

Índice

Agradecimientos

Resumen

1. La crisis del café

4

¿Crisis, qué crisis?

6

El café, de filón a ruina

6

La ruina de las comunidades y de los países cafeteros

9

Las familias pasan hambre

Niños obligados a abandonar la escuela

Empeorando la atención sanitaria

Trabajadores temporales y braceros en la miseria

Crece la atracción por el cultivo de droga

Crisis financiera en las economías nacionales

2. Las raíces de la crisis

14

Reestructuración del mercado:

de regulado a inundado de productos

16

Fracaso del mercado regulado

Llegan los gigantes: Brasil y Vietnam

Demanda estancada

Desequilibrios de poder en el mercado:
agricultores pobres, tostadoras ricas

20

¿Dónde van los beneficios? Siguiendo
la cadena de valor

El poder de las tostadoras: enormes beneficios
en medio de la crisis

- El poder de la marca

- Control de costes

- Flexibilidad en las mezclas

- Mercados de futuros: financiación flexible

Nuevas tecnologías: empeorando la calidad

28

Nueva tecnología del tueste:

exprimir hasta la última gota del grano

Demasiado robusta, poco arábica

Técnicas de cultivo intensivo:

reducen la calidad y degradan la tierra

Sin alternativas: productos básicos en declive
y fracaso del desarrollo rural

31

Falta de alternativas al café como cultivo para vender

Depender de productos básicos en declive

El valor añadido, para otros

Falta de apoyo al desarrollo rural

Una regulación inadecuada

Las organizaciones de trabajadores y de agricultores

en el punto de mira

Escasa información

Poca formación y poca ayuda

Préstamos impagables, sin nuevos créditos

Una débil infraestructura rural

Ayuda en declive y dobles raseros:

los agricultores traicionados por los países donantes

3. Mercados especiales ¿Una vía de escape? No para todos

38

Comercio Justo: un resquicio de esperanza

40

Las marcas de especialidades consiguen un alto valor

42

¿Corriendo hacia la misma salida?

42

No hay excusa para la inercia

43

4. Salir de la crisis: una estrategia para la acción

44

Restablecer el equilibrio entre la producción
y la demanda

46

Restablecer la calidad y aumentar la productividad

46

Subir los precios, recuperar un nivel de vida digno

47

Retener y crear valor añadido

48

Crear alternativas reales para el desarrollo rural

48

Conclusión

48

Recomendaciones: Un Plan de Rescate para el Café

49

Notas

52

Investigación

53

Programa de Oxfam con los productores de café

54

Direcciones de Oxfam Internacional

Resumen

La actual crisis en el mercado del café está destruyendo el medio de vida de 25 millones de productores en todo el mundo. En tres años el precio del café ha caído al menos en un 50 por ciento, alcanzando los niveles de hace 30 años. Las previsiones a largo plazo son pesimistas. Los cultivadores de café de los países en vías de desarrollo, la mayoría pequeños productores, venden sus granos de café a un precio muy inferior al coste de producción. En la provincia vietnamita de Dak Lak, por ejemplo, sólo cubren el 60 por ciento del mismo. Mientras los agricultores venden el café asumiendo fuertes pérdidas, los cafés de marca se venden al público generando importantes beneficios. La crisis del café es un desastre para el desarrollo y sus efectos se notarán durante mucho tiempo.

Las familias se ven obligadas a sacar a sus hijos – especialmente a las niñas – de la escuela, no pueden costear las medicinas básicas y tienen que reducir su alimentación. Los intermediarios están abandonando el negocio, las economías nacionales se ven afectadas y algunos bancos se están hundiendo. Los gobiernos ven como se reducen sus ingresos, lo que afecta a los presupuestos destinados a salud y educación, y les fuerza a seguir endeudándose.

La solución debe ser proporcional al alcance de la crisis. Es necesario un Plan de Rescate para el Café – en el que participen todos los actores implicados en su comercio – para conseguir que el mercado beneficie tanto a los pobres como a los ricos. No se trata sólo del café, estamos hablando de una cuestión clave en el camino hacia un comercio con justicia para todos.

El fracaso del mercado del café está perjudicando a los productores de las pequeñas granjas familiares; a los exportadores locales y a los empresarios, que ya no pueden resistir la presión de la fuerte competencia internacional; y a los gobiernos, que habían fomentado la producción para aumentar sus ingresos por exportaciones.

Hace diez años los países productores y exportadores recibían una tercera parte del valor del café en el mercado. Hoy reciben menos del 10 por ciento. En los últimos cinco años, el valor de las exportaciones de café ha caído cerca de 4.000 millones de dólares; basta comparar esta cifra con los 4.700 millones de dólares de deuda que han amortizado Honduras, Vietnam y Etiopía en 1999 y 2000.

