumentará la preocupación por la calidad, la seguridad alimenticia, y particularmente por la sostenibilidad. Aunque el café es considerado como seguro, no es la excepción a esta tendencia. Esto implica un cambio fundamental en el papel de estándares, que van simplemente desde la reducción de los costos de transacción hasta servir como una herramienta estratégica de diferenciación, aseguramiento de la calidad, penetración de mercado, y definición de los nichos de productos (Giovannucci y Reardon 2000). Varios de los llamados cafés sostenibles, tales como los orgánicos, incorporan para su certificación una mejora tanto en estándares como en trazabilidad, así mismo cumplen con las demandas de los consumidores por productos seguros y especializados. Como resultado, este tipo de cafés pueden considerarse como una estrategia potencialmente útil de los países productores.

MIRANDO HACIA ADELANTE: LAS COSECHA ACTUAL Y POR VENIR

Como se observó atrás en la Tabla 1 las estimaciones acerca de la producción global indican que, con la excepción de Brasil, los cambios previstos en la mayoría de las áreas productoras serán muy pequeños. A pesar de la caída en los precios de los futuros del año anterior, el fortalecimiento de los diferenciales en muchos grados de arábicas lavados implicó que los productores de café de buena calidad vendieran a precios tan buenos como los del año anterior. Por el contrario, la caída en la demanda por los cafés de me-

nor calidad, en particular por aquellos que compiten con la mayor disponibilidad de arábigos naturales brasileños, ha implicado una marcada caída en la producción de estas zonas de producción. Los pronósticos para el próximo año, obtenidos de fuentes estatales y privadas coinciden con USDA, excepto en el caso de Vietnam, en donde el sector privado estima que se presentará un incremento importante ahora que la nueva cosecha está en curso.

Este documento asume que la producción en el año cosecha 2002-2003 fue 123.2 millones de sacos y de 106 millones de sacos, aproximadamente, en el año 2003-2004. Al respecto, muchos analistas consideran que, al menos en el corto plazo, lo más probable es que la recuperación del precio será mínima, incluso con el menor nivel de producción actual. Tal situación amenaza la sostenibilidad de la producción del café, y por lo tanto se espera que, por primera vez en 5 años, la producción caiga por debajo de la demanda en la temporada 2003-2004. La estimación de la producción de USDA para diciembre de 2003 fue de 105.232 millones de sacos, lo que sugiere un déficit cercano a los 9 ó 10 millones de sacos. La Tabla 2 presenta un pronóstico del Banco Mundial en cuanto a los precios hasta 2015.

Tabla 2. Pronósticos en los precios de cafés arábicas y robustas 2004 - 2015

Años	Arábica	Robusta
2004	68.00	38.00
2005	72.00	40.00
2006	74.43	41.40
2007	76.94	42.85
2008	79.54	44.34
2009	82.22	45.89
2010	85.00	47.50
2011	86.91	49.21
2012	88.87	50.98
2013	90.87	52.83
2014	92.91	54.73
2015	95.00	56.70

Fuente: Banco Mundial.

Mientras que este déficit disminuirá los inventarios, la tasa de uso de inventarios será un determinante clave de los precios, los cuales están fuertemente influenciados por el volumen y por el propietario – se considera que una mayor proporción de inventarios en manos de los consumidores es más negativo para los precios que la misma proporción en manos de los países productores –. Un aspecto notable de las exportaciones del periodo 2002-2003 fue la gran cantidad de inventarios exportados, la mayoría proveniente de anteriores cosechas y particularmente de Centroamérica, Vietnam y Etiopía. Esto sugiere que –con la excepción de Brasil, algún remanente de café en Vietnam y una pequeña cantidad de inventarios en Colombia– las exportaciones de café en 2003 – 2004 no van a exceder la producción exportable.

Por lo tanto, el principal limitante para un incremento potencial de los precios es el alto nivel de inventarios en manos de los consumidores (véase Figura 9 y 10). Además, el hecho que el déficit estimado sea muy cercano a los inventarios de arábigos brasileños para el periodo 2002 – 2003, le ha dado a los tostadores la capacidad de elección de fuentes de inventarios. Esto también implica que, dependiendo de los patrones de envío de los brasileños, los niveles de inventarios en manos de los consumidores no cambiarán demasiado.

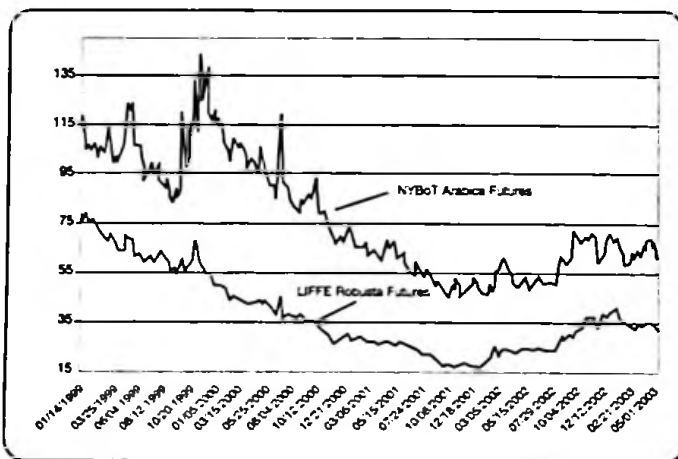
Lo peor de la caída de la producción de los arábigos lavados de América Latina ya pasó. No obstante, las pérdidas se continuarán presentando, particularmente en las áreas productoras de café de baja calidad que no pueden competir con la calidad y precio de los brasileños, los cuales a su vez continúan mejorando.

De acuerdo con USDA, la producción brasileña es aproximadamente de 33 millones de sacos, inferior a los 51 millones de sacos del año 2002-2003. Aunque este dato está en el extremo inferior de las estimaciones más recientes, los riesgos financieros de los productores ubicados en las áreas de alta productividad y con cultivos muy

sensibles al uso de insumos se han incrementado - principalmente al principio de la fase de crecimiento- en comparación con los productores que emplean menos insumos o esperan al final de la estación para usarlos. Sin embargo, el uso generalizado de riego en las áreas sembradas con robusta protege los niveles de producción de este tipo de café.

Con el 2003-2004 y el 2002-2003 confirmados a través de los niveles de embarque, la atención del mercado se centra ahora en las perspectivas para 2004-2005. Se espera que ésta sea una «buena estación» (on-season), aunque la reducción en el área plantada, los problemas climáticos, y el hecho que los árboles pueden tomar algún tiempo para volver a las producciones observadas en 2002-2003, ha conducido a que las estimaciones para esa estación estén por debajo de 2002-2003. Las cifras suministradas por el gobierno brasileño están por los 35.79 millones, un nivel de producción semejante al observado en 1998-1999, mientras que USDA calculó un total de 3.3 billones de árboles - comparado con los 5 billones que existen actualmente -. Un grupo de investigación brasileño, Safras y Mercado, estima una producción de 41.2 millones de sacos, un nivel cercano a las producciones vistas en 1998-1999.

Figura 9. Precios del Mercado de futuros para Arábica y Robustas - US ¢/lb



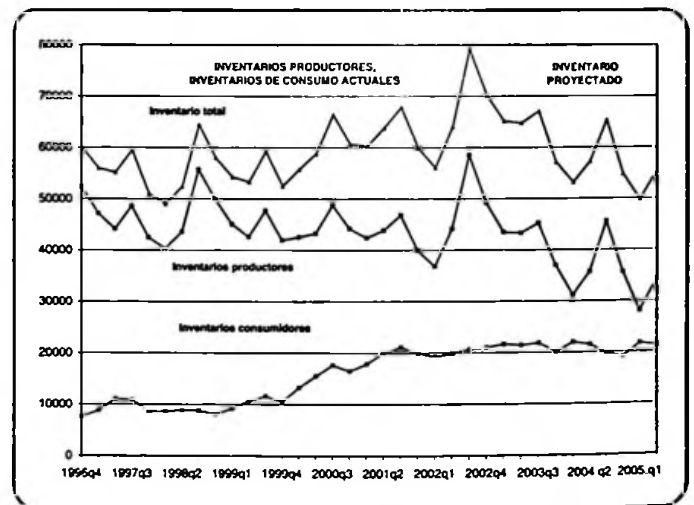
Fuente: NYBot, LIFFE.

Los altos precios de la Bolsa de Londres en el mercado de opciones y futuros que se presentaron al empezar el 2003 fue un gran incentivo para los productores, aunque limitado por los efectos de "El Niño" que pudo haber contribuido a una reducción en la producción total de robusta (que afectó en su mayoría al África y una parte de Asia).

De tal forma, que los niveles y las variaciones de los inventarios en manos de los consumidores y productores solo podrán caer por debajo de sus niveles corrientes al finalizar 2003. La variación más grande se dará por los inventarios que están en manos de los productores brasileños, (Figura 11).

Una de las principales causas de la incertidumbre en el mercado del café tiene que ver con los pronósticos sobre la cosecha del Brasil, así como su vulnerabilidad a los "shocks" climáticos.

Figura 10. Tendencias en el nivel de inventarios de países productores y consumidores

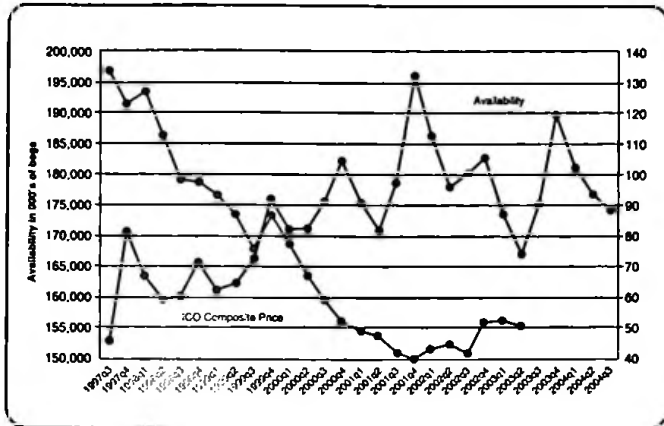


Fuente: Inventarios consumidores, NKG Unidad Estadística, Autoridades nacionales.

Miremos por ejemplo la sequía que afectó la producción brasileña de la cosecha de 1986-1987 y que redujo la producción de 33 millones de sacos en el año previo a 14 millones de sacos - un volumen de cosecha que solo se había presentado en 1965 como consecuencia de la sequía de

1964 -. Por otro lado, la baja cosecha de 1985 fue resultado de la bianualidad que siguió a una gran cosecha y a un periodo de severo estrés.

Figura 11. Disponibilidad y precios



Nota: Disponibilidad está definida como inventarios totales + 12 meses de producción adelantada.

Fuente: Cálculos de los autores a partir de información de comercio de USDA y OIC.

Las pérdidas reales de 1986 son difíciles de estimar. En enero de 1986 el reporte de productos tropicales publicado por USDA estimó una producción potencial para el Brasil entre 27 y 33 millones de sacos, con un rango dependiente de la bianualidad del ciclo.

No obstante, estos datos se encuentran en entredicho puesto que los datos presentados por el Instituto Brasileño del Café mostraban que la capacidad productiva del Brasil creció a una mayor velocidad de lo que había pronosticado USDA. Debido a la enorme cosecha del año anterior, la producción potencial estimada para 1986 probablemente no fue mayor a 22-23 millones de sacos, lo que ubicaría la pérdida total entre 33 y 50 por ciento. La consecuencia de la sequía de 1999 fue eliminar buena parte del aumento potencial de la producción.

En tal sentido, el impacto en la producción que sigue a una sequía puede ser enorme. El incremento en la productividad que sigue a una sequía puede haber ocurrido en algunas áreas en 2004-2005, aunque el rápido retorno de las llu-

vias redujo el efecto. Otros países también experimentan esta misma situación, hecho que fue particularmente evidente después de presentarse el último fenómeno del Niño. La baja precipitación en algunos países productores de robusta durante "EL Niño" fue seguida por una producción espectacular en el año siguiente. En particular, la producción de Costa de Marfil se dobló, en el caso de Vietnam, indica que la recuperación después de la sequía del Niño dio lugar a una gran incremento de la producción.

Si la producción por fuera de los tres productores más grandes continúa declinando, se esperaría que para 2004-2005 la participación de estos países está por encima del 60% de la producción total, con Brasil exportando más que Colombia, Vietnam, e Indonesia juntos. Con una tendencia de crecimiento de la demanda cercana a los 88 millones de sacos, emerge una situación potencial en un mercado con una sobreoferta para el periodo 2004-2005, pero que depende del uso de arábicas naturales que presentan un exceso del 30 % sobre el balance de la oferta y la demanda individual por tipo de café. Si la industria global no puede dar uso a los arábicas naturales hasta este nivel, entonces se espera que se presente una caída profunda a nivel global de los inventarios de arábicas lavados y robustas, paralelamente Brasil se quedará con una reserva acumulada de arábicas naturales. Esto conduciría a agudas oscilaciones en los precios, tanto en los precios de los futuros como en los diferenciales de los países (véase Figura 9).

Dados los ciclos históricos de largo plazo, es altamente probable que la oferta se equilibre temporalmente con la demanda y los precios se recuperen. En tal sentido, y si bien las condiciones para los productores mejorarán cuando esto suceda, ello no representa el final de sus problemas puesto que aun persisten las causas económicas que subyacen a ciclos que continuarán repitiéndose sin importar si los niveles actuales de oferta y demanda convergen. Por lo tanto, es claro que

mientras el repunte de los precios sea temporal, dada la naturaleza cíclica del mercado, los temas sociales, ambientales o acerca de la sostenibilidad económica permanecerán vigentes. También otras tendencias emergentes como por ejemplo, los cambios estructurales en la capacidad de manejar y de financiar la oferta, así como la reducción del riesgo relacionado con el clima, tendrán un efecto significativo en la competitividad y sostenibilidad dado la reducida probabilidad futura de que el negocio retorne a los elevados precios del pasado.

Los cambios estructurales de los últimos años en la industria del café tendrán una poderosa influencia en la naturaleza de estos mercados, tan importante incluso como el efecto de los ciclos relacionados con los cambios de clima que, en el pasado, afectaron considerablemente la oferta y la demanda de café. Para prosperar en este nuevo ambiente, los productores de café deben entender las características y la naturaleza de estos cambios estructurales. Los gobiernos tendrán que ser más ágiles en crear ambientes de negocios favorables para permitir que se adapten con éxito a las nuevas demandas del mercado y que les ayuden a configurar sus actividades.

En la situación actual de mercado libre, con un apoyo decreciente del Estado para la agricultura, la oferta de servicios estará a cargo de las organizaciones de productores o vendedores. Los cuales, a partir de programas de largo plazo fomentados y consolidados, deberán estimular la investigación, el servicio de extensión, manejo del riesgo, diversificación y mercadeo. En la medida que la agricultura adquiere cada vez más características industriales, estas organizaciones también necesitarán establecer relaciones más cercanas y vínculos directos con los compradores y los tostadores. De esta manera podrán responder adecuadamente a la demanda del mercado y formar las cadenas de valor integradas que ayuden a asegurar la sostenibilidad de cada miembro.

REFERENCIAS

- Association of Coffee Producing Countries. Noviembre 1999. Market Report. London, ACPC.
- Akiyama T., Panos Varangis. 1990. The Impact of the International Coffee Agreement on Producing Countries. The World Bank Economic Review, Vol. 4, No. 2 Washington DC, World Bank
- Akiyama T., John Baffes, Donald Larson, Panos Varangis. 2001. Commodity Market Reforms: Lessons of Two Decades: Washington DC, World Bank
- Akiyama T., John Baffes, Donald Larson, Panos Varangis, 2003. Commodity Market Reform in Africa: Some Recent Experience. World Bank Policy Research Working Paper 2995. Washington D.C.
- Akkerman, A., X. Van Baar. 1992. El Café Organico: lo sostenible de un gramo de oro. Centro de Estudios para el Desarrollo Rural. San José, Costa Rica: Free University of Amsterdam
- Alderman H., Christina Paxson. 1992. Do the Poor insure? A synthesis of the literature on risk and consumption in developing countries. World Bank Policy Research Working Paper 1008. Washington D.C.
- Bohman M., a Lovell Jarvis, Richard Barichello 1996. Rent Seeking and International Commodity Agreements: The case of coffee. University of Chicago
- Bohman M., Lovell Jarvis, 1999. The International Coffee Agreement: a tax on coffee producers and consumers? Unpublished working paper, University of British Columbia
- Boyce, J.K., A. Fernandez Gonzales, E. Furst, O. Segura Bonilla. 1994. Café y Desarrollo Sostenible: del cultivo agroquímico a la producción orgánica en Costa Rica. Heredia (Costa Rica): Editorial Fundacion UNA.
- Brady, Caitlin. International Markets for Organic Coffee: A future for small farmers? Unpublished paper produced in 2001 with support from Cornell University's Department of Agricultural, Resource, and Managerial Economics. Ithaca, NY.
- Cashin P., C. John McDermott 2002. The Long Run Behavior of Commodity Prices: Small Trends and Big Variability. IMF Washington DC
- Chrispeels, Eric, Ed. 2002. International Commodity Organisations in Transition. Page 130 London: Cameron.
- CIMS (Sustainable Markets Intelligence Center) www.cims-la.com
- Coffee Board of India, 2002 "Coffee Consumption in Urban India 2001" Bangalore, India.
- Commission for Environmental Cooperation (CEC). 1999. Measuring Consumer Interest in Mexican Shade-Grown Coffee: An Assessment of the Canadian Mexican and U.S. Markets. Montreal: CEC Secretariat. (10).
- Common Fund for Commodities (CFC). 2000. Study of marketing and trading policies and systems in selected coffee-producing countries. Technical Paper No. 3. Amsterdam.
- Deaton, A. S (1992) Commodity Prices, Stabilization and Growth in Africa. Discussion Paper #166, Research Program in Development Studies, Princeton, NJ.

- Deaton, A. and G. Laroque (1992) On the Behavior of Commodity Price. *Review of Economic Studies*. Vol. 59, pp 1-23.
- European Coffee Federation 2003, European Coffee Report, 2002, European Coffee Federation, Amsterdam. www.ecf-coffee.org.
- Gilbert, C. L. (1989) The Impact of Exchange Rates and Developing Country Debt on Commodity Prices. *Economic Journal*, Volume 99
- Gilbert, C.L. (1994). *Commodity Fund Activity and the World Cocoa Market*. London Commodity Exchange.
- Gilbert, C.L. (1996) International Commodity Agreements, An Obituary Notice. *World Development*, Volume 24.
- Giovannucci, Daniele and F.J. Koekoek. 2003. The State of Sustainable Coffee: A Study of Twelve Major Markets. International Coffee Organization, London; International Institute of Sustainable Development, Winnipeg; United Nations Conference on Trade and Development, Geneva.
- Giovannucci, Daniele, Bryan Lewin. Forthcoming 2004. Vietnam Coffee Sector Study. Washington D.C.: World Bank.
- Giovannucci, Daniele. 2003. Emerging Issues in the Marketing and Trade of Organic Products. Published as a monograph on the proceedings of The OECD Workshop on Organic Agriculture; September 2002. Paris: OECD.
- Giovannucci, Daniele, Panos Varangis, Bryan Lewin. "Who Shall We Blame: The international politics of coffee". *Tea and Coffee Trade Journal*. Vol. 174 No. 1. January 2002.
- Giovannucci, Daniele, José Leibovich, Diego Pizano, Gonzalo Paredes, Santiago Montenegro, Hector Arévalo, Panos Varangis. 2002. Colombia Coffee Sector Study. Universidad de Los Andes. Bogotá (También disponible como WB Economic and Sector paper).
- Giovannucci, Daniele. 2001. Sustainable Coffee Survey of the North American Specialty Coffee Industry. Montreal, Canada: Commission for Environmental Cooperation and Long Beach, Calif.: Specialty Coffee Association of America.
- Giovannucci, Daniele, Peter Brandriss, Esteban Brenes, Ina-Marlene Ruthenberg, Paola Agostini. 2000. Engaging Civil Society to Create Sustainable Agricultural Systems: Environmentally-Friendly Coffee in El Salvador and Mexico. In *Thinking Out Loud (Latin America and the Caribbean Civil Society Team, Eds)* Washington D.C.: The World Bank.
- Giovannucci, Daniele and Thomas Reardon. 2000. "Understanding Grades and Standards and How to Apply Them." In *The Guide to Developing Agricultural Markets and Agro-enterprises*. http://lnweb18.worldbank.org/essd/essd.nsf/Agroenterprise/grade_std
- ICO, ITC, CFC. 2000. The Gourmet Coffee Project. Vols. 1 and 2. Geneva: ITC.
- IDB (Inter-American Development Bank), USAID, World Bank. "Managing the Competitive Transition of the Coffee Sector In Central America". Prepared for the Regional Workshop:
- The Coffee Crisis and Its Impact in Central America. Situation and Lines of Action. Antigua, Guatemala. April, 2002. International Federation of Organic Agriculture Movements (IFOAM) at www.ifoam.org.
- International Task Force on Commodity Risk Management in Developing Countries. www.itf-commrisk.org.
- Kannapiran, C. 1999. An econometric model of Papua New Guinea: basis for analyzing the impact of variability in tree crop export revenue on the economy, University of New England, Armidale, Australia
- Kortbech-Olesen, Rudy. 2000. Export Opportunities of Organic Food from Developing Countries. Presentation made at World Organics 2000. London
- Lindsey, Brink. 2003. Grounds for Complaint. Understanding the Coffee Crisis. Cato Institute, Washington DC
- Inter-American Development Bank (IDB), USAID, World Bank. "Managing the Competitive Transition of the Coffee Sector in Central America.: Prepared for the Regional Workshop: The Coffee Crisis and its Impact in Central America-Situation and Lines of Action. Antigua, Guatemala. April 2002.
- Mintel International Group Ltd. 2002. Coffee Shops Market-U.S. Report. www.mintel.com
- Moguel, P., and V. M. Toledo. 1999. Biodiversity Conservation in Traditional Coffee Systems of Mexico. *Conservation Biology*. Vol.13, No.1: Pps.11-21.
- Morisset, Jacques. 1997. "Unfair trade: Empirical Evidence from Commodity Markets Over the Past 25 Years". Policy Working Paper 1815. In the World Bank: Washington DC
- National Coffee Association of U.S.A, Inc (2003) National Coffee Daily Trends. New York.
- OTA. 2002. 2001 Manufacturers Market Survey. Organic Trade Association: Greenfield, MA.
- Oxfam. 2002, Mugged, Poverty In Your Coffee Cup, Oxfam, Oxford.
- Pagiola, Stefano and Ina-Marlene Ruthenberg. 2002. Selling Biodiversity and Coffee Cup: Shade Grown Coffee and Conservation in Mesoamerica. In *Selling Forest Environmental Services: Market-based Mechanisms for Conservation and Development* (S. Pagiola et al. Eds). London: Earthscan
- Pizano, Diego. 2001. El Café en la Encrucijada. Alfaomega: Bogotá.
- Prendergast M., 1999 Uncommon Grounds: The History of Coffee and How It Transformed Our World
- Promar International. 2001. "When they're 64: Profiting from the baby boomer food consumer to 2010". *Food Distribution Magazine* (42) 5: 10
- Rabo International Advisory Services (RIAS) 2002, Raising The Income of Coffee Growers. Ministry of Foreign Affairs, The Netherlands.
- Rice, P. McLean, J. 1999. Sustainable Coffee at the Crossroads. Washington D.C.: Consumer's Choice Council.
- Rice, R.A., and J.R. Ward. 1996. Coffee, Conservation, and Commerce in the Western Hemisphere: How Individuals and Institutions can Promote Ecologically Sound Farming and Forest Management in Northern Latin America. Washington: Smithsonian Migratory Bird Center
- Sarris, A, 2003. "Commodity Price Developments, and a Market Based Insurance Fund to Assist Developing Countries to Manage International Agricultural Commodity Risks"
- SCAA. 2003. Specialty Coffee Retail in the USA. Unpublished document. SCAA: Long Beach, CA

SCAA. 2002. "Size of Market 2001". Specialty Coffee Chronicle. March/April (2). Long Beach, CA

Simmons, R. and Yarbro, S. 1993, Cocoa marketing margins and the distribution of the bounty to grower.

Spar D. 1994 "The Cooperative Edge-The Internal Politics of International Cartels:". Cornell University Press

Struning, W. 2002a. "Trends in the Coffee Market of the United States" in F. O. Licht International Coffee Report Vol. 17, No 3

Struning, W. 2002b. "Green Coffee Prices and the U.S. Consumer" in F. O. Licht International Coffee Report Vol. 17, No 14

Tan B.H. 2000, Coffee Frontiers in the Central Highlands of Vietnam: networks of connectivity, Asia Pacific Viewpoint, Vol. 41, No. 1, 51-67.

UN Commission Economic Commission for Latin America & Caribbean (ECLAC). "Centroamérica: El impacto de la caída de los precios del café," by Margarita Flores, Adrian Bratescu, José Octavio Martínez, Jorge A. Oviedo, Alicia Acosta. UN Mexico office, April 2002.

USDA, Global Agricultural Information Network. 2003. "Brazil Semi-Annual 2003" Washington DC

USDA December 2003, "Tropical Products: World Market and Trade", Washington DC

Varangis, P, P Siegel, D Giovannucci, B Lewin March 2003. Dealing with the Coffee Crisis in Central America: Impacts and Strategies. World Bank Policy Research Working Paper 2993. Washington D.C.

Wallengren, M. (forthcoming) The Coffee Crisis Research Project, "Making Coffee Sustainable For All Through 2020."

Weiner R. (2002), Sheep In Wolves Clothing? Speculators and Price Volatility in Petroleum Futures, George Washington University, Washington DC

World Bank (various issues). Commodity Price Data, Washington, D.C.

World Bank. 2002a "Nicaragua: Coffee Price Risk Management, Phase 2 Report." Washington D.C., World Bank.

World Bank. 2002b "Dominican Republic Coffee and Cocoa, Phase 2 Report. Washington D.C., World Bank.

World Bank (2004). Global Economic Prospects and the Developing Countries: Realizing the Development Prospects of the Doha Round, Washington, D.C.

World Bank and Coffee Board of India. 2003. Survey of coffee farmers, unpublished.

Cadenas de productos básicos agrícolas, dependencia y pobreza*

PROPUESTA DE PLAN DE ACCIÓN DE LA U. E.

NECESIDAD DE UN PLAN DE ACCIÓN DE LA UE DE APOYO A LOS PRODUCTOS BÁSICOS AGRÍCOLAS EN LOS PAÍSES EN DESARROLLO

La dependencia de los productos básicos agrícolas vuelve a adquirir protagonismo en el plano internacional. Las fuertes caídas de precios que se han registrado recientemente han inducido a la comunidad internacional a examinar meticulosamente el problema y a asumir una serie de compromisos generales de actuación¹. Más recientemente, varios países en desarrollo dependientes de los productos básicos (PDDPB²) han instado a la OMC a prestar especial atención a la situación en que se hallan³.

