



BANCO INTERAMERICANO DE DESARROLLO
AGENCIA DE LOS ESTADOS UNIDOS PARA EL DESARROLLO INTERNACIONAL
BANCO MUNDIAL

DOCUMENTO DE DISCUSIÓN

**TRANSICIÓN COMPETITIVA DEL SECTOR CAFETALERO
EN CENTROAMÉRICA**

Elaborado para el Taller Regional:

**LA CRISIS CAFETALERA Y SU IMPACTO EN CENTROAMÉRICA:
SITUACIÓN Y LÍNEAS DE ACCIÓN**

Antigua, Guatemala
Abril 3 – 5, 2002

PREFACIO

El presente documento de trabajo es producto de un esfuerzo conjunto entre el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), el Banco Mundial (BM) y la Agencia de Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID). El documento fue preparado como marco de referencia para la discusión en torno a aspectos centrales asociados al sector cafetalero en Centroamérica, en el marco del Taller Regional: “La Crisis Cafetalera y su Impacto en Centroamérica: Situación y Líneas de acción”, que se llevará a cabo en Antigua, Guatemala del 3 al 5 de abril de 2002.

Esta iniciativa es parte de la respuesta a la solicitud de apoyo de varios gobiernos centroamericanos para encarar la crisis del café y enfrentar los efectos que ésta tiene en sus economías. El documento de trabajo procura definir la naturaleza y la magnitud de la crisis y delinear las estrategias posibles para superar sus efectos a través de una transición competitiva para el sector, y el marco más amplio del desarrollo de la economía rural. La intención de este documento de trabajo es ser un aporte para la discusión en el taller y no representa una declaración de principios de política de las tres instituciones patrocinadoras.

El documento está dividido en seis secciones. La sección I describe la naturaleza de la crisis y su magnitud. La sección II examina los caminos para mejorar la calidad del café de Centroamérica como una respuesta competitiva y estratégica ante la crisis. La sección III se enfoca en las oportunidades del mercado y en aspectos de gestión de la comercialización que los productores de café deben tomar en cuenta. La sección IV discute los programas de diversificación como posibles alternativas para los caficultores que no son competitivos. La sección V se centra en aspectos de medio ambiente asociados a la producción del café. Por último, la sección VI examina el papel de las instituciones públicas y privadas, específicamente en los pasos que pueden tomar para facilitar la transformación competitiva del sector cafetalero en la región y los esfuerzos que se pueden realizar para reducir los efectos sociales negativos de la crisis.

RESUMEN EJECUTIVO

Las naciones centroamericanas productoras de café se encuentran en una encrucijada. Los precios del café están a niveles históricos mínimos, la sobreproducción mundial ha llevado a acumulación de inventarios, y la competencia se intensifica. Las perspectivas para la recuperación de los precios en la temporada 2002/03, y en el futuro cercano, no son alentadoras. De hecho, la crisis actual parece ser de carácter estructural, y está forjada por cambios tanto en la demanda como en la oferta. Mientras tanto, el desempleo en el sector se ha elevado vertiginosamente, los sueldos se han reducido, y los recursos generados con las exportaciones han disminuido de manera dramática. La situación es especialmente crítica porque la mayoría de los productores de café son pequeños productores que viven en zonas rurales remotas, cuya supervivencia depende en gran parte de su propia cosecha y del dinero extra de la recolección temporal del café. La crisis en el sector crea desequilibrios sociales, migración acelerada a zonas urbanas e inestabilidad. Las economías y sociedades de Centroamérica se encuentran severamente afectadas tanto al nivel micro como al macroeconómico.

Los caficultores en la región están enfrentando una nueva estructura del mercado y nuevos desafíos. Todo estos factores requieren estrategias nuevas, siendo el eje principal el desarrollo económico sostenible de la economía rural.

La ventaja competitiva de la región centroamericana en el mercado de café radica en contar con las condiciones agroecológicas adecuadas para producir café de buena calidad. Para manejar la transición competitiva del sector cafetalero en Centroamérica, este documento aboga por dos líneas de acción a mediano y largo plazo:

- Mejorar la calidad del café y la eficiencia de su producción en las regiones con una ventaja comparativa (específicamente, las zonas con la altitud adecuada); desarrollar el valor agregado; buscar la promoción y comercialización efectivos; y
- Promover la diversificación a otras alternativas agrícolas y no agrícolas para las regiones que no tienen el potencial para producir un café de buena calidad, desarrollar valor añadido al producto, y diseñar e implementar estrategias efectivas de promoción y comercialización.

La vulnerabilidad social también deberá ser reducida tanto a corto como a largo plazo. Para ayudar a los caficultores, a los trabajadores y a sus familias, se necesita una mejor atención social (en particular con acciones a corto plazo como medidas de protección social y redes de seguridad alimentaria). Para proteger a los pequeños productores de café que son vulnerables a los cambios de precios, es necesario desarrollar y adoptar mecanismos de cobertura de riesgo e instrumentos similares. Estas líneas de acción se respaldarían con políticas públicas e instrumentos de inversión efectivos y adecuados, inversión privada, y con el apoyo de la sociedad civil y ONGs.

Para ser efectiva, la estrategia para aumentar la calidad tendría que ser integral, y aplicarse a través de toda la cadena de producción del café. Se debe prestar atención especial a tres áreas:

- Identificar y apoyar las zonas geográficas con las condiciones agroecológicas adecuadas para una producción de alta calidad;
- Garantizar la producción de grano de buena calidad, diseñando y poniendo en práctica programas para el manejo del grano de café y prevención de defectos; y

- Desarrollar estrategias de valor agregado y de comercialización destinadas a crear asociaciones y vínculos con el mercado en el largo plazo, recibiendo primas más altas por la buena calidad, y logrando acceso a segmentos del mercado de altos ingresos.

Estas estrategias requieren de intervenciones sectoriales enfocadas en programas específicos enfocados en puntos críticos. Algunas acciones para los participantes de Centroamérica— instituciones públicas y privadas—podrían incluir:

- Adoptar normas para toda la industria y estándares de calidad;
- Identificar las zonas cafeteras de buena calidad y apoyarlas con estímulos; y
- Revisar los regímenes de comercio, e incluir al café en las negociaciones de comercio (especialmente en mercados nuevos y en mercados internos latinoamericanos).

Cualquier estrategia de diversificación que sea económicamente sostenible debe proporcionar alternativas para los productores centroamericanos que no sean competitivos en café, pero que les permita continuar explotando sus fincas como empresas agrícolas. Idealmente, estas estrategias deben tener en cuenta metas secundarias como:

- Emplear a los desplazados de la labor del café;
- Ser auto-sostenible cuando los proyectos se finalizan para que los productores no vuelvan a la producción del café cuando los precios mejoren; y
- Promover la utilización rentable y sostenible de la tierra.

El desarrollo de una estrategia exitosa para la diversificación agrícola debe seguir un enfoque sistemático, cubriendo simultáneamente condiciones agrícolas y empresariales. Factores por considerar deben incluir servicios de apoyo agrícola confiables; investigación y extensión en la producción, comercialización, y promoción; crédito; infraestructura; asistencia técnica y capacitación en la administración de empresas y manejo de riesgos; e inteligencia del mercado y regulación.

Finalmente, una estrategia sostenible para la transición del sector cafetalero debe proteger al medio ambiente. Un manejo adecuado del medioambiente puede contribuir a mejorar la calidad, la productividad, la viabilidad económica, la competitividad, y la sostenibilidad de las explotaciones cafetaleras. Adicionalmente, mantiene la productividad de la tierra y provee oportunidades de mercado a productos y servicios con valor añadido (café especiales, servicios ambientales). Como mínimo, cualquier estrategia de calidad y diversificación que se vaya a realizar no debe tener impactos negativos en el medio ambiente, especialmente en la biodiversidad y en el uso del agua. Más categóricamente, las estrategias deben trabajar con los programas ambientales, explorando las posibles externalidades positivas entre la sostenibilidad ambiental y las acciones para promover el mejoramiento de la calidad del café y la diversificación. De igual manera, los impactos sociales de las estrategias propuestas deberán ser considerados. Crear asociaciones activas con ONGs, así como trabajar con centros de investigación y de extensión con capacidad y experiencia en gestión ambiental, ayudará a alcanzar estos fines.

ÍNDICE

I. NATURALEZA Y MAGNITUD DE LA CRISIS DEL CAFÉ Y SU IMPACTO EN CENTROAMÉRICA	1
II. MEJORAMIENTO DE LA CALIDAD DEL CAFÉ DE CENTROAMÉRICA.....	4
III. COMERCIALIZACIÓN Y VALOR AGREGADO DE LOS CAFÉS CENTROAMERICANOS	9
IV. ESTRATEGIA DE DIVERSIFICACIÓN.....	14
V. CONSIDERACIONES AMBIENTALES	19
VI. MARCO INSTITUCIONAL Y DE INCENTIVOS	23
REFERENCIAS	33
ANEXO A. LA NATURALEZA Y CARACTERÍSTICAS DE CAFÉS DIFERENCIADOS	

ACRÓNIMOS

ANACAFE	Asociación Nacional del Café
BID	Banco Interamericano de Desarrollo
BM	Banco Mundial
CATIE	Centro de Agricultura Tropical, Investigación y Enseñanza
CIMS	Centro de Inteligencia sobre Mercados Sostenibles -INCAE
CIRAD	Centro de Cooperación Internacional y de Investigación Agronómica para el Desarrollo (<i>Centre de Coopération Internationale e Recherche Agronomique pour le Développement</i>)
G & S	Grados y Estándares
GIO	Indicaciones Geográficas de Origen (<i>Geographic Indications of Origin</i>)
ICAFFE	<i>Instituto del Café de Costa Rica</i>
IHCAFE	Instituto Hondureño del Café
IICA	Instituto Interamericano para la Cooperación en Agricultura
INCAE	Instituto Centroamericano de Administración de Empresas
MIS	Sistemas de Información de Mercado (<i>Market Information Systems</i>)
OIC	Organización Internacional del Café
OMC	Organización Mundial del Comercio
PROMECAFE	Programa Cooperativo Regional para el Desarrollo Tecnológico de la Caficultura en Centroamérica, República Dominicana y Jamaica
SCAA	Asociación de Cafés Especiales de los Estados Unidos (<i>Specialty Coffee Association of America</i>)
USAID	Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (<i>United States Agency for International Development</i>)

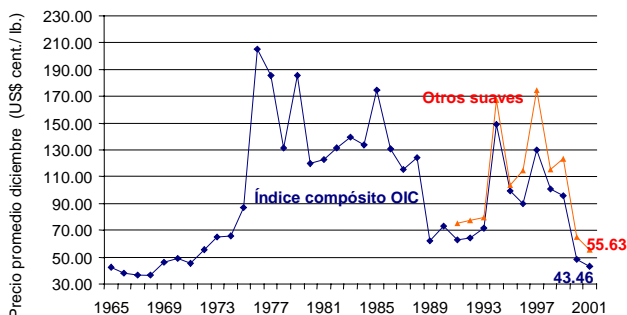
I. NATURALEZA Y MAGNITUD DE LA CRISIS DEL CAFÉ Y SU IMPACTO EN CENTROAMÉRICA

Durante los últimos cinco años, el mercado cafetalero mundial ha experimentado cambios importantes en la oferta, reflejando un aumento en los niveles de producción y exportación mundiales. La actual crisis de precios no solamente un fenómeno cíclico, sino también una consecuencia directa de la nueva estructura del mercado, magnificando el problema para los productores Centroamericanos.

Cambios estructurales en el mercado mundial del café

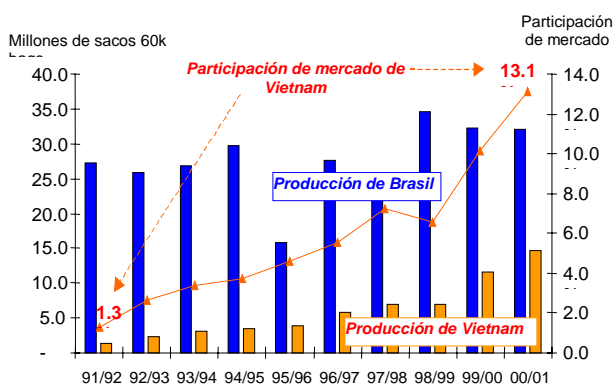
Durante 2000 y 2001, la sobreoferta mundial causó que los precios del café cayeran a sus niveles más bajos en 30 años, o a su nivel mínimo en 100 años ajustando por la inflación (Figura I-1). Los precios del café cayeron por debajo del costo de producción para muchos productores, provocando penurias sociales, económicas, y financieras a caficultores y trabajadores.

Figura I-1: Precios promedios del café



Fuente: Organización Internacional del Café (OIC), 2002

Figura I-2: Producción anual y participación de mercado. Brasil y Vietnam

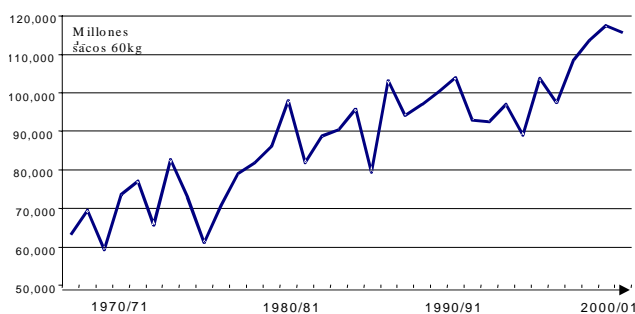


Fuente: Cálculos propios, con datos de la OIC, 2002

Durante los años 1990, los precios del café se vieron afectados principalmente por los cambios en la producción brasileña (causados principalmente por heladas), ajustes de producción de café en respuesta a cambios en precios, y por una lenta pero constante expansión de la producción cafetalera en otros países, especialmente de Vietnam (Figura I-2). La pérdida de alrededor de 13 millones de sacos de la producción brasileña a mediados de los noventa incrementó los precios a un nivel alto.