Es previsible que el mercado del café también acabe por perjudicar a las compañías procesadoras, expertas en convertir el grano verde en dinero. Las cuatro grandes tostadoras, Kraft, Nestlé, Procter & Gamble y Sara Lee, tienen cada una, como mínimo, una marca de café que genera ventas anuales de más de mil millones de dólares. Junto con el gigante alemán Tchibo, compran cada año casi la mitad de los granos de café de todo el mundo. Los márgenes de

beneficio son altos: Nestlé tiene un margen medio de beneficio del 26 por ciento en el café instantáneo. Se estima que los beneficios de Sara Lee son en torno al 17 por ciento, muy altos en comparación con los obtenidos por otras marcas de comida y bebida. Esto no sería ningún problema si todos los integrantes de la cadena de producción resultaran beneficiados. Pero la realidad es que el floreciente negocio de las compañías lo están costeando algunas de las personas más pobres del mundo.

Pagar unos precios lo más bajos posibles – sean cuales sean las consecuencias para los cultivadores – es una estrategia peligrosa a largo plazo. A corto plazo tampoco ayuda a los intereses de los productores de café instantáneo. Es particularmente arriesgada si se tiene en cuenta que estas compañías dependen de la buena voluntad de los consumidores. El aumento de las ventas de Comercio Justo muestra que éstos se preocupan por la situación de pobreza de aquellos que producen los bienes que consumen.

La industria del café está inmersa en un proceso radical de cambio. Ha pasado de ser un mercado regulado, en el que los gobiernos jugaban un papel activo, a ser un sistema de libre mercado en el que cualquiera puede participar y en el que el mercado determina el precio del café. Gracias a estos cambios, las grandes compañías cafeteras pueden comprar la materia prima a unos precios muy bajos.

A ello hay que añadir que Vietnam ha entrado con fuerza en el mercado y Brasil ha aumentado su ya importante producción. El resultado es que se produce más café, y de menor calidad, llevando a una dramática caída en el precio que se paga a los agricultores. Se produce un 8 por ciento más café del que se consume. Mientras tanto, las compañías cafeteras se han mostrado muy lentas a la hora de asumir lo que una de ellas identificaba como su responsabilidad básica en el contexto de la actual crisis: generar demanda. El crecimiento del 1-1,5 por ciento anual de la demanda se ve superado por un aumento de más del 2 por ciento en el suministro.

El estancamiento del consumo no está afectando a las compañías cafeteras. El libre mercado les ofrece opciones sin precedentes. Las actuales mezclas estandarizadas pueden resultar de la mezcla de hasta 20 tipos de café. Una sofisticada gestión y cobertura de riesgos permite a las compañías comprar, con un simple clic del ratón del ordenador, al productor con un precio más bajo, para después realizar las mezclas.

En el otro extremo de la cadena, el mercado no se percibe tan libre. Sin carreteras o transporte hacia los mercados locales, sin soporte técnico, créditos, ni información sobre precios, la gran mayoría de agricultores está a merced de intermediarios que les ofrecen un

precio sin más opciones que “lo tomas o lo dejas”. Pasar a cultivar otro producto plantea muchos problemas. Necesitan un dinero que no tienen y unos cultivos alternativos con mejores perspectivas. Para un agricultor es muy arriesgado dar la espalda a cuatro años de espera hasta que los arbustos del café empiezan a dar sus frutos.

Este fracaso del mercado se debe también, en parte, al clamoroso fracaso de la política de las instituciones internacionales. El Banco Mundial y el FMI han empujado a los países empobrecidos a liberalizar el comercio y buscar un crecimiento orientado a la exportación en sus áreas de “ventaja comparativa”. Pero la ventaja puede ser muy pequeña, como muestra la inundación de los mercados mundiales con café y otros productos agrarios. Estos países se ven atrapados al vender materias primas de las que, en última instancia, no obtienen el valor añadido que el producto final ha adquirido cuando llega a las estanterías de los supermercados.

Incluso dentro del mercado libre del café, se puede acusar a estas instituciones de negligencia. ¿Dónde estuvo el asesoramiento económico a los países en desarrollo en función de las tendencias generales de los productos básicos, y su más que probable impacto en los precios? ¿Qué medidas urgentes están tomando los gobiernos donantes para evitar que las conmociones en el mercado de productos básicos amenacen los esfuerzos para reducir la carga de la deuda en los países más pobres?