El comercio internacional de productos básicos agrícolas reviste una importancia fundamen-

tal para el empleo y la renta de millones de personas en los países en desarrollo y constituye una de las principales fuentes de ingresos y divisas para muchos de dichos países. Asimismo, los productos básicos representan el motor del desarrollo económico en numerosas subregiones de los países en desarrollo. Sin embargo, las condiciones de vida de los productores de este sector son sumamente inestables, debido a la elevada volatilidad y a la tendencia decreciente a largo plazo de los precios de gran número de productos básicos. Entre 1970 y 2000, los precios de algunas de las principales exportaciones agrícolas de los países en desarrollo, como el azúcar, el algodón, el cacao y el café, experimentaron una disminución de entre un 30 % y un 60% (en dólares constantes).

La evolución a la baja y la volatilidad de los precios redundan directamente en perjuicio del

* Comunicación de la Comisión al Consejo y al Parlamento Europeo.

1- Por ejemplo, la Tercera Conferencia de las Naciones Unidas sobre los países menos adelantados, celebrada en Bruselas en 2001; la Declaración de Doha de noviembre de 2001; la Conferencia Internacional sobre la Financiación para el Desarrollo, celebrada en Monterrey en 2002; la Cumbre Mundial sobre el Desarrollo Sostenible, celebrada en Johannesburgo en 2002; o la Asamblea General de las Naciones Unidas de 2002.

2- La sigla «PDDPB» se utiliza en el presente documento por motivos de conveniencia. Hace referencia a aquellos países que se hallan particularmente expuestos a la evolución de los mercados internacionales de productos básicos agrícolas -por ejemplo, a la variabilidad de los precios- y que se enfrentan, por tanto, a un mismo tipo de dificultades en materia de desarrollo. No debe inferirse de ella que exista, o sea necesaria, una definición específica.

3- Comunicación de Kenia, Uganda y Tanzania (OMC WT/COMTD//W/113 de 19 de mayo de 2003); c 'Iniciativa sectorial sobre el algodón, presentada a la OMC por Chad, Malí, Benín y Burkina, WT/MTN (03)/W/2 en conjunción con WT/GC/W/516 TN/AGGEN/4.

desarrollo humano, en razón de su efecto negativo sobre la renta y los salarios del sector agrario, el empleo y las condiciones sanitarias de la población rural, comprometiendo, sobre todo, las medidas encaminadas a reducir la pobreza en los PDDPB, en los que una proporción significativa de la población y de la economía dependen de tales productos. En esos países, la evolución de los precios da lugar asimismo a desequilibrios macroeconómicos: reduce los ingresos de exportación, la capacidad de atender al servicio de la deuda, las importaciones, la disponibilidad de crédito, los ingresos del Estado y la provisión de servicios básicos, como sanidad y educación.

En cerca de cincuenta países, el grueso de los ingresos de exportación se deriva de las exportaciones de tres o menos productos básicos. Se trata, sobre todo, de países situados en el África subsahariana, pero también en el Caribe y Centroamérica (véase anexo). Muchos de ellos se cuentan entre los países menos adelantados, carecen de salida al mar o no son sino pequeños Estados insulares. Numerosos PDDPB se encuentran atrapados en una espiral de disminución de la renta y las inversiones, estancamiento de la competitividad, persistencia de la pobreza y dependencia. Estos países carecen de recursos suficientes para hacer frente a las dificultades que experimentan sus sectores de productos básicos para adaptarse a la competencia, cada vez más implacable, y a las cambiantes condiciones del mercado internacional.

La Comisión considera que, en los PDDPB, los sectores de productos básicos tradicionales pueden seguir desempeñando un papel como fuente primordial de empleo, renta, ingresos de exportación y lucha contra la pobreza. Ahora bien, es indispensable adoptar medidas en su apoyo; de lo contrario, dichos sectores pueden hundirse en

muchos países, con incalculables consecuencias políticas y socioeconómicas.

La presente Comunicación se deriva directamente de un documento de trabajo de los servicios de la CE sobre comercio de productos básicos agrícolas, dependencia y pobreza (SEC (2003) 908), en el que se examinan las dificultades que afrontan los países en desarrollo dependientes de productos básicos y las estrategias que podrían adoptarse en dichos países. El presente documento propone un plan de acción de la UE en apoyo de los PDDPB y de sus productores. Los objetivos que se persiguen son:

- Incrementar la renta que los productores obtienen de los productos básicos, sean éstos tradicionales o no; y
- Reducir la vulnerabilidad de la renta, tanto en lo que atañe a los productores como a nivel macroeconómico.

El hecho de que el documento se centre en los productos básicos agrícolas (no en los minerales) que se negocian y comercializan a escala internacional obedece fundamentalmente a su vinculación más directa con la pobreza, debido al enorme número de campesinos y pequeños agricultores que participan en su producción. El presente documento no se ocupa de la madera, dado que la Comisión ha previsto ya una estrategia y una línea presupuestaria específicas, ha puesto en marcha importantes programas al respecto, y ha elaborado un plan de acción para combatir la explotación ilegal de los bosques⁴.

La presente Comunicación es complementaria de otras Comunicaciones recientes, concretamente, COM(2002)429 ("La lidia contra la pobreza rural") y COM(2002)513 ("Comercio y desarrollo - Cómo ayudar a los países en desarrollo a beneficiarse del comercio"), así como de la Comunica-

⁴ Véase COM (2003) 251 de 21 de mayo de 2003, sobre el plan de acción de la UE con vistas a la aplicación de las leyes, la gobernanza y el comercio forestales (FLEGT).

ción «Revitalizar las negociaciones sobre el Programa de Doha para el Desarrollo (PDD) - la perspectiva de la UE», de 26 de noviembre de 2003, y va acompañada de la «Propuesta de asociación UE-Africa en favor del desarrollo del sector del algodón», presentada simultáneamente por la Comisión, que representa una aplicación concreta de las políticas y medidas esbozadas en el presente documento en relación con los países en desarrollo que dependen del algodón.

El documento propone una serie de líneas de actuación prioritarias ante los seis problemas principales que afrontan los PDDPB. Se trata de las siguientes: reducir, ante todo, la dependencia de los productos básicos, a escala tanto nacional como internacional; contrarrestar la bajada de los precios; gestionar los riesgos conexos a los productos básicos y el acceso a las fuentes de financiación; diversificar la producción, no limitándola a los productos básicos tradicionales; integrar satisfactoriamente estos productos en el sistema de comercio internacional; y fomentar prácticas empresariales e inversiones sostenibles en los PDDPB.

Para que el presente plan de acción arroje resultados satisfactorios, es esencial la adopción de un planteamiento común en la UE, de modo que las actuaciones de la Comunidad y de los Estados miembros se refuercen mutuamente. Todo avance en los ámbitos tratados en el presente documento exige un amplio apoyo dentro de la propia UE, aun cuando los Estados miembros actúen por cuenta propia en calidad de donantes bilaterales de ayuda, o en el seno de organismos internacionales como el Banco Mundial, el FMI o las Naciones Unidas, o cuando la Comisión actúe en nombre de la Comunidad en los foros comerciales o en cualquier otro lugar. La Comisión desea mantener con los Estados miembros un diálogo activo que permita definir las prioridades y la función de cada uno con vistas a asegurar una rápida y eficaz ejecución del plan de acción. La matriz que figura en anexo puede tomarse como base de debate.

OTORGAR CARÁCTER PRIORITARIO A LAS CADENAS DE PRODUCTOS BÁSICOS Y A LA DEPENDENCIA

El abandono, a finales de la década de los ochenta, de las políticas internacionales de intervención, y las reformas del mercado de productos básicos introducidas en la década de los noventa en los países en desarrollo, obligaron al sector, sobre todo a los pequeños productores, a hacer frente a las exigencias del mercado prácticamente sin ayuda. Pese a la importancia que reviste el sector de productos básicos de cara a la lucha contra la pobreza y a las dificultades que experimenta, las estrategias nacionales de desarrollo han ignorado en gran medida los problemas mencionados. Los organismos internacionales de productos básicos (OIPB), por su parte, han de reformular sus objetivos atendiendo al nuevo contexto.

Políticas oportunas: desarrollar estrategias en materia de productos básicos, a nivel nacional e internacional

A escala nacional. La Comisión considera que los gobiernos de los PDDPB deben definir estrategias orientadas a neutralizar el declive de sus sectores de productos básicos y la evolución de los mercados internacionales de dichos productos, e integrarlas, junto a otras medidas destinadas a combatir la pobreza, en estrategias nacionales de desarrollo, tales como las estrategias de lucha contra la pobreza. A fin de superar simultáneamente todos los condicionantes, puede resultar oportuno integrar las prioridades referentes a las cadenas de productos básicos en estrategias sectoriales (p. ej., agricultura, transportes) o multisectoriales (p. ej., desarrollo rural). Ello permitirá a los gobiernos resolver disyuntivas importantes, tales como la de optar entre apoyar los cultivos alimentarios o los cultivos de renta, la producción actual u otras alternativas, o las inversiones en zonas tradicionalmente cultivadoras de productos básicos, con un potencial de crecimiento y

empleo relativamente: mayor, frente a otras más aisladas o con menos recursos.

Para establecer un orden de prioridad, es importante que la estrategia repose sobre un análisis minucioso de la cadena, que comporte un examen de los puntos fuertes y las deficiencias del sector, así como de los peligros y las oportunidades existentes. Deberán definirse medidas tendientes a mejorar la competitividad y la rentabilidad de los productos básicos tradicionales y a reducir la vulnerabilidad de los productores. Habrá de prestarse una atención especial a los aspectos ambientales, tanto por razones de sostenibilidad, sanidad y competitividad, como para afrontar de manera coherente los retos ambientales que plantea la agricultura a escala mundial, entre ellos el cambio climático, la desertización, la degradación del suelo, la pérdida de biodiversidad y la contaminación de las aguas. La estrategia puede incluir medidas destinadas a ofrecer fuentes de ingresos alternativas a los productores con escasas posibilidades de mantener su competitividad en su actual ámbito de actividad. Asimismo, podrían estudiarse maneras de reducir la vulnerabilidad a las fuertes variaciones de ingresos a nivel macroeconómico. Las estrategias habrán de atender a los condicionantes y las posibilidades regionales, propiciando, al mismo tiempo, una mayor integración regional y economías de escala. Un aspecto esencial de toda estrategia referente a las cadenas de productos básicos es la definición del papel que corresponde desempeñar a los distintos agentes de la cadena, y el favorecimiento de sinergias y colaboraciones. Es, por tanto, fundamental la participación de todos los interesados en la formulación y aplicación de tales estrategias, las cuales deberán ser flexibles y ser objeto de revisión periódica, de modo que permitan afrontar los nuevos retos. Si bien la aplicación de las estrategias no comporta necesariamente grandes inversiones financieras por parte del gobierno, se requerirán importantes recursos políticos, institucionales y humanos para adoptar las

medidas normativas y de otra índole orientadas a superar las distintas trabas y obstáculos. Dado que este tipo de recursos pueden ser más escasos que los financieros, deberá tenerse en cuenta el coste de oportunidad.

A escala internacional La comunidad internacional, por su parte, ha de formarse una idea global del desarrollo de los distintos sectores de productos básicos, y necesita un marco que le permita analizar la evolución de los precios a corto y largo plazo, contribuir a un mejor funcionamiento del mercado (mediante la difusión de información, por ejemplo), y adaptarse a las cambiantes condiciones en lo que se refiere, en particular, a las normas comerciales, la trazabilidad, la sostenibilidad, y los requisitos en materia de calidad. En este sentido, convendría afianzar las estrategias de los organismos internacionales de productos básicos (OIPB) en lo que respecta a los distintos productos. La Comisión considera, concretamente, que los OIPB han de orientar su labor, de manera más firme, en pos de objetivos de desarrollo sostenible que favorezcan a los pobres, y adoptar una perspectiva centrada en las cadenas de productos básicos, como propugnó así mismo en 2003 el Fondo Común para los Productos Básicos. Una definición más precisa de los objetivos y las estrategias y una mayor participación de los interesados permitirán a los OIPB aprovechar de manera más eficaz las iniciativas transversales en materia de productos básicos adoptadas por otros agentes internacionales e influir en ellas. Con mayor ambición y mejorando su eficacia, los OIPB deberían poder obtener de sus miembros un renovado apoyo.

Actuaciones propuestas por la UE

Respaldar el desarrollo de las estrategias de los PDDPB en relación con los productos básicos

La Comisión Europea y los Estados miembros deben respaldar a los PDDPB en la definición de estrategias referentes a los productos básicos y la integración de las mismas en las estrategias na-

cionales de desarrollo. Tal respaldo habrá de llevar aparejado, entre otras cosas, un análisis de la sostenibilidad, incidencia en la pobreza y necesidades de los sectores de productos básicos, así como la creación de la capacidad humana e institucional necesaria para asegurar la adopción de medidas flexibles y eficaces, y un apoyo a la participación de todos los interesados. Como primera medida, la UE deberá entablar, en el marco de las estructuras habituales de colaboración, un diálogo con los países dependientes de los productos básicos interesados en cooperar con vistas a la modernización o la diversificación de sus sectores de tales productos.

Propiciar la reforma de los organismos internacionales de productos básicos y de sus estrategias Sobre la base de los principios de Helsinki⁵, adoptados de común acuerdo entre la Comisión y los Estados miembros, la UE debe comprometerse a alentar la reforma de los OIPB con vistas a mejorar su funcionamiento.

En lo que respecta a los objetivos y funciones de los OIPB, la Comisión estima que éstos deben orientar en mayor medida su actuación hacia el desarrollo sostenible. Integrando con claridad las consideraciones de sostenibilidad ambiental y socioeconómica en su actual planteamiento centrado en el funcionamiento del mercado. Asimismo, estos organismos deberán prestar mayor atención a los interesados, tanto de los países productores como de los consumidores, y responder a los retos que actualmente presentan los mercados de productos básicos. En particular, deben intentar defender los intereses comunes de los distintos sectores (p.ej., mejora de la calidad), así como favorecer la transparencia y unas condicio-

nes de mercado competitivas, estimular la demanda genérica de un producto dado, y facilitar y supervisar proyectos que revistan particular interés para los PDDPB. Las sinergias que puedan existir con las estrategias nacionales en materia de productos básicos habrán de favorecerse.

En lo que se refiere a la adhesión a estos organismos y a su justificación, es preciso que los OIPB cuenten con el respaldo de un número de miembros y de interesados suficiente para justificar la existencia de un organismo intergubernamental independiente. Los OIPB no han de estar necesariamente amparados por un acuerdo internacional sobre el producto considerado, siempre que cuenten con un mandato definido de común acuerdo (véase el OIPB para el algodón). La UE debería replantear su adhesión a los OIPB tras evaluar la contribución de éstos al logro de los objetivos que se haya fijado en materia de desarrollo sostenible, y debería estudiar la posibilidad de retirarse de aquellos que sean escasamente relevantes, resulten poco eficaces o sean de tamaño excesivamente reducido. Por otra parte, al objeto de aumentar su visibilidad e impacto y de reducir los costes de administración, la Comisión propone la fusión de los OIPB que se ocupan de productos básicos afines: café y cacao; yute, bambú y caucho; cueros, pieles y carne PAO, etc.

En lo que atañe a la gestión, el papel de los gobiernos de los países miembros de los OIPB deberá centrarse sobre todo en la facilitación, lo que se aviene con la situación resultante, en los sectores de productos básicos, del abandono del intervencionismo previsto en los acuerdos sobre dichos productos y del colapso de los consejos de comercialización en los países productores. El funcionamiento del consejo de dirección habrá de

5- Los principios de Helsinki fueron adoptados por el Grupo del Consejo sobre productos básicos con ocasión de una reunión no oficial celebrada en dicha ciudad en 1999. EL COREPER tomó nota de las conclusiones de la reunión, con arreglo a las cuales: deben evitarse las intervenciones directas en el mercado, la experiencia positiva de los grupos de estudio internacionales debe reflejarse en la futura cooperación: las futuras formas de cooperación deberán, no obstante determinarse en función de cada caso: la eficacia de la cooperación intergubernamental deberá venir refrendada por una cuota mínima de producción y consumo; deberá atribuirse al sector privado un mayor protagonismo en el marco de la cooperación; han de racionalizarse las estructuras y procedimientos de decisión (simplificando las prácticas y requisitos administrativos excesivamente gravosos).

revisarse y racionalizarse. En lo posible, los gobiernos de los países miembros conferirán los poderes ejecutivos a personas competentes, que actúen con arreglo a una posición pactada. El consejo de dirección supervisará, orientará y facilitará la labor de la secretaría del OIPB. Los miembros y los representantes de todos los interesados se reunirán una sola vez al año a fin de evaluar los progresos realizados y debatir las orientaciones estratégicas.

Las secretarías de los OIPB han de ser austeras en términos de costes y efectivos. Los costes de personal deben adaptarse al nivel de los de las divisiones de las agencias especializadas de las Naciones Unidas. Por otra parte, las secretarías de los OIPB podrían subcontratar o desempeñar conjuntamente algunas funciones horizontales, como la gestión financiera, la difusión de información y la supervisión de proyectos. Las reformas deberían tender a evitar los procedimientos onerosos y favorecer la utilización de los modernos sistemas de comunicación, en particular de cara a las reuniones de los comités especializados.

HACER FRENTE AL DESCENSO DE LOS PRECIOS A LARGO PLAZO

Los precios de los productos básicos muestran una tendencia decreciente a largo plazo, fruto, fundamentalmente, de un importante aumento de la productividad, que ha permitido a los productores aceptar precios inferiores por sus productos. Otros factores han contribuido asimismo al aumento de la producción, entre ellos, la presión a que se hallan sometidos algunos países para obtener más divisas y la escasez de alternativas a tal fin; la devaluación de las monedas nacionales de numerosos países productores de productos básicos a raíz de la ejecución de programas de ajuste estructural; la incorporación de nuevas zonas a la producción; y las subvenciones a la producción concedidas en algunos países. La demanda de productos básicos no ha evolucionado en paralelo al incremento de la oferta.

La experiencia nos enseña que la intervención en el mercado internacional no permite resolver los desequilibrios estructurales del mercado de productos básicos agrícolas. No se dan las condiciones esenciales para que la intervención surta efecto y es improbable que vayan a darse en un futuro próximo. Así pues, los PDDPB habrán de encontrar otras maneras de contrarrestar el descenso de los precios.

Con frecuencia, las políticas aplicadas por los PDDPB en relación con los productos básicos no evitan, en medida suficiente, los elevados costes de producción y de transacción, que merman la competitividad de dichos productos en el plano internacional. La escasa envergadura de los mercados internos de la mayor parte de los PDDPB constituye otro obstáculo a la competitividad. Son numerosos los pequeños países en desarrollo en los que la aplicación de políticas creíbles y las economías de escala en la producción, la transformación y el suministro de insumos únicamente pueden lograrse en el contexto de entidades regionales más amplias. Sin embargo, las reformas de los mercados de estos países no han sido capaces de aprovechar las ventajas potenciales de la integración regional.

Políticas oportunas: aumentar la competitividad de los productos básicos y de la economía

Mejorar la capacidad de los productores y los servicios de apoyo A fin de hacer frente al descenso de los precios, los productores de productos básicos pueden tratar de reducir los costes medios, obtener primas de calidad, conquistar cuotas de mercados especializados, entablar relaciones con nuevos compradores y mejorar las condiciones contractuales. Para ello será preciso invertir en función de las oportunidades de mercado y no de la mera capacidad material de producción. Será necesario igualmente potenciar la capacidad de primera transformación, al objeto de mejorar la calidad de los productos y conferir-

les mayor valor añadido. Para que los productores y las empresas transformadoras puedan responder eficazmente a las exigencias del mercado habrá que mejorar la información y los servicios de asesoramiento, y fomentar el desarrollo de competencias, partiendo de una investigación constante. Los servicios de investigación y divulgación deberán estar mejor diferenciados en función de la situación y del tipo de organización de los productores destinatarios. La mayor parte de estos servicios se prestarían más adecuadamente a nivel regional, en razón de las economías de escala.

La mayoría de los agricultores, esto es, los que producen para el mercado general debería destinar sus inversiones a la reducción de los costes medios de producción y comercialización y/o a la obtención de primas de calidad. Los agricultores cuyo grado de organización y marco normativo lo permitan pueden suministrar parte de su producción a mercados especializados con un alto nivel de integración (origen geográfico, producción ecológica, comercio justo, etc.), lo cual exige una constante mejora de la calidad, posibilidades de contacto con nuevos mercados y, por lo que respecta a la producción ecológica, la adopción de la oportuna normativa. Los agricultores que puedan satisfacer requisitos rigurosos en materia de calidad, seguridad, procesos de producción, plazos de entrega, etc., podrían introducirse en el mercado (p. ej., el de minoristas internacionales) con una gama diversificada de productos, para lo que es fundamental una capacitación adecuada. Es imprescindible que todas las categorías de agricultores consoliden y potencien sus organizaciones, las organizaciones sectoriales de productos básicos, las asociaciones comerciales y las redes regionales. Ello facilitará el contacto con los compradores y el acceso a los servicios específicos que requieran los distintos agentes, y permi-

tirá agrupar la producción destinada al mercado en mayores volúmenes.

Asegurar infraestructuras esenciales en las zonas de producción de productos básicos Corresponde a los gobiernos nacionales garantizar la existencia de infraestructuras públicas (carreteras, telecomunicaciones, agua y electricidad), indispensables para la competitividad de los sectores de productos básicos, y la coordinación de las mismas a nivel regional. Para reducir los costes de transporte, principal componente de los costes de transacción, es indispensable contar con sistemas de transporte intrarregional y con una red adecuada de carreteras principales y secundarias de acceso a las zonas de producción y en el interior de dichas zonas. Asimismo, es fundamental disponer de sistemas de telecomunicaciones fiables, incluidos los de telefonía móvil, de cara a la difusión de información sobre precios, la ampliación de las redes de ventas y la organización de las operaciones comerciales. Además de la provisión de algunas de estas infraestructuras, incumbe al Estado la imposición de un marco legal que limite las situaciones de monopolio y la captación de rentas (rent seeking).⁶

Proseguir la reforma de las políticas a nivel macroeconómico La liberalización efectiva exige de los gobiernos el desempeño de nuevas funciones, entre ellas, las de permitir, facilitar, regular y supervisar las operaciones del sector privado. La adopción y aplicación de disposiciones legales y reglamentarias orientadas a reducir el coste y los riesgos de las actividades comerciales favorecerán, sin duda, la inversión, tanto nacional como extranjera. Los gobiernos deben establecer normas claras en lo que respecta a los acuerdos contractuales entre operadores del mercado y asegurar el cumplimiento de las mis-

6- Véase COM(2003)326 sobre La reforma de las empresas públicas en los países en desarrollo con especial atención a los servicios públicos: La necesidad de evaluar todas las opciones.

mas. Deben crear condiciones de competencia equitativas, transparentes y previsibles a través, por ejemplo, de la política fiscal y de la política de competencia, o mediante la imposición de requisitos mínimos de calidad de los productos y de obligaciones de índole laboral y ambiental en los procesos de producción. Interesa también adoptar medidas encaminadas a reducir los costes administrativos y los trámites burocráticos conexos a los procedimientos aduaneros, a la evaluación y certificación de la calidad, al arrendamiento o adquisición de tierras, etc. No cabe subestimar la importancia del control de calidad, ya que la inobservancia de las normas por un exportador puede dañar la reputación de todo un país y penalizar, por tanto, a los exportadores que satisfacen los requisitos. Asimismo, la imposición de exigencias nacionales más estrictas en materia de medio ambiente puede facilitar el acceso a los mercados de los países desarrollados, protegiendo, al mismo tiempo, el medio ambiente local y la salud pública. El diálogo entre los principales responsables del proceso de reforma permitirá determinar los obstáculos a la inversión y optimizar la secuencia de las reformas.

Desarrollar y aprovechar la integración regional La integración regional ofrece posibilidades inmejorables para aumentar la competitividad de los PDDPB, sobre todo de los más pequeños. La armonización de las especificaciones de los productos y el incremento de los volúmenes de operaciones y del número de proveedores puede contribuir al abaratamiento de los insumos. Asimismo, la integración amplía las posibilidades de comercialización de la producción, y de su distribución a las empresas transformadoras y los exportadores de mercados vecinos, de modo que se retenga valor en las regiones de producción. La mejora del entorno empresarial en el plano regional reviste la máxima importancia con vistas a estimular las inversiones en ámbitos tales como el de la transformación. Para obtener provecho de

estas ventajas potenciales, deberá ponerse mayor empeño en eliminar las barreras, arancelarias o de otro tipo, que afectan a los productos, los servicios y las personas. Pero también es necesario intensificar la integración, especialmente en lo que respecta a la convergencia de las políticas y normativas nacionales, la creación de redes comunes de transporte regional y la adopción de normas comunes o armonizadas.

La creación de bolsas regionales de productos básicos contribuiría a mejorar el funcionamiento del mercado de dichos productos. Hasta ahora, en el África subsahariana las experiencias nacionales en este sentido no han dado resultados satisfactorias, debido, entre otras cosas, a lo reducido del mercado. La existencia de bolsas regionales de productos básicos puede contribuir a la transparencia del mercado, a la reducción de los costes de transacción, a una mejor definición de las normas de calidad y a una mayor disciplina del mercado, que favorezca, entre otras cosas, el cumplimiento de los contratos.

Acciones propuestas por la UE

Apoyar la aplicación de estrategias en relación con las cadenas de productos básicos La UE -Comisión y Estados miembros- deberá respaldar la aplicación de estrategias referentes a los productos básicos, en el contexto del apoyo brindado a los distintos países y a través de los oportunos instrumentos de desarrollo a largo plazo. En lo que respecta a la CE, pueden utilizarse a tal efecto los fondos previstos actualmente en los programas indicativos nacionales y regionales con cargo al Fondo Europeo de Desarrollo (FED). La revisión intermedia de las estrategias nacionales y asignaciones programadas correspondientes a los distintos países ACP, que tendrá lugar en 2004, brindará a los referidos países la posibilidad de revisar, en colaboración con la Comisión Europea, las actuales prioridades de financiación y, en su caso, de conceder mayor prioridad a determinados ámbitos relacionados con los productos bá-

sicos, como la agricultura y el desarrollo rural, teniendo presente el previsto incremento de la dotación global para los países que presenten una evolución particularmente satisfactoria. En principio, será también posible prestar una ayuda limitada aun cuando el desarrollo rural o la agricultura no constituyen sectores prioritarios en la programación rural.

Desarrollar servicios regionales de apoyo La UE -Comisión y Estados miembros- deberán respaldar las iniciativas en favor del desarrollo de los productos básicos emprendidas a nivel regional, como, por ejemplo, redes regionales de organizaciones de agricultores, organizaciones sectoriales de productos básicos, asociaciones profesionales, servicios orientados al fomento de la calidad (ensayo y certificación, información sobre el mercado), tecnología relacionada con las cadenas de productos e investigación con vistas al desarrollo del mercado, coordinación en el suministro de infraestructuras tales como redes de transporte, o fomento de la inversión.