Para finales de los noventa, la resiembra en Brasil después de las heladas -- sin restricciones gubernamentales en cuanto a densidad de árboles y técnicas de siembra, además de la expansión de nuevas zonas de producción -- incrementó la producción, y consecuentemente aumentó la oferta mundial (Figura I-3). Además, nuevas inversiones en Vietnam y una mayor producción en otros países tradicionales resultaron en excedentes considerables de café.

Figura I-3: Producción mundial total de café



Fuente: Cálculos propios, con datos de la OIC, 2002

La producción actual de café verde a nivel mundial es de alrededor de 115 millones de sacos (60 kilos netos). Esto sobrepasa el consumo de alrededor de 105 millones de sacos (80 millones en países importadores y 25 millones en países productores). La sobreproducción ha tenido como resultado la acumulación de inventarios en países consumidores y productores y una baja en los precios mundiales.

Además de la sobreoferta, dos factores adicionales subyacen a la crisis actual: cambios estructurales en la demanda, y cambios en la naturaleza del abastecimiento de café de calidad de Brasil y Vietnam.

Cambios en la demanda

En términos generales, la demanda mundial se ha recuperado de la pequeña caída que resultó del aumento en precios en 1994/95. Como resultado de la liberalización económica y del crecimiento en países emergentes, particularmente en Europa Oriental, partes de Asia y Latinoamérica (especialmente Brasil), la demanda mundial ha alcanzado alrededor de 105 millones de sacos. Este total mundial esconde algunas tendencias:

- La demanda total en los grandes países importadores está aumentando lentamente, si es que aumenta del todo. Esto sugiere que los aumentos en el mercado de alta calidad están siendo compensados por pérdidas en otras partes. Mientras tanto, nuevos mercados no tradicionales están emergiendo y creciendo rápidamente, impulsados por la disponibilidad de cafés baratos en forma soluble.
- Los tostadores han aprendido a aumentar la absorción de cafés naturales y robusta gracias a procesos como tostar a vapor para quitar el sabor amargo.
- Los tostadores han aprendido a trabajar con menores abastecimientos. Esto ha incrementado los requerimientos en la capacidad logística de los proveedores, lo cual, a su vez, ha favorecido a grandes compañías comercializadoras, llevando a la consolidación de la cadena de abastecimiento en menos comerciantes grandes.
- Los tostadores se han vuelto más flexibles en su habilidad de hacer cambios de corto plazo entre distintos tipos de café.
- La consolidación de tostadores en períodos de sobreabastecimiento ha creado una situación en la cual los precios a nivel detallista apenas reflejan las reducciones en los precios del café verde en los mercados mundiales.
- Ha aparecido un segmento de mercado pequeño pero viable, enfocado en calidad y diferenciación del café (café *Gourmet* y de especialidades - *specialty*-).

Además de estas tendencias, el ingreso resulta ser un factor significativo en el consumo del café. El consumo en el norte de Europa, particularmente en Alemania, se ha estancado, pero existe aumento en el sur del continente, y así como en la mayoría de los países de Europa Oriental. El aumento en el consumo en Europa Oriental y en partes de Asia está siendo impulsado por la disponibilidad de robusta barato, lo cual ha permitido que los tostadores ofrezcan un producto a

precios accesibles. En Brasil, los tostadores han adoptado un método contrario, concentrándose en el etiquetado y la calidad en el mercado interno. Esto ha incrementado la demanda interna, y ayudado al país a convertirse en el segundo consumidor más grande del mundo. Este ejemplo es relevante para la estrategia de Centroamérica.

Cambios en calidad

Mientras que el abastecimiento ha crecido, la calidad del café verde en algunas partes del mundo también ha mejorado. Los granos de más alta calidad de Brasil, derivados de mejores capacidades de lavado y controles de calidad, están intensificando la competencia con los cafés “Extra Duro”, “Prime” y “Extra Prime” de Centroamérica. Mejoras en la calidad en Vietnam -- evidenciadas por los resultados favorables de la evaluación de los mercados de futuros de café -- permiten que los tostadores usen más estos cafés.

Las proyecciones para la temporada 2002/03 no son muy alentadoras. Con la demanda creciendo lentamente, y la producción aún a niveles altos, la mayoría de los analistas pronostican que la recuperación del precio del café será lenta, por lo menos a corto plazo. Esto amenaza la sostenibilidad de la producción cafetalera.

El impacto de la reciente crisis cafetalera en Centroamérica

Los bajos precios del café están causando que el desempleo llegue a niveles críticos en Centroamérica. Durante las últimas dos cosechas, el empleo temporal ha disminuido en más del 20 por ciento, mientras que el empleo permanente ha disminuido más del 50 por ciento (Tabla I-1). Más de la mitad de la fuerza laboral permanente está trabajando a menos de la mitad de su capacidad. Los sueldos también han bajado a medida que las fincas obtienen menores ingresos, y la oferta laboral aumenta.

Tabla I-1. Disminución de empleos en el sector cafetalero centroamericano, 2000-2002 (miles de trabajadores)*

Trabajador / Cosecha	2000/2001	2001/2002	Cambio (%)
Temporal	1.700	1.350	-21%
Permanente	350	160	-54%

* En Guatemala, Honduras, El Salvador, Nicaragua y Costa Rica

Fuente: Estudios del BID/USAID/BM

La situación es particularmente grave porque, a diferencia de otros cultivos, la mayoría de los productores tienen parcelas pequeñas, viven en zonas rurales retiradas y dependen en gran parte de su propia cosecha y del dinero extra que ganan recogiendo café por temporadas. Estos productores dependen de este ingreso en efectivo para pagar la comida y gastos esenciales como educación y gastos médicos, y no tienen reservas de efectivo para mantenerse en los tiempos difíciles. Una crisis en el sector crea desequilibrio social, reducción de la actividad económica en la economía rural, y una migración acelerada a las zonas urbanas e inestabilidad.

A nivel macroeconómico, los gobiernos y bancos nacionales también se ven afectados por la pérdida de efectivo proveniente del comercio. Los países centroamericanos han sufrido una baja de ingresos del 44 por ciento de las exportaciones de café en un solo año (Tabla I-2). Los ingresos por exportaciones de café bajaron de 1.700 millones de dólares a 938 millones de dólares de las cosechas 1999/2000 al 2000/2001, y se anticipa que bajen aún más, hasta alrededor de 700 millones de dólares en 2001/2002. La baja en exportaciones perjudica el balance de pagos y afecta significativamente la actividad económica en general. La deuda del sector cafetalero y los préstamos morosos afectan al sector financiero, limitando la actividad bancaria y el financiamiento a otros sectores económicos.

Tabla I-2. Disminución de ingresos por las exportaciones de café, 2000-2002
(millones de dólares)

País / Año de Cultivo	2000/2001	2001/2002	Cambio (%)
Guatemala	598	400	-38%
Honduras	345	167	-33%
El Salvador	276	108	-61%
Nicaragua	170	85	-50%
Costa Rica	289	178	-52%
Total	1.678	938	-44%

Fuente: Estudios del BID/USAID/BM

Aparentemente los cambios en la estructura del mercado mundial del café no son transitorios. Por consiguiente, el impacto de la crisis en Centroamérica podría ser duradero si no se toman acciones adecuadas. El resto de este documento presenta un marco de referencia de posibles iniciativas para combatir la crisis y facilitar la transformación competitiva del sector.

II. MEJORAMIENTO DE LA CALIDAD DEL CAFÉ DE CENTROAMÉRICA

La naturaleza estructural de la crisis cafetalera, la importancia relativamente alta del sector en Centroamérica, y el impacto de la crisis en la pobreza de miles de centenares de familias en las zonas rurales hacen que el desarrollo de la economía rural se convierta en el eje de las estrategias para superar la crisis.

En el contexto del desarrollo económico rural, y dado las ventajas comparativas de la región, existen dos medidas de acción posibles que la transición competitiva del café centroamericano podría tomar:

- *Apoyar a las regiones con el potencial de producir café de buena calidad para generar, preservar y extender eficazmente esta calidad (específicamente, las zonas con la altitud adecuada); desarrollar el valor agregado; buscar la promoción y comercialización efectivos; y*

- *Apoyar a las regiones que no tienen el potencial de producir café de buena calidad para que se diversifiquen en otras áreas, con la meta de alcanzar sostenibilidad económica a medio o largo plazo.*

Estas medidas de acción se respaldarían con una política e instrumentos de inversión efectivos y adecuados, programas de promoción y comercialización, incentivos a la inversión privada, y apoyo de la sociedad civil y ONGs.

Una estrategia para mejorar la calidad del café en Centroamérica es clave por varias razones. Primeramente, las condiciones agroecológicas favorables de las zonas altas, le dan a la región una ventaja comparativa en este segmento del mercado. Segundo, cafés de calidad consistentes tienen precios más altos. Por último, aumentos en la calidad también pueden impulsar el incremento del consumo.

El mejoramiento de la calidad también ofrece muchos otros beneficios. Aumentar la calidad puede ayudar a los vendedores nacionales de café a desarrollar y reforzar sus relaciones de largo plazo con exportadores, importadores y detallistas, y aumentar su habilidad de negociar precios, inclusive primas por buena calidad, otorgando poder de decisión a dichos vendedores. También puede ayudarles a desarrollar vínculos y tener acceso directo a mercados internacionales.

La alta calidad como opción para Centroamérica

Los países de Centroamérica tienen los elementos necesarios para competir en los segmentos de alta calidad del mercado de café. Muchas áreas tienen condiciones agroecológicas ideales para la producción de café (altitud, microclimas, y condiciones del suelo). La región cuenta con una tradición de producir café, así como experiencia reciente y creciente en la diferenciación de café basada en la calidad. Por último, cuenta con estructuras de producción en funcionamiento, y abundancia de mano de obra.

Para los países Centroamericanos, llevar a cabo una estrategia económicamente sostenible enfocada en la calidad requiere varios pasos:

- *Entender y evaluar la calidad del café en términos de sus atributos y preferencia del mercado;*
- *Identificar los problemas clave que afectan la calidad y su consistencia a través de toda la cadena de producción;*
- *Definir las alternativas para superar estos problemas; y*
- *Determinar los instrumentos de política e inversión, y la inversión privada que facilitarán la adopción de tales alternativas.*

Entendiendo la calidad

La calidad es un atributo que tiene un significado técnico específico que se puede medir y evaluar. Al final, la calidad se refleja en las características organolépticas del café (o sea, el sabor

y el olor) que se identifica y se mide por el “valor en la taza” (catación profesional, prueba por sabor y olor).

Las condiciones agroecológicas en los campos de café determinan directamente la calidad del café cosechado. Además, los defectos de la producción y el procesamiento tienen un efecto directo en la calidad del café verde.

La altitud de la cosecha es el criterio de calidad más reconocido por los compradores de café, y el más fácil de identificar y medir. La altitud está directamente relacionada con la acidez del café. En términos generales, los campos por encima de los 1,200 metros sobre el nivel del mar tienen un potencial más alto para producir café de alta calidad (incluyendo café *Gourmet* y de especialidades o “*specialty*”), mientras que aquellos localizados a menos de 800 metros carecen de este potencial. Los granos “Extra Duros”, “Prime” y “Extra Prime”, producidos entre 800 y 1.200 metros pueden lograr una calidad alta y potencialmente pueden ser comercializados en el segmento de mercado de cafés *specialty*. Lograr y mantener una buena calidad para el café de altura depende de procesar el café sin defectos, para diferenciarlo efectivamente de cafés semejantes producidos en México y Brasil.

Los defectos del café son las imperfecciones que afectan las características naturales del grano. Se discernen visualmente o por la catación profesional. Los defectos pueden surgir a causa de las condiciones de plantación (hongos, virus e insectos); la cosecha (usar cerezas inmaduras o sobremaduras, o por moho o materiales foráneos a la cosecha); prolongadas demoras de almacenamiento o de transporte (sobrefermentación), o el procesamiento (sobrefermentación, contaminación, almacenamiento inadecuado, secado inadecuado; insuficiente circulación de aire; o mal funcionamiento de los equipos, entre otros).

Evaluando la calidad

Existen dos métodos básicos para evaluar el café basándose en su calidad: la evaluación física del grano, y el “valor de la taza”. Esta última es el método más completo.

La evaluación física consiste en clasificar el café basándose en el número de defectos físicos. Los métodos más utilizados son el de la SCAA (*Asociación Americana de Cafés Especiales*) y el Brasil/Nueva York.*

La evaluación de los defectos físicos se complementa con la catación profesional, realizada por expertos técnicos que evalúan las características organolépticas del café (fragancia y aroma, cuerpo, acidez, sabor, y sabor posterior o *aftertaste*). El grado asignado (de 50 a 100 puntos) refleja las características sensoriales del café.

* El sistema de clasificación del café arábico verde de la SCAA clasifica el café en “Café Exchange”, “Café Premium” y “Café Specialty”, basado en el número de defectos primarios y secundarios. Un café con más de ocho defectos (hasta 23, medido en muestras de 300 gramos) es un “Café de Exchange” (calidad generalmente comercializada en el mercado “C”). La clasificación “Premium” se asigna a los lotes con no más de ocho defectos completos, y el grado de “Specialty” a los lotes con un máximo de cinco defectos. Realizar evaluaciones físicas es clave para mejorar la calidad y obtener la clasificación deseada.