Los países consumidores ricos y sus grandes empresas han respondido a la crisis con una complacencia inexcusable. Ante la miseria, han ofrecido muchas palabras pero poca acción. Las soluciones existentes basadas en el mercado – Comercio Justo y desarrollo de especialidades de cafés - son importantes, pero sólo para algunos agricultores. Pueden ayudar a reducir la pobreza, pero lo que se necesita es una solución global. El reto es lograr que el mercado del café beneficie tanto a los pobres como a los ricos. Está bien analizar el fracaso de esfuerzos anteriores de intervención del mercado y aprender sus lecciones, pero también hay que aprender las del presente. El bajo precio del café hace que algunas de las personas más pobres y con menos poder del mundo, tengan que negociar en un mercado libre con algunas de las más ricas y poderosas. El resultado, nada sorprendente, es que los ricos son cada vez más ricos, y los pobres más pobres.

El año próximo es crítico. Los gobiernos de los países productores han acordado un plan que pretende reducir el suministro mejorando la calidad del café que se comercializa. Sólo funcionará si lo apoyan las compañías y los países ricos, y se complementa con medidas para solucionar el subdesarrollo rural.

Oxfam Internacional exige un Plan de Rescate para el Café encaminado a conseguir que el mercado beneficie tanto a los ricos como a los pobres. Debe reunir a los principales actores involucrados en el sector del café para así poder superar la crisis actual y crear un mercado más estable.

En el plazo de un año, y bajo los auspicios de la Organización Internacional del Café (OIC), el Plan debería dar como resultado:

1. Las compañías tostadoras garantizarán el pago de un precio digno a los cultivadores de café (por encima de sus costes de producción) para que puedan mandar a sus hijos a la escuela, costear sus medicinas y alimentarse adecuadamente.
2. Se incrementará el precio que reciben los cultivadores reduciendo la oferta y las existencias de café en el mercado. Para ello:
 - Las compañías tostadoras comerciarán solamente con café que cumpla con los estándares básicos de calidad propuestos por la Organización Internacional del Café.
 - Se destruirán al menos cinco millones de sacos de café de las reservas existentes, con la financiación de las compañías tostadoras y los gobiernos de los países ricos.
3. Se creará un fondo para ayudar a los pequeños cultivadores a cambiar sus cultivos por medios de vida alternativos, y hacer que sean menos dependientes del café.
4. Las compañías tostadoras se comprometerán a incrementar al dos por ciento la cantidad de café comprado bajo condiciones de Comercio Justo.

El Plan de Rescate debería actuar como un plan piloto de una Iniciativa de Gestión de los Productos Básicos a más largo plazo, para mejorar precios y ofrecer medios de vida alternativos a los agricultores. Los resultados deberían incluir:

1. Los gobiernos de los países productores y consumidores deberían establecer mecanismos para corregir el desequilibrio entre producción y demanda, para asegurar precios razonables a los productores; los agricultores deberían estar representados adecuadamente en dichos planes.
2. Colaboración entre los gobiernos de los países productores para impedir que entren en el mercado más productos básicos de los que puedan venderse.
3. Dar apoyo a los países productores para que puedan incorporar mayor valor añadido a estos productos.
4. Financiar incentivos para reducir la dependencia de los agricultores de los productos agrícolas básicos.
5. Las compañías deberían pagar un precio digno por todos los productos básicos, incluido el café.



La crisis del café



Peris Mwhaki podando sus arbustos de café después de la cosecha, en la provincia central de Kenia. En los últimos años sus cerezas de café no le han dejado más del 2-3 por ciento del precio final de venta en los supermercados del Norte. “Los pagos no llegan hasta aquí en las colinas,” explica Peris. “El trabajo en la granja es tan duro como lo ha sido siempre, pero no obtenemos nada a cambio.”

1. La crisis del café

Existe una crisis que afecta a 25 millones de productores de café en todo el mundo. El precio del café ha caído al nivel más bajo de los últimos treinta años, y las previsiones a largo plazo son pesimistas. Los cultivadores de café de los países en vías de desarrollo, la mayoría de los cuales son pequeños propietarios empobrecidos, venden ahora sus granos de café a un precio muy inferior a su coste de producción. La crisis del café se ha convertido en un lastre para el desarrollo, y sus efectos se notarán durante mucho tiempo.

Las familias que viven de los ingresos generados por el café se están viendo obligados a sacar a sus hijos, especialmente las niñas, de la escuela, no pueden pagar las medicinas básicas y están reduciendo sus raciones de alimentos. Además de las familias cultivadoras de café, también están sufriendo esta crisis las economías nacionales de los países productores. Los intermediarios están abandonando este negocio, hay bancos que tienen dificultades y los gobiernos que confían en los ingresos por las exportaciones de café deben hacer frente a una merma drástica de los presupuestos en educación y salud, así como al problema del pago de la deuda externa.

Si la globalización debe ser beneficiosa para los pobres – si el comercio debe ser beneficioso para los pobres – el mercado del café no puede fallarles de la manera en que lo está haciendo ahora. Este no es el camino.

¿Crisis, qué crisis?