Apoyar los acuerdos de colaboración económica celebrados con los países ACP La CE está firmemente resuelta a favorecer la integración regional de los PDDPB, por considerar que puede resultarles enormemente beneficiosa. Las negociaciones con los países ACP en torno a los acuerdos de colaboración económica (ACE) constituirán uno de los principales instrumentos para propiciar tal integración. En ellas se abordarán los aspectos atinentes a las relaciones comerciales de dichos países, tanto con la UE como entre sí, entre ellos, la exportación de productos básicos. Los problemas que está previsto tratar abarcan desde el acceso al mercado hasta las normas con incidencia en el comercio, incluidas las sanitarias y fitosanitarias, a las que los países ACP conceden particular importancia. Las actividades conexas de cooperación al desarrollo permitirán a los países ACP servirse de este marco para alen-

tar la integración regional y el comercio, así como el desarrollo de los sectores de productos básicos. La Comisión, en colaboración con sus socios ACP, se esforzará por garantizar que en las negociaciones de los ACE se conceda al problema de la dependencia de los productos básicos la atención que merece.

Más del 30 % de las dotaciones financieras destinadas a los países ACP al amparo de los programas indicativos regionales se ha reservado ya para el fomento del comercio y la integración regional. A ello vienen a añadirse otros fondos, asignados al amparo de los programas nacionales y de los correspondientes al conjunto de países ACP. Se estima que, globalmente, los programas comunitarios destinarán al comercio y la integración regional más de 600 millones de euros. La CE llevará adelante dichos programas y los reforzará, en su caso, en el contexto de los ACE.

GESTIONAR LOS RIESGOS RELACIONADOS CON LOS PRODUCTOS BÁSICOS Y OBTENER FINANCIACIÓN

Los mercados liberalizados de productos básicos agrícolas tienden a caracterizarse por la alternancia de precios en alza durante períodos breves (pocos años) y precios a la baja durante períodos más largos. Dentro de tales ciclos se registra también una gran volatilidad, la cual genera incertidumbre y merma la voluntad y la capacidad de invertir de los agricultores. La volatilidad puede también generar inseguridad para otros agentes de la cadena de valor, intensificando así la presión a la baja sobre los precios.

La liberalización de los mercados agrícolas en los países en desarrollo, que ha supuesto la supresión de los consejos de comercialización, ha dejado a los agricultores más expuestos a los riesgos de mercado y ha acentuado su necesidad de financiar los insumos por sí mismos. La frecuente renuencia de los bancos a conceder préstamos

al sector agrario, que se considera un sector de riesgo, puede impedir a los empresarios perfeccionar la tecnología y mejorar la producción, así como financiar los insumos y la comercialización y transformación de sus productos.

Las fluctuaciones de los precios de los productos básicos afectan también a los gobiernos, ya que inciden en los ingresos fiscales y reducen la capacidad de mantener la provisión de servicios básicos. Asimismo, aumentan la presión sobre las reservas de divisas y sobre la moneda nacional, lo que hace menos sostenible el servicio de la deuda y encarece las importaciones, en términos relativos.

La financiación compensatoria ha constituido una herramienta importante con vistas a proteger a los países en desarrollo y a los productores de los peores efectos derivados de la volatilidad de precios e ingresos. Sin embargo, pese a los considerables recursos que se han canalizado por esta vía, se han experimentado dificultades, especialmente en lo que respecta a los porcentajes de desembolso, dificultades que han mermado el efecto previsto de corrección del ciclo. Parece claro ahora que deberá recurrirse a otros instrumentos para mitigar las consecuencias de la volatilidad, tanto entre los productores como en lo macroeconómico.

Políticas oportunas: desarrollar instituciones e instrumentos

A fin de mejorar el acceso a la financiación, es necesario prever, respecto de los créditos al sector agrario, garantías más seguras que limiten el riesgo de impago. Algunos de los nuevos planteamientos al respecto propugnan la constitución de garantías líquidas (frente a garantías sobre activos fijos, como terrenos, maquinaria, etc.).

Tales garantías podrían consistir en resguardos de almacén⁷, contratos a más largo plazo o instrumentos de gestión de riesgos. Para que los bancos locales accedan a conceder préstamos contra resguardos de almacén, es precisa la presencia de un tercero que gestione la garantía de manera fiable y asequible, así como la existencia de una normativa al respecto que ampare los derechos del titular de la garantía y limite el riesgo de crédito. La consolidación de los servicios de gestión de garantías puede tener un impacto considerable sobre el desarrollo, pues las técnicas utilizadas pueden aplicarse a toda una gama de productos, como productos agrícolas, piezas de recambio o abonos. Podrían potenciarse asimismo los créditos para la adquisición de insumos, mediante la creación de un nexo entre los mercados de dichos insumos y aquéllos a los que va destinada la producción. Otro posible planteamiento para la aportación de capital a los productores locales consistiría en alentar a los bancos a conceder, en colaboración con instituciones financieras internacionales y multilaterales, préstamos avalados por contratos de exportación. En algunas zonas, podrían preverse además programas de microcréditos en favor de la agricultura.

Los seguros de mercado contra los riesgos conexos a los productos básicos pueden ofrecer a los productores y comerciantes una cobertura frente a los efectos de las fluctuaciones de precios o de las catástrofes naturales durante una campaña determinada. En el marco de la iniciativa del Banco Mundial referente a la gestión de los riesgos relacionados con los productos básicos (GRP), se está llevando a cabo una comprobación de la viabilidad de las opciones de venta⁸ en los PDDPB, y se están examinando otros instru-

7- Los resguardos de almacén corresponden a determinadas cantidades de productos básicos que el prestatario ha depositado en manos de un tercero.

8- En una operación de cobertura del riesgo de precio con opciones de venta, el pagador paga una prima para asegurar un determinado precio (precio de ejercicio) en una fecha específica en una bolsa internacional de productos básicos. Si en la fecha convenida el precio del producto en dicha bolsa es inferior al de ejercicio, el suscriptor del seguro recibirá una indemnización. Si el precio es superior, el productor venderá al precio de mercado, pero perderá la prima.

mentos No obstante, para llegar a ser efectivas, este tipo de herramientas han de implantarse a escala suficiente para suscitar el interés de los proveedores de fondos, por lo que resulta indispensable explorar cauces de distribución que permitan ampliar su alcance y reducir los costes administrativos. Es necesario asimismo desarrollar la capacidad de los compradores potenciales de estos instrumentos (bancos, cooperativas, etc.) y alentar a los proveedores internacionales de fondos a entablar relaciones con los PDDPB. Los seguros contra el riesgo conexo a los productos básicos pueden, además, reducir el riesgo de crédito, si se incita a los bancos locales a integrar este servicio en la cartera de servicios destinados al sector de productos básicos. Conviene señalar, no obstante, que estos instrumentos de cobertura no están concebidos para indemnizar a los agricultores por las caídas de precios que se prolongan en el tiempo.

Los gobiernos de los PDDPB han de encontrar fórmulas para gestionar la vulnerabilidad macroeconómica que se deriva de su dependencia, tanto en lo que respecta a los ingresos fiscales como a la estabilidad de los tipos de cambio y de la balanza de pagos. Una forma de reducir la vulnerabilidad fiscal puede consistir en ampliar la base impositiva -no limitándola a los productos básicos-, aumentar la eficacia de la recaudación de impuestos y desarrollar políticas fiscales orientadas a corregir el ciclo. Se trata, con todo, de reformas cuyos resultados sólo se hacen patentes a largo plazo. La corrección de los efectos de la volatilidad de precios sobre la balanza de pagos presenta aún mayor dificultad.

La mayoría de los PDDPB necesita tener acceso a instrumentos de seguro (cobertura) a fin de atenuar el impacto macroeconómico de toda coyuntura adversa. Son varios los instrumentos a los que podría recurrirse en sustitución, al menos parcialmente, de los actuales mecanismos compensatorios de alcance macroeconómico de los donantes internacionales. En el supuesto de

que el precio del producto básico de exportación descendiese por debajo de un determinado nivel asegurado, tales seguros garantizarían, en contrapartida del pago de una prima, un volumen dado de ingresos presupuestarios y divisas. Pueden cubrirse asimismo otros riesgos, tales como fenómenos climáticos específicos que afecten a la producción. Los sistemas de cobertura de los ingresos de exportación pueden hacerse extensivos a los productos básicos esenciales importados, por ejemplo, petróleo, granos e insumos agrícolas.

Acciones propuestas por la U E

Facilitar el acceso de los productores a los seguros contra los riesgos relacionados con los productos básicos y a la financiación de los intercambios comerciales La UE apoyará, al mismo tiempo, el desarrollo y la utilización experimental de una serie de nuevos instrumentos financieros y de seguro en favor de los distintos operadores de la cadena de productos básicos, incluidos los productores. Tras los alentadores resultados de ciertas iniciativas piloto relativas a la gestión de los riesgos conexos a los productos básicos, se trata ahora de ampliar tales iniciativas hasta alcanzar un nivel de demanda efectiva que atraiga la atención de los proveedores internacionales de dichos instrumentos de manera perdurable. La financiación de los intercambios comerciales podría integrarse en la iniciativa de GRPB.

Desarrollar herramienta de gestión de crisis a nivel macroeconómico La UE respaldará la utilización experimental, a nivel macroeconómico, de instrumentos de seguro basados en el mercado para atenuar los efectos de los fuertes descensos de los precios de productos básicos. Será preciso, entre otras cosas, determinar el marco normativo internacional necesario para la utilización de tales instrumentos. La comunidad internacional deberá asimismo considerar la posibilidad de cofinanciar, con carácter temporal, las primas correspondientes a este tipo de seguros, alentándose, al mismo tiempo, a

las oportunas disposiciones internacionales. En este sentido, la UE deberá ayudar a los PDDPB a establecer mecanismos de seguridad que permitan canalizar recursos a quienes se vean afectados por la caída de los precios de productos básicos.

En conjunción con la comunidad internacional, la UE, deberá seguir estudiando formas alternativas de préstamo, que reduzcan el peso del servicio de la deuda para los PDDPB cuando disminuyan los ingresos de exportación. Entre las posibilidades abiertas a este respecto, puede contemplarse la concesión de préstamos vinculados a productos básicos o de préstamos en moneda local; la integración, en los actuales instrumentos de las instituciones financieras internacionales, de un componente de gestión de las caídas de precios de productos básicos, o la creación de sinergias con la financiación compensatoria consistente en ayudas no reembolsables.

Mejorar el acceso al Flex, instrumento de compensación de la UE Con motivo de la entrada en vigor del Acuerdo de Cotonú entre la UE y los países ACP, se creó el Flex, nuevo instrumento destinado a indemnizar a los países por los súbitos descensos de ingresos de exportación. El Flex proporciona a los países ACP recursos presupuestarios adicionales con vistas a sostener las políticas y reformas macro-económicas y sectoriales que pueden peligrar a raíz de una reducción de los ingresos de exportación.

Las primeras experiencias con el Flex han revelado que varios países que registraron pérdidas significativas en sus ingresos de exportación no pudieron acogerse a la indemnización. La Comisión tiene intención de proponer, en el Consejo de Ministros ACP-CE, que se celebrará en mayo de 2004, las modificaciones del anexo II del Acuerdo de Cotonú que procedan a fin de prever la aplicabilidad de las nuevas condiciones respecto de situaciones ya registradas en 2003. La revisión del Acuerdo de Cotonú presentará asimismo una oportunidad de replantear los mecanismos de apoyo a los PDDPB. Ante lo limitado de los recur-

sos que la Comisión ha destinado al Flex, conveniría que los Estados miembros complementasen dicho mecanismo de financiación mediante apoyo presupuestario.

Los PDDPB podrían estudiar la posibilidad de destinar recursos del Flex a la aplicación de estrategias nacionales en relación con las cadenas de productos básicos. En los sectores de producción que hayan dejado de ser competitivos a raíz de los cambios estructurales registrados en los mercados mundiales de productos básicos, los PDDPB podrían elaborar asimismo programas a largo plazo orientados a facilitar a los agricultores una transición a otras actividades rurales.

DIVERSIFICAR LA PRODUCCIÓN, NO LIMITÁNDOLA A LOS PRODUCTOS BÁSICOS TRADICIONALES

Los PDDPB exportan, sobre todo, una reducida gama de productos básicos primarios sin gran valor añadido. Esta situación genera vulnerabilidad, tanto a nivel macroeconómico como en lo que atañe a los productores, y supone una renuncia a la posibilidad de retener más valor y, por ende, mayores ingresos, en los países de producción. Si bien se considera, en general, que la diversificación solventaría ambos problemas, la elaboración y aplicación de una estrategia al respecto constituye una tarea compleja.

Los más pequeños de los países productores de productos básicos, por ejemplo, se hallan en situación de desventaja en lo que respecta a la (segunda) transformación de productos básicos tradicionales. La ausencia de mercado interno y el elevado nivel de riesgo percibido hacen que sea escaso el número de empresas, nacionales o extranjeras, dispuestas a realizar las inversiones necesarias. Como se ha señalado en el capítulo 3, a corto plazo se requiere otro tipo de planteamientos que permitan añadir valor a los productos básicos tradicionales e incrementar los márgenes.

La mayor parte de los países en desarrollo se enfrenta, además, a importantes obstáculos a la

hora de diversificarse hacia actividades o productos básicos no tradicionales, entre ellos, los siguientes: a) la falta de experiencia/conocimientos en lo que respecta a la producción y comercialización de productos básicos no tradicionales en los mercados internacionales; b) la carencia de servicios financieros que atiendan a las nuevas actividades productivas o el coste de dichos servicios; c) la ausencia de infraestructuras públicas; d) marcos jurídicos y normativos insuficientes; e) la falta de acceso a materias primas nacionales y a tecnología de tipo internacional; f) la escasez de la demanda nacional, y g) determinadas normas comerciales. La inclinación de los exportadores por los productos básicos tradicionales obedece a que se dispone, al respecto, de información sobre el mercado; los costes de transacción son relativamente bajos; se conoce a los compradores extranjeros, y puede contarse con servicios de apoyo, aun en los PMA. El nivel de riesgo es uno de los factores determinantes de la implicación del sector privado.

Con todo, las fuentes de ingresos complementarias constituyen un sistema de seguridad para muchos agricultores y campesinos del sector de los productos básicos. En consecuencia, toda estrategia orientada a limitar la vulnerabilidad de los productores de productos básicos en un plazo razonable habrá de fomentar la diversificación efectiva de sus medios de subsistencia a escala local. Por otra parte, como se ha señalado anteriormente, aun si se intensifica el apoyo prestado a los sectores de productos básicos, algunos productores serán incapaces de hacer frente a la tendencia decreciente de los precios, y solicitarán ayuda a los gobiernos de los PDDPB para orientarse hacia otras actividades.

Políticas oportunas: mejorar la capacidad de los gobiernos para apoyar la diversificación

El papel de los gobiernos en el fomento de un crecimiento diversificado es crucial, y debe plas-

marse no sólo en la creación del marco necesario para la concretización de actividades económicas alternativas, sino también en la adopción de decisiones estratégicas en colaboración con los principales interesados, y el respaldo de las mismas mediante políticas específicas y estables.

Las decisiones estratégicas, que no necesariamente suponen una elección entre opciones mutuamente excluyentes, exigen, cada una, políticas de apoyo específicas que absorberán recursos considerables, lo que representa una importante limitación en muchos PDDPB. En la práctica, pues, la elección de tales políticas será mucho más difícil de lo que cabría pensar a primera vista.

Es evidente la necesidad de mejorar la capacidad de los gobiernos nacionales y las Administraciones locales de los PDDPB de evaluar los puntos fuertes, las deficiencias y el potencial de sus sectores productivos, actuales o futuros, así como de sustentar dichos sectores adecuadamente. Resultaría útil el intercambio de información entre países en lo que se refiere, por ejemplo, a las posibles maneras de utilizar de modo provechoso los sectores de productos básicos o de explotar los puntos fuertes y subsanar las deficiencias concretas de los distintos PDDPB, así como en lo que respecta a la experiencia adquirida en relación con la secuencia de las reformas. Como se ha señalado en el capítulo 3, al ampliar el tamaño del mercado, tanto en lo que respecta a los insumos como a la producción, y reducir el riesgo de inversión por otras vías, la cooperación e integración regionales favorecerán el progreso.

Acciones propuestas por la UE

Asesorar a los gobiernos en sus decisiones La UE deberá ofrecer asistencia técnica que oriente las decisiones estratégicas de los gobiernos de los PDDPB, contribuyendo al análisis de las condiciones y limitaciones concretas de dichos países y del potencial de crecimiento y diversificación de los medios de subsistencia de cada uno de ellos, así como las posibilidades que brinda la

existencia de una o varias cadenas de productos básicos agrícolas relativamente sólidas. Por lo demás, podrían desarrollarse instrumentos específicos de apoyo a las decisiones estratégicas. A título de ejemplo, la Comisión promueve actualmente el desarrollo de una metodología para evaluar la competitividad potencial de los sectores nacionales del café, y sus posibilidades de diversificación.

La UE deberá alentar una amplia participación de los posibles "agentes de la diversificación" - sean éstos productores locales, exportadores, o inversores regionales o internacionales- en la adopción de las decisiones estratégicas. En este contexto, es importante la sensibilización a la dimensión de género. En efecto, la presencia de mujeres es mayoritaria en muchas de las actividades no agrícolas con potencial de desarrollo, entre ellas, las de transformación y elaboración de alimentos, confección de prendas de vestir, comercio y numerosos servicios, y sus aptitudes podrían resultar provechosas de cara al crecimiento y la diversificación.

Apoyar le crecimiento rural La UE deberá contribuir a la aplicación de las estrategias de diversificación y crecimiento los PDDPB, en particular, favoreciendo la integración de sectores productivos en los DELP. También a este respecto, será fundamental que exista una coordinación entre los gobiernos, los inversores y los donantes, aspecto, éste, en el que la UE deberá poner particular empeño.

Las medidas encaminadas a incrementar las posibilidades de diversificación de los medios de subsistencia de los productores habrán de inscribirse, en gran medida, en el marco del desarrollo rural. En consecuencia, las estrategias de la UE en materia de desarrollo rural deberán atender, de manera creciente, a los problemas que plantea la globalización, la concentración y la integración de los mercados, los condicionantes del mercado internacional, las normas comerciales, etc. Es importante, además, se preste particular apoyo a los productores que se vean obligados a

abandonar la producción de productos básicos tradicionales. Las perspectivas de desarrollo de los mercados alimentarios locales, nacionales y regionales merecen especial atención, en particular en lo que respecta a los países de renta baja con déficit alimentario (categoría, esta, que engloba casi todos los países con fuerte dependencia del café y del algodón, y muchos de los países dependientes del cacao). La UE está decidida a ayudar a los gobiernos a determinar las causas de la escasa producción alimentaria y a crear las condiciones que permitan subsanar la situación. En este sentido, será indispensable vigilar la incidencia de las políticas internacionales en materia comercial y agrícola.

Intensificar el apoyo al sector privado La UE reconoce el papel crucial que ha de desempeñar el sector privado en el crecimiento, el desarrollo y la diversificación de los PDDPB. Tanto la Comisión como los Estados miembros disponen de una amplia gama de instrumentos destinados al desarrollo del sector privado, que resultarán de utilidad para sustentar la aplicación de las estrategias de los PDDPB y de cuya existencia deberán informarse mutuamente.

Las ayudas de la CE se canalizan, en gran medida, a través de instrumentos horizontales a los que el sector privado tiene acceso directo (y no a través de los programas indicativos nacionales). El Banco Europeo de Inversiones desempeña un papel particularmente importante a este respecto, ya que gestiona el mecanismo de inversión financiado por el FED, con una dotación de 2.200 millones de euros, y contribuye, con 1.700 millones de euros procedentes de sus recursos propios, a la financiación de proyectos de inversión en los países ACP.

Es fundamental que la UE ponga el máximo empeño en garantizar la coherencia y la complementariedad, así como la existencia de sinergias, tanto de los referidos instrumentos horizontales entre sí como de dichos instrumentos con las ayu-

das programables. En lo que atañe a los países ACP que forman parte de los PDDPB, convendrá prestar particular atención a los factores que condicionan la liberación de fondos del BEL. Así, por ejemplo, dado que la evaluación del riesgo constituye un criterio de selección importante en los préstamos que concede el BEI, deberán tomarse en consideración las políticas de los poderes públicos de cara a la concesión de tales fondos. La UE deberá apoyarse en la experiencia del BEI a la hora de evaluar los riesgos que comportan las inversiones en los PDDPB.

LOGRAR UNA INTEGRACIÓN ADECUADA EN EL SISTEMA COMERCIAL INTERNACIONAL

Las reglas comerciales internacionales desempeñan un papel importante para los PDDPB y los productores de productos básicos al permitir o limitar las exportaciones de los productos básicos primarios y los productos de diversificación, las reglas sobre ayuda nacional, competencia de la exportación y acceso al mercado influyen en las oportunidades de los productores de productos básicos, al igual que las medidas y normas y otras reglamentaciones técnicas. En algunos casos la regla constituye una fuente de problemas. En otros, la verdadera cuestión es la capacidad para atender a la regla o hacer uso de ella.

El apoyo público a la agricultura puede cumplir los legítimos objetivos del país subvencionador, como la cohesión social, la protección del medio ambiente y el desarrollo rural. No obstante, cuando se vinculan con la producción, las subvenciones pueden llevar a un exceso de producción. La producción excedentaria a menudo consigue llegar al mercado mundial, influyendo en los precios y en las posibilidades de producción para otros productores. Los PDDPB tienden a ser más vulnerables que otros a dicho impacto, y menos capaces de protegerse contra esta situación.

Los PDDPB se benefician habitualmente de regímenes preferenciales de importación. Por ejemplo, el presente régimen de importación de la UE, previsto por el Acuerdo de Cotonú, concede un acceso preferencial a los países ACP y la iniciativa UE "Todo excepto las armas" (TEA) proporciona un acceso libre de derechos y de contingentes a todos los productos de los PMA, excepto las armas (con períodos de incorporación progresiva para el azúcar, el arroz y las bananas). Con todo, las barreras arancelarias restringen las oportunidades de exportación para determinados productos y determinados países. La subida de los aranceles es un tema que preocupa a varios PDDPB por lo que respecta a ciertos productos, ya que puede hacer que les resulte más difícil exportar productos con valor añadido que materias primas, por lo que puede constituir un obstáculo para el desarrollo de una industria local. Por otra parte, el acceso preferencial al mercado no ha sido siempre aprovechado de manera efectiva. Por ejemplo, sólo el 50 % de los productos importados en la UE de aquellos de sus países socios en desarrollo que teóricamente pueden beneficiarse de las preferencias⁹ con arreglo al Sistema de Preferencias Generalizadas (SPG) se acogen de hecho a ellas. Existen diversas razones para ello.

La utilización del SPG se ve afectada por las condiciones vinculadas a las preferencias. Las dificultades para cumplir los requisitos administrativos y de contenido de las normas de origen pueden restringir su uso. Aunque el SPO dispone de una flexibilización de estas normas (acumulación con insumos comunitarios o regionales), a menudo los insumos requeridos para los productos facturados proceden de proveedores que no tienen derecho a la acumulación con los beneficiarios. Los países exportadores también pueden tener dificultades para cumplir otros requisitos de entrada en el mercado, en particular las medidas

9- TEA es una preferencia especial con arreglo al SPG, por lo que está incluido en esta cifra.

sanitarias y fitosanitarias. Las normas oficiales y públicas no son la única dificultad potencial. Las normas del sector privado y los requisitos de calidad de los grandes minoristas y los operadores comerciales pueden ser mayores.

Por último, el acceso a los mercados de los países desarrollados no es el único motor del desarrollo. Si bien dichos mercados pueden ser más productivos, son más complejos y requieren imponer normas técnicas y sanitarias sumamente rigurosas, que no todos los países en desarrollo pueden cumplir fácilmente. Las perspectivas de crecimiento de la demanda de estos mercados son a menudo escasas y la competencia es muy intensa. Por otra parte, los mercados regionales de los países en desarrollo ofrecen a menudo la oportunidad de ampliar considerablemente los mercados. No obstante, las barreras arancelarias y no arancelarias entre los PD a menudo restringen seriamente el comercio regional, desalentando la inversión necesaria para el crecimiento y la diversificación.

Políticas oportunas: maximizar las oportunidades para los PDDPB en el sistema comercial multilateral

Toda una serie de temas relacionados con el comercio y vinculados a los PDDPB están en juego en las actuales negociaciones de la OMC, particularmente en lo relativo a la agricultura. Para cumplir los objetivos de desarrollo de la Ronda de Doha, la comunidad internacional tendrá que mostrarse particularmente receptiva a los puntos de vista y las propuestas de los países más pobres, y buscar acuerdos que incrementen las perspectivas de la lucha contra la pobreza y el crecimiento.

Habrà que atender en las negociaciones a los problemas relativos a las subvenciones, centrándose en la reducción o la eliminación de las que más distorsionen el comercio, especialmente las que afecten a los países en desarrollo. Tal como ya lo establece la UE, deberá también garantizarse a los PMA el acceso libre de derechos y de

contingentes a todos los mercados de los países desarrollados y a los mercados de los países desarrollados más avanzados. El acceso preferencial al mercado para los demás países en desarrollo es también importante. Los países industrializados deberán adoptar una actitud de apoyo al tratamiento favorable de los productos que resulten de particular importancia para las PDDPB: productos básicos tradicionales, tanto en bruto como transformados, y productos de importancia de cara a la diversificación. Este es el motivo por el cual la UE propone reducir sustancialmente la subida de los aranceles en el marco de las negociaciones de Doha, tanto en el sector agrario como en el industrial. También deberá garantizarse el acceso a un mecanismo efectivo de salvaguardia. Ello es particularmente importante para los países y las regiones que buscan la diversificación a través de la promoción de productos agroalimentarios para los mercados locales y regionales.

La reducción de los márgenes preferenciales, que sin duda seguirán al avance de la liberalización del comercio multilateral, han causado preocupación por lo que respecta a muchos PDDPB. Tal como se indica más adelante, la UE atiende seriamente a estos problemas, pero considera que ello no debe utilizarse como excusa para frenar los avances en un grupo de productos mucho más extenso.

Las negociaciones deberán garantizar que la elaboración de normas internacionales mantenga los márgenes de que disponen los gobiernos de los PDDPB para formular políticas comerciales y estrategias de inversión que contribuyan a sus objetivos de desarrollo. Se requiere aclarar la flexibilidad inherente a determinadas normas del sistema comercial multilateral para garantizar que no se minen los objetivos legítimos de desarrollo. Con todo, sólo se obtendrán logros en lo tocante al desarrollo si los propios PD, especialmente los más desarrollados, contribuyen al proceso de liberalización de manera proporcional a su nivel de desarrollo.