La evaluación física y el valor en la taza son procedimientos realizados por los importadores de café en las muestras que reciben antes del embarque. Un elemento clave para mejorar y mantener la calidad es desarrollar la capacidad de evaluar el café con los mismos estándares de los compradores. Además de esto, es esencial fortalecer los factores comerciales, tales como la consistencia en los lotes y la confianza en la entrega, para lograr desarrollar relaciones a largo plazo con esos compradores.

Mejorando la calidad

Una estrategia de mejoramiento de la calidad del café implica un manejo integral de todo el proceso de producción, desde el la preparación de los cultivos y la cosecha hasta el almacenamiento y envío del café verde. Comenzando por las condiciones necesarias para la producción primaria (cosechar bajo condiciones agroecológicas ideales, particularmente la altitud), los productores deben manejar una variedad de elementos para evitar los defectos en el café y mantener la calidad durante la producción y el procesamiento.

Elementos clave en la producción primaria

- *Preparar adecuadamente la cosecha.* La preparación comienza con el cuidado adecuado del cafetal, la renovación y conservación diligente de los árboles, y el control eficiente de plagas y enfermedades. Las contribuciones de instituciones de investigación y de extensión son esenciales para identificar variedades para una producción de calidad (como Typica y Bourbon, entre otros), densidades de cultivo adecuadas, prácticas agronómicas y culturales deseables, y en la aplicación de métodos de control de la cosecha y de plagas y enfermedades.
- *Desarrollar incentivos para cosechar café de buena calidad.* Es crucial establecer incentivos para alentar a los productores a cosechar cerezas en su estado ideal de madurez, y evitar la mezcla de materias extrañas durante la cosecha. Se deben implementar mecanismos en los centros de acopio del café para medir la calidad, y compensar al productor por entregar café de calidad. Un esquema de compensación adecuado es el que reconoce las diferencias de calidad y transmite efectivamente los precios a través de toda la cadena de producción del café, desde el consumidor final hasta al productor.
- *Mejorar el transporte.* Muchos cafetales de altura están ubicadas en zonas remotas, con una infraestructura de carreteras pobre o sin vías de acceso -- y transportación muy limitada. Esto tiene como resultado un transporte ineficaz del café en cereza (o de café que viene de beneficios húmedos), lo cual afecta severamente el precio recibido por el productor y contribuye al empeoramiento de la calidad. No es raro encontrar cerezas de buena calidad dañadas por la fermentación causada por demoras en el transporte. La mejora en la infraestructura del transporte es esencial. Sin embargo, es difícil justificar inversiones en carreteras únicamente usando el método de costo-beneficio, principalmente por la lejanía de estas áreas.
- *Fortalecer los enfoques cooperativos.* Apoyar a los productores (especialmente a los pequeños productores) a desarrollar métodos organizativos y cooperativos ayudará a

superar muchos problemas de gerencia y mejorará la calidad. Por ejemplo, las cooperativas pueden ayudar a los productores a trabajar con estándares de calidad y pautas para cosechar, y facultar a los productores en sus negociaciones de precios. Las actividades de apoyo deberían incorporar elementos de desarrollo rural, como servicios de educación y de salud.

- *Apoyar el café diferenciado (como el Orgánico, de Comercio Justo o Fair Trade, y el ecológico).* Estos segmentos del café son relativamente más pequeños en tamaño y de acceso limitado. Mantener la calidad es un componente esencial para su éxito. Apoyar la capacitación y la certificación necesaria de estos cafés puede aumentar los ingresos de los productores (porque estos segmentos tienen asociados primas de precios y están experimentando fuerte demanda en el mercado). También pueden generar efectos externos significativos, como mejorar la gestión del medio ambiente (por ejemplo, resistencia a la sequía y a la erosión) y promover el apoyo organizacional al nivel de la comunidad. Cultivar café orgánico y ecológico puede proporcionar muchos de los elementos de capacitación necesarios para establecer y mantener estándares internacionales, como el seguimiento del producto desde el campo hasta el consumidor, control de insumos de la finca, y cosechas libres de residuos.

Elementos clave en el beneficiado del café

Las centrales de beneficio pueden convertirse en los elementos fundamentales para introducir el concepto de calidad total a través de toda la cadena de producción, desde la preparación de los campos hasta el establecimiento de relaciones de venta a largo plazo para llegar a los mercados internacionales.

- *Minimizar defectos en las centrales de beneficio.* El procesamiento inadecuado del café en los beneficios húmedos y secos puede afectar la calidad de las etapas previas. Por ejemplo, el funcionamiento defectuoso del equipo puede dañar los granos de café. El secado inadecuado puede alterar el sabor y propagar el moho. Recalentar los hornos, el almacenamiento inadecuado, y la sobrefermentación también afectan la calidad. El equipo y los procedimientos en las centrales deben enfocarse en proteger y mantener la calidad. Finalmente, el café debe ser entregado bajo condiciones de humedad adecuadas, según los acuerdos con el exportador.
- *Realizar catación adecuada.* Se deben emplear las herramientas adecuadas para medir y evaluar el “valor en la taza” de las muestras de café. Esto requiere establecer laboratorios adecuados para realizar cataciones en las centrales de beneficiado. Los laboratorios requieren de recibir apoyo institucional para la capacitación y la certificación de catadores expertos, inclusive establecer grupos de catadores maestros, quienes pueden capacitar a otros catadores.
- *Desarrollar centros de negocios.* La transformación de los beneficios de procesadores de café a centros de negocios traerá como resultado muchos efectos positivos. Corregir la sobre- capacidad de las centrales puede llegar a ser parte de esta transformación. Existen ejemplos de grupos de productores y centrales que, al trabajar en cooperativas, han

introducido mejoras en los procesos de producción y penetrado directamente en mercados nuevos. Así mismo, empresarios han desarrollado negocios exitosos apoyados de herramientas adecuadas de administración y tecnologías innovadoras como el Internet.

- *Fortalecer la comercialización.* Las centrales de beneficio que mejoran la calidad de su café desarrollan potencialmente una mejor capacidad de negociación con los exportadores. Así, pueden celebrar contratos que reconocen específicamente la calidad y la recompensan, así como introducir elementos de flexibilidad para poder recibir compensaciones más altas por haber mejorado la calidad. Las mejoras en la calidad y la consistencia ayudarán a aumentar la confianza de los exportadores y compradores en general para celebrar contactos de largo plazo con los beneficios.

La política pública y los estímulos son elementos importantes para mejorar la calidad y la competitividad del sector cafetalero, así como facilitar las estrategias de diversificación. Estos elementos se discuten más a fondo en este estudio, especialmente en la Sección VI.

III. COMERCIALIZACIÓN Y VALOR AGREGADO DE LOS CAFÉS CENTROAMERICANOS

Diferenciar y aumentar la calidad de los cafés de Centroamérica tiene el potencial de mejorar la posición competitiva de los países de la región en los mercados internacionales a través de una superior reputación, cultura de calidad, e ingreso. Sin embargo, para entrar y desarrollar los segmentos del mercado de mayores ingresos, y al mismo tiempo diferenciar los cafés centroamericanos de otros orígenes, es necesario desarrollar estrategias de mercadotecnia y valor agregado. Antes de diseñar tales estrategias para el café, es importante entender las características, preferencias, y tendencias de los mercados consumidores.

Tendencias macroeconómicas en los mercados de consumo establecidos

La calidad y el valor del café continuarán emergiendo como los estándares competitivos, dentro del contexto de prosperidad continua pero modesta de la Unión Europea y los Estados Unidos. En estos mercados, la generación posterior a la Segunda Guerra Mundial (llamada de los *baby boomers*) impulsará la demanda creciente por “productos especializados”. Experiencias de mercado indican que las marcas del mercado en masa son particularmente vulnerables a la competencia intensa. Así, los cafés de alta calidad -- aunque no necesariamente sólo cafés de especialidades -- probablemente continuarán su tendencia fuerte de crecimiento, mientras que las marcas comunes permanecerán estancadas, aunque probablemente retendrán la mayor participación del mercado, basadas en su precio y promoción. Igualmente, el consumo fuera del hogar, los servicios de entrega de alimentos, y el desarrollo de etiquetas de café privadas ofrecen canales de distribución diferentes y cada vez más grandes, con menores barreras de entrada. Con la combinación de estos factores se esperaría que, durante los próximos diez años, los segmentos de café de alta calidad capturen casi dos terceras partes del gasto nuevo del consumidor de estos alimentos en Estados Unidos.

Otra fuente del interés hacia la mayor calidad del café es la creciente preocupación sobre la inocuidad de los alimentos, particularmente en Estados Unidos y en Europa (Giovanucci 2000). Esto implica un cambio fundamental en el papel de los “Grados y Estándares” (G&S), de elementos que ayudan a reducir los costos de la transacción, a herramientas estratégicas para la

penetración del mercado. Este cambio es fomentado por cambios en los ámbitos regulador, de negocios y de los consumidores (Giovanucci y Reardon 1999). Varios de los cafés “sostenibles” incorporan intrínsecamente grados y estándares mejorados en sus normas de certificación, y también satisfacen la demanda de consumidores para productos especializados e “inocuos”. Por lo tanto se deben considerar como una parte potencial de cualquier estrategia de un país productor.

El interés creciente en los cafés sostenibles -- definidos generalmente como aquellos cuya producción es certificada por terceros, combinando beneficios económicos, sociales y ambientales -- ha alimentado su dramático crecimiento en años recientes (vea las definiciones, Anexo A). No obstante, los mercados de estos cafés, ante todo los orgánicos, de Comercio Justo (*Fair Trade*), y cultivados bajo sombra, se deben abordar con cuidado, ya que aún se encuentran limitados por el tamaño y pueden requerir de un gran esfuerzo por parte del agricultor para adaptarse a sus requisitos más rigurosos (Giovanucci 2001). Otros cafés especiales o distintivos, como *Gourmet*, de denominación de origen, o provenientes de una sola propiedad, tienen también un potencial considerable.

Para valorar y tener acceso a los mercados, la información sobre la calidad -- y la habilidad de utilizarla -- es necesaria. También es esencial contar con habilidades comerciales para manejar transacciones tales como contratos, envíos y créditos. El factor más importante para habilitar a las pequeñas empresas y a los minifundistas para que alcancen los mercados es el fortalecimiento institucional de las asociaciones y las cooperativas. Ellas son *el mecanismo de entrega* por el cual los productores y vendedores de café pueden:

- Manejar mejor sus asuntos de negocio;
- Negociar con compradores, transportadores y procesadores, y vendedores de insumos de café;
- Acumular cantidades mayores y reducir los costos de mercadotecnia;
- Negociar y gestionar transacciones financieras más grandes y acceso a los mercados mundiales; y
- Facilitar las relaciones y transacciones eficientes con ONGs, organizaciones internacionales, servicios de extensión y con los organismos certificadores.

Diferenciación del mercado

La diferenciación del mercado puede ser una herramienta valiosa con la cual se puede ganar ingresos más altos y lograr una reputación superior del mercado. Los mercados diferenciados pueden coincidir, y a menudo lo hacen. Se componen de varios tipos de cafés que no son los que generalmente se comercializan como bienes (vea Anexo A):

- Indicaciones Geográficas del Origen (denominaciones de origen);
- Gourmet (y de especialidades);
- Orgánico;
- De Comercio Justo; y
- Ecológico (incluyendo el cultivado bajo sombra).

Los mercados diferenciados son importantes debido a sus altas tasas de crecimiento, así como por su habilidad de acceder a primas de precio. Por otra parte, pueden tener acceso a nichos de

mercado competitivamente diferentes, y que a menudo requieren desarrollar relaciones directas con compradores. Además, atienden preocupaciones sociales y ambientales globales, y tienen la ventaja de generar externalidades positivas, como la conservación de la biodiversidad. Las características comparativas de los mercados diferenciados de café se resumen en la tabla III-1.

Tabla III-1. Comparación de los mercados cafetaleros convencionales y diferenciados

Convencionales	Diferenciados
– Volatilidad de precios internacionales	– Precios consistentemente más altos
– Recompensa por la calidad y el precio	– Calidad y procesamiento recompensados
– Acceso de mercado sencillo	– Acceso de mercado limitado
– Competencia intensa	– Competencia moderada
– Apoyo de gobiernos en extensión	– Apoyo de extensión limitado
– Tamaño de mercado amplio	– Tamaño de mercado muy limitado

Fuente: Elaborado por D. Giovannucci, Banco Mundial

Aumento del valor agregado

Por décadas, la mayoría de los países han aceptado pasivamente su papel de suministradores de granos verdes en los mercados internacionales de café. Mientras tanto, por el lado de la demanda, la industria tostadora ha mostrado una capacidad notable de añadir gran valor a los granos verdes, al orientarse hacia mercados de consumidores cada vez más segmentados y fragmentados. Como resultado, las multinacionales y las empresas en los países consumidores han capturado márgenes posteriores inmensos. Mientras esto sucede, la participación de los productores en el valor total se ha reducido considerablemente: de aproximadamente el 30 por ciento al 10 por ciento en los últimos dos decenios. Para incrementar la participación en el valor del café consumido y generar mayor valor añadido, los productores requieren de desarrollar simultáneamente vínculos en las cadenas de oferta y estrategias de publicidad que presentan las ventajas comparativas de su café. Algunos enfoques orientados hacia el proceso incluyen:

Trabajar con comercializadores y detallistas. Ciertos países pueden trabajar directamente con detallistas. De hecho, la habilidad de los detallistas para desarrollar etiquetas privadas y evitar las vías tradicionales de comercio se está convirtiendo rápidamente en un factor competitivo crítico. Tales etiquetas están ganando una mayor proporción en las ventas de rápido crecimiento de supermercados, incluso en el sector de mercado de precios más altos. Además, ellos no requieren de introducciones costosas en los mercados ni enfrentan competencia directa con compradores actuales. Sin embargo, sólo los grupos de productores y asociaciones más organizados tendrán la capacidad de tratar con ellos directamente.