Eche un vistazo a cualquier calle comercial importante del mundo rico y se reafirmará en la idea de que la industria del café es muy próspera. Las cafeterías ofrecen la juvenil camaradería de series de televisión como Friends, ocupando los locales mejor situados. Las librerías y los grandes almacenes albergan ahora cafeterías en su interior que emanan el aroma del café recién molido y el murmullo de los compradores cansados. Los puestos de café de las estaciones de tren ofrecen una ración rápida de cafeína para los viajeros, muy versados en los méritos respectivos de los expressos, lattes o capuchinos.

En las salas de juntas de las cuatro compañías más importantes del mundo, conocidas como tostadoras – Kraft Foods, Nestlé, Procter & Gamble y Sara Lee – también se desarrolla una gran actividad comercial. Estas cuatro

compañías controlan las marcas de café más importantes: Maxwell House, Nescafé, Folgers y Douwe Egberts. Kraft – que a su vez está controlada por la compañía tabaquera Philip Morris – consiguió en 2001 unos beneficios de más de mil millones de dólares por las ventas de bebidas, cereales y dulces. El café instantáneo de Nestlé – del cual se beben 3.900 tazas cada segundo – aporta unos beneficios tan importantes que un analista de inversiones lo describió como el equivalente comercial del cielo¹.

Esta industria es tan lucrativa que muchos se sorprenden al descubrir que el cultivo de este grano que parece de oro deja a millones de agricultores en la más profunda pobreza. Un cultivador de café de Uganda resumió la desesperación de muchos de los cultivadores entrevistados por Oxfam Internacional:

“Me gustaría decir a la gente de su país que la bebida que ahora están disfrutando es la causa de todos nuestros problemas. Nosotros cultivamos el café con nuestro sudor y lo vendemos por nada.”

– LAWRENCE SEGUYA, DISTRITO DE MPIGI, UGANDA, FEBRERO DE 2002.²

El reto al que se enfrenta el mercado mundial del café es un crudo ejemplo de los retos a los que se enfrentan otros muchos productos básicos de los que dependen los países en vías de desarrollo. Encontrar una solución a esta crisis es una prueba para saber si la globalización – y el mercado que crea – puede beneficiar a la gente empobrecida.

El café, de filón a ruina

Para los agricultores de todos los países en vías de desarrollo, el café representaba la esperanza de un futuro mejor.

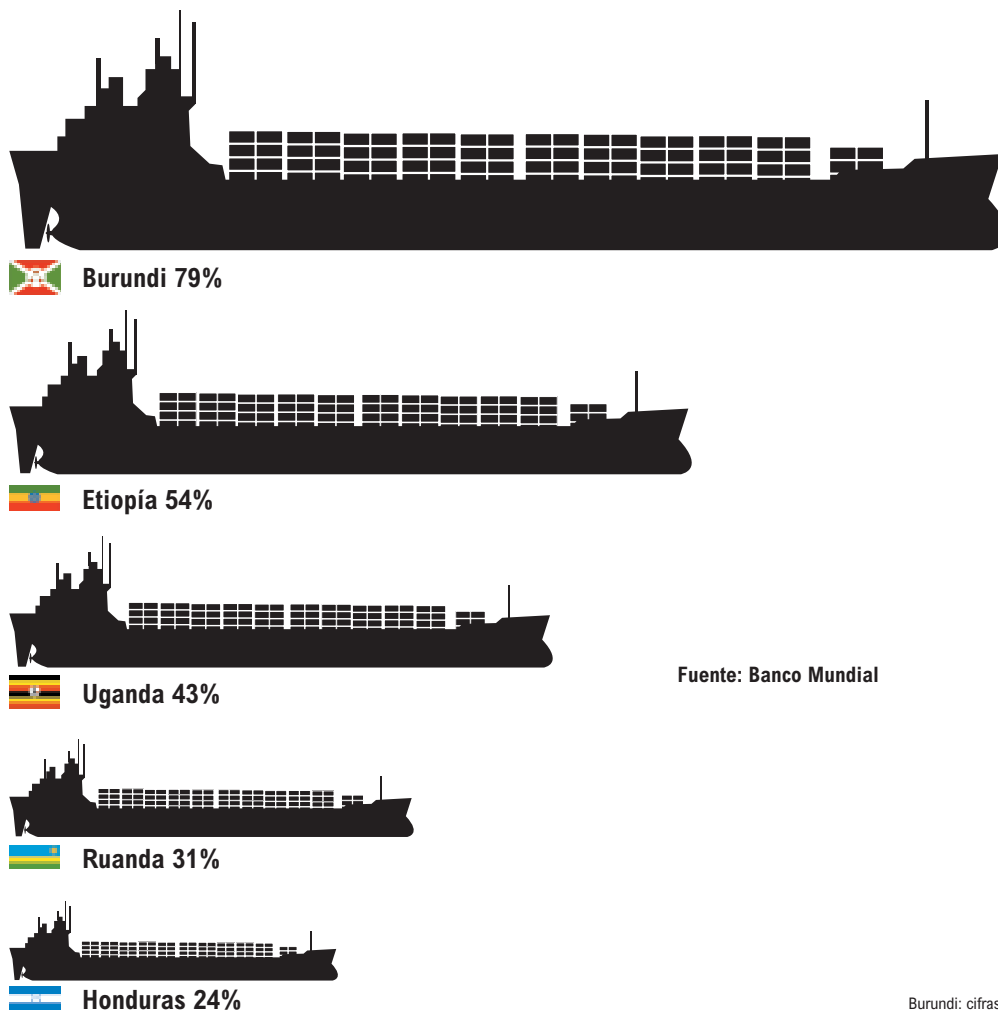
El café es uno de los pocos productos básicos comercializados a escala internacional que se sigue produciendo básicamente en minifundios cultivados por campesinos y no en grandes plantaciones. El 70 por ciento del café mundial se cultiva en granjas de menos de 10 hectáreas; y de éste, la gran mayoría se cultiva en terrenos familiares de 1-5 hectáreas. Incluso en los países en que existen grandes plantaciones, como Brasil, India y Kenia, también hay muchos pequeños productores.