La UE se declara a favor de mejorar las reglas, y considera que los PDDPB también podrían verse beneficiados si la OMC llegara a un consenso sobre la ampliación de la protección suplementaria para las indicaciones geográficas, actualmente circunscrita a los vinos y licores a otros productos, incluidos los productos básicos (por ejemplo, té de Ceilán, café de Jamaica, etc.). Hay sobradas pruebas de que las indicaciones geográficas contribuyen a favorecer la diferenciación del mercado, lo que lleva a un aumento de los precios de los productos considerados. En consecuencia, las reglas de la OMC deberán salvaguardar la reputación de los productos contra la competencia desleal y las imitaciones y su reconocimiento por los consumidores.

Al final, como reconocidos por la declaración de Doha, los esfuerzos de la OMC deberían ser acompañados por una asistencia técnica al nivel comercial, tanto como por acciones de ayuda específicas.

Medidas propuestas por la UE

Obtener un resultado favorable al Desarrollo en el programa de Doha para el desarrollo (P.D.D) La UE se ha comprometido a obtener un resultado significativo y favorable al desarrollo en las actuales negociaciones en relación con el PDD. Es preciso intensificar los esfuerzos para garantizar que se atienda adecuadamente a las necesidades de los países más desaventajados en el sistema de comercio multilateral incluidos los PDDPB, especialmente por lo que respecta a la agricultura. Debe llegarse a un resultado de las negociaciones sobre agricultura que apoye a estos grupos de países y a sus productores, entre otras cosas, mediante la reducción de ayudas a las exportaciones y las subvenciones nacionales que perturban el comercio. Para conseguir este resultado, las negociaciones deben reanudarse en serio, empezando con un análisis realista de los productos que revisten interés para los PD de cara a iniciar el proceso.

La reanudación fructífera del FDD supone una activa participación por los gobiernos de los PD en la elaboración de reglas internacionales, basadas en argumentos adecuadamente documentados y formulados. Numerosos gobiernos de PDDPB poseen una escasa capacidad a este respecto. La CE se ha comprometido a seguir proporcionando apoyo para atender a la situación.

Supervisar el impacto exterior de las políticas agrícolas En el ámbito interior, la CE efectuará reformas agrarias, sin dejar de buscar sistemas de apoyo que eviten la distorsión del comercio. Seguirá supervisando los impactos de sus políticas de apoyo interior, y se ha comprometido a incrementar la coherencia entre las políticas orientadas a solventar los problemas internos y las políticas de desarrollo. La prosecución del proceso de reforma interior ayudará a dar un nuevo impulso a las ambiciosas negociaciones en la OMC.

Maximizar el acceso al mercado de la UE para los PDDPB La mayoría de los países dependientes de los productos básicos son, bien PMA, bien países ACP, bien ambos, por lo que gozan de aranceles preferenciales en la mayor parte o en la totalidad de sus transacciones comerciales con la UE. En cuanto a los países ACP, los Acuerdos de colaboración económica (ACE) proporcionan una oportunidad de avanzar a partir de las preferencias existentes y de seguir mejorando las condiciones de acceso.

No obstante, cabe hacer más para garantizar el acceso al mercado para los demás PDDPB. La UE deberá revisar su actual SPG en 2006. Las necesidades concretas de los PDDPB deberán tenerse en cuenta en esta revisión. En particular, el incentivo especial concedido al amparo del SPG a los países que se esfuerzan por combatir el tráfico de drogas concede actualmente aranceles muy reducidos o nulos a numerosos países dependientes de productos básicos de Centroamé-

rica y Sudamérica¹⁰ No obstante, la India ha presentado objeciones a este régimen en la OMC. Sea cual sea la resolución del actual grupo especializado, la UE, procurará mantener elevados niveles de acceso para los actuales beneficiarios, a la luz de las conclusiones del informe del grupo especializado.

Por lo que respecta a las normas de origen, la UE está considerando actualmente si sus normas y su gestión requieren una revisión en el contexto de la incipiente división internacional del trabajo, y tendrá en cuenta las necesidades de los PDDPB en esta deliberación. Por lo que respecta a la erosión de las preferencias, la Comisión admite que puede haber determinados sectores y países a los que una mayor liberalización multilateral podría causar dificultades. La Comisión considera que estas dificultades, en caso de producirse, deberán ser examinadas caso por caso mediante un apoyo al ajuste, en coordinación con otros donantes bilaterales y multilaterales. Las nuevas preferencias, que deberán ser concedidas particularmente por los países en desarrollo más avanzados, también podrían mitigar el impacto de la erosión de las actuales preferencias.

Apoyar los esfuerzos de los PDDPB para mejorar su acceso al mercado La UE se ha comprometido a mejorar la utilización de las preferencias, incluso mediante una mayor sensibilización sobre su existencia. La UE acaba de poner en marcha un servicio de asistencia en <http://export-help.cec.eu.int>, para garantizar que los PD dispongan de un fácil acceso a los datos sobre aranceles, normas de origen y estadísticas sobre el comercio. La UE ampliará sus operaciones en un futuro próximo para que incluyan información sobre la fiscalidad interna de la UE y los requisitos de exportación específicos para cada producto.

No obstante, la sensibilización acerca de estos requisitos no garantiza su cumplimiento. Las normas aplicables en los mercados de los países desarrollados, particularmente las NSF, pueden ser considerablemente más estrictas que en los mercados de los PDDPB. La UE está proporcionando apoyo para ayudar a los PDDPB a desarrollar sus capacidades en este ámbito, pero se requerirá una actuación más decidida.

REFORZAR LAS PRÁCTICAS EMPRESARIALES Y LAS INVERSIONES SOSTENIBLES EN LOS PDDPB

Las empresas y los minoristas internacionales de productos básicos desempeñan un papel fundamental de cara al futuro de los sectores de estos productos. Principalmente, son ellos quienes poseen el poder real en las cadenas de productos básicos, situación que se ve reforzada por la actual concentración existente entre los compradores de dichos productos y la fragmentación paralela existente entre los productores. Los empresarios locales no pueden a menudo competir eficazmente con estas grandes empresas consolidadas, mientras sigan siendo independientes, y tienden cada vez más a vincularse con estas empresas, en calidad de filiales, agentes o socios de empresas en participación. Como tales, también ellos dependen cada vez más de las políticas societarias de las empresas multinacionales (EMN).

Por otra parte, las empresas transformadoras de productos básicos y las cadenas de minoristas se integran cada vez más en la cadena de productos básicos, para garantizar el acceso estable al suministro, controlar mejor la cadena y poder rastrear sus productos hasta los niveles de producción. También se muestran cada vez más interesados en integrar las consideraciones de

10- El régimen referente a las drogas abarca Bolivia, Colombia, Costa Rica, Ecuador, Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua, Pakistán, Panamá, Perú y Venezuela. Se proporciona acceso al mercado libre de derechos para 3665 productos, a los que el SPG general concede reducciones arancelarias. Por otro parte, 316 productos incluidos en el SPG correspondiente a las drogas no se hallan incluidos en los acuerdos generales.

sostenibilidad —las condiciones socioeconómicas y ambientales de los productores— en sus operaciones empresariales. Esta integración vertical ofrece oportunidades a los productores. Ofrece la posibilidad de conseguir primas por "buenas" prácticas de producción, y puede reducir la vulnerabilidad permitiendo a los productores celebrar contratos a más largo plazo con los compradores. De este modo, las grandes empresas tienen un significativo papel que desempeñar en el desarrollo de prácticas de producción y comercio sostenibles desde un punto de vista ambiental, social y económico.

Políticas oportunas: fomentar la responsabilidad de las empresas para la producción sostenible de productos básicos

Deberá promoverse la inversión extranjera directa (IED) para apoyar la mejora de los sectores productivos, entre otras cosas con la creación de empresas transformadoras, y para aportar la tecnología y los conocimientos empresariales necesarios. Los propios PDDPB deben elaborar un marco reglamentario, que incluya la legislación sobre la competencia y que pueda alentar y promover la IED sostenible. La comunidad internacional, por su parte, debe alentar a los compradores internacionales (minoristas, empresas transformadoras u operadores comerciales) a invertir en una relación a largo plazo con los agricultores o las empresas transformadoras locales. A través de varias formas de asociaciones público-privadas, pueden también ayudar a que estos procesos beneficien a los productores locales de productos básicos y a los demás interesados. En ese marco, deberá alentarse la transferencia de conocimientos y técnicas agrícolas sostenibles.

Las empresas multinacionales de productos básicos deberán ser alentadas a cumplir no sólo

la legislación local, sino también las demás directrices de la OCDE y la declaración de la OIT de los principios sobre las empresas multinacional es y la política social. Entre éstos se incluyen las orientaciones y principios sobre la responsabilidad en cadena, que hace a las empresas responsables de las circunstancias en que se producen los productos. Si bien debe recalarse que los códigos de conducta no pueden sustituir a la legislación y a la negociación colectiva, pueden resultar de utilidad. Las EMN disponen de una amplia gama de opciones, desde el Fair Trade (comercio justo), pasando por los códigos individuales de las empresas, hasta los códigos sectoriales. Podría utilizarse en el futuro una combinación de códigos empresariales y sectoriales. De esta manera, los códigos individuales de las empresas con niveles relativamente estrictos, incluida en particular la adecuada remuneración a los agricultores, se verían respaldados por códigos de conducta para la totalidad del sector.

El movimiento *Fair Trade*¹¹ ha originado la tendencia hacia unas prácticas comerciales más responsables desde un punto de vista socioeconómico, incluida la garantía a los productores de precios mínimos. Uno de los principales méritos del *Fair Trade* es el debate que ha propiciado a nivel de los consumidores. No obstante, la incorporación del *Fair Trade* como código de conducta es poco probable, ya que las EMN no aceptan a menudo algunos de sus principios básicos, como los precios mínimos. No obstante, numerosas empresas y organizaciones del sector privado están elaborando actualmente sus propios códigos de conducta relativos a cuestiones laborales, derechos humanos y medio ambiente, como parte de sus políticas sobre responsabilidad social de las empresas (RSE). Aunque estos códigos pueden ser menos ambiciosos, tienen potencial para incrementar el número de productores de

11- *Fair Trade* (con mayúsculas) es un concepto distintivo que garantiza a los consumidores un conjunto de características concretas para el producto en cuestión. Sin mayúsculas el concepto no es «propiedad» de nadie, de modo que *-fair trade-* podría ser usado por todo el que quisiera clasificar un producto.

productos básicos que se benefician de ellos, por lo que deben ser alentados. Más aún, debe incitarse a las grandes empresas a que incorporen las prácticas de producción sostenible en la práctica empresarial en su conjunto, y no crear marcas especiales comercializadas junto con otras no sujetas a estos códigos.

La Comisión apoya un planteamiento integrado del comercio sostenible que promueva por igual los tres pilares del desarrollo sostenible. Un modelo de producción socialmente sostenible supone que las condiciones de trabajo cumplen las normas laborales básicas (definidas por los convenios de la OIT). Ello incluye la prohibición del trabajo infantil y del trabajo forzado, la no discriminación en el empleo, la libertad de asociación y la negociación colectiva para lograr unas condiciones laborales decentes. Las cuestiones ambientales son, entre otras, las relativas al mantenimiento de la fertilidad del suelo y a la conservación de los recursos escasos (hídricos y demás) los ecosistemas y la biodiversidad. Por otra parte, una producción ambientalmente adecuada resulta fundamental desde el punto de vista de la salud. Reduce la exposición de los productores a los pesticidas peligrosos, previniendo la contaminación de las reservas hídricas, etc. Deberán cubrirse los costes económicos a largo plazo de la producción.

En su Comunicación relativa a la responsabilidad social de las empresas¹², la Comisión formuló directrices globales para el desarrollo de códigos de conducta efectiva y dotados de credibilidad. La Comisión cree que dichos códigos deben responder a los criterios siguientes: basarse en los Convenios fundamentales de la OIT y en las directrices de la OCDE para las empresas multinacionales, como norma mínima común de referencia; incluir mecanismos apropiados para la evaluación y comprobación de su aplicación, así

como un sistema de control de la observancia; y hacer participar en su elaboración, aplicación y supervisión a los socios empresariales y demás interesados que se vean afectados por ellos, incluidos los de los países en desarrollo.

Por lo que respecta a los códigos de conducta en el ámbito concreto de la producción de productos básicos agrícolas, éstos, además de lo anteriormente expuesto, deberán: a) atender especialmente a la participación de los agricultores de los PDDPB en su desarrollo; b) prever esfuerzos concretos para apoyar la mejora del nivel de los productores de los PDDPB, de modo que cumplan las normas internacionales con arreglo a estos programas y códigos; c) premiar financieramente a los productores por los esfuerzos adicionales que están haciendo para cumplir los requisitos adicionales del mercado.

Acciones propuestas por la UE

Promover internacionalmente la responsabilidad social de las empresas La Comisión y los Estados miembros se han comprometido a promover la efectividad y la credibilidad de los códigos de conducta sostenibles dentro de la cadena de productos básicos. Ahora deberán proseguir su diálogo con las empresas sobre los temas antes mencionados, en particular sobre las posibles maneras de garantizar que los beneficios que se derivan de la RSE, se hagan extensivos a los PDDPB.

Por otra parte, la UE deberá tomar medidas para incrementar la sensibilización pública sobre las actuales iniciativas comerciales equitativas, sostenibles o éticas —ya sean dirigidas por la sociedad civil, por el sector privado o por el gobierno—, incluido su funcionamiento y sus resultados, y hacerlas más transparentes. Ello deberá permitir a los consumidores, empresas y respon-

12- COM (2002) 347, relativa a la responsabilidad social de las empresas: una contribución empresarial al desarrollo sostenible, de 2 de julio de 2002. Véase también COM (2001) 416, Promover las normas Fundamentales del trabajo y mejorar la gobernanza social en el contexto de la mundialización, de 18 de julio de 2001.

sables de las políticas, tomar las decisiones adecuadas. La UE deberá facilitar la creación de un sistema centralizado de intercambio de documentación y el análisis de las experiencias en este ámbito. Por ello, aunque la Comisión ya patrocina algunos proyectos sobre sensibilización pública de las prácticas comerciales equitativas, todavía cabe reforzar esta actividad.

Además, la Comisión tiene la intención de explorar la posibilidad de formular criterios y directrices para la implantación, con carácter voluntario, de regímenes comerciales justos y éticos a nivel comunitario (ya sean dirigidos por la sociedad civil, por el sector privado o por el gobierno), en concertación con los estados miembros y con los principales participantes en los mismos.

Permitir a los PDDPB beneficiarse de la RSE

La UE deberá apoyar a los PDDPB en sus esfuerzos para beneficiarse de la RSE. Deberá ayudarles a desarrollar las capacidades necesarias para adherirse a los códigos. En particular, mediante su participación en asociaciones público-privadas para la producción sostenible de productos básicos, la CE y los Estados miembros deberán ayudar a atraer la inversión de los socios extranjeros a los PDDPB. Dichas asociaciones podrían hacer participar a autoridades locales, organizaciones del sector de productos básicos, empresas internacionales y donantes. Las autoridades locales serían responsables de la formulación de un plan local de desarrollo, que incluyera los objetivos y las contribuciones de todos los socios. De acuerdo con los términos acordados, el organismo de desarrollo podría por ejemplo responsabilizarse del fomento de la capacidad y la influencia de los proveedores y sus organizaciones

Por último, la UE deberá también apoyar las iniciativas innovadoras no gubernamentales destinadas a impulsar la oferta en los flujos comerciales de productos producidos de manera sostenible, como los Centros para el comercio y la innovación sostenibles.

Promover la competencia El desarrollo de un sector privado fuerte y competitivo en los PDDPB depende de un entorno competitivo abierto tanto en el plano nacional como internacional. Tal como ya se ha señalado, existen a menudo grandes diferencias entre la influencia de los productores de productos básicos y el de las empresas transformadoras, lo que obliga a la mayoría de los productores a aceptar los precios fijados. La UE está convencida de la necesidad de establecer principios básicos sobre competencia en la legislación y la normativa nacional, como la no discriminación y la transparencia, y comprometerse a prohibir los cárteles particularmente potentes. Seguirá persiguiendo este objetivo dentro de la OMC, aunque la controversia en que se ve envuelto este tema, al igual que los demás "temas de Singapur" tratados en Cancún, hace difícil llegar a una negociación plenamente multilateral. El tema de las normas de competencia también será abordado en el contexto de nuestras negociaciones regionales, por ejemplo las negociaciones ACE con nuestros socios ACP. Una cooperación más intensa entre las autoridades de competencia puede también servir para permitir detectar y combatir todo tipo de prácticas contrarias a la competencia. La UE deberá seguir atendiendo a estas cuestiones en los diversos foros internacionales pertinentes, incluida la OMC y la red internacional de autoridades de competencia.

PASOS SIGUIENTES

Tal como se ha indicado anteriormente, los países en desarrollo dependientes de los productos básicos se enfrentan a importantes desafíos. Deberá tomarse una serie de medidas para apoyarlos a ellos y a sus productores. La Comisión considera que pueden lograrse avances siempre que se preste una mayor atención a estas cuestiones a todos los diferentes niveles indicados en el presente documento. La Comisión cree que la UE. (Comisión/EM) puede contribuir a una auténtica mejora de la actual situación de los PDDPB, si

actúa de manera coherente. Por ello invita al Consejo a refrendar lo antes posible las orientaciones y el plan de acción de la UE anteriormente propuestos. En particular, llama la atención del Consejo en relación con la Matriz de Acción que figura en el anexo y alienta a los Estados miembros a indicar qué acciones están dispuestos a apoyar, conjunta o unilateralmente. En este contexto, la Comisión recalca particularmente las siguientes acciones:

1. Esfuerzos coordinados de los países en apoyo de las estrategias referentes a la cadena de productos básicos de los PDDPB;
2. Esfuerzos conjuntos para desarrollar los servicios regionales de apoyo e incluir el apoyo

a los productos básicos en la integración regional;

3. Contribución constructiva para reformar los OIPB, convirtiéndolos en organizaciones eficientes;
4. Colaboración de las asociaciones de la UE sobre productos básicos con las organizaciones Internacionales (BM, FAO, UNCTAD, FCPB);
5. Consideración específica de los productos de interés para los PDDPB en el PDD; y 6: Acción coordinada para promover la KSB en las empresas internacionales de productos básicos.

ANEXOS

Anexo 1. Siglas

ACE: Acuerdos de Colaboración Económica.

ACP: África, Caribe y Pacífico.

ADPIC: Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio.

AIPB: Acuerdo Internacional de Productos Básicos.

BM: Banco Mundial.

CCI: Centro de Comercio Internacional.

CE/EM: Comisión Europea y Estados miembros.

CLP: Crédito para la Lucha contra la Pobreza.

CPB: Cooperación sobre Productos Básicos con las Organizaciones Internacionales.

CUAD: UE, EE.UU., Canadá y Japón.

DELPE: Documento de Estrategia de Lucha Contra la Pobreza.

DSP: Desarrollo del Sector Privado.

E.M: Estados Miembros.

EMN: Empresa Multinacional.

FAO: Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación

FCPB: Fondo Común para Productos Básicos.

FED: Fondo Europeo de Desarrollo.

FMI: Fondo Monetario Internacional.

GRPB: Gestión de Riesgos Relacionados con los Productos Básicos.

GTIGRPB: Grupo de Trabajo Internacional sobre Gestión de Riesgos Relacionados con los Productos Básicos.

IDH: Índice de Desarrollo Humano.

IED: Inversión Extranjera Directa.

IFI: Institución Financiera Internacional.

MI: Marco Integrado para el Desarrollo de la Capacidad Relacionada con el Comercio.

NMF: Nación más Favorecida.

NSF: Normas Sanitarias y Fitosanitarias.

NÚ: Naciones Unidas.

OCDE: Organización de Cooperación y Desarrollo Económico.

OIC: Organización Internacional del Café.

OIPB: Organismo Internacional de Productos Básicos.

OIT: Organización Internacional del Trabajo.

OMC: Organización Mundial del Comercio.

ONG: Organización no Gubernamental.

OPRB: Otro País de Renta Baja.

PD: País en Desarrollo.

PDD: Programa de Doha para el Desarrollo.

PDDPB: País en Desarrollo Dependiente de Productos Básicos.

PIN: Programa Indicativo Nacional.

PIR: Programa Indicativo Regional.

PMA: País Menos Adelantado.

PNUD: Programa de las Naciones Unidas para Desarrollo.

PPA: Paridad de Poder Adquisitivo.

PPME: Países Pobres Muy Endeudados.

PRBDA: Países de Renta Baja con Déficit Alimentario.

RSE: Responsabilidad Social de las Empresas.

SPG: Sistema de Preferencias Generalizadas.

TEA: Todo Excepto las Armas.

UNCTAD: Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo.

Anexo 2. Matriz sobre la ejecución del plan de acción

ACCIÓN/PLAZO	RESPONSABLE	ACTUACIÓN
Otorgar carácter prioritario a las cadenas de productos básicos agrícolas y a la dependencia en el ámbito de la lucha contra la pobreza		
Desarrollar estrategias de productos básicos en los PDDPB (2004-2005).	PDDPB (grupo de trabajo público-privado sobre productos básicos). Comisión/EM (p. ej, UE-CPB ^a).	Crear un grupo de trabajo público-privado de productos básicos con el objetivo de desarrollar una estrategia e integrarla en las estrategias nacionales de desarrollo.
Reforzar las estrategias internacionales para los distintos productos básicos y mejorar la efectividad de los OIPB (2004-2005).	Comisión/EM y OIPB. OIPB y Comisión/EM.	Dialogar sobre políticas y asistencia técnica, con vistas al desarrollo de capacidad y a la identificación de vínculos con los actuales programas de desarrollo.
Hacer frente al descenso de los precios a largo plazo		
Ejecutar las estrategias de productos básicos de los PDDPB (2004-2007).	Grupo de trabajo sobre productos básicos en los PDDPB, con apoyo de Comisión/EM (y UE-CPB ^a).	Hacer operativa la estrategia, asignar tareas y supervisar las actividades de: <ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo de la capacidad de los productores. • Desarrollo del entorno normativo. • Priorización de las ayudas para la mejora de la infraestructura.
Desarrollar los servicios regionales de apoyo (2004-2007).	Organizaciones regionales, en coordinación con los grupos de trabajo sobre productos básicos, impulsados por UE-CPB ^a).	Desarrollar los servicios regionales mediante la promoción de la cooperación regional entre redes de agricultores, organismos de reglamentación, instituciones de investigación, departamentos de infraestructura, etc.
Apoyar la integración regional a través de los ACE con los ACP (2004-2007).	PDDPB, organizaciones regionales, Comisión en cooperación con los EM.	La CE velará porque las cuestiones relativas a los productos básicos sean tratadas de manera efectiva en las negociaciones de los ACE, mediante esfuerzos apropiados para armonizar las normas, la legislación y las principales políticas comerciales orientadas a impulsar el desarrollo de los sectores de productos básicos más idóneos con vistas a la diversificación.

ACCIÓN/PLAZO	RESPONSABLE	ACTUACIÓN
Gestionar los riesgos relacionados con los productos básicos y obtener financiación		
Facilitar la obtención de seguros contra los riesgos relativos a los productos básicos y a la financiación de las prácticas comerciales (2004-2007).	BM (a través de UE-CPB ^a) en coordinación con las NU y con el apoyo conjunto de Comisión/EM. Comisión/EM y PDDPB.	Introducir nuevos regímenes y mecanismos de distribución mediante el desarrollo de capacidad. Apoyar la consolidación del Grupo de Trabajo Internacional que asesora al BM sobre la aplicación práctica del GRPB.
Desarrollar regímenes de gestión de la crisis a nivel macroeconómico (2004-2006).	PDDPB (Ministerio de Finanzas) con la ayuda del BM (UE-CPB ^a) y Comisión/EM.	Promover la expansión de la iniciativa GRPB por el BM en lo tocante a la gestión, a nivel macroeconómico, de las crisis relacionadas con los productos básicos debidas a los precios (exportación, importación) y la gestión de las catástrofes.
Mejorar el acceso al instrumento Flex de la UE (2004).	Comisión en cooperación con EM/ACP.	Utilizar experimentalmente sistemas de cobertura a nivel macroeconómico en el ámbito de la gestión de las finanzas públicas, de manera autónoma o conjuntamente con los PPME, con una posible cofinanciación de las primas.
Diversificar la producción, no limitándola a los productos básicos tradicionales		
Orientar las elecciones del gobierno (2004-2007).	Comisión/EM (incluidos UE-CPB ^a).	Suministrar asistencia técnica para evaluar las posibles decisiones estratégicas.
Apoyar la ejecución de las estrategias de diversificación y crecimiento de los PDDPB (2004-2007).	PDDPB Comisión/EM	Integrar un mayor apoyo a los sectores productivos o al desarrollo del sector privado en los DELP. Incrementar el apoyo a un crecimiento más favorable a los pobres y a un desarrollo basado en el comercio.
Apoyar la diversificación de los productos locales (2004-2007).	Gobiernos locales y ONG (en las asociaciones), apoyados por Comisión/EM y UE-CPB ^a .	Desarrollar y aplicar una estrategia de crecimiento para el desarrollo de los productos comercializados a nivel nacional, con el abandono, entre otras cosas, de los productos básicos no rentables.
Reforzar el apoyo al sector privado (2004-2007).	Comisión/EM y EIB.	Potenciar instrumentos para el desarrollo del sector privado en sectores no tradicionales.