Eliminar al intermediario. Entre los varios métodos de aumentar la participación en el valor agregado, uno de los métodos más sencillos y frecuentemente discutidos es la reducción de la intermediación. Aunque esto tiene un gran atractivo, los productores sin mucha experiencia lo deben considerar con cuidado. Los intermediarios, aunque a menudo menospreciados, han demostrado realizar funciones valiosas y a veces muy costo-eficientes al proporcionar crédito,

acumular volumen, encontrar compradores y suministrando transporte, todo con mucha más eficiencia y menor riesgo que muchos productores.

Capturar el valor orientado al producto al vender café procesado o transformado (por ejemplo, soluble o tostado y molido) puede requerir pericia e inversión considerables, particularmente si el mercado en mente es extranjero. El valor orientado hacia el proceso (orgánico, o certificado como ecológico) puede ser menos caro y a fin de cuentas proporcionar un porcentaje más alto de beneficios e ingresos directamente para el productor. Ya sea que un café se tueste domésticamente o en el extranjero, el precio que el productor recibe casi nunca cambia. Otra manera de capturar el valor orientada hacia el productor es explotar las Indicaciones Geográficas del Origen (GIO, por sus siglas en inglés) o las denominaciones que conectan claramente la calidad y el valor a un cierto y específico origen.

El reconocimiento de la marca es una ventaja valiosa en un mercado cada vez más competitivo de café. Las marcas son esencialmente una personificación simbólica de la reputación. Requieren una inversión a largo plazo y un compromiso sólido de las partes interesadas implicadas en su desarrollo. Para los productores que presentan cafés con Indicaciones Geográficas del Origen, esto significa un firme compromiso de calidad a través de la denominación que necesariamente nace de una estructura sólida de la organización que proporciona información adecuada y capacitación técnica a los productores en esa zona. Las marcas basadas en la denominación requieren inicialmente un trabajo considerable para desarrollarlas (por ejemplo, el análisis de terreno, las negociaciones entre las partes interesadas, las definiciones y las regulaciones legales). Sin embargo, a la larga, también pueden ser más benéficas para los productores locales que comparten la propiedad. Esto los puede hacer más sostenibles, dado que las etiquetas inventadas, a diferencia de un terreno específico, se pueden copiar fácilmente y, como la moda, pueden ir y venir.

Ninguno de éstos enfoques orientados hacia el proceso se pueden replicar con una sencillez sistematizada porque requieren la adaptación a regiones geográficas diferentes. Sus mejores beneficios se logran al trabajar primero con los productores que requieren una adaptación sencilla, en particular con GIOs muy conocidos o productores orgánicos organizados. Después se pueden estructurar estímulos más complejos para alentar a los productores convencionales. Esta secuencia conservadora también es pertinente porque se correlaciona con el desarrollo gradual de un mercado que, aunque está creciendo rápidamente, aún es relativamente muy pequeño.

Sin embargo, el acceso al mercado no es la base más importante para decidir adoptar métodos de producción mejores o diferenciados. Es más, es esencial que las normas de promoción se enfoquen en los beneficios para la región, en lugar de enfocarse en la prima del precio o en los beneficios del mercado, los cuales pueden ser fugaces en mercados pequeños. Los cafés Orgánicos, de Comercio Justo y cultivados en la sombra ofrecen bastantes beneficios a los cultivadores más allá del acceso a un nicho en el mercado; también traen beneficios al medio ambiente, sociales, e incluso para la salud de los productores y sus comunidades.

Además de mejor sostenibilidad, los productores en algunas zonas también se podrían beneficiar al combinar la producción de café orgánico cultivado en la sombra con ecoturismo. Estas zonas naturales de producción han comprobado atraer un mayor número de pájaros y fauna y flora. En algunas zonas rurales, el ecoturismo puede ser económicamente más importante que la

agricultura. Zonas cafeteras en El Salvador, México y Colombia ya están asociadas con parques nacionales. Una tendencia europea que se ha esparcido a otras partes del mundo, sobretodo a Costa Rica, es el agroturismo. Las fincas cafeteras diversificadas y bien manejadas se prestan perfectamente a este concepto y podrían ser destinos principales de turismo.

Estrategias publicitarias para el café

Los esfuerzos tradicionales de mercadotecnia de la mayoría de los países pequeños son, a menudo, una pérdida de recursos. Las promociones que se diseñan para tener un impacto en la toma de decisiones del consumidor en mercados extranjeros específicos son simplemente precipitados, si no se tienen presupuestos de varios millones de dólares al año y acceso a canales de distribución (comercio electrónico puede ser la excepción). Dado los recursos limitados para las promociones y los niveles cambiantes de competencia, los esfuerzos de mercadotecnia deben ser elegidos con criterio y creados por profesionales. Los enfoques más eficientes se centran en desarrollar relaciones como visitas de tostadores y ferias, en vez de la publicidad sin dirección.

Las estrategias publicitarias se pueden vincular al comercio electrónico, a la creación de empresas, a las campañas de consumo interno, y a Sistemas de Información del Mercado (MIS, por sus siglas en inglés), y también se pueden apoyar con los mismos.

El comercio electrónico y las subastas

El Internet ofrece oportunidades novedosas para comercializar café directamente a los tostadores, y en algunos casos, directamente a los consumidores. Las subastas de café basadas en Internet se han ensayado durante dos años con éxito notable, aunque a una escala muy limitada. Empresas como Comdaq proporcionan plataformas de solución para desarrollar el comercio electrónico del café. La experiencia de SCAA es también útil y está a disposición de los productores. Estrategias de publicidad por medio del correo y de promociones dirigidas a grupos específicos son otros caminos, pero requiere de alianzas pues suelen ser mucho más caras y difíciles de manejar, especialmente para cumplir con órdenes pequeñas.

El Internet se puede utilizar para otras cosas además que la comercialización tradicional. La habilidad de compartir nuevas formas de información puede ampliar las posibilidades de incluir sistemas de apoyo para controlar la utilización de la tierra, para la certificación, y para las Indicaciones Geográficas del Origen o Denominaciones. Un programa piloto en Perú está ensayando con éxito estas posibilidades en línea. Su sistema de mapas sirve como un prototipo para el proyecto conjunto de SCAA sobre la denominación del origen y mercadotecnia.

Aumento en la promoción y el consumo domésticos

Una de las oportunidades en un mercado de precios bajos es el desarrollo de mercados nacionales. Con el estímulo adecuado, los resultados pueden ser considerables. Un ejemplo excelente es Brasil. El consumo doméstico ha respondido dramáticamente a iniciativas de calidad y publicitarias en años recientes, lo que ha ayudado a que este país sea uno de los mayores consumidores de café en el mundo. Además, el aumento en el consumo interno puede mejorar la familiaridad con las características del buen café y contribuir a mejoras en la calidad de la producción.

Sistemas de información del mercado (SIMs)

La información es la parte vital de los mercados agrícolas eficientes. La disponibilidad del precio exacto y otra información del mercado ayuda a reducir los riesgos y el costo de las transacciones y habilita mejor a los participantes en el mercado para planear y coordinar su producción y las actividades de comercio. La información del mercado es un bien público y puede iniciarse con fondos públicos. Sin embargo, alrededor del mundo, muchos esfuerzos para desarrollar Sistemas de Información del Mercado para el sector público han fallado. La mayoría de los SIMs han carecido de utilidad comercial y no han sido sostenibles. Para evitar los factores más comunes de los fracasos, se debe tratar varios elementos clave: se necesitan métodos y medios para la gestión privada y no gubernamental. Se deben idear mecanismos para recuperar el costo. Los sistemas se deben establecer de forma tal que tengan un alcance moderado (por lo menos inicialmente) y, para finalizar, se necesita un proceso participativo que sea definido por el usuario y que incorpore comentarios.

Un ejemplo excelente de un MIS sofisticado es un proyecto evolutivo que desarrolla información acerca de mercados “verdes”, dirigido por el Centro de Inteligencia Sobre Mercados Sostenibles (CIMS), basado en San José, Costa Rica, bajo los auspicios del Instituto Centroamericano de Administración de Empresas -INCAE (info@cims-la.com). Todos los países centroamericanos pueden usar este sistema. Los sistemas más sencillos orientados hacia el café también podrían ser efectivos, y organizaciones como las cooperativas y las asociaciones comerciales pueden ser excelentes vías de información sobre mercados especiales. En efecto, este es un servicio significativo que se puede proporcionar a los constituyentes, pero uno que ha demostrado ser difícil de manejar y sostener sino se cuenta con organizaciones eficientes. La información valiosa del mercado también se pasa por alianzas de mercado y es otra razón para apoyar el desarrollo integrado de cadenas de suministro.

Para algunos caficultores, la mercadotecnia y las mejoras en la calidad basadas en el valor agregado simplemente no son opciones viables. Para estos productores, la diversificación fuera del café puede ser una mejor opción para lograr sostenibilidad a largo plazo. Dicha estrategia se examina en la próxima sección.

IV. ESTRATEGIA DE DIVERSIFICACIÓN

La actual crisis cafetalera en Centroamérica es principalmente una cuestión de mejorar la competitividad de los pequeños y medianos productores agrícolas dentro de la economía mundial. El sector agrícola es un pilar importante de la economía de las naciones centroamericanas, y el sector cafetalero es uno de los componentes más importantes del sector agrícola. Sin embargo, el sector cafetalero es una industria madura y es probable que se vuelva más competitiva y menos rentable en el futuro. La fuerte dependencia de las economías centroamericanas en el café las hace vulnerables a los reveses del mercado y a la consolidación que eventualmente ocurrirá en la industria. Los productores cafetaleros no competitivos podrían verse forzados a cambiar, ya sea parcial o totalmente, a otras empresas agrícolas o no agrícolas para su sustento. Su mano de obra laboral igualmente tendrá que identificar fuentes alternativas de ingresos.

Las políticas nacionales deben ayudar a las pequeñas organizaciones de agricultores a identificar cafés especiales y de más alta calidad y comercializarlos en los mercados norteamericanos, europeos y asiáticos, y ayudarles a diversificar su base de exportación. Además, se deben promover actividades económicas no agrícolas en el sector rural. Algunas ideas podrían incluir la industria liviana, el turismo de aventura, los servicios sociales (salud, educación, transporte) y capacitación técnica (mecánica, trabajo en madera, fontanería).

Aunque existen estrategias que se podrían adoptar en la industria cafetalera en Centroamérica para mejorar la situación actual, no es muy probable que éstas resulten en una rápida recuperación de los precios mundiales o en la rentabilidad de las fincas. Bajo las circunstancias actuales, los productores de café tienen dos opciones: permanecer en la empresa cafetalera o salirse de ella. Aquellos que decidan permanecer pueden o bien podar los cafetales y esperar dos o tres años para ver si el mercado se recupera, o enfocarse en mejorar la calidad de su café. Las opciones para aquellos que optan por salirse de la producción cafetalera incluyen vender o abandonar la finca, o diversificarse en otros cultivos o productos.

Esta última opción es lo que llamamos “diversificación” en este estudio. Esta estrategia se limita a la diversificación agrícola, no cafetalera. Comprende cualquier actividad agrícola o combinación práctica de actividades no relacionadas a la producción cafetalera que genere ingresos netos positivos para la finca. Para los productores cafetaleros no competitivos*, la diversificación podría ser una alternativa viable para lograr la sostenibilidad económica a mediano y largo plazo.

El objetivo principal de la diversificación es proporcionar alternativas a los cafetaleros que no serán competitivos en la producción del café; alternativas que les permitan mantener la finca como una empresa agrícola. Como un objetivo secundario, las alternativas deben contribuir a que los agricultores sean autosostenibles, para que no vuelvan al café cuando se recuperen los precios. Las alternativas también deben intentar dar empleo a la mano de obra cafetalera desplazada y deben favorecer prácticas y patrones de uso de la tierra que sean a la vez rentables y medioambientalmente sostenibles.

Desde hace mucho tiempo se reconocen los peligros de una dependencia desequilibrada de la economía en unos cuantos cultivos agrícolas de mercado, y los esfuerzos por diversificar las economías agrícolas no son nuevos para Centroamérica ni para los caficultores. Durante los últimos treinta años se han realizado muchos esfuerzos hacia la diversificación agrícola que han tenido diferentes grados de éxito en la región. Las lecciones aprendidas de la aplicación de esos proyectos se resumen en el recuadro IV-1.

* Aquí se usa el término “no competitivo” para describir las fincas cafetaleras que no pueden competir en los mercados mundiales, ya sea porque su estructura de costo no les permite ser rentables al competir en el segmento del “*Exchange Grade*”, o porque las condiciones agroclimáticas de sus fincas no producen cafés para competir en el segmento de “alta calidad”.