Las economías de algunos de los países más pobres del mundo dependen en gran medida del comercio de café. La dependencia es especialmente alta en algunos países africanos. En Uganda, el sustento de aproximadamente una cuarta parte de la población depende de alguna manera de las ventas de café. En Etiopía, representa más del 50 por ciento de los ingresos por exportaciones, mientras que en Burundi la cifra es de casi el 80 por ciento (ver gráfico 2). En Guatemala, más del 7 por ciento de la población depende del café para su sustento; y en la vecina Honduras casi el 10 por ciento⁴. En Nicaragua, el segundo país más pobre de América Central, el café representa el 7 por ciento de los ingresos nacionales⁵.

Incluso cuando las economías nacionales no dependen del café, las regiones y las comunidades sí pueden hacerlo. En México, el café sigue teniendo una gran importancia, especialmente para los 280.000 campesinos indígenas que viven en su mayoría en los estados más pobres de Oaxaca, Chiapas, Veracruz y Puebla. En Brasil, aunque el café representa menos del 5 por ciento de los ingresos en moneda extranjera, proporciona un medio de vida a unos 230.000 - 300.000 campesinos, y da directamente trabajo a otros 3 millones de personas en la industria del café⁶. En la India, la industria del café da empleo a tres millones de trabajadores.⁷

Gráfico 2. Fuerte dependencia del café para obtener efectivo

Exportaciones de café como porcentaje del total de exportaciones (2000)