ACCIÓN/PLAZO	RESPONSABLE	ACTUACIÓN
Integrar satisfactoriamente a los PDDPB en el sistema comercial internacional		
Conseguir resultado favorable al desarrollo en los PDD (2004).	EC y otros miembros de la OMC.	Reactivar las negociaciones del PDD. Velar por que se atienda a las necesidades de los países con menos ventajas, entre otras cosas reforzando su capacidad de negociación comercial.
Supervisar el impacto exterior de las políticas agrícolas (2004-2009).	Comisión/EM.	Realizar la reforma agraria minimizando la perturbación del comercio. Supervisar el impacto de las políticas nacionales de apoyo. Tomar medidas adecuadas para evitar la aplicación de políticas que afecten a los productos básicos y a la diversificación en los PDDPB.
Maximizar el acceso al mercado de la UE para los PDDPB (2004).	Comisión/EM.	Revisar el SPG teniendo en cuenta las necesidades de los PDDPB. En particular, en caso de decisión desfavorable del grupo especializado de la OMC, procurar lograr amplias posibilidades de acceso para las regiones de los PDDPB que se benefician actualmente del SPG referente a las drogas. Atender caso por caso al impacto de la disminución de las preferencias.
Ayudar a los PDDPB a revalorizar el acceso al mercado (2004-2006).	Comisión en consulta con los EM.	Tener en cuenta la necesidad de apoyar a los PDDPB en toda revisión de las normas de origen. Reforzar la actividad del servicio de asistencia para los países en desarrollo.
Reforzar las prácticas empresariales y las inversiones sostenibles en los PDDPB		
Promover la RSE (2004-2007).	Comisión, EM y ONG.	Promover el uso de códigos de conducta sostenible. Apoyar el intercambio de información sobre la experiencia adquirida. Explorar la posible adopción, de común acuerdo, de criterios para el establecimiento de regímenes voluntarios de comercio justo y ético.
Promover las APP con las EMN y los PDDPB (2004-2007).	Comisión/EM, PDDPB, ONG.	Gestionar asociaciones público-privadas (APP) en algunos PDDPB y evaluar la experiencia adquirida. Divulgar las mejores prácticas a través de los OIPB y los PDDPB.
Promover la competencia (2004-2010).	Comisión y otros miembros de la OMC.	Procurar establecer, también en el ámbito de la cooperación regional, principios comunes para garantizar la competencia en la OMC.
<p>a. UE-CPB: "Cooperación de la UE con las organizaciones internacionales en materia de productos básicos": La Comisión propone elaborar un programa de cooperación multidonantes sobre productos básicos agrícolas, entre otros con el BM, la FAO, la UNCTAD y el FCPB.</p>		

Anexo 3. Características de los países y territorios en desarrollo dependientes de tres o menos productos básicos agrícolas en más del 20% de sus exportaciones totales

Pais Dependencia porcentual del 1° y de los tres 1° productos básicos	2° y 3° productos básicos	P M A	O P R ¹⁴ B	P R M ¹⁵ B	Pe- queño estado insular	Esta- do sin litoral	A C P	PNB per cápita (PPA USD) 2000	Clasifi- cación IDH ¹⁶	Pobla- ción ¹⁷ (millo- nes) 2000	PPME 2001 ¹⁸	P R B D A 2001 ¹⁹
Producción de azúcar (principalmente)												
San Cristobal y Nieves 35/38	Bebidas, preparaciones grasas				X		X	12510	44(H)	*		
Cuba 35/43	Cigarros, tabacos			X				9023	55(M)	11,2		X ²⁰
Belice 26/51	Bananas, zumo de naranja			X			X	5606	58(M)	0,2		
Guayana 24/40	Aroz, bebidas			X			X	3963	103(M)	0,8	X	
Islas Fiyi 23/25	Melaza, cacao			X	X		X	4668	72(M)	0,8		
Mauricio 20/21	Animales vivos, carne de vacuno				X		X	10017	67(M)	1,2		
Suazilandia 20/43	Preparaciones alimenticias, azúcar			X		X	X	4492	125(M)	0,9		X
República Dominicana 13/24	Café, granos de cacao			X			X	6033	94(M)	8,4		
Barbados 12/22	Bebidas, preparaciones alimenticias			X			X	15494	31(H)	0,3		

13. ** Añadido de ITC/UNCTAD/OMC (2002): Coffe: an exporter's guide, p. 4.

14. Otros países de renta baja (PIB per cápita <745 USD en 2001) = OPRB.

15. País de renta media baja= PRMB.

16. Un índice de 138 o menos indica un desarrollo humano bajo, y un índice entre 54 y 137 indica un desarrollo humano medio.

17. * Se carece de información.

18. Clasificación del BM.

19. Países de renta baja con déficit alimentario (es decir, claros importadores de productos alimentarios) FAO (2002): The LIFPD Classification And Exploration: <http://www.fao.org/DOCREP/MEETING/004/Y6691E/Y6691E00.HTM>.

20. País en fase de transición. Sobrepasa el umbral de renta del BM el primer año.

Pais Dependencia porcentual del 1° y de los tres 1° productos básicos	2° y 3° productos básicos	P M A	O P R B	P R M B	Pe- queño estado insular	Esta- do sin litoral	A C P	PNB per cápita (PPA USD) 2000	Clasifi- cación IDH	Pobla- ción(mil- lo- nes) 2000	PPME 2001	P R B D A 2001
Producción de café (principal- mente)												
Burundi 75/89 79% o.s.	Té, azúcar refinado	x				x	x	591	171(L)	6,4	x	x
Etiopía 62/75 64% o.s.	Pieles de cordero, mate- ria orgánica en bruto	x				x	x	668	168(L)	62,9	x	x
Uganda 54/63 59% o.s.	Té, materia orgánica en bruto	x				x	x	1208	150(L)	23,3	x	
Ruanda 43/68 56% o.s.	Té, pieles	x				x	x	943	162(L)	7,6	x	x
Sierra Leona ** 32% o.s.		x					x	490	173(L)	4,4	x	x
Nicaragua 19/29 27% o.s.			x					2366	118(M)	5,1	x	x
El Salvador ** 24% o.s.				x				4497	104(M)	6,3		
Guatemala 24/40	Azúcar, bananas			x				3821	120(M)	11,4		x
Honduras ** 22/30 23% o.s.	Bananas, cigarrillos			x				2453	116(M)	6,4	x	x
Colombia 16/26	Materia orgánica en bruto, bananas			x				6248	68(M)	42,1		
Madagascar 12/21	Clavo, vainilla	x					x	840	147(L)	16	x	x
Producción de bananas (prin- cipalmente)												
Santa Lucía 54/62	Cerveza de cebada, fruta fresca				x		x	5703	66(M)	0,1		
San Vicente 37/68	Harina de trigo, arroz			x	x		x	5555	91(M)	0,1		
Dominica 27-31	Plátanos, aceite de coco				x		x	5880	61(M)	0,1		
Ecuador 24/29	Materia orgánica en bruto, café			x				3203	93(M)	12,6		x
Panamá 23/29	Azúcar, café							6000	57(M)	2,9		
Costa Rica 21/40	Café, materia orgánica en bruto							8650	43(H)	4,0		

Pais Dependencia porcentual del 1° y de los tres 1° productos básicos	2° y 3° productos básicos	P M A	O P R B	P R M B	Pe- queño estado insular	Esta- do sin litoral	A C P	PNB per cápita (PPA USD) 2000	Clasifi- cación IDH	Pobla- ción(millio- nes) 2000	PPME 2001	P R B D A 2001
Producción de algodón (prin- cipalmente)												
Burkina Faso 39/45	Ganado vacuno, gana- do ovino	x				x	x	976	169(L)	11,5	x	x
Chad 37/48	Ganado vacuno, gana- do caprino	x				x	x	871	166(L)	7,9	x	x
Benin 33/38	Semillas de algodón, aceite de palma	x					x	990	158(L)	6,3	x	x
Mali 30/44	Ganado vacuno, gana- do ovino	x				x	x	797	164(L)	11,4	x	x
Togo 23/36	Café, algodón	x					x	1442	141(L)	4,5	x	x
Somalia 22/36	Café, ganado vacuno	x					x	*	*	*	x	x
República Centroafricana 11/21		x					x	1172	165(L)	3,7	x	x
Producción de cacao (princi- palmente)												
Niue (taro) 71/75	Miel, bananas			x			x	*	*	*		
Santo Tomé y Príncipe 69/70	Café, copra	x			x		x	1792	119(M)	0,1	x	x
Costa de Marfil 36/46	Café, pasta de cacao		x				x	1630	165(L)	16,6	x	x
Ghana 24/28	Mantequilla de cacao, piñas		x				x	1964	129(M)	19,3	x	x
Hojas de tabaco												
Malawi 59/70	Té, azúcar	x				x	x	615	163(L)	11,3	x	x
Zimbabue 22/29	Algodón, azúcar		x			x	x	2635	128(M)	12,6		
Nueces de cajuil												
Guinea Bissau 48/50	Algodón, palma	x					x	775	167(L)	1,2	x	x
Calabazas												
Tonga 44/61	Materia orgánica en bruto, vainilla			x	x		x	*	*	*		

Pais Dependencia porcentual del 1° y de los tres 1° productos básicos	2° y 3° productos básicos	P M A	O P R B	P R M B	Pe- queño estado insular	Esta- do sin litoral	A C P	PNB per cápita (PPA USD) 2000	Clasifi- cación IDH	Pobla- ción(millo- nes) 2000	PPME 2001	P R B D A 2001
Copra												
Vanuatu 43/66	Productos vegetales, carne de vacuno	x			x		x	2802	131(M)	0,2		x
Kiribati 42/42		x			x		x	*	*	*		x
Samoa 12/33	Frutas preparadas, acei- te de coco	x					x	5041	101(M)	0,2		x
Semillas de soya												
Paraguay 39/53	Tortas de soya, algodón	x		x				4426	90(M)	5,5		x
Ghee (de leche de vaca)												
Franja de Gaza 39/58	Naranjas, patatas	x		x				*	*	*		
Nuez moscada												
Granada 38/49	Semillas de cacao, hari- na de trigo				x		x	7580	83(M)	0,1		
Vainilla												
Comoras 34/49	Clavo, copra	x			x		x	1588	137(M)	0,7	x	x
Té							x					
Kenia 26/44	Café, materia orgánica en bruto		x					1022	134(M)	30,7	x	x
Cacahuetes												
Gambia 20/34	Aceite de cacahuetes, tortas de cacahuetes	x					x	1649	160(L)	1,3		x
Ganado vacuno												
Yibuti 18/24	Azúcar, materia orgáni- ca en bruto	x					x	2377	149(L)	0,6		x
Nueces de cajuil												
Tanzania 16/42	Café, algodón	x					x	523	151(L)	35,1	x	x
Pieles (de cabra)												
Afgastinan 14/38	Uvas, pasas	x						*	*	*		x
Semillas de sésamo												
Sudán 13/38	Ganado ovino, materia orgánica en bruto	x					x	1797	139(L)	31,1	x	x

Fuente: FAO (2002). Acuerdo de Cotónú, anexo VI, lista de países menos avanzados, sin litoral e insulares.

Café y cambio de paisaje en la zona cafetera colombiana, 1970-1997¹

Andrés Guhl*

RESUMEN

Los cambios de uso y cobertura del suelo son una de las fuerzas más importantes en el proceso de cambio global (6, 20, 32). La transformación de la vegetación y de otras coberturas del suelo causada por las actividades humanas altera tanto el medio ambiente físico de un ecosistema como las alternativas de manejo y aprovechamiento de recursos naturales que puede darle la sociedad. En el campo biofísico, los cambios de uso y cobertura del suelo afectan los ciclos de nutrientes en los ecosistemas terrestres y acuáticos, el clima local y regional, el ciclo hidrológico, y pueden causar la disminución de la biodiversidad, erosión y pérdida de suelos entre otros (9, 19, 28). Desde el punto de vista de manejo y uso de recursos naturales, los cambios en la vegetación pueden causar el deterioro de la calidad de vida (1). Por ejemplo, el proceso de deforestación masiva hace que la erosión aumente y que la disponibilidad de madera como material de construcción y como combustible disminuya dramáticamente (25). A pesar de los impactos causados al ecosistema

durante la transformación de la vegetación y otras coberturas del suelo, hasta el momento se sabe poco sobre cómo, dónde, cuándo y por qué ocurre el proceso de cambio de uso y cobertura del suelo (18, 32). Esto se debe a que estos cambios son el resultado de la compleja interacción de factores socioeconómicos, culturales y biofísicos que actúan a diferentes escalas espaciales y temporales (29). Dada esta complejidad, el análisis de los cambios de uso y cobertura del suelo es una tarea que requiere estudios interdisciplinarios que integren variables biofísicas y socioeconómicas. Para poder contestar la pregunta de cómo y por qué hay cambios en el uso y la cobertura del suelo, es necesario contestar primero qué ha cambiado, y dónde y cuándo han ocurrido los cambios. Esto se sustenta en el hecho de que la configuración espacial de las coberturas del suelo tiene una influencia directa sobre el funcionamiento y evolución de los ecosistemas (33). Al conocer los patrones espaciales y temporales del cambio en el paisaje, es posible integrarlos con variables ambientales y socioeconómicas en un marco explicativo. El propósito de este artículo es el de contribuir a la descripción de qué coberturas vegetales han cambiado, y dónde y cuándo han ocurrido las transformaciones de paisaje en las zo-

* Geógrafo Ph.D. Asesor de la Rectoría Universidad Nacional de Colombia e-mail: aeguhlc@unal.edu.co.

1- Este artículo fue simultáneamente publicado en la revista Cenicalé, volumen 55, número 1, páginas 34-59, 2004.

nas cafeteras colombianas como resultado del proceso de intensificación de la producción del grano.

El proceso de cambio de uso y cobertura del suelo

A pesar de que el cambio de la cobertura del suelo es un proceso natural, las actividades humanas son responsables de la mayoría de los cambios en el paisaje en el pasado reciente (2, 21). Cabe anotar que el proceso natural de cambio de cobertura del suelo es un proceso gradual marcado por cambios drásticos y súbitos causados por fenómenos como erupciones volcánicas o inundaciones (20, 21). En el presente, el cambio en los ecosistemas inducido por las actividades humanas ocurre a una velocidad que no tiene precedentes en el pasado geológico del planeta (21). Aunque la humanidad es capaz de adaptarse a estos cambios, los ecosistemas no tienen la capacidad de adaptarse a un ritmo de cambio tan acelerado (20). Dado que los ecosistemas son responsables de prestar servicios ambientales como polinización, eliminación de la contaminación y regulación hídrica, entre otros, entender cuáles son los efectos de las actividades humanas sobre los ecosistemas es crucial para minimizar el impacto de la influencia de nuestra sociedad sobre la prestación de servicios ambientales. El cambio de uso y cobertura del suelo es una de las actividades humanas cuya influencia es más significativa en la capacidad de los ecosistemas para prestar ciertos servicios ambientales. Por ejemplo, el proceso de deforestación acaba con la capacidad del bosque para prestar servicios ambientales fundamentales para el funcionamiento de ese ecosistema (28). Adicionalmente, la simplificación de los ecosistemas causada por actividades humanas como la agricultura hace que el ecosistema modificado no pueda proveer todos los servicios ambientales que prestaba en su estado natural (16, 27).

Las nociones de uso y cobertura del suelo, a pesar de ser conceptos distintos, son utilizadas erróneamente como si significaran lo mismo. La

cobertura del suelo se refiere al estado biofísico de la superficie del planeta, mientras que el uso del suelo es cómo y para qué se utilizan esas coberturas (3, 32). Estos conceptos se encuentran íntimamente relacionados, ya que el uso del suelo depende de qué se encuentre disponible sobre la superficie del planeta. La voluntad humana, influenciada por el contexto socioeconómico y ambiental, genera un uso de una cobertura del suelo por medio de la manipulación de los atributos biofísicos de esas coberturas (32). Este hecho, combinado con la idea de que las actividades humanas son responsables de la mayoría de los cambios de cobertura del suelo, sugiere que el cambio de uso del suelo controla el cambio en la cobertura del suelo. Las actividades humanas que causan los cambios en el paisaje son la agricultura y ganadería, el aprovechamiento forestal, la minería, la urbanización, y otras actividades como el turismo, el procesamiento de basuras, y los efectos de la guerra y el terrorismo (20). De éstas, las que tienen mayor influencia en el proceso de cambio de uso y cobertura del suelo son la agricultura y la urbanización (2). La urbanización en sí misma no tiene un impacto directo significativo en el cambio de la cobertura vegetal, ya que menos del 2% de la superficie del planeta se encuentra urbanizada (2, 18). Sin embargo, la demanda de alimentos e insumos por parte de los habitantes y el sector industrial induce al cambio de coberturas vegetales en zonas agrícolas y forestales. La agricultura tiene un impacto más directo sobre el paisaje por intermedio de dos procesos: la conversión de tierras no agrícolas en agrícolas, y la intensificación de la producción agrícola en terrenos dedicados a actividades agropecuarias. El primer proceso ha sido estudiado con mayor frecuencia en la literatura científica, sobretodo analizando los cambios asociados al proceso de deforestación por la expansión de la frontera agrícola en países tropicales. El segundo proceso casi no ha sido analizado por los científicos interesados en los temas de cambios de uso y cobertura del suelo (18).

Cambios de paisaje en zonas cafeteras

A pesar de que el cultivo del café está históricamente asociado con cambios de paisaje bastante significativos, existen relativamente pocos estudios que analicen de forma detallada la evolución de paisajes cafeteros. Para el caso colombiano, los trabajos de Ortiz (23) y Errázuriz (7) presentan un análisis detallado de la evolución espacial y temporal del proceso de tecnificación de la producción, y las razones para esos cambios en el municipio de El Líbano, Tolima. A pesar de la importancia del tema cafetero en Colombia, la mayoría de los estudios se ha centrado en temas económicos, políticos e históricos, y la parte ambiental ha tenido poco énfasis (23). A nivel internacional, existen estudios detallados sobre el impacto de la caficultura en Chiapas, México (30), Puerto Rico (31) y Vietnam (4). Para el estudio de Chiapas, el autor describe los cambios de paisaje asociados a la expansión e intensificación de la producción cafetera, y las tendencias recientes que indican una desintensificación de la producción. El estudio de caso en Puerto Rico muestra cómo el café ha perdido importancia como actividad productiva, y los cafetales se han venido convirtiendo en bosques. Para el caso de Vietnam, el autor presenta evidencias de la expansión de la producción cafetera y de caucho en zonas de reciente colonización. La razón por la cuál existen pocos trabajos que relacionen al café con cambios de paisaje es la falta de información detallada, ya que la que se encuentra disponible usualmente está agregada a nivel provincial o nacional, lo cual no permite analizar dónde se llevaron a cabo los cambios al interior de cada unidad de análisis. Colombia tiene una situación privilegiada, al contar con información publicada de tres censos cafeteros con un nivel de detalle espacial relativamente alto (municipios) cuando se le compara con información proveniente de otros países.

El proceso de intensificación de la producción cafetera, también conocido con el nombre de tecnificación, consiste en la transformación de los

cafetales tradicionales, caracterizados por densidades de siembra bajas, variedades de porte alto, árboles de sombrío, condiciones agroecológicas menos exigentes, baja productividad (@/ha), y un ciclo productivo largo, para sustituirlos por cafetales intensivos, caracterizados por densidades de siembra altas, variedades de porte bajo, reducción o eliminación de la sombra, condiciones agroecológicas más estrictas, alta productividad (@/ha) y un ciclo productivo corto (7, 8, 22, 23, 24, 30).

Preguntas específicas

Tal como se manifestó anteriormente, el propósito de este trabajo es el de contribuir al estudio del impacto del proceso de intensificación agrícola en la evolución de paisajes, tomando como estudio de caso la transformación de paisajes asociada a la intensificación de la producción cafetera en Colombia. En particular, el análisis presentado en este artículo pretende contestar las siguientes preguntas específicas:

- ¿Cómo han evolucionado el área sembrada en café y la productividad a nivel nacional?
- ¿En qué regiones del país ha aumentado o disminuido el área en café?
- ¿Cómo son los patrones espaciales y temporales del proceso de intensificación de la producción cafetera?
- ¿Cómo han evolucionado las áreas en otras coberturas vegetales?
- ¿Cómo han cambiado los sistemas de producción agropecuaria?

MATERIALES Y MÉTODOS

La información básica para analizar dónde y cuándo han ocurrido los cambios de paisaje en la zona cafetera colombiana proviene de los censos cafeteros elaborados por la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia. Para el período de tiempo entre 1970 y 1997 se llevaron a cabo tres censos cafeteros, uno en 1970 (10, 11), otro en 1980-81 (12), y el más reciente entre 1993-1997

(13). Para efectos prácticos, el inicio del proceso de intensificación de la producción cafetera coincide con 1970, la fecha del primer censo utilizado en este estudio. La información de cada uno de estos censos se encuentra disponible a nivel municipal. Cada uno de los censos presenta información del área sembrada en café en cada municipio. El censo de 1970 también incluye las áreas en pastos, cañas, cultivos temporales, y otros usos del suelo, el número de fincas y veredas cafeteras a nivel municipal (10), y el área en bosques y rastrojos a nivel departamental (11). El censo cafetero de 1980-81 no incluye información de otros usos del suelo. Sin embargo, hay información sobre el sistema de producción (tradicional o intensivo) (12). El censo cafetero 1993-1997, también conocido como SICA (Sistema de Información Cafetera) también presenta información sobre el número de unidades de producción agropecuaria (UPAs), número de fincas y el área en cada municipio en café, pastos, caña, cacao, plátano, otros cultivos permanentes, cultivos asociados, cultivos temporales, bosques plantados, monte (bosques naturales y rastrojos), y otras coberturas del suelo (13). Igualmente, este censo presenta información sobre el tipo de sistema de producción (tradicional o intensivo) y la variedad de café para cada municipio cafetero de Colombia. Es importante anotar que mientras los censos de 1970 y 1980-81 se llevaron a cabo en la totalidad de los municipios cafeteros del país, el censo 1993-1997 solo se llevó a cabo en el 90% de los municipios cafeteros, que representaban el 95% de la producción nacional (13). Sin embargo, los resultados del informe final de este censo (13) se ajustaron para corregir esta situación. Dado que solo los censos de 1970 y 1993-1997 contienen información sobre otras coberturas del suelo y que las categorías utilizadas son diferentes, la información del SICA fue reclasificada según las categorías del censo de 1970. Estos datos municipales fueron digitados en una hoja de cálculo y espacializados en un Sistema de Información Geo-

gráfica (ArcView 3.2). Este proceso consiste sencillamente en asignar a cada municipio cafetero en el mapa de Colombia la información correspondiente a cada censo cafetero.

Otra fuente de información fue la base de datos Infocafé (14) de donde se obtuvo una serie histórica sobre el área total y el área productiva sembrada en café, así como también la productividad (sacos 60kg/ha) a nivel nacional. Esta información se utilizó para determinar si en realidad el proceso de intensificación de la producción cafetera estaba teniendo los resultados que son de esperarse: aumento de la producción por unidad de área.

Los datos provenientes de los censos cafeteros fueron analizados tanto en el sistema de información geográfica, como con métodos estadísticos más tradicionales como tablas de contingencia, correlación, y *cluster analysis*. El sistema de información geográfica se utilizó para analizar los patrones espaciales de las distintas variables, y como mecanismo de exploración de la información para ver qué tendencias existen en los datos. Por medio de la técnica estadística de *cluster analysis*, los municipios se clasificaron en cuatro sistemas de producción usando el porcentaje del área en cada cobertura del suelo. Las tablas de contingencia se aprovecharon para analizar la relación entre variables categóricas. Por ejemplo, fueron utilizadas para ver cuáles municipios habían cambiado su sistema de producción, y cuáles habían sido los cambios más importantes. Los coeficientes de correlación se emplearon para ver si al aumento del área intensiva en café está correlacionado con el aumento en el área de otros cultivos diferentes al café.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Evolución del área sembrada en café, productividad y grado de intensificación a nivel nacional

La Tabla 1 muestra la evolución del área sembrada en café según los censos cafeteros. Du-

rante el período 1970-1997, el área sembrada en café ha disminuido en un 18,5% con respecto a 1970. El cambio durante el período 1970-1981 fue de solamente 5,9%, mientras que entre 1981-1997 fue de 12,6%. Esto significa que, a pesar de que hay una tendencia a la disminución del área sembrada en café, ésta se aceleró después de 1981. La disminución del área sembrada en café también está acompañada por la disminución en el número de municipios cafeteros en el país (Tabla 1). La misma tabla también muestra que el área

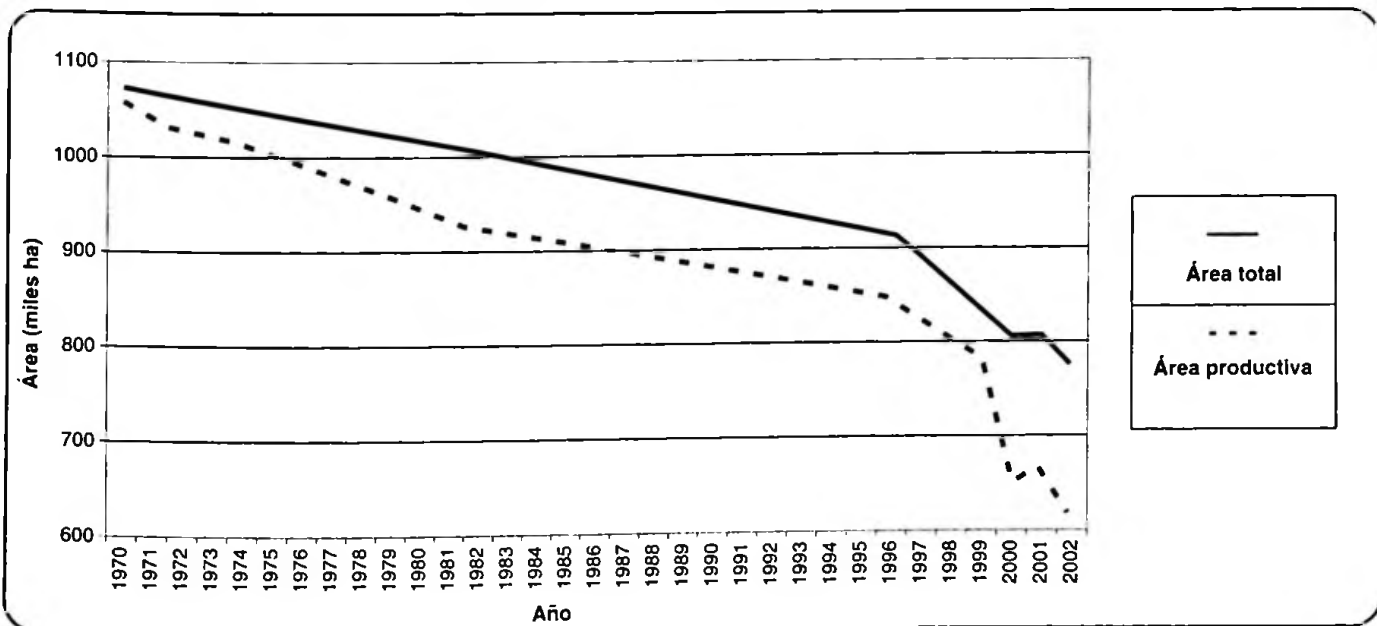
en café intensivo (tecnificado) ha pasado de casi el 0% en 1970 al 70% en 1997, y que el proceso de intensificación ocurrió más rápido entre 1970-1981 (3,1% por año) que entre 1981-1997 (2,2% por año). La Figura 1 muestra de forma más detallada el cambio en las áreas sembrada y productiva en el período 1970-2002. La tendencia a la disminución del área sembrada y productiva es evidente, y se observa claramente que a partir de 1997 el proceso de reducción del área cafetera se ha acelerado.

Tabla 1. Resumen de los censos cafeteros 1970, 1980-81, 1993-97

	1970	1980-81	1993-97
Municipios cafeteros	587	577	559
Número de fincas	301.708	N.D.	609.432
Área censada (ha)	5'765.587	N.D.	4'773.557
Área sembrada en café (ha)	1'067.113	1'003.940	869.158
Café tecnificado (%)	0,22%	34,14%	70,04%
Área en café como porcentaje del total	18,51%	N.D.	18,21%
Área en Bosque y rastrojo (ha)	1'026.968	N.D.	1'151.474

N.D.= No disponible.