Recuadro IV-1. Lecciones Aprendidas de Previos Esfuerzos de Diversificación en las Zonas Rurales de Centroamérica

1. El incremento de la *calidad* del producto es tan importante como el aumento en la *cantidad* del producto---y posiblemente es más importante.
2. Toma tiempo alcanzar la competitividad basada en la calidad. Este proceso es apoyado por asociaciones y alianzas estratégicas con el sector privado (incluyendo compañías extranjeras). Las instituciones nacionales pueden ofrecer apoyo a los agricultores en la forma de tecnologías apropiadas, asistencia técnica y servicios financieros y de mercadotecnia.
3. Experiencia en la comercialización nacional de nuevos productos agrícolas muchas veces es el primer paso hacia el desarrollo exitoso de comercialización para la exportación.
4. Los gobiernos pueden apoyar la diversificación al facilitar inversiones extranjeras y de empresas conjuntas, así como apoyar en la transferencia de tecnologías de producción y procesamiento desde el extranjero.
5. Programas de diversificación exitosos que apoyan la producción sostenida y la expansión de la exportación incluyen nuevos tipos de arreglos financieros y comerciales (tales como empresas conjuntas, integración vertical y programas de incentivo a las inversiones). Se necesitan también inversiones públicas en capital humano y estructuras de apoyo (educación y salud, agua y sanidad, infraestructura rural e investigación y extensión).
6. Programas de diversificación exitosos comienzan por considerar las características agroecológicas de las zonas que se van a diversificar. También se necesita realizar una extensa investigación del mercado y planificar la comercialización de los cultivos potencialmente exitosos antes de que se escoja cualquier cultivo.
7. Uno de los métodos más exitosos en la diversificación de la capacidad agrícola ha sido el de agregar valor a un cultivo conocido: uno que ya se ha cultivado en la zona y cuyas prácticas agrícolas y requisitos de manejo post-cosecha son conocidos a los productores locales. Agregar valor a un producto puede hacerlo comercialmente exitoso y aumentar el ingreso de los productores.
8. Se debe dejar que el sector privado realice la producción, financiamiento, procesamiento y comercialización.
9. Los agricultores no pueden asumir todos los riesgos que los nuevos cultivos implican. Debe haber incentivos para la investigación y el análisis en colaboración, asistencia técnica y de mercadotecnia, y para financiar el inicio de la producción, pero no para la producción misma.
10. El sector público debe enfocar sus esfuerzos en proveer infraestructura de transporte y comunicaciones, infraestructura de comercialización (como mercados de subasta/terminales y almacenamiento en frío), servicios de estándares y control de calidad (tales como inspección de productos y fábricas, y certificación), servicios de información de mercado y asistencia en la promoción del comercio.
11. Una fuerte capacidad institucional dentro de las cooperativas es esencial para el éxito de un programa de diversificación. En general, las compañías agroempresariales privadas han sido más exitosas que las cooperativas en diversificar su producción. El éxito limitado de las cooperativas campesinas se podría atribuir a la falta de flexibilidad, sofisticación y respuesta rápida, además de costos excesivos. Cuando se trabaja con un producto perecedero, se requiere una respuesta rápida para corregir problemas y reaccionar a cambios en el mercado. Las cooperativas tienen que llegar a un consenso antes de responder al cambio, mientras empresarios individuales sólo tienen que tomar una decisión por sí mismos.
12. Las iniciativas de diversificación han enfrentado situaciones críticas y a veces insuperables de la sostenibilidad a nivel del agricultor. La investigación y la extensión enfocadas en el agricultor son quizás más importantes para la adopción de métodos apropiados de producción sostenible por los pequeños productores que las políticas macroeconómicas adecuadas.

13. No obstante, el entorno de la política macroeconómica correcta es esencial para la sostenibilidad de todo el programa de diversificación.
14. Donde los programas de diversificación fueron exitosos en aumentar las exportaciones agrícolas, también fueron exitosos en atraer inversión extranjera a los sectores agrícolas y alimenticios del país.

Elementos de una estrategia de diversificación

La diversificación no es fácil, especialmente cuando implica alejarse de un cultivo que en el pasado ha sido rentable y que es relativamente no perecedero como el café. Los propios productores, respondiendo a las condiciones de mercado y a los incentivos del gobierno, decidirán cuánto café habrá que eliminar. El desarrollo de nuevos nichos con mejores precios no necesariamente implica la eliminación de parte de la producción actual. Sin embargo, no se debe subsidiar a productores no rentables o en zonas de producción cafetalera ineficientes.

Para que las alternativas sean económica, social y ambientalmente autosostenibles, éstas deben ser idealmente intensivos en el uso de mano de obra y adecuadas para las condiciones de la finca. Deben emplear prácticas de producción autosostenibles, y explotar las opciones rentables en el mercado y enfocándose a mercados establecidos.

Un programa de diversificación para zonas cafetaleras debe comenzar por responder a los objetivos particulares de los agricultores de acuerdo con las necesidades locales: notablemente, la diversificación de ingresos, mejoras en la inocuidad de los alimentos, siembra de variedades más rentables, o cualquier combinación de éstas. Así, se debe ayudar a los agricultores a evaluar cuestiones específicas como:

- Mercados potenciales para posibles cultivos diferentes;
- Manejo de riesgo;
- Barreras de entrada (costos de inversión, requisitos de infraestructura);
- Habilidades y recursos necesarios (información, capacidad técnica, financiamiento);
- Ventajas ambientales y económicas para la producción; y
- Desafíos a la comercialización (logística, calidad, cantidad).

Iniciativas respaldadas por el gobierno

El desarrollo de una estrategia para la diversificación agrícola debe ser sistemático, considerando simultáneamente las limitantes agrícolas como a los del entorno comercial. Además, debe ser consistente con un enfoque de desarrollo de la economía rural. Al analizar los elementos que se han combinado para crear fuertes sectores agrícolas en países desarrollados, varios factores sobresalen:

Investigaciones de mercado. Se necesitan investigaciones sólidas para identificar mercados y estudiar la demanda para productos agrícolas de poco abastecimiento, ya sea para los mercados nacionales o de exportación. Muchas veces las organizaciones especializadas son las apropiadas para esta tarea. Un ejemplo es el nuevo Centro de Inteligencia Sobre Mercados Sostenibles (CIMS) del INCAE.

Asistencia técnica. Hay que diseñar nuevos paquetes de tecnología integrada para los productos considerados prometedores (para tratar los problemas agronómicos, ambientales, fitozoosanitarios y de inocuidad, y los requisitos de calidad que el agricultor podría enfrentar). Esto se puede llevar a cabo en asociación con entidades gubernamentales y no gubernamentales, en alianza con el sector privado. Se podría ofrecer asistencia técnica a través de servicios de extensión administrados y financiados por autoridades locales, asegurando así su participación activa.

Servicios de apoyo agrícola. Los principios básicos de un programa de comercialización agrícola tienen que fundamentarse en las medidas sanitarias (salud animal y humana) y fitosanitarias (salud de las plantas). Consiguientemente, es esencial que cualquier programa de apoyo a la comercialización de productos agrícolas incorpore los principios establecidos en las medidas (o reglamentos) reconocidas internacionalmente para proteger la vida y salud humana, animal o vegetal: notablemente, los Acuerdos de la Organización Mundial de Comercio sobre la aplicación de Medidas Sanitarias y Fitosanitarias y las Barreras Técnicas al Comercio. Los firmantes de la OMC creen que las normas de comercio basadas en la ciencia y la transparencia promoverán la competencia justa y proporcionarán acceso previsible y creciente a los mercados.

Comercialización y logística. Para facilitar la comercialización eficaz de los productos agrícolas, habrá que identificar obstáculos y proponer y aplicar soluciones. Un arreglo que tiene potencial considerable para aumentar los ingresos de los pequeños productores es la producción por contrato. Los procesadores proporcionan a los productores crédito y asistencia técnica, a cambio de la entrega de un producto a la hora de cosecha a un precio fijo.

Apoyo con crédito. Programas de apoyo dirigidos a grupos específicos pueden financiar las inversiones necesarias para iniciar la producción. Podría ser necesario crear algún esquema para apoyar el ingreso del productor individual temporalmente durante la fase no productiva. No obstante, este apoyo debe ser mínimo y no debe distorsionar los incentivos necesarios para la diversificación orientada hacia el mercado.

Organizaciones comunitarias. Grupos locales pueden apoyar organizaciones de productores o comerciantes. Estos grupos podrían tomar control de los procesos arriba descritos y proporcionar el acceso necesario a los mercados.

Desafortunadamente, puede que todas estas formas de apoyo no estén disponibles simultáneamente. Entre más factores estén presentes en un momento dado, mayores serán las posibilidades de una estrategia de diversificación agrícola exitosa. Tratar un solo factor a la vez no apoyará a la diversificación lo suficientemente rápido para mantener el paso con las tendencias y requisitos cambiantes de los mercados para los productos agrícolas.

Aparte de los factores socioeconómicos, existen factores culturales que también hay que considerar. En términos generales, los productores tienen una larga tradición de producción cafetalera, que puede ser difícil de superar. Puede ser difícil convencer a los productores cafetaleros para que diversifiquen hacia otro producto. Cualquier estrategia de diversificación tiene que considerar este tipo de resistencia, y otros aspectos culturales, cuando se diseñan programas---especialmente para las zonas que no pueden producir café competitivamente.

No todos los agricultores podrán ser atendidos con una alternativa agrícola no cafetalera. Se necesita encontrar otras alternativas para aquellos productores marginales o para los que una solución agrícola no existe. Estos son los que enfrentan algunas o todas las siguientes limitantes: La inclinación del terreno es demasiado escarpada, o la capa de suelo es demasiado fina e infértil, el tamaño de la parcela es demasiado pequeño, o la finca es demasiado retirada, o no hay suficiente lluvia para agricultura alimentada por lluvia.

Estos productores tendrán que buscar empleo en industria liviana asociada con las actividades agrícolas, las cuáles requerirían de un desarrollo industrial en las zona de producción o sus cercanías, que ofrezcan alternativas de empleo a los productores desplazados. Este tipo de actividades generalmente requieren de mano de obra capacitada, por lo que también habrá que considerarse este factor.

Para tierras que no se presta para ninguna otra empresa agrícola, así como para cuencas y bosques con relevancia ambiental, el pago por servicios ambientales puede convertirse en una alternativa económica, o por lo menos proveer al productor con una fuente complementaria de ingreso por el uso sostenible de la tierra. La tierra puede ser protegida para conservar los bosques, aislar agua y carbón, para crear parques públicos, y otros usos de beneficio para el medioambiente.

La próxima sección examina las consideraciones ambientales más a fondo.

V. CONSIDERACIONES AMBIENTALES

El método tradicional de producir café en Centroamérica, utilizando los árboles nativos para proporcionar sombra, no solamente conserva el suelo y el agua como lo haría un bosque, sino que también sostiene una variedad de plantas y animales y sirve como un moderador natural del microclima. En las últimas cinco décadas, la producción cafetalera se ha intensificado y “tecnificado” con la introducción de variedades de alto rendimiento y el uso extensivo de agroquímicos, en un intento de competir con los productores de bajo costo/alto volumen en el resto del mundo. En algunos casos, esto ha forzado a los productores de café tradicionales a cortar árboles de sombra, reducir la biodiversidad, y abandonar la producción de cultivos intercalados.

Condiciones ambientales específicas al sitio, incluyendo el suelo y el microclima, determinan si el uso de las nuevas tecnologías de variedades de café y agroquímicos es apropiado. En casos donde el uso de nuevas variedades y agroquímicos se introdujo como un “paquete”, con la debida consideración por el medio ambiente, se han logrado aumentos en la producción. No obstante, desgraciadamente la decisión de “tecnificar” la producción ha sido a veces una propuesta en la que todos pierden; las nuevas variedades y el aumento en el uso de agroquímicos no ha resultado en rendimientos más altos. El uso de nuevas tecnologías ha alterado el ecosistema natural, forzando a los caficultores a aumentar constantemente la cantidad de agroquímicos que aplican. Estas prácticas no sólo han sido dañinas para el medio ambiente, sino que también han reducido la competitividad costo de las empresas cafetaleras mismas.

Aspectos medioambientales en la producción del café son comunes en todos los niveles de tecnificación, desde los pequeños productores que usan métodos tradicionales con pocos insumos

hasta las empresas grandes que emplean cantidades sustanciales de insumos para lograr un alto rendimiento.

Consideraciones medioambientales generales en la producción del café

Las principales consideraciones de la producción del café, desde la cereza hasta el café tostado, son la administración del cafetal, preservación de la biodiversidad, conservación del suelo y del agua, y el consumo de agua durante el procesamiento del grano. Los problemas ambientales más notables ocurren en estas áreas y se relacionan directamente con la falta de conocimiento medioambiental y sostenibilidad de la actividad.

Administración de fincas y uso de la tierra. Sin importar el método utilizado para la producción del café, la buena administración del cafetal es clave, incluyendo:

- El uso apropiado de agroquímicos para control de plagas (pesticidas) y para mejorar el rendimiento (fertilizantes);
- El mantenimiento no sólo de las plantas de café, sino también de los árboles de sombra y el uso de tipos y números adecuados de árboles;
- La conservación del suelo y del agua a través del control de la erosión con siembra de contorno y cubierta de tierra adecuada;
- El manejo de desechos en los cafetales, incluyendo el reciclaje de residuos (pulpa, agua).

Sin embargo, los pequeños productores de café tienen otras prioridades y se dedican a otras actividades. Por lo tanto, los esfuerzos tienden a enfocarse en la cosecha, dejando los cafetales olvidados el resto del año.

La biodiversidad. Los cafetales tradicionales solían tener niveles de biodiversidad parecidos a los bosques naturales. De la misma manera en que la cantidad de agroquímicos ha aumentado con la “tecnificación” de la producción cafetalera, los niveles de biodiversidad naturales han disminuido lentamente. La preservación de la biodiversidad es una parte fundamental de la sostenibilidad, ya que la cobertura provee de abrigo a los animales y mantiene un equilibrio de plagas y enfermedades que se encuentran naturalmente en el ecosistema. Por otro lado, la producción intensificada del café considera a cualquier otro cultivo como un potencial competidor. En algunos casos, se produce café en zonas más apropiadas para otros cultivos o bosques, con consecuencias negativas para la biodiversidad y el ecosistema.