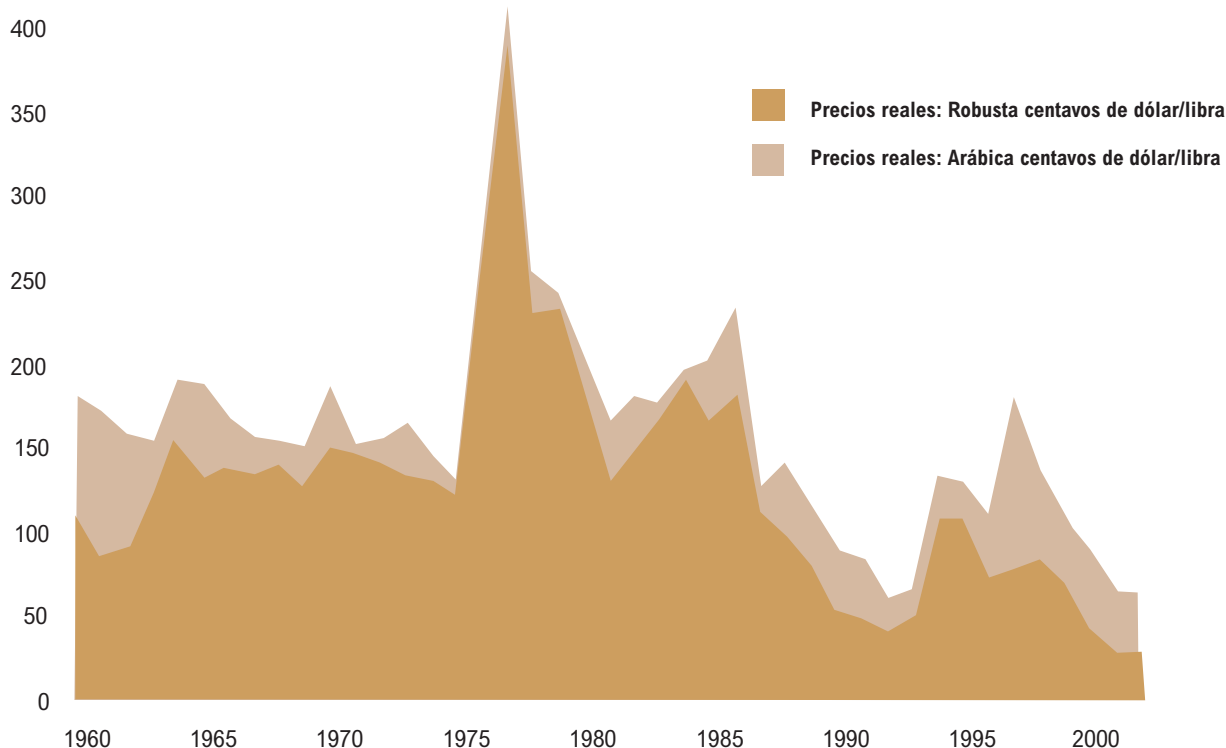
Fuente: Banco Mundial

La ruina de las comunidades y de los países cafeteros

El precio pagado a los agricultores por su café – tanto para robusta como arábica – ha caído espectacularmente. En 1997 se inició un pronunciado declive, llegando a finales de 2001 al precio más bajo en 30 años. En junio de 2002 seguía rondando aún ese nivel. Si se tiene en cuenta la inflación, el precio “real” ha caído drásticamente: ahora equivale al 25 por ciento del nivel que se alcanzó en 1960, lo cual significa que el dinero que los agricultores ganan con el café sólo les permite comprar una cuarta parte de lo que podían comprar hace cuarenta años (ver gráfico 3). Éste es probablemente el precio real más bajo que se haya pagado a los agricultores por el café en los últimos 100 años.

Landell Mills Consultants calculó que el precio del café a finales de 2001 no cubría los costes totales de los productores, ni de robusta ni de arábica. En el caso de robusta, el precio ni siquiera cubría los costes variables. En Vietnam, por ejemplo, uno de los países productores con los costes más bajos del mundo, las investigaciones de Oxfam Internacional en la provincia de Dak Lak sugieren que, a principios de 2002, el precio que recibían los agricultores cubría sólo el 60 por ciento de los costes de producción.⁸

Gráfico 3. Drástica caída de los precios reales del café
Arábica y robusta, centavos de dólar/libra



Fuente: Banco Mundial. Precio en dólares constantes 1990. G-5
MUV Deflactor
Los precios para 2002 corresponden a enero-mayo

Éstos son tiempos malos para los agricultores, que se desesperan con un precio del café que no les permite cubrir las necesidades más básicas de sus familias. La mayoría han confiado en los ingresos generados por el café para la adquisición de los artículos básicos, y normalmente no disponen de ahorros para ayudarles a superar los tiempos difíciles. Algunos se ven forzados a vender sus tierras; otros abandonan su hogar y su familia buscando trabajo en algún otro lugar, lo que provoca una reacción en cadena en comunidades enteras.

“En algunas comunidades, vemos que la emigración a México es muy grande. En una comunidad, hace tres o cuatro meses, llegaron unos ocho camiones llevándose a toda la gente que pudiera trabajar en fincas mexicanas... se quedaron allí durante cuatro o seis meses. Esto significa que la disgregación familiar es increíble”, según Jerónimo Bollen, de la cooperativa de Guatemala, Manos Campesinas.⁹

Cultivadores desesperados de México u Honduras sueñan con emigrar a EE.UU. En el último año, seis cultivadores de café de Veracruz probaron fortuna y se les encontró muertos en el desierto de Arizona.¹⁰

Según César Villanueva de la ONG Rainforest, *“La crisis de los precios golpea directamente a las mujeres. El cabeza de familia (varón) normalmente marcha a trabajar a algún otro lugar, como mínimo durante una parte del año, dejando a las mujeres y los niños encargados de trabajar la tierra. Normalmente esto significa que los niños abandonan la escuela.”* La carga de trabajo de las mujeres también ha aumentado en las familias que solían contratar a trabajadores temporales para ayudarles en la cosecha del café. Ahora que ya no pueden permitírselo, las mujeres suelen asumir el trabajo extra de la recolección del café.

Mohammed Ali Indris, un cultivador de café de Etiopía de la provincia de Kafa entrevistado por Oxfam Internacional en marzo de 2002, dio una explicación muy gráfica de la manera en que la caída de los precios había afectado a su familia. Tiene 36 años y su familia de 12 miembros incluye a los hijos de su hermano muerto. Hace unos cinco años, calcula que ganaba unos 320 dólares al año con la venta combinada de café y maíz. Este año espera ganar unos 60 dólares con el café. El maíz que debería haber vendido ya se lo comió su familia.