Figura 1. Evolución del área cafetera en Colombia.

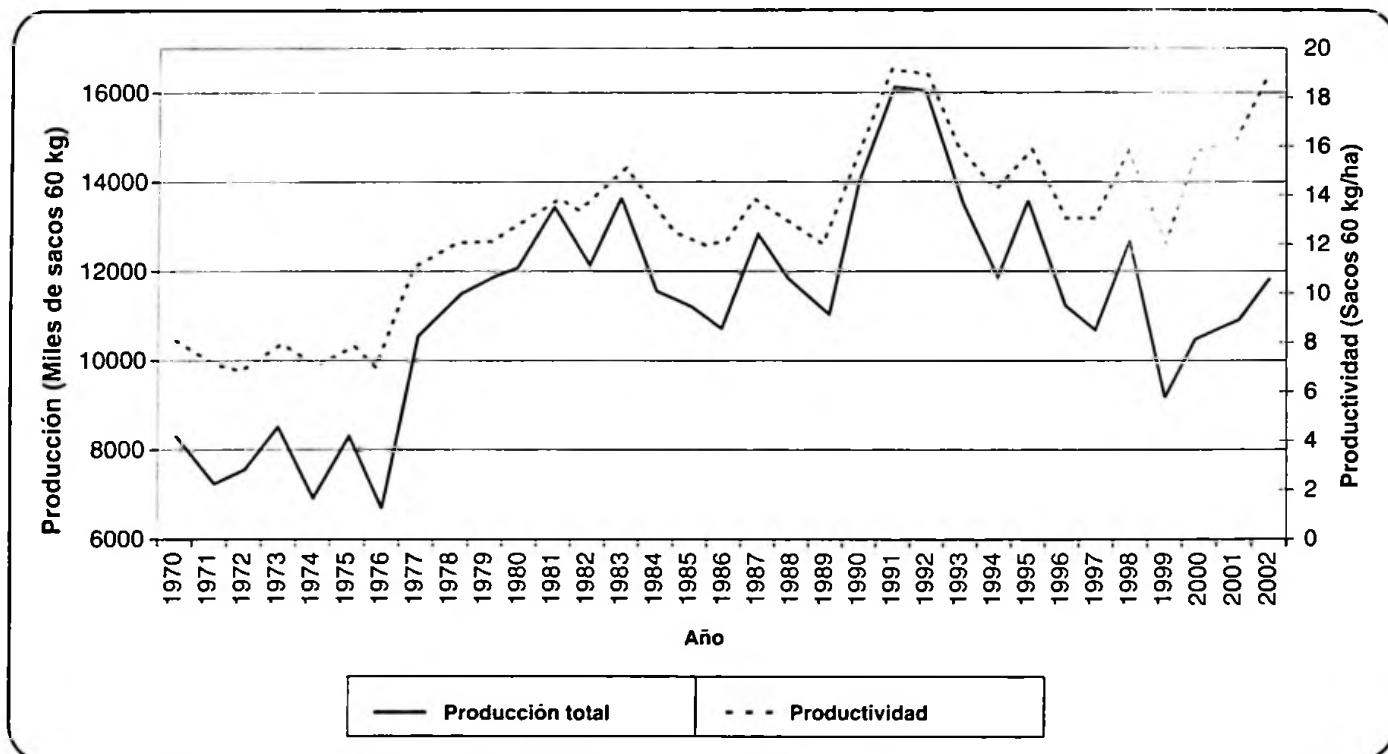


Fuente: Censos cafeteros 1970, 1980-81, ENC 1997, Gerencia.

La Figura 2 muestra cómo ha sido la evolución de la producción cafetera y de la productividad (sacos/ha) en el período 1970-2002. La producción cafetera presenta una tendencia al aumento en el período 1976-1993, con una disminución a partir de ese año hasta 1999 donde aparentemente empieza a aumentar nuevamente. Al considerar todo el período de tiempo representado en esta figura, se observa una tendencia ascendente que va de aproximadamente 8 millones de sacos/año a 12 millones de sacos/año. En el período 1978-2002 la tendencia en la producción se mantiene alrededor de los 12 millones de sacos/año, a pesar de oscilaciones que caracterizan períodos más cortos, como por ejemplo entre 1989 y 1994, cuando la producción aumentó has-

ta cerca de los 16 millones de sacos/año en 1991-92, y luego volvió a bajar a 12 millones de sacos/año. En cuanto a la productividad, se observa una tendencia al aumento, pasando de cerca de 7 sacos/ha en 1970 a 18 sacos/ha en el 2002. El análisis de las Figuras 1 y 2 en conjunto demuestra claramente que el proceso de tecnificación de la producción cafetera corresponde a una fase de intensificación de la producción, y que a pesar de que el área sembrada disminuye, la productividad por hectárea aumenta, haciendo que la producción total se mantenga más o menos constante. Adicionalmente, la producción total solo ha aumentado en un 32% aproximadamente, mientras que la productividad ha aumentado más de dos veces.

Figura 2. Evolución de la producción cafetera y la productividad en Colombia.



Fuente: Censos cafeteros 1970, 1980-81, ENC 1997, Gerencia.

Patrones espaciales asociados al aumento y disminución del área en café

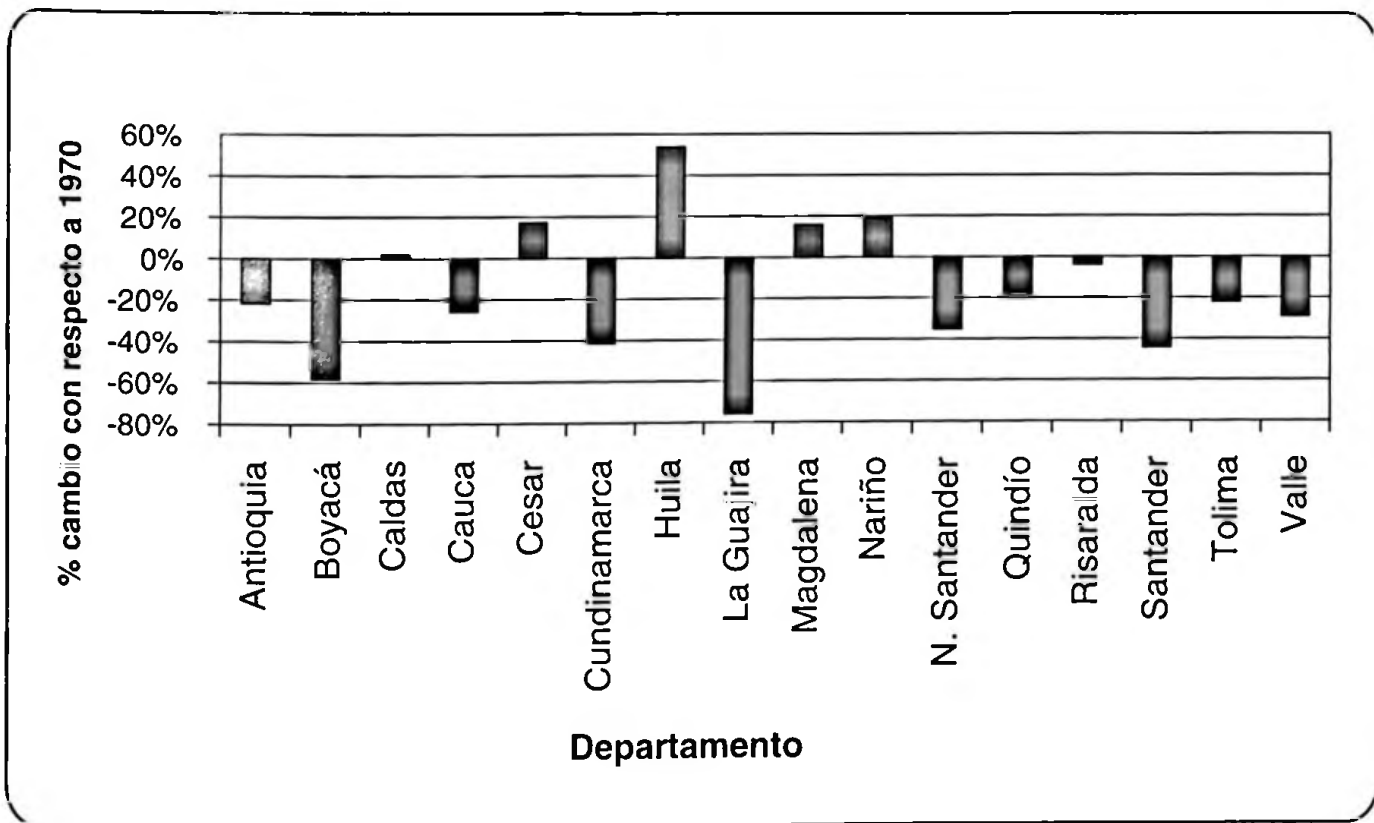
El análisis sobre la productividad y el área sembrada en café presentado anteriormente no per-

mite discriminar entre áreas del país donde ha aumentado o disminuido la superficie sembrada. Para tal efecto, la información sobre el cambio en el área sembrada en café fue espacializada a ni-

vel municipal. El Mapa 1 presenta esta evolución para los municipios cafeteros para los cuales existe información en todos los censos cafeteros. Las categorías son aumento del área (cuando la superficie sembrada en café aumentó en más del 10% con respecto al área sembrada en 1970), disminución (cuando el área sembrada en café disminuye en más del 10% con respecto a la superficie sembrada en 1970), y sin cambio (cuando el área sembrada ni aumenta ni disminuye más del 10% con respecto al área sembrada en 1970). El mapa muestra claramente que en la mayoría de municipios cafeteros la superficie sembrada en café ha disminuido (60% de los municipios), mientras el área ha aumentado en el 28% de los muni-

cipios cafeteros de Colombia. Estos municipios tienden a estar concentrados en ciertas áreas del país. Específicamente, en el departamento del Huila, en la Sierra Nevada de Santa Marta, y en zonas de Antioquia, el viejo Caldas, y los Santanderes. La Figura 3 muestra el cambio del área sembrada en café a nivel departamental. En 11 de los 16 departamentos cafeteros de Colombia hay una reducción en el área en café. Departamentos como Boyacá, Cundinamarca, Santander y La Guajira exhiben una disminución mayor del 40% en el área sembrada en el grano. De los departamentos donde aumenta el área sembrada, Huila tiene un aumento de más del 50%, mientras los otros cuatro tienen aumentos menores al 20%.

Figura 3. Cambio en el área sembrada en café 1970-1997



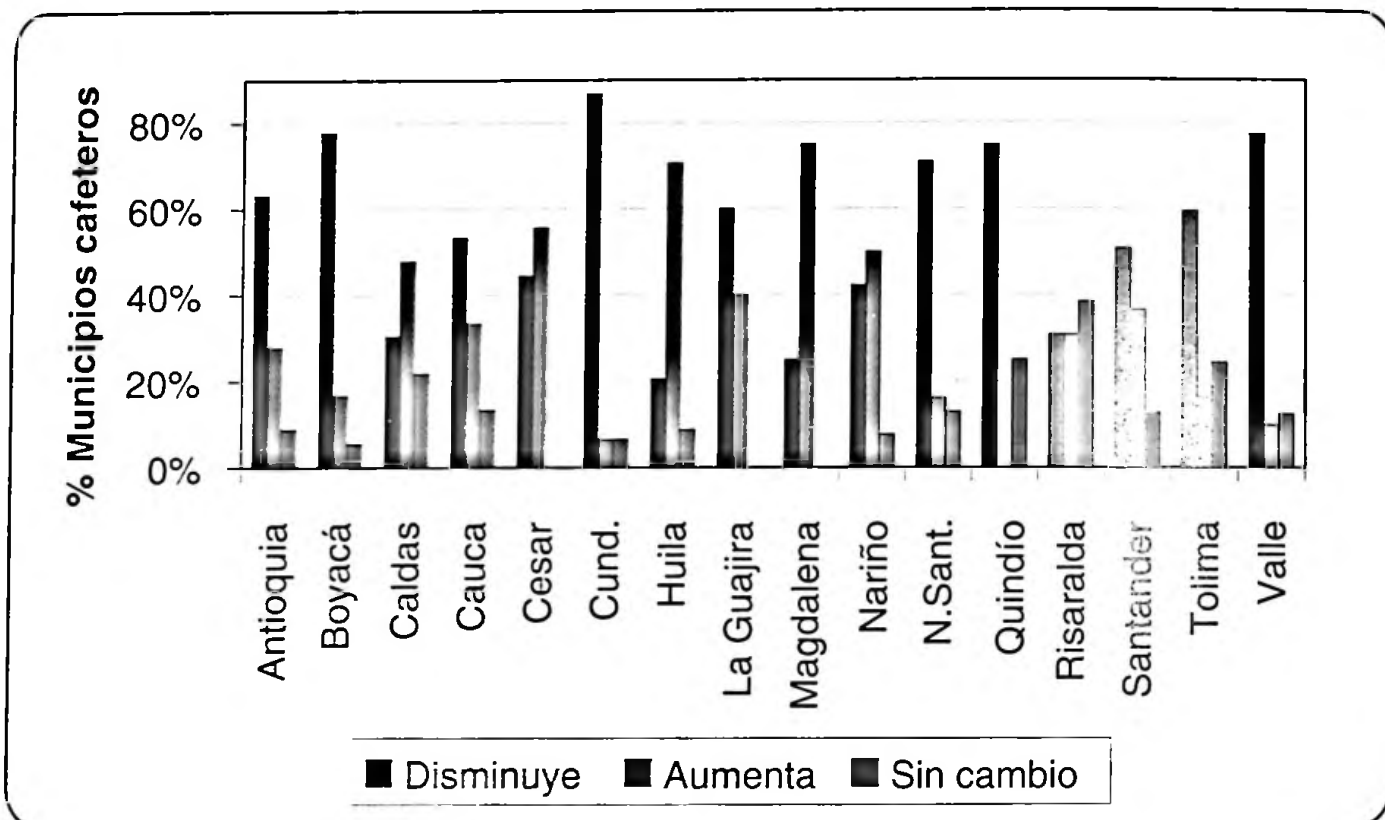
Al comparar la información presentada en el Mapa 1 con la de la Figura 3 es interesante anotar cómo hay municipios donde aumenta el área sembrada en café en departamentos donde el área total dismi-

nuye, demostrando la variabilidad espacial del fenómeno de cambio de la superficie sembrada en café. Ejemplos de esta situación se encuentran en Antioquia y Santander, donde a pesar de la reduc-

ción mayor al 20% del área sembrada en café a nivel departamental, hay un número alto de municipios donde la superficie sembrada aumenta. En Antioquia, de los 90 municipios con información para todos los censos cafeteros, 25 aumentan su área

sembrada en café. En Santander, la tendencia es más pronunciada, y 23 de los 63 municipios cafeteros exhiben un aumento en la superficie en café. La Figura 4 resume cuántos municipios han cambiado su área en café en los departamentos cafeteros.

Figura 4. Porcentaje de municipios cafeteros donde el área en café aumenta, disminuye o permanece sin cambio.



En cuanto a los patrones temporales en el cambio de área cafetera, los dos periodos intercensales determinados por los tres censos cafeteros (1970-1981 y 1981-1997) muestran que solo en el 45.8% de los municipios hay tendencias consistentes en ambos periodos de tiempo. Tendencias consistentes significa que aumentó o disminuyó en ambos periodos intercensales. Mientras que en 174 municipios (32.9%) hubo disminución del área cafetera en ambos periodos, solo en 61 municipios (11.9%) hubo aumento. El resto de los municipios presenta una de dos situaciones: aumento entre 1970-1981 y disminución entre 1981-

1997, o lo contrario. Es importante resaltar que estos resultados demuestran que el aumento o disminución en el área sembrada en café es un proceso muy dinámico y cambiante, y menos de la mitad de los municipios cafeteros tienen una tendencia clara. Adicionalmente, el uso del paisaje es muy diferente en un periodo de expansión del área productiva de cualquier producto que en el de una etapa de contracción de la superficie en dicho producto. El Mapa 2 muestra la ubicación espacial de estos patrones temporales, y es evidente la heterogeneidad en la evolución del área sembrada en café.

Evolución del área tecnificada (grado de intensificación)

Tal como se mencionó anteriormente, la Tabla 1 muestra que para 1997, el 70% de la caficultura del país era del tipo intensivo. El Mapa 3 muestra la evolución temporal del proceso de tecnificación en Colombia. Para 1980-81 solo existe un núcleo altamente tecnificado en el noroccidente del país. En 1997, la gran mayoría de los municipios cafeteros del país tienen más del 50% del área en café sembrada en el sistema intensivo, y solo algunas áreas, que corresponden a zonas con condiciones agroecológicas no aptas para el sistema intensivo, permanecen con un sistema de producción más tradicional. Anteriormente se mencionó que en el período 1970-1981 el proceso de tecnificación fue más rápido que entre 1981-1997. Sin embargo, el Mapa 3 muestra que durante el primer período el proceso de intensificación estuvo restringido a un área geográfica y que, en cambio, cuando el proceso fue más lento, es cuando el resto del país adopta la intensificación de la producción cafetera. En otras palabras, el cambio más rápido se presentó en una región geográfica restringida, mientras que el proceso de la generalización de la intensificación en el resto del país ocurrió de forma más lenta.

Dado que el porcentaje del área sembrada en café intensivo ha venido en aumento en todo el país, y teniendo en cuenta que éste es un cultivo de ciclo corto, es posible concluir que el cambio de paisaje en las parcelas de café ocurre con una frecuencia mayor que en las zonas con caficultura tradicional. En otras palabras, el paisaje está cambiando más rápido en zonas cafeteras con sistema de producción intensivo que con el sistema tradicional.

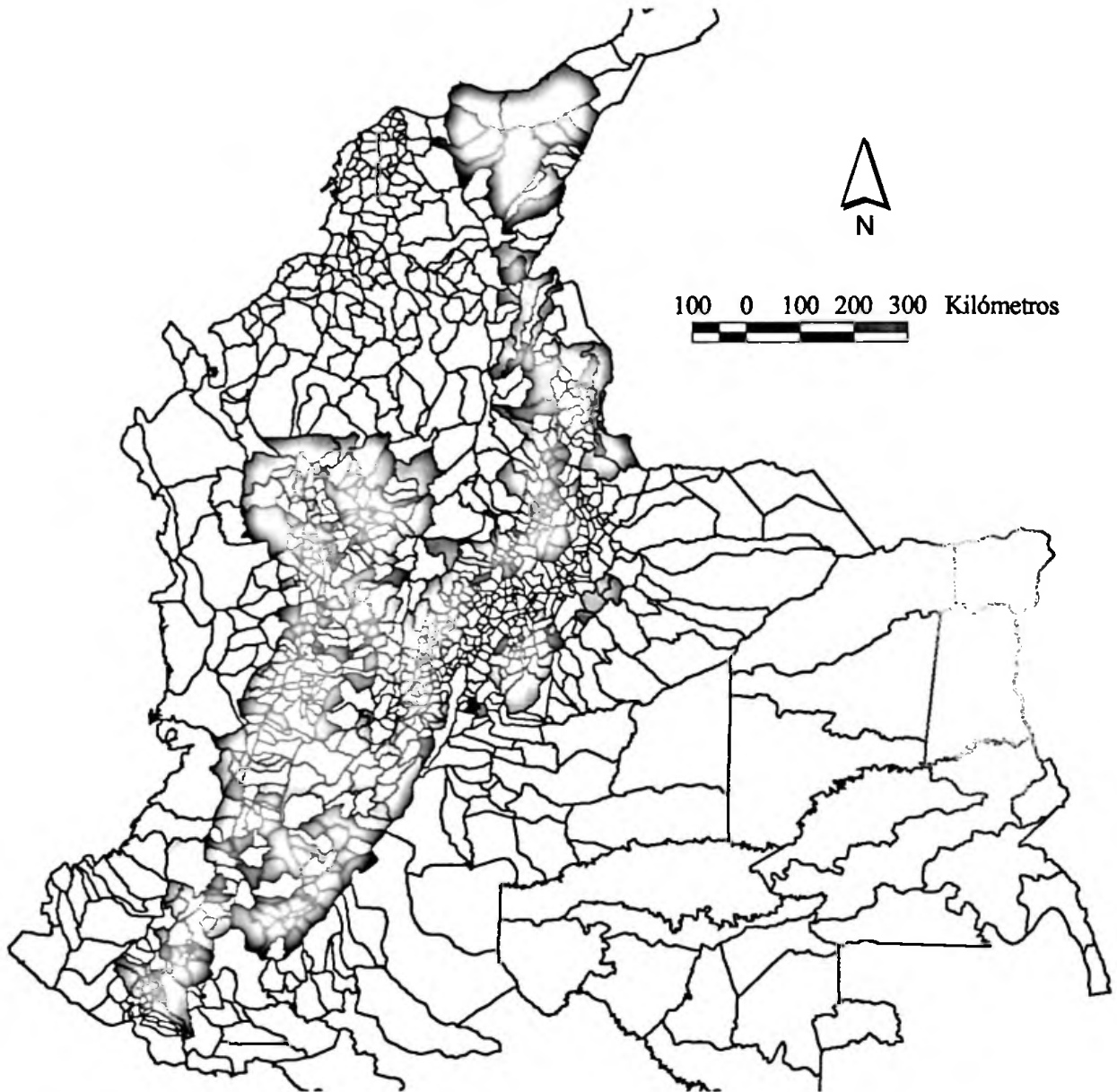
Evolución del área en otras coberturas vegetales

La Figura 5 presenta la comparación de las coberturas vegetales que acompañan al café en


Colombia en 1970 y 1993-97. Ya que las áreas censadas en estas fechas son diferentes, la superficie en cada cobertura fue convertida en porcentaje del área total censada (Tabla 1), para así poder comparar y analizar la evolución de las coberturas del suelo. Es interesante anotar que a pesar de la reducción en la superficie total sembrada en café, la proporción en café ha permanecido prácticamente constante. Los cambios de cobertura vegetal más notorios son la reducción del porcentaje de pastos, y el aumento de la proporción de otros cultivos y de bosques y rastrojos. Esto sugiere que el paisaje, al mismo tiempo que está experimentando un proceso de intensificación agrícola, se está volviendo más heterogéneo. Tendencias similares se observan en ciertas regiones de África (5). Adicionalmente, la diversificación del paisaje en zonas experimentando un proceso de intensificación parece ser característico de regiones donde este último proceso no está acompañado de la mecanización de la agricultura (15, 26). Los cultivos en la categoría de "Otros" incluyen hortalizas, frutales, yuca, cítricos, maíz y frijol, entre otros. Dado que muchos de estos productos son de ciclo productivo corto, esto implica que el paisaje está cambiando más rápido que en 1970, ya que la proporción en otros productos de ciclo corto ha venido aumentando. Esto sugiere no solo el área en otros cultivos ha aumentado, sino que la frecuencia de siembra y cosecha es menor. Esto, sumado al hecho de que el sistema intensivo es de ciclo corto, refuerza la aseveración de que el paisaje está cambiando a un ritmo más rápido.

Para ver si existe correlación entre el área en café intensivo y la superficie en otros cultivos se utilizó el coeficiente de correlación de Spearman (la distribución de las variables no se ajusta a una distribución normal). El coeficiente de correlación entre el área en café intensivo y el área en otros cultivos es 0,67 ($p < 0,0001$), lo cual indica que a mayor área en café tecnificado, hay un área mayor en otros cultivos.