Conservación del suelo y del agua. La producción cafetalera “tecnificada” con el uso intensivo de agroquímicos deja el suelo en un estado de desequilibrio ecológico, sin la capacidad de reciclar los nutrientes necesarios y limitando la habilidad del suelo a contener el agua. Es más, el riesgo de erosión aumenta con la ausencia de cubierta de la tierra para fijar el suelo y ayudar al agua a infiltrar el acuífero y mantener el suelo húmedo. Dado que el café muchas veces se cultiva en pendientes, existe un riesgo aún más grande de perder la fértil capa superior de humus, la cual es esencial para la buena calidad del café.

El uso del agua. El beneficio húmedo del café requiere grandes cantidades de agua (de 200 a 500 litros para producir 46 Kg de granos verdes). El proceso es el mismo si se lleva a cabo en una central de beneficiado grande o en pequeña escala por los mismos caficultores. Dadas las

grandes cantidades de agua usada, los beneficios tienden a estar ubicadas cerca de ríos (y en algunos casos en el río). El agua que se usa en el procesamiento del café es altamente contaminante, contiene azúcar de la pulpa y residuos de la fermentación. La descarga del agua directamente al río no solamente contamina el agua, destruyendo la flora y fauna acuática además del entorno, sino que también contamina el agua potable de las comunidades río abajo. Durante el pico de la cosecha, el productor individual vuelve a utilizar la misma agua para acelerar el proceso de fermentación del próximo lote. Sin embargo, reciclar el agua de fermentación puede afectar negativamente la calidad del café.

Problemas medioambientales que surgen de la crisis cafetalera

Para muchos cultivadores luchando para sobrevivir la crisis en los precios del café, los aspectos medioambientales son su última prioridad. Antiguos problemas ambientales han empeorado, y algunos otros se han intensificado, como por ejemplo la destrucción de bosques de sombra—seguido por una disminución de la biodiversidad—y la destrucción de los ecosistemas y hábitat naturales. Algunos de los problemas medioambientales principales que están surgiendo como resultado de la crisis son:

El abandono de la finca, o la siembra de nuevos cultivos en lugar del café. Los bajos precios del café presionan especialmente a los pequeños productores a producir otros cultivos para suplementar o sustituir la producción de café a fin de poder sobrevivir. Puede ser que los nuevos cultivos no sean adecuados para los suelos y pendientes en las regiones cafetaleras, y la introducción de cultivos inadecuados pueda causar serios problemas de erosión. Además, abandonar los cafetales y dejar cerezas sin cosechar puede provocar serias plagas e infestaciones el año siguiente, lo cual dificultaría reiniciar la producción agrícola.

La destrucción del bosque de sombra. La crisis cafetalera está forzando a los caficultores a talar árboles del bosque de sombra y venderlos como madera o leña. La introducción de nuevos cultivos para sustituir al café podría provocar el desmonte de las matas de café y de las zonas aledañas, utilizando técnicas de talar y quemar.

La aplicación limitada de tecnologías limpias. En los últimos años, algunos beneficios húmedos han aplicado medidas de conservación de agua y energía, y han promocionado sus centrales como ecológicas o certificadas ambientalmente. La crisis cafetalera prevendrá que otras centrales de beneficio apliquen medidas similares.

Aspectos ambientales de las estrategias para mejorar la crisis cafetalera

Al decidir si se debe apoyar o no una estrategia de mejoramiento de calidad o diversificación, los productores toman una decisión indirecta acerca del impacto sobre el medio ambiente. En general, es difícil determinar los impactos precisos de cada estrategia, ya sean éstos positivos o negativos. Algunos vínculos entre la calidad, la diversificación y el medio ambiente se tratan a continuación.

Impacto ambiental de una estrategia para mejorar la calidad

- *La biodiversidad.* Cambiar hacia cafés especiales puede implicar el manejo del bosque de sombra y un método activo para mejorar el manejo de la biodiversidad y el ecosistema, y la conservación del suelo y del agua. Aparte de beneficiar al medio ambiente, esta estrategia puede resultar en beneficios económicos para el productor si le abre acceso a mercados que venden productos ecológicos a mayores precios.
- *El uso de tecnologías más limpias.* Medidas de conservación y reciclaje de agua aplicadas tanto en las centrales de beneficio grandes como en las pequeñas pueden ser asociadas indirectamente con el control de calidad.
- *La administración de fincas.* Los buenos procedimientos de administración incluyen el control de la erosión, el uso racional de agroquímicos, y el manejo de la sombra y de los desechos, junto con el uso de variedades resistentes, la cosecha de cerezas maduras, y la preparación y limpieza adecuada del cafetal después de la cosecha. Un cafetal bien administrado desde la perspectiva medioambiental se asocia directa y positivamente con la calidad: por ejemplo, a través de la prevención de defectos y la uniformidad de la cereza cosechada.
- *El café orgánico.* La producción de café orgánico comprende varias actividades con impactos positivos en el medio ambiente. La prohibición del uso de agroquímicos y el enfoque en el manejo de la sombra, aumenta el nivel de biodiversidad. Además, aumenta la conciencia ambiental del consumidor.
- *El conocimiento y la información.* El mejoramiento de la calidad del café requiere conocimiento e información. Esto se puede suministrar a través de la asistencia técnica al pequeño productor en zonas retiradas, y se puede ofrecer a través de ONGs y otras instituciones de investigación del café.

Impacto ambiental de una estrategia de diversificación

- *La biodiversidad.* El impacto negativo más grande de la diversificación a otros cultivos o actividades no agrícolas incluye la posibilidad de la destrucción del bosque de sombra existente. El desmonte de tierras para desarrollar actividades no agrícolas tendrá un impacto negativo en el ecosistema, la biodiversidad, y la conservación de suelos y de agua, si no se toman las medidas de mitigación necesarias. Una evaluación de impacto ambiental en cada caso puede asegurar que sólo se realicen actividades que no tengan *ningún* impacto negativo en el ambiente.
- *Las condiciones agroecológicas.* La combinación de cultivos con el café o con nuevos cultivos posiblemente no sea adecuada para las condiciones agroecológicas, y potencialmente puede causar impactos negativos en el medio ambiente.
- *La asistencia técnica.* El acceso a la asistencia técnica es el elemento clave para tomar una decisión calificada sobre la introducción de nuevos cultivos u otras actividades no agrícolas. Esto es especialmente importante cuando se está diversificando con cultivos no muy bien conocidos por los cultivadores.

Inclusión de fincas medianas y grandes, y trabajadores agrícolas en los programas de café sostenible

Existen razones importantes para incluir a las fincas medianas y grandes en los programas de café sostenible. La participación de medianos y grandes productores es esencial para cualquier plan de desarrollo rural o iniciativa de conservación del paisaje natural. Algunos de los medianos productores y latifundistas tienen contactos importantes, habilidades y experiencia en mercadotecnia, las cuales los pequeños productores aledaños pueden aprovechar para entrar a mercados más ventajosos.

Finalmente, los programas de desarrollo rural no serán equitativos ni exitosos si no incluyen a los trabajadores agrícolas, especialmente a los trabajadores migratorios y temporales—quizás el sector más abandonado y marginado en la región. De hecho, los pequeños productores, no importa que tan pobres sean, tienen más opciones y apoyo que los pobres sin tierra quienes trabajan por temporadas en las fincas de otros.

A continuación se examina el marco institucional y de incentivos necesario para apoyar la transición competitiva del sector cafetalero.

VI. MARCO INSTITUCIONAL Y DE INCENTIVOS

Desde los años noventa, el sector cafetalero mundial ha experimentado cambios estructurales importantes. Estos cambios definirán el curso de la industria durante la próxima década y más allá. Para apoyar la industria en el futuro, las instituciones cafetaleras en Centroamérica deben revisar su papel y estrategias, y ayudar a identificar nuevas oportunidades.

Muchas instituciones y organizaciones operan en el sector cafetalero en Centroamérica, entre ellas ministerios, institutos y consejos nacionales de café, asociaciones privadas, institutos de investigación y extensión, ONGs y entidades regionales. Grupos del sector privado también juegan un papel importante en áreas como la banca, la transferencia de tecnología, e información del mercado.

Existen claras diferencias en el alcance y la capacidad de las instituciones en Centroamérica. Algunos países tienen capacidades institucionales fuertes con estrategias claras y programas técnicos, sociales y económicos bien definidos, mientras otros tienen instituciones con papeles bien definidos pero con una capacidad institucional débil. En muchos países, asociaciones fragmentadas de productores contrastan con fuertes asociaciones de beneficiadores y exportadores. Algunos países sufren de una ausencia de políticas y estrategias cafetaleras nacionales cohesivas para guiar y regular el gran número de instituciones que sirven la industria cafetalera.

El objetivo de esta sección *no es* presentar una revisión exhaustiva del desempeño de las instituciones y organizaciones cafetaleras en el pasado, sino enfocarse en el futuro: identificar áreas en las cuales estas entidades puedan jugar un papel clave en facilitar una transición competitiva para el sector cafetalero y el desarrollo sostenible de la economía rural. La sección se centra en tres temas. Primero, considera cómo las instituciones y organizaciones pueden apoyar el desarrollo y la competitividad del café de calidad, con un enfoque especial en la

política de comercio adecuada. Segundo, examina los servicios bancarios y de crédito para los productores competitivos. Tercero, considera maneras de reducir la vulnerabilidad social. En particular, examina las protecciones sociales para los productores pobres, trabajadores y otros en la economía rural y los mecanismos de cobertura de riesgo para pequeños productores de café.

Apoyo a la competitividad del café de calidad

El papel de los ministerios nacionales, institutos cafetaleros, consejos y asociaciones en apoyar la calidad comienza con la definición de una estrategia y un consenso sobre ella. Medidas coordinadas reflejarán una combinación de prioridades sociales, capacidad económica y determinación política. Éstas deben ser aprovechadas en programas de largo plazo que produzcan resultados parciales a corto plazo.

Intervenciones podrían incluir:

- *Definir los estándares e incentivos para la producción de calidad y la competitividad.* Identificar, evaluar, y apoyar la producción de café de calidad requiere, ante todo, un consenso entre las instituciones cafetaleras principales sobre el significado de café de calidad. Esto puede incluir el reconocimiento legal de normas y estándares definidos por el mercado. Una vez definida la calidad, se puede dar seguimiento con apoyo institucional a la producción y procesamiento competitivos de café de calidad. Establecer y poner en práctica incentivos adecuados para reconocer la calidad en las diferentes fases de la cadena productiva motivará una producción y procesamiento de mejor calidad.
- *Promover la certificación de calidad.* Con el tiempo, el apoyo se puede extender para crear un sistema verosímil, imparcial e independiente para la certificación de calidad que responda a los requisitos del mercado con respecto a preferencia de los consumidores y atributos ambientales y sociales del producto. Se pueden poner en práctica otros incentivos que promuevan la producción y consumo de café de calidad en el mercado doméstico. Un ejemplo positivo es el de Brasil. Sus programas de certificación del café para el mercado interno han promovido el consumo nacional e incrementado la calidad del producto.
- *Apoyar la organización y consolidación de operaciones pequeñas de producción.* Las instituciones pueden apoyar la consolidación e integración de la industria cafetalera al trabajar especialmente con pequeños y medianos productores para habilitarlos a lograr mejores economías de escala, volumen adecuado, mejor control de calidad, y mayor acceso al mercado.
- *Proporcionar asistencia técnica y servicios de investigación y extensión* a los productores y centrales de beneficio de café. Éste puede ser un elemento clave para capacitar a los pequeños productores y mejorar la calidad. Se puede brindar apoyo en dos áreas: adopción de las mejores prácticas para producción de calidad y prevención de defectos, y la creación de capacidades para medir la calidad, a través de la catación y la evaluación física. Entidades como el IICA, CATIE, CIRAD, el instituto regional cafetalero PROMECAFE, asociaciones e institutos nacionales cafetaleros y ONGs, además de expertos independientes han estado trabajando en estas áreas.

- *Construir alianzas.* Instituciones nacionales y asociaciones privadas han desarrollado alianzas con organizaciones nacionales y mundiales. Éstas varían en cuanto a propósito y enfoque, aunque el objetivo es proveer mejores servicios y asegurar ingresos más altos para sus miembros y para la industria cafetalera en general. Por ejemplo, ANACAFE, IHCAFE e ICAFE han creado arreglos individuales con instituciones financieras para proporcionar la asistencia técnica requerida para suministrar crédito a sus miembros. Asociaciones cafetaleras y la SCAA han firmado cartas de entendimiento para capacitación y asistencia.
- *Mejorar el acceso al mercado.* También es importante crear alianzas para mejorar el acceso al mercado. Por ejemplo, asociaciones cooperativas han negociado cuotas para el café de sus miembros en mercados alternativos de precios más altos, como Comercio Justo, además de contratos de largo plazo con tostadores, garantizando el uso del café de sus miembros en las mezclas y marcas del tostador. El desarrollo de un marco legal, bajo el cual las leyes internacionales que gobiernan los contratos de café puedan ser sustentadas, puede facilitar e incentivar el desarrollo de contratos a largo plazo y de alianzas entre compradores y vendedores. Otros pasos podrían incluir el desarrollo de sistemas de información para productores de café con respecto a precios y mercados potenciales, y facilitar la asistencia técnica para el desarrollo de marcas, construir alianzas estratégicas y acceso al mercado.