“De cinco a siete años atrás yo producía siete sacos de cereza roja (café sin procesar), y esto era suficiente para comprar ropa, medicinas, servicios y para solucionar muchos

problemas. Pero ahora, aunque vendiera cuatro veces más, es imposible cubrir todos mis gastos. Tuve que vender mis bueyes para devolver el préstamo que pedí para comprar fertilizantes y mejorar las semillas de mi maíz, eso o afrontar la cárcel.

Los gastos médicos son muy elevados, ya que ésta es un área afectada por la malaria. Como mínimo un miembro de mi familia debe ir al hospital cada año para que le traten. Cada tratamiento cuesta 6 dólares. También tenemos que comprar tef (fécula básica), sal, azúcar, jabón, queroseno para la iluminación. Tenemos que pagar el colegio. Antes podíamos cubrir los gastos, ahora no... Tres de los niños no pueden ir a la escuela porque no puedo pagar el uniforme. Hemos dejado de comprar tef y aceite comestible. Comemos básicamente maíz. La piel de los niños se está secando y muestran signos de malnutrición.”¹¹

Las familias pasan hambre

Según el Programa Mundial de Alimentos, en marzo de 2002 la crisis del café, combinada con los efectos de una sequía, dejó a 30.000 hondureños sufriendo hambre, con cientos de niños tan mal nutridos que tuvieron que ser hospitalizados.¹² *“El hambre se ha convertido en algo normal en algunas partes de América Central, especialmente en la zona noreste de Guatemala, donde la sequía ha afectado gravemente a la producción de granos básicos, y el Programa Mundial de Alimentos se ha visto forzado a organizar una serie de programas de emergencia”* informa Oxford Analytica.¹³

En enero de 2002, la Unión Europea y USAID (Agencia estadounidense de Cooperación al Desarrollo) alertaron sobre los problemas de empobrecimiento y de seguridad alimentaria de los agricultores de café de Etiopía, indicando que estaban vendiendo sus posesiones y ahorrando en comida. Los agricultores entrevistados por Oxfam Internacional en Perú comentan que han tenido que reducir mucho el gasto en comida. En la provincia de Dak Lak, en Vietnam, los ingresos de los agricultores más empobrecidos, que dependen exclusivamente del café, entran ahora en la categoría de “pre-inanición”.

El hambre es especialmente grave en las familias que han optado por dedicar una parte mayor de su tierra al café y no a otros cultivos de subsistencia. Las decisiones acerca de este equilibrio pueden ser una fuente de conflicto entre las mujeres, responsables de la alimentación de la familia, y los hombres deseosos de obtener unos mayores ingresos.

Niños obligados a abandonar la escuela

En muchas de las entrevistas que ha realizado Oxfam Internacional en Vietnam, África oriental y Perú, los agricultores han citado el precio del café como un problema para garantizar una educación digna para sus hijos.

En Uganda, donde una parte muy importante de la población depende parcialmente del café, la crisis está afectando a la capacidad de las familias para enviar a sus hijos a la escuela.

Bruno Selugo (de 17 años) y su hermano Michael (15), que viven en el distrito de Mpigi, Uganda, han tenido que dejar la escuela debido a que no pueden pagarla. *“Yo no puedo prosperar si no voy a la escuela”* dice Bruno. *“Simplemente tendré que quedarme aquí, cultivando un poco de comida. Me han enviado a casa una y otra vez desde la escuela secundaria... simplemente te echan si no puedes pagar... Ésta es la temporada del café. Todo el mundo volvía a la escuela con el dinero del café, pero ahora el dinero no está aquí. El precio es tan bajo que la gente ni tan siquiera recoge el café... Me gustaría que la gente que usa nuestro café nos diera un mejor mercado. Todo lo que quiero es ir a la escuela.”*

Patrick Kayanja, director de la escuela de Bruno, explica, *“El número de alumnos es muy bajo. Por mucho que intentemos bajar el precio los padres no pueden pagar. Obtenían el dinero de la venta del café, pero ahora ya no. Hace algunos años, entre 1995 y 1997, teníamos 500 alumnos. Hace tres años teníamos 250. El año pasado empezamos con 140 y terminamos con 54. Este año no pasaremos de 120, así es como está la situación para los agricultores.”*¹⁴

Empeorando la atención sanitaria

La combinación de menores ingresos por el café y la creciente demanda sanitaria está teniendo un impacto devastador en la atención sanitaria. En Etiopía, donde el café es la exportación más importante y donde 700.000 hogares dependen de él para su sustento y millones más como parte de sus ingresos¹⁵, la caída en los beneficios por la exportación de café plantea unos retos muy serios a la capacidad del país para luchar contra la crisis del SIDA. La agencia de las Naciones Unidas para el SIDA calcula que en Etiopía más de 3 millones de adultos (5 por ciento de la población) están infectados por el virus. El Ministerio de Sanidad ha calculado que sólo el tratamiento del SIDA representará más del 30 por ciento del gasto total en sanidad en 2014.