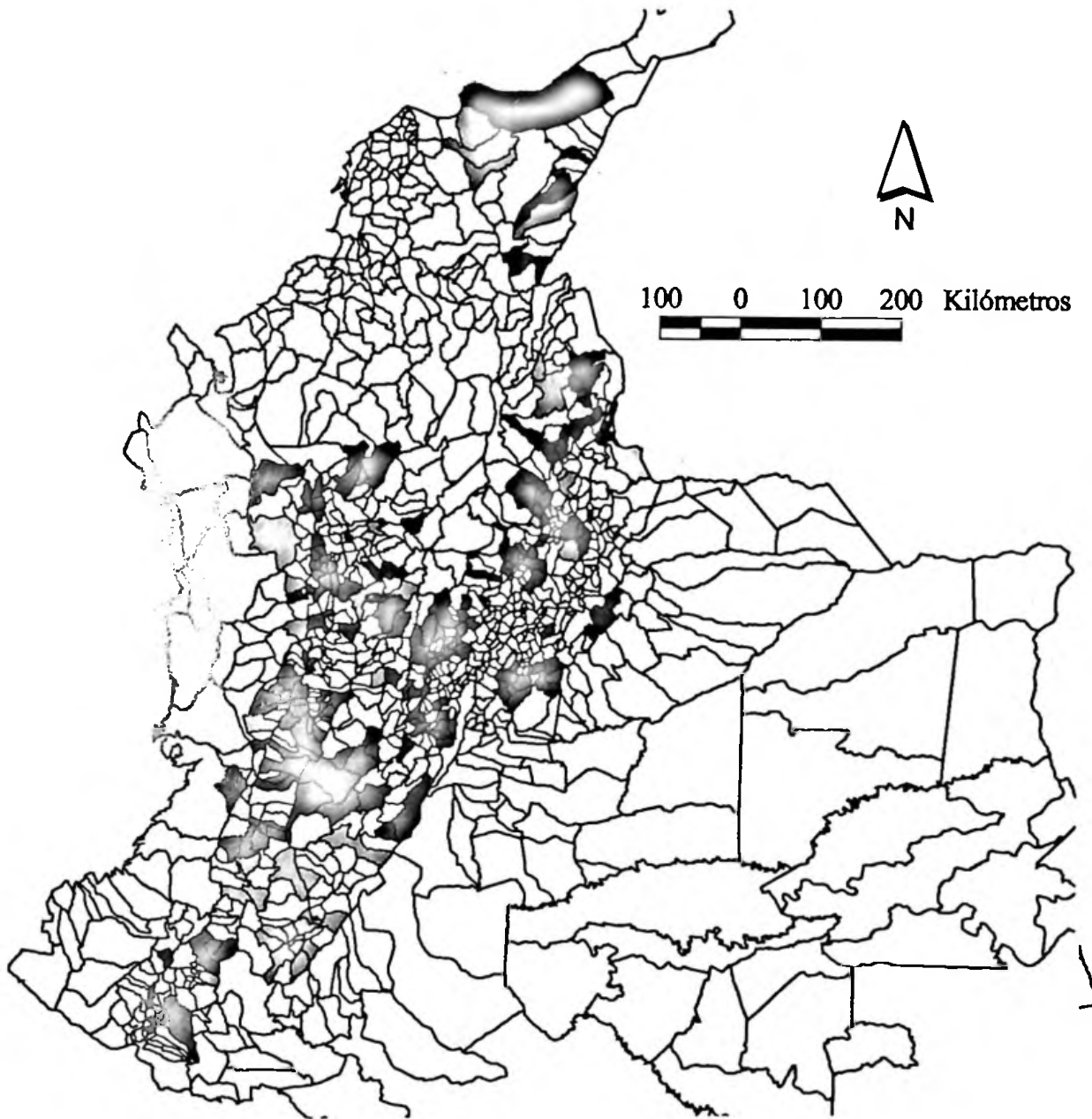
Mapa 1. Evolución del área sembrada en café 1970-1997







Cambio en el área sembrada en café (municipios)

	Disminuye (307)
	Aumenta (145)
	Sin cambio (62)

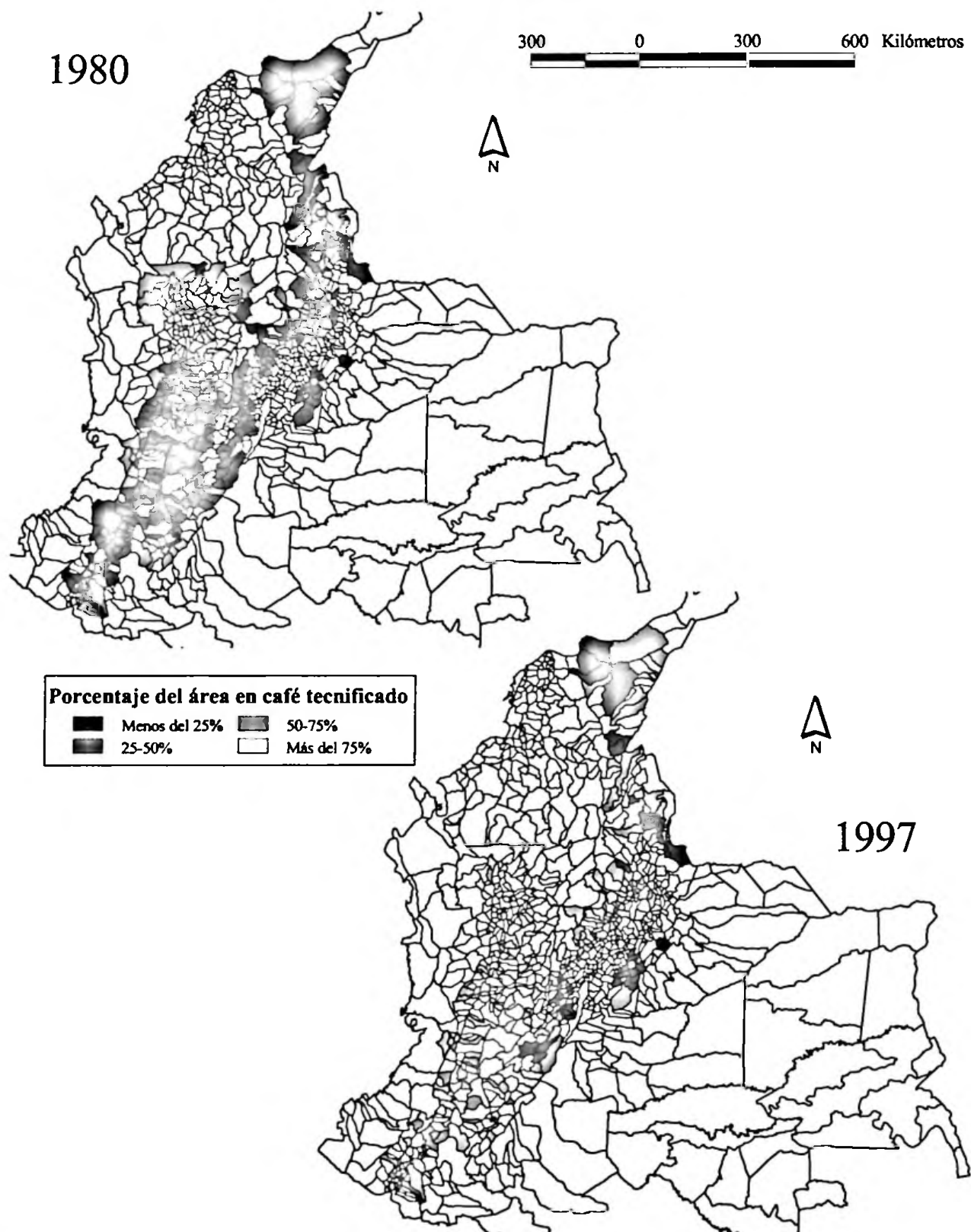
Mapa 2. Evolución del área sembrada en café 1970-1980, 1980-1997



Tipo de cambio		
	<u>1970-1980</u>	<u>1980-1997</u>
	Disminuye	Disminuye
	Disminuye	Aumenta
	Aumenta	Disminuye
	Aumenta	Aumenta

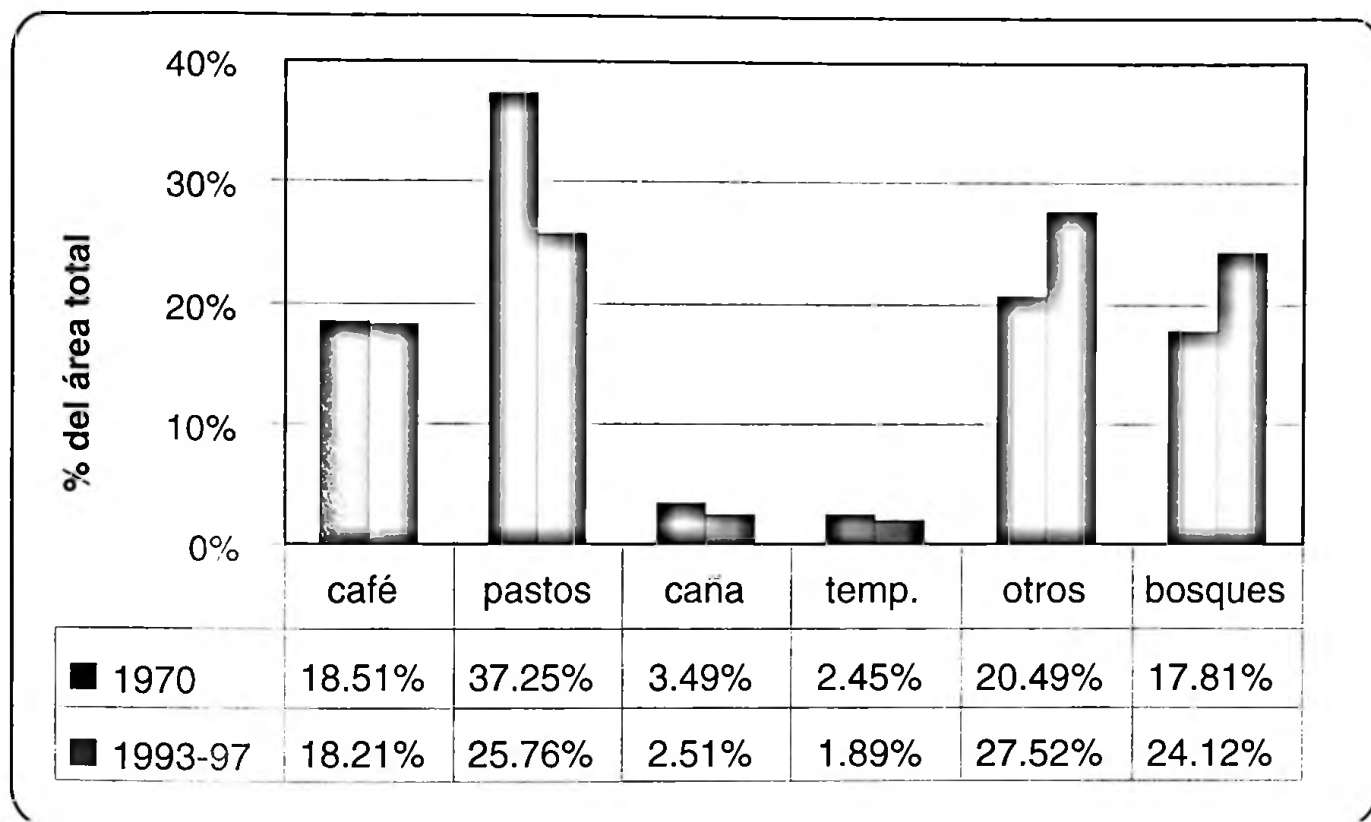
Fuente: Censos cafeteros Federación Nacional de Cafeteros de Colombia 1970, 1980, SICA.

Mapa 3. Evolución del área tecnificada en Colombia



Nota: El área tecnificada en el censo cafetero de 1970 es casi cero para todos los municipios.
Fuente: Censos cafeteros Federación Nacional de Cafeteros de Colombia 1970, 1980, SICA.

Figura 5. Evolución de las coberturas del suelo en la zona cafetera



Evolución de los sistemas de producción agropecuaria

La proporción de cada cobertura del suelo en cada municipio fue usada para clasificarlos en 4 sistemas productivos. La Figura 6 muestra las características de estos sistemas. El Mapa 4 presenta la distribución espacial de estos sistemas de producción para los municipios cafeteros en 1970 y 1997. El 48% de los municipios cafeteros ha cambiado su sistema de producción, siendo las transformaciones más importantes las de "Pastos" a "Café y Pastos" (7,6% de los municipios) y a "Otros y Pastos" (20,9% de los municipios). Estos cambios nuevamente indican que ha habido una diversificación del paisaje, ya que los sistemas productivos recientes tienen una mayor diversidad (i.e. mayor proporción de "otros" cultivos). La Tabla 2 muestra el número de municipios y el porcentaje del total en cada sistema de producción

para 1970 y 1997. Las mismas tendencias descritas a partir del Mapa 4 y su análisis se corroboran. Adicionalmente, la proporción de municipios con sistema productivo "Mezclado" ha disminuido, lo cual permite inferir que existe una tendencia hacia la especialización en alguna de las coberturas vegetales, ya que en los otros tres sistemas de producción hay uno o dos tipos de explotación agropecuaria que dominan las demás actividades. Esta tendencia es consistente con el modelo de intensificación y comercialización de la producción agrícola postulado por von Braun (34), donde a medida que avanza el proceso de comercialización de la producción agrícola, ocurre un proceso de especialización a nivel de finca. Lo interesante en el caso colombiano es que, aparentemente, los procesos de diversificación y de especialización están ocurriendo al mismo tiempo.

Figura 6. Sistemas de producción agrícola

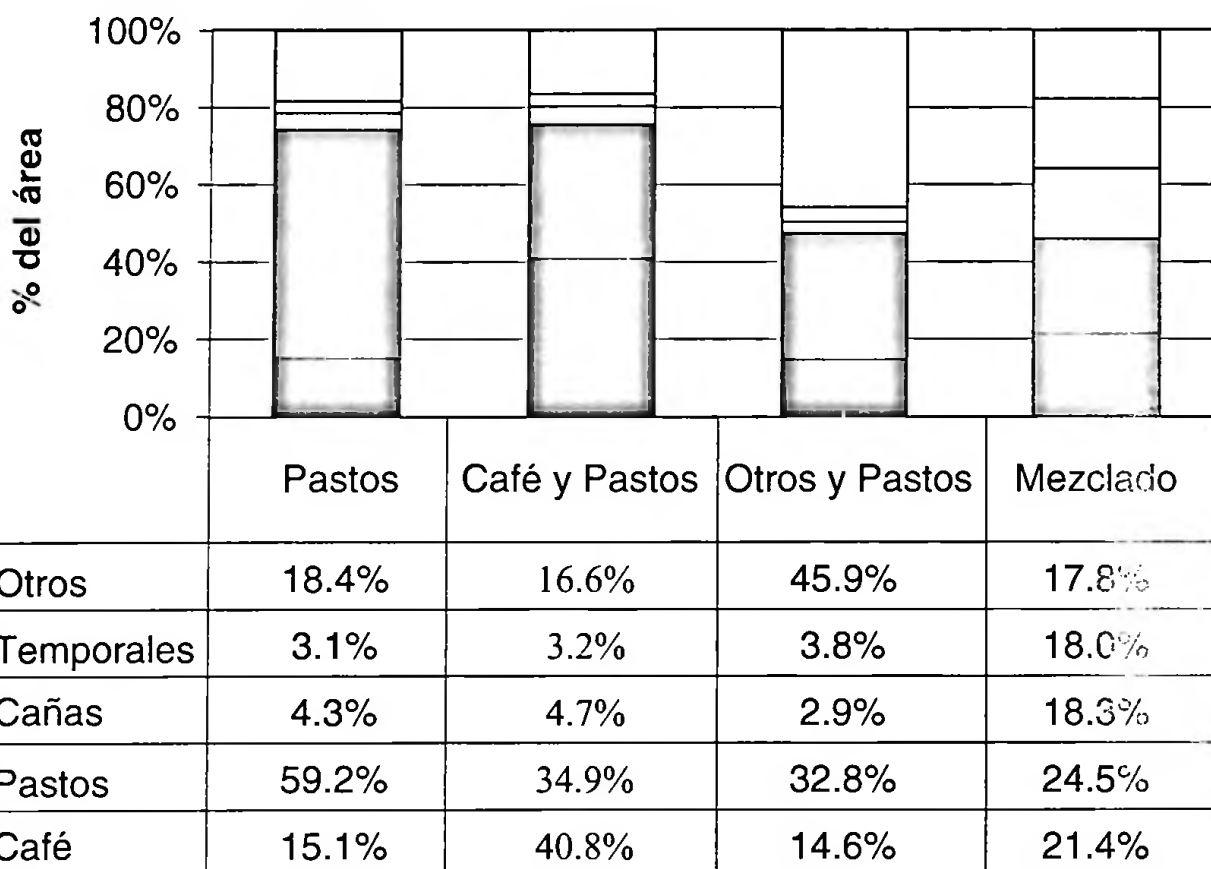


Tabla 2. Distribución de sistemas de producción.

Número de municipios (% del total)

Sistema Productivo	Año	
	1970	1997
Pastos	273 (47%)	125 (22%)
Café y Pastos	154 (26%)	162 (29%)
Otros y Pastos	98 (17%)	244 (44%)
Mezclado	62 (11%)	28 (5%)
Total municipios	587	559

Tendencias de cambio de paisaje

Los resultados presentados anteriormente indican que el paisaje de la zona cafetera se diversificó entre 1970-1997. El área en café disminuyó, y al mismo tiempo los pastos se convirtieron en otros cultivos. Adicionalmente, hay correlación entre el área en café intensivo y el área en otros cultivos. La superficie en bosques y rastrojos (Tabla 1) aumentó ligeramente, lo que sugiere que la intensificación de la producción cafetera no necesariamente está asociada con la desaparición de bosques naturales. Los bosques que han desaparecido son aquellos que están asociados al

cafetal con sombrero, ya que para 1997 el 70% del área en café se producía con el sistema intensivo, lo cual implica una reducción o eliminación del sombrero.

Otro aspecto que es importante resaltar es la heterogeneidad de los cambios. A pesar de que el área sembrada en café disminuyó, hay un porcentaje alto de municipios cafeteros (casi el 40%) donde el área en café ha aumentado o permanecido constante. Esto sugiere que la producción cafetera se está concentrando en ciertas zonas del país. Los cambios en sistemas de producción también corroboran esta heterogeneidad espacial, ya que casi la mitad de los municipios cambiaron su sistema de producción agrícola en el período de estudio. Estas tendencias de diversidad espacial también se presentan a lo largo del tiempo. El análisis del Mapa 3 demuestra que esta heterogeneidad también se presenta a lo largo del tiempo. A pesar de que para el período 1970-1997 el área sembrada en café se redujo a nivel nacional, sólo en 174 de los 514 municipios analizados hubo una tendencia clara a la disminución. La gran mayoría de municipios (279) aumentan su área en café entre 1970-1981, y luego la disminuyen entre 1981-1997, o viceversa. Esto demuestra que el paisaje cafetero es extremadamente dinámico y cambiante.

La Tabla 1 también muestra que el número de fincas cafeteras se ha duplicado en el período de estudio. Esto significa que el tamaño promedio de la finca ha disminuido para casi todos los municipios cafeteros del país (95.8% de los municipios). Al analizar este hecho en conjunto con el cambio en el área en café para cada municipio cafetero en Colombia por medio de tablas de contingencia, el resultado indica que en el 45% de los municipios el tamaño de la finca promedio ha disminuido y la proporción de la finca sembrada en café ha aumentado. De esto se infiere que a nivel de finca, el nivel de diversificación puede haber dis-

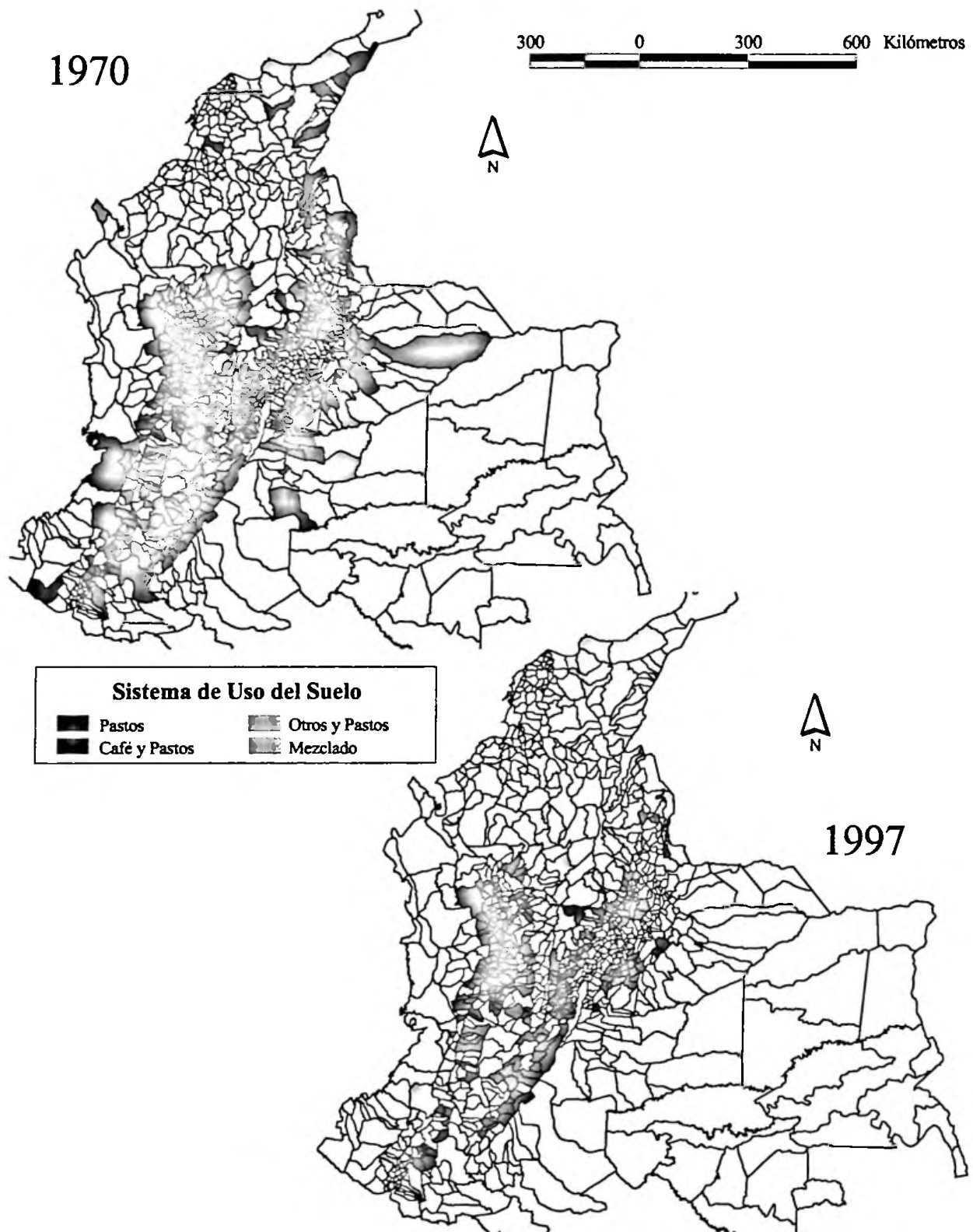
minuido, mientras que a nivel de paisaje, la diversidad de cultivos tiende a aumentar.

Limitaciones de este estudio

Aunque los resultados de este estudio sugieren unas tendencias muy interesantes en el cambio de paisaje en la zona cafetera colombiana, es necesario tener en cuenta algunas de las limitaciones de este análisis. En primer lugar, a pesar de que la información se encuentra a nivel municipal, no es posible determinar dónde ocurrieron los cambios de uso y cobertura del suelo al interior de cada municipio. Dicho de otra manera, los resultados no tienen el nivel de detalle espacial suficiente para analizar los efectos de los cambios del paisaje en el funcionamiento de los ecosistemas de las regiones cafeteras. En segundo lugar, este estudio únicamente describe qué, cuándo, y dónde han cambiado las coberturas vegetales. Una etapa posterior debe tratar de contestar cómo y por qué cambian los paisajes de esta forma. Sin embargo, para contestar estas preguntas sería necesario conocer la información histórica de cambio de uso del suelo para cada productor cafetero, y conocer las razones que lo influyeron a alterar su sistema productivo. Desafortunadamente, en la mayoría de los casos esta información histórica no existe, y adicionalmente la información que pueda identificar caficultores individuales no está disponible para personas no afiliadas a la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia.

A pesar de estas limitaciones, es importante anotar que este es de los primeros estudios que analizan la evolución de la producción cafetera en Colombia desde un punto de vista espacial, y el mirar la caficultura desde esta perspectiva abre nuevas posibilidades para el diseño de políticas y sistemas de producción más acordes con la evolución temporal y espacial de la producción cafetera.

Mapa 4. Evolución de los sistemas de uso del suelo - Colombia



Nota: No existe información sobre usos del suelo en el censo cafetero de 1980

Fuente: Censos cafeteros Federación Nacional de Cafeteros de Colombia 1970, 1980, SICA.

AGRADECIMIENTOS

Esta investigación pudo llevarse a cabo gracias al apoyo logístico y la colaboración de Cenicafé. En particular, agradezco al Doctor Gabriel Cadena por su apoyo incondicional, al Doctor Jorge Botero y al grupo de Biología de la Conservación por sus comentarios y aportes durante mis estadias en Cenicafé, y a la Doctora Nancy Delgado por su hospitalidad mientras estuve en Manizales. Esta investigación no habría podido llevarse a cabo sin el apoyo económico del programa de Conservación Tropical y Desarrollo (TCD por su sigla en inglés) de la Universidad de la Florida, entidad que financió dos breves temporadas de investigación preliminar en los años 2000 y 2001.

LITERATURA CITADA

- ALLEN, J. C.; BARNES, D. F. The causes of deforestation in developing countries. *Annals of the Association of American Geographers* 75(2): 163-184. 1985.
- BROWN, L. R. *Eco-economy: building an economy for the earth*. New York, Earth Policy Institute-W.W. Norton & Company, 2001. 334 p.
- CAMPBELL, J. B. *Introduction to remote sensing*. 2. ed. New York, The Guilford Press, 1996. 622 p.
- CASPERSEN, O. H. Population and land use changes in the central highland Province of Dak Lak, Vietnam. *Danish Journal of Geography. Special Issue*(1): 47-54. 1999.
- CONNELLY, W. T.; CHAIKEN, M. S. Intensive farming, agro-diversity, and food security under conditions of extreme population pressure in western Kenya. *Human Ecology* 28(1):19-51. 2000.
- CONWAY, G. The doubly Green Revolution: balancing food, poverty and environmental needs in the 21st century. In: LEE, D. R.; BARRETT, C. B. Eds. *Tradeoffs and synergies: agricultural intensification, economic development and the environment*. Wallingford, CABI Publishing, 2001. p. 17-32.
- ERRÁZURIZ, M. *Cafeteros y cafetales del Líbano: cambio tecnológico y diferenciación social en una zona cafetera*. Bogotá, Universidad Nacional de Colombia, 1986. 383 p.
- ESCOBAR, O. L.; FERRO, G. *Cultura del hombre cafetero*. Pereira, Banco de la República-Área Cultural, 1991. 52 p.
- ETTER, A.; VILLA, L. A. Andean forests and farming systems in part of the Eastern Cordillera (Colombia). *Mountain Research and Development* 20(3):236-245. 2000.
- FEDERACIÓN NACIONAL DE CAFETEROS DE COLOMBIA - FEDERACAFÉ. BOGOTÁ. COLOMBIA. Censo cafetero. Bogotá, FEDERACAFÉ, 1970. 49 p. (Anexo).
- FEDERACIÓN NACIONAL DE CAFETEROS DE COLOMBIA - FEDERACAFÉ. BOGOTÁ. COLOMBIA. Atlas cafetero de Colombia. Bogotá, FEDERACAFÉ, 1976. 187 p.
- FEDERACIÓN NACIONAL DE CAFETEROS DE COLOMBIA - FEDERACAFÉ. BOGOTÁ. COLOMBIA. Censo cafetero 1980-81. Bogotá, FEDERACAFÉ, 1983. 148 p.
- FEDERACIÓN NACIONAL DE CAFETEROS DE COLOMBIA - FEDERACAFÉ. BOGOTÁ. COLOMBIA. Sistema de Información Cafetera. Encuesta Nacional de Cafeteros SICA. Informe Final. Santa fé de Bogotá, FEDERACAFÉ, 1997. 178 p.
- FEDERACIÓN NACIONAL DE CAFETEROS DE COLOMBIA - FEDERACAFÉ. BOGOTÁ. COLOMBIA. (2002, Agosto 2002). *Intocafé* [Base de Datos]. Asesoría Económica e Internacional — División de Estudios Especiales y Estudios Básicos. Fecha de acceso 11/20, 2002, INTRANET, FEDERACAFÉ
- HIETALA-KOIVU, R. Landscape and modernizing agriculture: a case study of three areas in Finland in 1954-1998. *Agriculture, Ecosystems and Environment*. 91:273-281. 2002
- HOLT-JENSEN, A. *Geography: history and concepts. A students' guide*. 3. ed. Thousand Oaks, SAGE Publications, 1999. 228 p.
- LAMBIN, E. F.; GEIST, H. J. Global land-use and land-cover change: what have we learned so far?. *Global Change Newsletter* 46:27-30. 2001
- LAMBIN, E. F.; ROUNSEVELL, M. D. A.; GEIST, H. J. Are agricultural land-use models able to predict changes in land-use intensity? *Agriculture, Ecosystems and Environment*. 82:321-321. 2000.
- LAMBIN, E. F.; TURNER, B. L.; GEIST, H. J.; AGBOLA, S. B.; ANGELSEN, A.; BRUCE, J. W.; COOMES, O. T.; DIRZO, R.; FISHER, G.; FOLKE, C.; GEORGE, P. S.; HOMEWOOD, K.; IMBERNON, J.; LEEMANS, R.; XIUBIN, L.; MORAN, E. F.; MORTIMORE, M.; RAMAKRISHNAN, P. S.; RICHARDS, J. F.; SKÁNES, H.; STEFFEN, W.; STONE, G. D.; SVEDIN, U.; VELDKAMP, T. A.; VOGEL, C.; XU, J. The causes of land-use and land-cover change: moving beyond the myths. *Global Environmental Change* 11(4):261-269. 2001.
- MANNION, A. M. *Dynamic world. Land-cover and land-use change*. New York, Arnold Press, 2002. 230 p.
- MACKENZIE, F. T.; MACKENZIE, J. A. *Our changing planet: an introduction to earth system science and global environmental change*. 2. ed. Upper Saddle River, Prentice Hall, 1998. 387 p.
- NIEHAUS, D. J. Slope instability hazard assessment for natural disaster reduction, an approach using remote sensing analysis and Geographical Information Systems: A case study in the Central Cordillera of Colombia. Eschende, International Institute for Aerospace Survey and Earth Sciences (ITC), facultad de Earth Resources and Environmental Geosciences, 1992. (Tesis: M.Sc. EREG)
- ORTIZ, A. P. *Sombrios y caturrales del Líbano-Tolima. Transformación y crisis ecológica de un paisaje cafetero*. Bogotá, IGAC, 1989. 186 p. (Análisis metodológico y cartografía integrada).
- PALACIOS, M. *Coffee in Colombia 1850-1970*. Cambridge, Cambridge University Press, 1980. 338 p.
- PARSONS, J. *Antioqueño colonization in Western Colombia*. 2. ed. Berkeley, University of California Press, 1968. 233 p.