Promover la competitividad del café también incluye definir y aplicar las políticas de comercio adecuadas y los incentivos para alcanzar el mercado. El efecto indirecto de una mayor competitividad y mejores mecanismos de producción y certificación será un producto de mayor calidad. Esto, a su vez, podría aumentar la demanda. Comenzando en la región centroamericana, mayor apertura en el comercio del café podría incentivar a las industrias nacionales a renovarse, forzando así a los proveedores no competitivos—quienes típicamente son protegidos—a salir o pasar a otros sectores.

Política de comercio

Las barreras al comercio tienen un impacto directo sobre la competitividad del café y debilitan indirectamente el potencial para el mejoramiento de la calidad. Tradicionalmente el café ha sufrido discriminación en las políticas de comercio e intercambio. El marco político actual ha sido mejorado por reformas políticas, particularmente en los años noventa, pero todavía existen temas importantes pendientes (vea el Cuadro VI-1).

La región aún experimenta los efectos de las cuotas de exportación establecidas por la Organización Internacional del Café. Estas cuotas se eliminaron en 1989. Los países centroamericanos han tenido un tratamiento asimétrico de las importaciones y exportaciones. Mientras las importaciones típicamente estaban protegidas, las exportaciones estaban sujetas a discriminación. Como parte de este tratamiento asimétrico, el café ha sido tradicionalmente un producto discriminado a través de políticas de comercio y políticas cambiarias. Esto ha resultado en una tasa negativa de protección para el café.

Complejos procesos de exportación y esquemas de tributación no sirven como incentivos para la producción y la competitividad y rentabilidad del café de calidad. Es importante revisar y

corregir las políticas que reducen la competitividad y rentabilidad de los cafés Centroamericanos. Las políticas podrían incluir la definición de estándares regionales y protocolos que establezcan criterios para el reconocimiento de las regiones cafetaleras (como café Antigua), la extensión de beneficios fiscales para la importación de tecnología y operación de tecnologías de procesamiento del café que no dañan el medio ambiente, la eliminación de impuestos de exportación que aun existan para cafés, y la reducción de costos de transacción a través de la simplificación de los procesos de exportación.

Cuadro VI-1. Políticas de comercio del café en Centroamérica

Cuestión	Implicación
El café fue excluido del libre comercio en el Acuerdo del Mercado Común Centroamericano firmado en 1960.	Los mercados nacionales para el café son pequeños, y las compañías cafetaleras no tienen la posibilidad de beneficiarse del más grande mercado centroamericano concebido en el acuerdo de unión aduanera. El comercio cafetalero interregional se trata como si fuera importaciones de terceros países, restringiendo así el comercio del café e inversión en la región. Esto restringe también respuestas regionales coordinadas a la crisis del café.
Las naciones cobran impuestos de exportación y cobros por los institutos y fondos cafetaleros. Las ganancias de la tasa de cambio se pagan a tarifas oficiales.	Los impuestos y derechos y el castigo por la tasa de cambio reducen la competitividad precio del café. Estos impuestos y derechos alcanzaron la suma 25 millones de dólares para toda la región. Recaudar estas cargas introduce costos de transacción adicionales para regular su cumplimiento, reduciendo la competitividad costo del café. En lugar de la práctica actual de discriminación, los beneficios ambientales de la cultivación de café (secuestro de carbón, regulación del flujo de agua, retardación de erosión) justificarían apoyos.
Requisitos de registro y afianzamiento para los exportadores. Requisito de presentar un contrato de exportación a las instituciones gubernamentales antes del envío. También se requieren certificados de exportación, además de un permiso de exportación del banco central para cada envío.	Se colocan barreras a la entrada y los costos de transacción son considerables. Estos se disminuyen algo a través de oficinas de ventanilla única de exportación en las que se realizan todos los trámites, pero sin embargo son significativos. Esto tiende a concentrar el mercado y fortalecer la posición de negociación del comerciante y los exportadores, quienes ya participan en exportación y comercio, restringiendo aún más la participación que el productor recibe por el valor de su producto.
Las cuotas nacionales de exportación fueron frecuentes según los acuerdos anteriores del OIC. La OIC actual no incluye estas cuotas.	No obstante, aquellas cuotas dejaron un legado, que incluye leyes de café, y organizaciones cuasi-públicas, que administraron las cuotas, entre otras responsabilidades. Estas organizaciones se concentraban en cobrar derechos e impuestos y vigilar por el cumplimiento de regulaciones incómodas, y no ponían suficiente atención a la promoción comercial, facilitación del comercio y mejoramiento de la calidad.
Todos estos controles, en gran parte sin un propósito constructivo, existen en una industria que consiste en su mayoría de finqueros pobres, quienes no pueden sobrellevar las crisis de precios o climáticas, y quienes aún deben realizar mejoras de calidad.	Las agencias y consejos cafetaleros no deben interferir en la regulación del comercio. La recaudación de impuestos y derechos debería ocurrir antes de que se realice la exportación con un mínimo de distorsión del mercado (particularmente se podría separar el requisito de su financiamiento del requisito regulador de exportación y del costo oneroso del trámite).

Como mínimo, el café debe recibir el mismo estatus de comercio libre que reciben las compañías en zonas libres, que rutinariamente son exentas de las tarifas, impuestos de exportación y otros impuestos de comercio, y se benefician de procedimientos aduaneros simplificados. Estos no son subsidios; son necesarios para otorgarles a las compañías el estatus de comercio libre, permitiéndoles competir con compañías en otros países. Se podrían otorgar estas preferencias a las exportaciones de café. En una reunión ministerial de la Organización Mundial de Comercio en Doha, Qatar, en noviembre de 2001, los países centroamericanos, entre otros, negociaron y lograron una extensión del período durante el cual los subsidios para las compañías que operan fuera de las zonas de libre comercio se permitieran.

Finalmente, es importante incluir el café en las negociaciones de comercio, especialmente en mercados nuevos y mercados internos de América Latina. Hay que revisar las tarifas sobre el café de los países de la región, ya que tarifas más bajas está relacionadas con mayor competitividad, mayores ganancias y, potencialmente, mejoras de calidad.

Suministro de servicios de crédito y bancarios a productores de calidad competitivos

La crisis en los precios del café ha afectado severamente al sector bancario. Varios bancos en la región han quebrado, y unos países están buscando maneras de reestructurar el estado de cuentas de los bancos para que continúen otorgando préstamos al sector. La filosofía dominante parece ser la de buscar medidas para prevenir la apropiación de fincas a gran escala por parte de los bancos.

La reacción más inmediata ha sido de eliminar el crédito al sector cafetalero, particularmente a los productores. Los bancos y las instituciones financieras rurales no están dispuestos a extender nuevos créditos al sector cafetalero mientras que los precios siguen siendo bajos y las deudas no se cancelen. Por eso los productores agrícolas han buscado fuentes informales de crédito, tales como proveedores de insumos agrícolas o intermediarios de café, con sus correspondientes condiciones más onerosas y tasas de interés más altas.

Mientras apoyan al sector financiero, las instituciones públicas nacionales están trabajando para definir alternativas para productores y procesadores con severas deudas y necesidades de capital de trabajo. Con los fondos de emergencia para el café ya agotados, los arreglos en varios países incluyen la reestructuración a largo plazo de los préstamos de bancos comerciales mediante transferencias de fondos a fideicomisos. A cambio de las transferencias, los bancos reciben bonos gubernamentales para ser revaluados en sus estados financieros. Mientras retienen la responsabilidad final de sus componentes individuales del fondo, los bancos cancelan contra las reservas de forma gradual, o cuando el deudor no paga finalmente. Esquemas como estos se han diseñado para resolver problemas a corto plazo, pero no tratan las consecuencias de largos períodos de precios bajos, comenzando con la próxima cosecha.

La situación en el sector bancario es evidencia obvias fallas de mercado que existen en el sistema. El sector financiero formal no tiene un modelo adecuado del riesgo para evaluar la capacidad crediticia en el sector agrícola, y tiene dificultades para predecir disminución de la actividad económica sectorial y pronosticar los precios.

La falla del mercado se ha atribuido a una asimetría de información, una falta de garantías adecuadas, falta de familiaridad con las necesidades rurales de producción y de temporada, y con las bajas tasas de rentabilidad internas percibidas (Marulanda Consultores, 2000). Dentro de este contexto, es importante desarrollar mecanismos de alcance apropiados que diferencien entre riesgos de mercado (que implican producción, precios, y calidad) y los riesgos financieros (tasas de interés, de liquidez, y de cambio). También se requiere crear incentivos para estimular el involucramiento del sector financiero en proyectos agrícolas.

Los bancos regionales están examinando y poniendo en funcionamiento condiciones especiales para pedir préstamos que incluyan un calendario de ventas concertadas con anterioridad, y contratos a futuro que asegure que todos los precios del café se fijen antes del fin de la temporada. La obtención de préstamos y la reestructuración de la deuda para los productores de café y centrales de beneficio se debe alinear también con programas a largo plazo económicamente sostenibles como proyectos de renovación, e iniciativas de calidad y comercialización para mejorar los cafés exportables. Lo ideal sería que éstos incorporen componentes de asistencia técnica. Aplicar los instrumentos de administración del riesgo y productos para el cuidado de los cultivos y proveer acceso del sector a ellos, incluyendo a los pequeños productores, ayudará tanto a los prestamistas como a los acreedores a reducir la incertidumbre en el flujo de ingresos y, por lo tanto, en la amortización de la deuda.

Reducción de la vulnerabilidad

Una tercera área de apoyo institucional y organizacional es reducir la vulnerabilidad social, a corto y a largo plazo. Para ayudar a los productores de café, a los trabajadores y a sus familias, se necesita una mejor protección social (especialmente acciones a corto plazo). Para proteger a los pequeños productores de café, vulnerables a los cambios de precio, se necesita crear mecanismos de seguro contra riesgo e instrumentos semejantes.

Los cambios de precio influyen directamente en las decisiones de producción al nivel de la finca. La crisis actual ha traído muchas consecuencias en términos de inversión, empleo, y de producción que están vinculadas directamente con la vulnerabilidad. Estudios recientes realizados en Nicaragua y El Salvador para valorar las respuestas de los productores a los precios bajos y a la percepción del riesgo indicó que la respuesta inmediata es reducir los costos, particularmente de mano de obra e insumos. La probabilidad de reducir la mano de obra aumenta significativamente con el tamaño de la finca (Banco Mundial, 2002). Los productores están dispuestos a recolectar toda la cosecha de café en una sola cortada. Esto sugiere que ellos pagan por una recogida de café, en lugar de financiar recogidas adicionales de cerezas maduras.

La mayoría de los hogares rurales reducen su consumo a corto plazo. Los productores pequeños, más que otros, recurren a préstamos informales y se vuelven especialmente vulnerables a la pérdida del empleo fuera de la finca. Casi todos los productores, a pesar de su tamaño, califican los cambios de precios como el riesgo más importante que encaran.

Vulnerabilidad social y la respuesta institucional

Históricamente, cuando los gobiernos han procurado responder a una “crisis de café”, han enfocado su atención en los productores de café: en particular, en aquellos con préstamos

pendientes, que típicamente son medianos y grandes productores. Los pequeños productores también se han beneficiado a veces de la ayuda del gobierno. Un ejemplo es un programa actual en México de compensar a los pequeños productores de café por los bajos precios.

Los trabajadores del café han tendido a no beneficiarse de la ayuda directa del gobierno. Varias evaluaciones de pobreza han identificado que la mayor proporción de trabajadores del café son “pobres”. Es fundamental tomar en cuenta a los trabajadores del café, ya que en épocas de crisis económicas, los productores medianos y grandes de café tienden a reducir el número de trabajadores contratados. Con menos demanda de mano de obra, los sueldos tienden a caer, lo que aunda en graves impactos negativos en los trabajadores pobres del café, de los cuales una proporción grande también son pequeños productores.

Dado que muchos pequeños productores y trabajadores del café también cultivan alimentos básicos para el consumo en el hogar, cualquier riesgo concurrente relacionado con el clima, como la sequía, puede agravar los impactos negativos en su bienestar por los bajos precios del café. Este es el caso en muchos países de Centroamérica, donde las pérdidas de producción por la sequía magnifican el impacto de la crisis de precios que sufren los productores y trabajadores del café.

Es más, otros actores en la economía rural, inclusive los suministradores de insumos del café, procesadores y proveedores de bienes y servicios para el hogar, también se ven afectados por los precios bajos del café y la reducción en los ingresos que estos precios bajos generan. Como los trabajadores del café, ellos tampoco tienden a beneficiarse de la ayuda directa del gobierno en épocas de crisis.

Reconocer estos problemas y hacerlos visible a los gobiernos es un primer paso importante para sugerir estrategias de protección sociales y otras opciones posibles. Otras respuestas institucionales para tratar la vulnerabilidad social pueden incluir:

- *Proporcionar ayuda a los trabajadores desempleados del café y a sus familias.* Nicaragua ofrece un ejemplo. Recientemente se ha establecido un programa de alimentos a cambio de trabajo en asociación con los productores de café. Los participantes son empleados en fincas cafetaleras privadas y reciben un pago parcial de los dueños: distribución de alimentos para completar la diferencia. Los sueldos reducidos permiten que los productores de café empleen a más trabajadores de los que ellos podrían tener de otro modo en esta situación de crisis. Este programa se propone ayudar tanto a los trabajadores del café como a los productores más grandes.
- *Mejorar los programas de red asistencial.* Existe una necesidad de programas de red asistencial para los trabajadores del café, pequeños productores y otros en la economía rural tanto focalizados como auto-focalizados. Estos programas podrían incluir ayuda alimentaria, trabajo por alimento, y empleo temporal. También deben incluir ayuda para las familias y los niños. Tales programas requerirán un análisis en cada país y regiones, y procurar incorporar a las actividades habituales de los programas existentes de red asistencial para los pobres rurales. Un asunto clave en el diseño de redes asistenciales será el hecho de que muchos trabajadores del café son migrantes de temporada. Esto puede hacer difícil la focalización geográfica.