PAUWELS, F.; GULINCK, H. Changing minor rural road networks in relation to landscape sustainability and farming practices in west Europe. *Agriculture, Ecosystems and Environment* 77:95-99. 2000.

PERRINGS, C. The economics of biodiversity loss and agricultural development in low income countries. In: LEE, D. R.; BARRETT, C. B. Eds. *Tradeoffs and synergies: agricultural intensification, economic development and the environment*. Wallingford, CABI Publishing, 2001. p. 57-72.

RAO, K. S.; PANT, R. Land use dynamics and landscape change pattern in a typical micro watershed in the mid elevation zone of central Himalaya, India. *Agriculture, Ecosystems and Environment* 86:113-123. 2001.

REENBERG, A.; LUND, C. Land use and land right dynamics - Determinants of resource management in Eastern Burkina Faso. *Human Ecology* 26(4):599-620. 1998.

RICE, R. A. The land use patterns and the history of coffee in eastern Chiapas, Mexico. *Agriculture and Human Values* 14:127-143. 1997.

RUDEL, T. K.; PEREZ L., M. When fields revert to forest: development and spontaneous reforestation in post-war Puerto Rico. *Professional Geographer* 52(3):386-397. 2000.

TURNER, B. L.; SKOLE, D.; SANDERSON, G.; FISHER, G.; FRESCO, L.; LEEMANS, R.. *Land-use and land-cover change: science/research plan*. Stockholm, International Congress of Scientific Unions and International Science Council, 1995. 85 p.

TURNER, M. G.; GARDNER, R. H.; O'NEILL, R. V. *Landscape ecology in theory and practice. Pattern and process*. New York, Springer-Verlag, 2001. 401 p.

VON BRAUN, J. Agricultural commercialization: impacts on income and nutrition and implications for policy. *Food Policy* 20(3):187-202. 1995.

Anexo estadístico

Principales variables de la economía cafetera colombiana

Años Cafeteros 2002/03 y 2003/04

VARIABLES	2002/03	2003/04	DIFERENCIA	
			Unid.	%
1. EXPORTACION TOTAL (Mills. s/s 60 Kg verde)	10.478	10.154	-0.3	-3.1
FEDERACION	2.5	2.9	0.4	14.5
PARTICULARES	7.9	7.2	-0.7	-9.4
2. PRECIO EXTERNO DE FACTURACION (US\$/Lb. Ex-dock)	0.73	0.79	0.06	8.2
US\$ de 2004	0.71	0.79	0.08	11.0
3. VALOR FACTURACION (US\$ Mills. FOB)	922.0	991.9	69.9	7.6
US\$ de 2004	945.3	991.9	47	4.9
4. PRODUCCION CAFETERA (Mills. s/s 60 Kg verde)	11.712	11.053	-659	-5.6
5. PRECIO INTERNO PROMEDIO (\$/Carga)				
\$ corrientes	333.819	367.706	33.887	10.2
\$ del 2004	354.459	367.706	13.247	3.7
6. VALOR COSECHA (Miles de Millones \$)				
\$ corrientes	2.346	2.439	93	4.0
\$ del 2004	2.491	2.439	-52	-2.1
7. CONSUMO INTERNO (Mills. s/s 60 Kg verde)	1.22	1.23	0.0	0.8
8. EXISTENCIAS FINALES (Mills. s/s 60 Kg verde)	1.676	1.399	-277	-16.5
9. FONDO NACIONAL DEL CAFE - Septiembre 30 (Déficit) o Superávit de Tesorería (Mills. \$)	60.819	29.811	-31.008	-51.0
Patrimonio a Septiembre 31 (Mills. \$)	780.770	971.225	190.455	24.4
Patrimonio a Septiembre 30 (US\$ Mills.)	270	374	104	38.4

(*) Incluye stocks de seguridad y promoción.
Fuente: FNC - Gerencias Financiera y Comercial.

Exportación mundial de café verde a todo destino

Años Cafeteros 1997/98 - 2003/04

Millones de sacos de 60 kilos

PAISES	Calidad de Café	97/98		98/99		99/00		00/01		01/02		02/03		03/04*	
		S/S	%	S/S	%	S/S	%	S/S	%	S/S	%	S/S	%	S/S	%
TOTAL MUNDIAL		78.6	100.0	83.8	100.0	88.0	100.0	89.7	100.0	85.9	100.0	88.1	100.0	87.5	100.1
Cosechas Abr - Mar		27.5	35.0	34.6	41.2	29.5	33.6	31.9	35.7	35.2	40.9	37.8	43.0	35.1	40.2
Brasil	(ANL/R)	16.3	20.7	22.9	27.3	18.7	21.3	21.6	24.1	26.0	30.2	27.6	31.4	25.3	29.0
Ecuador	(AS/R)	1.1	1.4	0.9	1.1	0.8	0.9	0.8	0.9	0.6	0.7	0.7	0.8	0.6	0.7
Papúa-N. Guinea	(AS/R)	1.2	1.5	1.4	1.7	1.0	1.1	1.1	1.2	1.0	1.2	1.1	1.3	1.1	1.3
Perú	(AS)	1.9	2.4	2.2	2.6	2.3	2.6	2.4	2.7	2.7	3.1	2.7	3	2.4	2.8
Indonesia	(R/AS)	5.4	6.9	5.4	6.4	5.1	5.8	5.1	5.8	4.1	4.8	4.5	5.1	4.6	5.2
Madagascar	(R/AS)	0.6	0.8	0.7	0.8	0.5	0.6	0.1	0.1	0.1	0.1	0.2	0.2	0.1	0.2
Otros		1.0	1.3	1.1	1.3	1.1	1.3	0.8	0.9	0.7	0.8	1.0	1.2	0.9	1.0
Cosechas Jul - Jun		1.4	1.8	1.2	1.4	1.2	1.3	1.3	1.4	1.0	1.1	1.2	1.5	0.8	0.9
Rep. Dominicana	(AS)	0.4	0.5	0.2	0.2	0.2	0.2	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.2	0.1	0.1
Tanzania	(AS/R)	0.7	0.9	0.7	0.8	0.8	0.9	0.9	1.0	0.6	0.7	0.8	1.0	0.5	0.6
Otros		0.3	0.4	0.3	0.4	0.2	0.2	0.3	0.3	0.3	0.3	0.2	0.3	0.2	0.2
Cosechas Oct - Sep		49.7	63.2	48.0	57.4	57.3	65.1	56.5	62.9	49.7	57.8	49.1	55.7	51.6	59.0
Colombia	(AS)	10.9	13.9	10.3	12.3	9.0	10.2	9.4	10.5	10.6	12.4	10.5	11.9	10.2	11.6
Costa Rica	(AS)	2.2	2.8	2.1	2.5	2.0	2.3	2.1	2.3	1.9	2.2	1.7	1.9	1.5	1.7
El Salvador	(AS)	1.9	2.4	1.8	2.1	2.5	2.8	1.7	1.9	1.5	1.7	1.3	1.5	1.3	1.5
Etiopía	(ANL)	2.1	2.7	1.8	2.2	2.0	2.3	1.4	1.6	1.9	2.3	2.3	2.6	2.4	2.7
Guatemala	(AS/R)	3.9	5.0	4.6	5.5	4.9	5.5	4.4	4.8	3.3	3.9	4.0	4.5	3.3	3.8
Honduras	(AS)	2.3	2.9	2.1	2.5	2.8	3.2	2.5	2.8	2.6	3.0	2.4	2.8	2.8	3.2
India	(AS/R)	3.7	4.7	3.4	4.1	4.5	5.1	3.7	4.1	3.4	4.0	3.6	4	3.8	4.3
Kenia	(AS)	0.8	1.0	1.1	1.3	1.1	1.3	1.2	1.3	0.8	0.9	0.9	1	0.8	0.9
México	(AS/R)	3.9	5.0	4.1	4.9	5.1	5.8	3.6	4.0	2.9	3.4	2.6	2.9	2.4	2.8
Nicaragua	(AS)	1.0	1.3	1.0	1.2	1.2	1.4	1.4	1.6	0.9	1.0	1.0	1.1	1.3	1.5
Camerún	(R/AS)	0.8	1.0	1.0	1.2	1.3	1.5	1.1	1.2	0.6	0.7	0.7	0.8	0.9	1.0
Costa de Marfil	(R)	4.6	5.9	2.3	2.7	5.0	5.7	4.3	4.8	3.3	3.8	2.6	3	2.6	3.0
R. D. del Congo (Zaire)	(R/AS)	0.6	0.8	0.4	0.5	0.3	0.3	0.2	0.2	0.1	0.1	0.2	0.2	0.3	0.3
Tailandia	(R)	0.8	1.0	0.4	0.5	0.9	1.0	1.2	1.3	0.1	0.1	0.2	0.3	0.3	0.4
Uganda	(R/AS)	3.0	3.8	3.7	4.4	2.9	3.3	3.1	3.5	3.2	3.7	2.8	3.2	2.5	2.9
Vietnam	(R/AS)	6.6	8.4	6.7	8.0	10.8	12.3	14.4	16.1	12.0	13.9	11.6	13.1	14.5	16.6
Otros		0.6	0.6	1.2	1.5	1.0	1.1	0.8	0.9	0.6	0.7	0.8	0.9	0.7	0.8

(*) Preliminar.

(AS) Arábica Suave. (ANL) Arábica No Lavado. (R) Robusta. (AS/R) Ambas calidades con predominio de Arábica Suave.

(ANL/R) Ambas calidades con predominio de Arábica No Lavado. (R/AS) Ambas calidades con predominio de Robusta.

Fuente: OIC-Coffee Statistics.

Exportaciones de café colombiano según países de destino

Años Cafeteros 1999/00 - 2003/04

Miles de sacos de 60 kilos

PAÍSES	99/00		00/01		01/02		02/03		03/04 *	
	Sacos	%	Sacos	%	Sacos	%	Sacos	%	Sacos	%
TOTAL	9.065	100	9.473	100	10.629	99.9	10.478	100.0	10.154	100.0
AMERICA	3.420	37.7	3.553	37.6	4.153	39.1	4.248	40.5	4.315	42.5
Estados Unidos	2.919	32.2	2.946	31.1	3.419	32.2	3.634	34.7	3.627	35.7
Canadá	383	4.2	471	5.0	594	5.6	497	4.7	589	5.8
Argentina	30	0.3	25	0.3	13	0.1	9	0.1	12	0.1
Otros (1)	87	1.0	110	1.2	128	1.2	108	1.0	87	0.9
EUROPA	4.193	46.3	4.421	46.7	4.724	44.4	4.623	44.1	3.974	39.1
Unión Europea	4.053	44.8	4.250	45.0	4.540	42.8	4.410	42.2	3.729	36.9
Alemania	1.703	18.8	1.791	18.9	1.784	16.8	1.872	17.9	1.338	13.2
Bélgica	488	5.4	632	6.7	575	5.4	627	6.0	508	5.0
Italia	237	2.6	239	2.5	252	2.4	250	2.4	281	2.8
Reino Unido	253	2.8	234	2.5	306	2.9	311	3.0	267	2.6
Suecia	243	2.7	251	2.7	281	2.6	237	2.3	262	2.6
Países Bajos	204	2.3	231	2.4	262	2.5	249	2.4	240	2.4
España	232	2.6	192	2.0	244	2.3	250	2.4	219	2.2
Finlandia	117	1.3	140	1.5	212	2.0	141	1.3	171	1.7
Francia	285	3.1	277	2.9	340	3.2	201	1.9	160	1.6
Dinamarca	99	1.1	90	1.0	111	1.0	103	1.0	117	1.1
República Checa	46	0.5	46	0.5	53	0.5	62	0.6	46	0.5
Polonia	88	1.0	55	0.6	44	0.4	45	0.4	42	0.4
Portugal	14	0.2	18	0.2	16	0.2	23	0.2	22	0.2
Austria	13	0.1	16	0.2	21	0.2	11	0.1	19	0.2
Grecia	11	0.1	15	0.2	8	0.2	14	0.1	17	0.2
Otros Unión Europea	18	0.2	20	0.2	24	0.2	14	0.2	20	0.2
Otros Europa	141	1.6	171	1.8	185	1.7	213	2.0	245	2.4
Noruega	84	0.9	101	1.1	111	1.0	145	1.4	147	1.5
Rusia	12	0.1	23	0.2	19	0.2	18	0.2	57	0.6
Suiza	7	0.1	15	0.2	14	0.1	18	0.2	27	0.3
Otros (2)	33	0.4	29	0.3	37	0.4	31	0.3	10	0.1
	4	0.0	4	0.0	3	0.0	2	0.0	4	0.0
OTROS PAISES										
Japón	1.452	16.0	1.499	15.8	1.752	16.4	1.607	15.4	1.866	18.4
Corea del Sur	1.214	13.4	1.219	12.9	1.482	13.9	1.315	12.6	1.567	15.4
Australia	117	1.3	118	1.2	88	0.8	125	1.2	129	1.3
Otros (3)	26	0.3	26	0.3	32	0.3	33	0.3	36	0.4
	95	1.1	136	1.4	149	1.4	133	1.3	134	1.3

(*) Preliminar.

(1) Principalmente, Ecuador, Chile, Perú y Antillas. (2) Principalmente, Rumania, Eslovenia, Hungría y Bulgaria.

(3) Principalmente, Israel, Sudáfrica, Hong Kong, Nueva Zelanda, Taiwán y Singapur.

Fuente: FNC - Gerencia Comercial

Precios indicativos según los grupos de la Organización Internacional del Café

Años Cafeteros 1997/98 - 2003/04

(Centavos de dólar por libra)

SUAVES COLOMBIANOS	Oct.	Nov.	Dic.	Ene.	Feb.	Mar.	Abr.	May.	Jun.	Jul.	Ago.	Sep.	Año Cafetero
1997/98	169.40	161.35	183.32	184.21	190.59	166.07	158.17	146.33	135.83	125.03	129.45	117.56	155.61
1998/99	115.01	121.74	123.96	123.07	116.92	117.05	114.02	123.95	121.45	107.05	105.28	97.77	115.61
1999/00	103.69	126.76	140.35	130.13	124.73	119.51	112.67	110.31	100.30	101.67	91.87	89.98	112.66
2000/01	90.25	84.01	75.81	75.33	76.70	76.94	78.25	80.92	74.38	69.70	73.50	68.80	77.05
2001/02	62.88	64.89	62.33	62.51	62.67	68.27	69.76	65.95	62.94	60.60	58.10	64.15	63.75
2002/03	67.92	70.70	65.38	67.27	67.47	62.16	64.40	65.74	61.61	64.87	65.65	67.55	65.89
2003/04	66.17	64.39	66.68	73.76	76.53	77.97	75.22	77.17	82.51	76.13	75.35	81.02	74.41
OTROS SUAVES 1_/													
1997/98	167.66	160.27	177.44	177.80	178.18	157.69	150.35	137.72	124.93	117.60	123.18	111.85	148.72
1998/99	109.72	116.37	117.39	112.96	105.48	105.39	102.11	111.07	107.21	94.85	91.37	84.31	104.85
1999/00	94.20	113.38	124.46	111.11	103.44	100.73	94.61	94.17	86.44	87.35	76.92	75.78	96.88
2000/01	76.66	71.54	66.15	65.98	67.19	66.50	66.13	69.22	63.90	58.72	59.72	58.07	65.82
2001/02	56.40	58.85	56.72	58.25	59.12	64.47	65.43	61.40	58.57	56.48	54.27	60.57	59.22
2002/03	65.73	69.87	64.16	65.57	66.41	61.75	64.69	66.26	61.04	62.95	63.89	66.41	64.89
2003/04	64.30	62.28	64.86	72.73	76.21	78.06	75.44	76.99	82.21	74.94	73.61	80.47	73.51
BRASILEROS Y O. ARABICAS													
1997/98	152.16	149.07	171.12	179.83	177.78	154.84	141.11	124.89	104.09	96.22	101.92	92.76	137.15
1998/99	91.32	96.67	100.28	99.43	91.67	88.90	86.14	96.29	91.69	78.13	76.67	70.43	88.97
1999/00	78.71	98.41	109.47	97.68	91.51	89.93	86.46	87.23	78.32	79.89	70.57	71.14	86.61
2000/01	72.28	68.95	64.39	62.38	62.50	60.35	55.11	57.19	51.86	46.43	46.49	42.42	57.53
2001/02	38.63	42.82	42.21	43.14	43.17	48.70	49.70	45.39	43.00	43.31	40.18	44.53	43.73
2002/03	46.08	49.25	46.55	49.31	48.97	43.77	48.55	51.12	46.88	49.50	52.48	54.86	48.94
2003/04	52.81	50.73	54.79	62.06	65.52	66.97	63.70	65.16	69.61	62.89	61.75	68.90	62.07
ROBUSTAS 2_/													
1997/98	75.39	76.04	82.60	83.41	83.36	82.19	88.97	90.74	82.73	77.04	79.24	79.80	81.79
1998/99	80.30	80.16	84.06	82.29	79.23	73.42	69.32	67.94	65.59	61.56	63.07	59.57	72.21
1999/00	58.52	63.05	66.79	53.18	48.85	46.25	44.45	44.32	42.68	40.82	38.25	38.83	48.83
2000/01	36.14	32.81	30.38	32.40	31.58	30.52	28.49	29.54	29.17	27.43	25.82	24.27	29.88
2001/02	23.24	23.68	24.35	22.81	24.37	29.10	29.34	28.32	28.42	28.60	27.88	32.08	26.85
2002/03	33.33	37.93	38.06	41.18	40.67	37.17	37.42	37.80	34.21	35.35	36.30	37.35	37.23
2003/04	35.88	34.11	35.90	39.84	37.05	36.70	36.37	36.56	39.87	36.02	33.91	34.24	36.37
PRECIO INDICATIVO COMPUESTO 3_/													
1997/98	121.09	118.16	130.02	130.61	130.81	119.92	119.66	114.23	103.84	97.32	101.10	95.82	115.22
1998/99	95.01	98.26	100.73	97.63	92.36	89.41	85.72	89.51	86.41	78.21	77.22	71.93	88.53
1999/00	76.36	88.22	95.57	82.15	76.15	73.49	69.53	69.22	64.56	64.09	57.59	57.31	72.85
2000/01	56.40	52.18	48.27	49.19	49.39	48.51	47.31	49.38	46.54	43.07	42.77	41.17	47.85
2001/02	42.21	44.24	43.36	43.46	44.30	49.49	50.19	47.30	45.56	44.70	42.79	47.96	45.46
2002/03	50.79	54.69	51.68	54.04	54.07	49.61	51.87	53.19	48.90	50.89	52.22	54.10	52.17
2003/04	51.72	49.81	52.44	58.69	59.87	60.80	58.80	59.91	64.28	58.46	56.98	61.47	57.77

(*) Precio promedio de reintegro. No hubo cotización en el mercado de Nueva York.

1_/ Promedio ponderado de Otros Suaves N.York y Bremen/Hamburgo así: N.York 75% y Bremen/Hamburgo 25%

2_/ Promedio ponderado de Robustas N.York y Le Havre/Marsella así: N.York 60% y Le Havre/Marsella 40%

3_/ Precio Compuesto 1979=Promedio de Otros Suaves y Robustas. Fuente: OIC

Exportaciones por países exportadores a todos los destinos

PAÍSES	Calidad de café	02/03*	03/04*	PAÍSES	Calidad de café	02/03*	03/04*
TOTAL MUNDIAL		88114143	87490246	El Salvador	A	1320276	1344193
Cosechas Abr - Mar		37840993	35080264	Etiopia	A	2276902	2373717
Brasil	A/R	27632853	25335653	Guatemala	A	3964953	3284887
Ecuador	A/R	667337	622520	Honduras	A	2438716	2793760
Papua Nueva Guinea	A/R	1142642	1118508	India	A/R	3560313	3778023
Perú	A	2663695	2447252	Kenya	A	877889	830626
Indonesia	R/A	4516593	4557812	México	A	2561326	2421680
Madagascar	R/A	187863	148000	Nicaragua	A	978466	1270364
Otros		1030010	850519	Camerún	R/A	731795	877282
Angola	R	15018	6825	Costa de Marfil	R	2608386	2638731
Bolivia	A	82466	75737	Rep. Dem. del Congo	R/A	192000	254333
Burundi	A	552481	251531	Tailandia	R	224187	339799
Malawi	A	38564	40503	Uganda	R/A	2809948	2523702
Paraguay	A	4899	7438	Vietnam	R	11555093	14497173
Ruanda	A	237049	386265	Otros		805740	742590
Zimbabue	A	99533	82220	Ghana	R	22885	16039
Cosechas Jul - Jun		1212494	783309	Guinea	R	251859	264401
República Dominicana	A	140937	51565	Jamaica	A	24874	26661
Tanzania	A/R	840718	547931	Nigeria	R	9887	2817
Otros		230839	183813	Benin	R	0	0
Cuba	A	57640	29738	Rep. Centroafricana	R	37874	68276
Haití	A	37400	33340	Guinea Ecuatorial	R	0	0
Rep. del Congo	R	0	0	Gabon	R	950	0
Filipinas	R	8735	24724	Togo	R	77705	146772
Zambia	A	127064	96011	Panamá	A	84093	76835
Cosechas Oct - Sep		49060656	51626673	Sierra Leona	R	20533	18985
Colombia	A	10478253	10154161	Sri Lanka	R	1934	1413
Costa Rica	A	1676413	1501652	Trinidad y Tobago	R	2002	524
				Venezuela	A	271144	119867

1/ Provisional

Nota: El grupo de subtotales tiene en cuenta las proporciones por tipo de café exportado por países que producen y exportan café arábica y robusta en cantidad significativa. Se puede notar que la proporción arábica robusta 50/50, se usó para convertir el café procesado por el equivalente en café verde (GBE) donde era aplicable.

Producción total de países exportadores

Producción por años 1998/99 a 2003/04

Prod. vendida por año		9900	0001	01-Feb	0003	0004
TOTAL		115.087	112.679	109.675	121.948	100.691
Abril		45.058	44.884	46.307	61.579	41.181
Brasil	(A/R)	32.348	32.005	33.743	48.480	28.825
Ecuador	(A/R)	1.198	872	893	732	804
Papua Nueva Guinea	(A/R)	1.387	1.041	1.041	1.108	1.147
Perú	(A)	2.663	2.596	2.749	2.900	2.525
Indonesia	(R/A)	5.774	6.974	6.833	6.785	6.464
Madagascar	(R/A)	427	366	147	445	479
otros		1261	1030	901	1129	937
Angola	(R)	55	50	21	56	43
Bolivia	(A)	184	173	124	149	125
Burundi	(A/R)	507	337	257	433	326
Malawi	(A)	59	63	60	42	48
Paraguay	(A)	23	25	22	26	26
Ruanda	(A)	308	273	296	319	279
Zimbabue	(A)	125	109	121	104	94
1 Julio		3.062	2.866	2.605	2.718	2.188
República Dominicana	(A)	694	437	432	426	416
Tanzania	(A/R)	837	821	624	824	608
otros		1531	1608	1549	1468	1164
Rep. del Congo	(R)	3	3	3	3	3
Cuba	(A)	328	313	285	239	254
Haití	(A)	402	423	402	384	373
Filipinas	(R/A)	739	775	759	721	433
Zambia	(A)	59	94	100	121	101
1 Octubre		66.967	64.929	60.763	57.651	57.322
Colombia	(A)	9.398	10.532	11.999	11.889	11.000
Costa Rica	(A)	2.404	2.253	2.166	1.936	2.120
El Salvador	(A)	2.599	1.707	1.667	1.442	1.248

Continúa...

... Viene.

Prod. vendida por año		99/00	00/01	01-Feb	00/03	00/04
Etiopia	(A)	3.505	2.768	3.756	3.693	4.333
Guatemala	(A/R)	5.120	4.940	3.669	4.070	3.000
Honduras	(A)	2.985	2.667	3.036	2.497	2.913
India	(A/R)	5.506	4.526	4.970	4.676	4.508
Kenya	(A)	1.502	988	991	945	1.000
México	(A)	6.219	4.815	4.200	4.000	4.550
Nicaragua	(A)	1532	1595	1.116	1.199	1.395
Camerún	(R/A)	1.370	1.113	686	801	1.150
Costa de Marfil	(R)	6.321	4.846	3.595	3.172	2.325
Togo	(R)	263	197	116	80	225
Tailandia	(R)	1.271	1.692	548	757	991
Uganda	(R/A)	3.097	3.205	3.166	2.910	3.100
Vietnam	(R)	11.648	14.775	13.133	11.555	11.250
OTROS		2.227	2.310	1.949	2.029	2.214
Rep. Centroafricana	(R)	241	122	75	92	158
Rep. Dem. del Congo	(R/A)	457	433	430	335	688
Guinea Ecuatorial	(R)	0	0	0	0	3
Gabon	(R)	2	0	1	1	2
Ghana	(R)	48	52	25	24	35
Guinea	(R)	382	368	254	302	115
Jamaica	(A)	39	37	30	38	47
Liberia	(R)	12	14	10	12	5
Nigeria	(R)	46	48	43	50	43
Panamá	(A)	167	170	160	140	170
Sierra Leona	(R)	59	53	53	26	35
Sri Lanka	(R/A)	41	43	32	32	40
Trinidad y Tobago	(R)	16	14	15	16	12
Venezuela	(A)	717	956	821	961	860
Benin	(R)	0	0	0	0	1