- *Ayudar a los trabajadores del café y pequeños productores a desarrollar habilidades y capacitación* para mejorar su movilidad, dentro del sector cafetalero o a otros sectores. La alta oferta de mano de obra rural no calificada limita los niveles de sueldos; desarrollar habilidades puede compensar esto. Además, los trabajadores necesitarán probablemente nuevas habilidades como parte del proceso de diversificación.
- *Promover el uso de instrumentos de gestión de riesgo de precio.* Para proporcionar seguro de desempleo a los trabajadores y/o financiar el empleo alternativo, se podría dar estímulos a los productores medianos y grandes para que utilicen instrumentos como seguro de precio de productos básicos. También se podrían explorar las posibilidades de que los gobiernos utilicen instrumentos de gestión de riesgo de precios para ayudar a financiar los programas de red asistencial para los trabajadores del café y otros.
- *Hacer esfuerzos para vincular* las asociaciones de trabajadores con las asociaciones de productores es importante, para ayudar a identificar temas y capacidades comunes para poder responder mejor a las situaciones de mercado.

La gestión del riesgo del precio y la volatilidad

Los caficultores encaran por lo menos dos tipos distintos de problemas asociados con los precios: el nivel de precios y la volatilidad. Los precios del café han sido los más volátiles de todos los productos básicos. La inestabilidad de precios fue bastante pronunciada particularmente durante los años 1990, y se anticipa que continúe, junto con la tendencia descendente en los precios del café. La volatilidad es el resultado de una curva de demanda inelástica y fluctuaciones marcadas en la oferta, causados principalmente por variaciones en la producción en Brasil (principalmente a causa de heladas), ajustes en la producción en respuesta a los cambios en los precios, y los cambios de política (tal como la eliminación de las cláusulas económicas del Acuerdo Internacional de Café).

La inestabilidad cíclica de precios, particularmente durante la temporada de cosecha, se puede reducir mediante instrumentos de gestión de riesgo de precio. Sin embargo, la tendencia secular del precio requiere de otras alternativas de largo plazo, tal como la diversificación o mejoras en la calidad y productividad del café.

También es necesario enfocarse en eliminar las conductas especulativas, ya que estas han sido una de las fuentes del problema bancario. En el pasado, muchos productores prefirieron no fijar los precios del café, aún después de que su cosecha se había exportado; más bien, ellos mantuvieron sus posiciones a futuro con los exportadores. La falta de cobertura en un período de precios decrecientes llevó a la reducción en su habilidad de rembolsar sus préstamos.

Las herramientas para manejar la volatilidad de los precios ya existe. Sin embargo, los productores agrícolas medianos y pequeños en países en vía de desarrollo, en general, no tienen acceso a ellas. Los impedimentos para que los productores las utilicen incluyen instrumentos inadecuados que respondan a sus necesidades, altos costos de la transacción y el escaso conocimiento sobre como utilizarlos. Además, en los países en vías en desarrollo, muchos productores con frecuencia no tienen acceso directo a instrumentos de gestión de riesgo. Algunas opciones para manejar los precios más bajos y volátiles se describen a continuación.

Instrumentos de la gestión del riesgo de menor escala

Las formas alternativas en las cuales los caficultores pueden tener acceso a los mercados de gestión del riesgo son el tema central de estudios que se llevan a cabo en El Salvador y Nicaragua. Resultados preliminares indican que es crítico reforzar la capacidad de las organizaciones de productores y de las cooperativas para tratar los riesgos de precio y mejorar su comercialización de café. Dos temas clave de apoyo son desarrollar organizaciones o grupos agregados que ayuden a manejar las herramientas de gestión de riesgo, y examinar las formas en que los instrumentos de gestión del riesgo pueden mejorar el acceso al crédito. Los agregadores locales de la demanda para la gestión del riesgo podrían ser las organizaciones de productores, cooperativas, instituciones de crédito rural y los comerciantes. Los enfoques que se están explorando son:

- *Incluir un seguro de precio en un acuerdo de préstamo.* Un productor que pide un préstamo con un seguro debe ser un mejor sujeto de crédito que uno que no lo hace. Desde el punto de vista del prestatario, un portafolio de deuda que está asegurado debe fortalecer la entidad de crédito. Debe mejorar también el flujo del crédito para los productores que aceptan comprar un seguro. Este arreglo puede ser útil para los países que están procurando mejorar el flujo del crédito al sector cafetalero (y a otros sectores agrícolas).
- *Adoptar técnicas de administración de ventas,* tal como estrategias de protección para cooperativas que manejan las ventas a favor de sus miembros. Estas técnicas podrían tener un beneficio doble. Ellas habilitan a una cooperativa para que pague una proporción más alta del valor del mercado del café a un productor. Protegen también la habilidad de la cooperativa para realizar pagos en el futuro.
- *Utilizar la administración del inventario.* Puede ser que las cooperativas y otras organizaciones de productores no deseen vender todo su café inmediatamente después de la cosecha. De esta manera ellos pueden distribuir sus ventas más uniformemente a través del año de la cosecha y aprovechar después el aumento del precio. Esto proporciona un nivel de flexibilidad en la venta. La gestión del riesgo del precio permitiría que los productores protejan el valor de sus inventarios de bajas de precio inesperadas durante el año de la cosecha.
- *Agrupar las cosechas,* para que incluso aquellos productores con una cantidad relativamente pequeña de producto puedan hacer contratos de compra. En este respecto, los elevadores de grano y las instalaciones de procesamiento son útiles. Herramientas como estas han surgido en países desarrollados, junto con contratos de compra sofisticados que incluyen herramientas de gestión de riesgo. Las entidades capaces de proporcionar este tipo de arreglo de compras son muy escasas en los países en vías de desarrollo. Es necesario discutir el potencial para desarrollarlos.
- *Utilizar contratos garantizados.* Existen arreglos entre organizaciones de productores y usuarios que proporcionan protección de precio a estos productores; el Comercio Justo es uno de ellos y garantiza un precio que no es sólo el más alto (alrededor de 1.2-1.3 dólares por libra, cuando los precios son de 0.5-0.6 dólares por libra), sino también fijo. Esta es otra manera efectiva de proporcionar protección de precio a los caficultores.

Los programas se deben vincular a paquetes de asistencia técnica diseñados para ayudar a los productores a entender el papel y la operación de mercados de futuros y físicos, así como también el impacto positivo de los instrumentos de gestión de riesgo.

Otros instrumentos de la gestión del riesgo

Gestión de riesgos provocados por el clima. El clima tiene a menudo un impacto en la producción de café. Los desarrollos recientes en seguros contra catástrofes naturales podrían permitir que los caficultores obtengan protección contra eventos naturales severos, tal como huracanes, derrumbes, inundaciones, o sequía. El seguro ajustado contra catástrofes naturales se basa en la ocurrencia de cierto evento que se puede medir y verificar independientemente. Esto reduce los costos administrativos y los problemas de “riesgo moral” y de selección adversa a menudo asociados con el seguro tradicional de la cosecha.

Gestión de riesgo y sostenibilidad del medio ambiente. Los métodos de producción sostenible que incorporan la administración del suelo y métodos de aplicación de insumos localizados también pueden proporcionar apoyo útil para la gestión del riesgo, especialmente para los minifundistas rurales pobres. Estos métodos disminuyen la dependencia en los agroquímicos, reducen los impactos de la sequía y alientan la diversificación de la finca para mejorar la seguridad alimentaria e incrementar los ingresos.

REFERENCIAS

Giovanucci, Daniele. 2000. "Food Quality Issues: Understanding HACCP and Other Quality Management Techniques." In *The Guide to Developing Agricultural Markets and Agro-enterprises.*, The World Bank.

http://wbln0018.worldbank.org/essd/essd.nsf/Agroenterprise/agro_guide

-----, 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.

-----, ed. Forthcoming. How Markets Influence Poverty and the Environment: The Transformative Power of Coffee.

Giovanucci, Daniele., and T. Reardon. 1999. Understanding Grades and Standards--- and How to Apply Them. *Perspectives Quarterly* 16 (5)

Marulanda Consultores. 2000. Alianzas Productivas para la Paz.

-----, 2001. Situación y Perspectivas del Instituto de Fomento Industrial.

The World Bank. 2001. El Salvador: Coffee Price Risk Management. Phase 2 Report. Washington, D.C.: The World Bank.

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

LA NATURALEZA Y CARACTERÍSTICAS DE CAFÉS DIFERENCIADOS Daniele P. Giovannucci*

Los cafés con Indicaciones Geográficas de Origen (GIO)

Los cafés de áreas que son específicamente demarcadas y reconocidas por tener características físicas claras como el microclima, la composición del suelo y variedades particulares se han comercializado exitosamente utilizando **Indicaciones Geográficas de Origen** (GIO, por sus siglas en inglés) específicos. El desarrollo de tales programas crea los mecanismos para un modelo agronómico nuevo, semejante al de la industria vinícola. Esto permite una ventaja competitiva extraordinaria, similar a la industria vinícola, y si se comercializa adecuadamente puede tener como resultado una demanda más fuerte y precios más altos que pueden ser más inmunes a las fluctuaciones del mercado que otros productos agropecuarios. A pesar de contratiempos recientes al buscar protección legal para las GIO en Estados Unidos, esta estrategia de diferenciación ha tenido éxito para muchas regiones, incluyendo *Blue Mountain* de Jamaica, *Kona* hawaiano, y Guatemala *Antigua*, cuya popularidad ha alentado las ventas mundiales mucho más altas que sus volúmenes de producción actuales. Esto implica que tales iniciativas por parte de los países productores también requerirán inversión en el control y en hacerlas cumplir.

Café especial y café gourmet

El término **café especial** a veces se usa intercambiamente con café “*gourmet*”, aunque el anterior se refiere más comúnmente a un conjunto más grande de cafés inclusive con sabores, basados en expés, sostenibles (vea a continuación), y preparaciones frías. Gourmet se usaba para referirse estrictamente a cafés de más alta calidad, vendidos a menudo como granos enteros en tiendas dedicadas al café o en cafeterías. Aunque este término aún sugiere un grado de exclusividad, tales cafés han penetrado en realidad la mayoría de los canales de comercialización y ahora están disponibles incluso por medio de mercaderes al por mayor y supermercados. Las tendencias del mercado sugieren que hay lugar para tal expansión dado que existe más diferenciación, especialmente en precio y en el crecimiento considerable de ventas y ganancias. La expansión del mercado para cafés especiales, encabezado por marcas de alta visibilidad como *Starbucks*, ha sido significativa en los mercados de EE.UU., y ahora se está extendiendo de vuelta a Europa, donde el concepto de café tuvo su origen y los cafés especiales han mantenido por mucho tiempo una participación considerable en el mercado.

* *Impreso con permiso de How Markets Influence Poverty and the Environment: The Transformative Power of Coffee. D. Giovannucci, Editorial ...*

Los cafés sostenibles

Los **cafés sostenibles**—orgánico, Comercio Justo (*Fair Trade*) y de sombra—son producidos en su mayoría por productores pequeños y se caracterizan por pagar precios razonables a los caficultores, lo que provee estímulos para la producción orgánica y remunera a los productores por practicar la buena administración de los recursos naturales.¹ Tales cafés tienden a promover la conservación y protección del agua, la conservación de energía, el reciclaje, e incluso el desarrollo de comunidades y cooperativas. Hasta hace poco su escasa presencia en el mercado causó alguna confusión acerca de lo que cada uno de ellos representa verdaderamente. Ahora, con ambas definiciones claras (vea a continuación) y con estándares internacionales de certificación, le corresponde a la industria cafetalera y a los cuerpos reguladores ayudar a educar a los consumidores y a asegurar que los cafés que usen estas etiquetas estén realmente certificados por entidades independientes. El hecho de no hacer esto le costará a la industria un medio valioso de diferenciación, y la erosión resultante en la confianza del consumidor harán que los términos no tengan ningún sentido, y por lo tanto quitan una alternativa valiosa del repertorio del productor pequeño de café, el que menos puede permitirse tal pérdida.

Los **cafés orgánicos** incorporan prácticas de administración de finca y procesamiento para conservar o aumentar la estructura del suelo, la capacidad de recuperación y la fertilidad al usar prácticas de cultivo y sólo alimentos nutritivos naturales y métodos no sintéticos para la protección de los árboles. También se requiere que el procesador y el tostador tengan la certificación orgánica para que el café sea vendido como tal.

El **café de Comercio Justo** se compra directamente de cooperativas de pequeños productores registrados y certificados internacionalmente, a los que se les garantiza un precio de contrato mínimo y estable, así como también acceso a algún crédito del comprador si es necesario. El Comercio Justo alienta la inversión impulsada por la comunidad en bienes públicos como educación, asistencia médica e infraestructura.

Los sistemas de producción de **café de sombra** o **ecológico** mantienen y aumentan el hábitat de la flora y la fauna y la diversidad biológica en particular, mediante la administración efectiva de la cubierta forestal en la finca y la protección o restauración de ambientes naturales circundantes.

¹ Adaptado en parte de los Principios de conservación para la producción del café (*Conservation Principles for Coffee Production*). www.consumerscouncil.org