La carga de la enfermedad no sólo puede provocar unas exigencias extraordinarias e inasumibles sobre el presupuesto de sanidad del gobierno, que debe en parte ser financiado por los ingresos del café. Igual que en otros países empobrecidos, en los que el presupuesto para la sanidad pública es muy limitado, los individuos y sus familias deben pagar los costes sanitarios y las medicinas de su bolsillo.

Los costes económicos del SIDA son altos: baja productividad provocada por enfermedades, necesidad de disponer de dinero para pagar la atención sanitaria y los medicamentos, así como los gastos del funeral. Estos costes ya son superiores a los ingresos familiares medios de la gente pobre de las áreas rurales de Etiopía. Para aquellas familias que confían en los cada vez menores ingresos procedentes del café, la situación es insostenible. Las mujeres se ven especialmente afectadas, tanto por las mayores responsabilidades que asumen debido a la falta de salud en la familia, como por el hecho de que suelen ser las olvidadas cuando las familias tienen que decidir quién recibe tratamiento.

Trabajadores temporales y braceros en la miseria

Los trabajadores temporales y los braceros se encuentran entre los actores más pobres y vulnerables dentro del comercio de café. Trabajan a cambio de un salario en las explotaciones agrícolas de tamaño medio y pequeño (10-50 hectáreas) y en las grandes plantaciones (más de 50 hectáreas), que producen el 30 por ciento de todo el café del mundo. Lejos de su casa, no pueden complementar su alimentación con lo cosechado en sus tierras y pueden encontrarse de repente sin trabajo.

Aunque algunos países productores disponen de unas condiciones laborales decentes en el sector del café, esto no siempre es así: muchos trabajadores no pueden sindicarse para negociar salarios. Incluso cuando existe una legislación laboral, ésta se ignora con frecuencia y no se respetan los derechos de los trabajadores. Normalmente se paga menos a las mujeres que a los hombres por el mismo trabajo (hasta un 30 por ciento menos en Honduras), y el trabajo infantil es habitual. En Kenia, por ejemplo, el 30 por ciento de los recolectores de café tienen menos de 15 años¹⁶.

En América Central, unos 400.000 temporeros y 200.000 trabajadores permanentes del sector del café han perdido recientemente su trabajo, según el Banco Mundial.¹⁷ En Guatemala, muchos de los trabajadores de temporada son indígenas que abandonan sus hogares durante la cosecha

con la esperanza de ganar suficiente dinero para comprar productos básicos como el aceite para cocinar, la sal y ropa para el resto del año. Incluso antes de la caída del precio del café, las condiciones laborales y de vida de estos trabajadores solían ser deplorables. Normalmente se alojan en grandes graneros o naves con literas sin ninguna intimidad, sin las comodidades básicas como agua limpia o unas instalaciones sanitarias adecuadas.

La crisis ha llevado a muchos a tomar medidas desesperadas. En las regiones productoras de café de Guatemala ha habido invasiones de tierras generalizadas por parte de trabajadores temporales en paro, después de que los pequeños agricultores despidieran hasta el 75 por ciento de sus recolectores en enero de 2002.¹⁸ En Karnataka, que produce una gran parte del café de la India, ha disminuido el número de trabajadores de las plantaciones hasta casi un 20 por ciento durante los últimos dos años.¹⁹

Crece la atracción por el cultivo de droga

La crisis del café ha tenido algunas consecuencias inesperadas en materia de desarrollo. En Perú, Colombia y Bolivia, las condiciones necesarias para cultivar café son muy similares a las del cultivo de coca, la materia prima para la cocaína. Durante décadas, los países andinos han estado sometidos a una presión importante, especialmente por parte de la Administración estadounidense, para que jugaran su papel en la “guerra contra la droga” destruyendo la coca que se utiliza para la producción de cocaína. La caída del precio del café es una amenaza muy seria para los programas diseñados para sustituir la coca por otros cultivos.

“La gente está sustituyendo el café por la coca. En el área de Sauce es algo oculto, ya que la CORAH (la agencia para la erradicación de la droga) sigue siendo activa en este área. Pero la CORAH no puede dar abasto. El café es una pérdida de tiempo desde el punto de vista estrictamente económico... Todo el mundo tiene algo de coca, a pesar de que hay que pagar un precio. Todo el mundo está al corriente de ello. Genera violencia, asaltos y violaciones. También genera prostitución y guerras de bandas.”

– ING. GUILLERMO LÓPEZ²⁰ DE SAUCE, PERÚ.

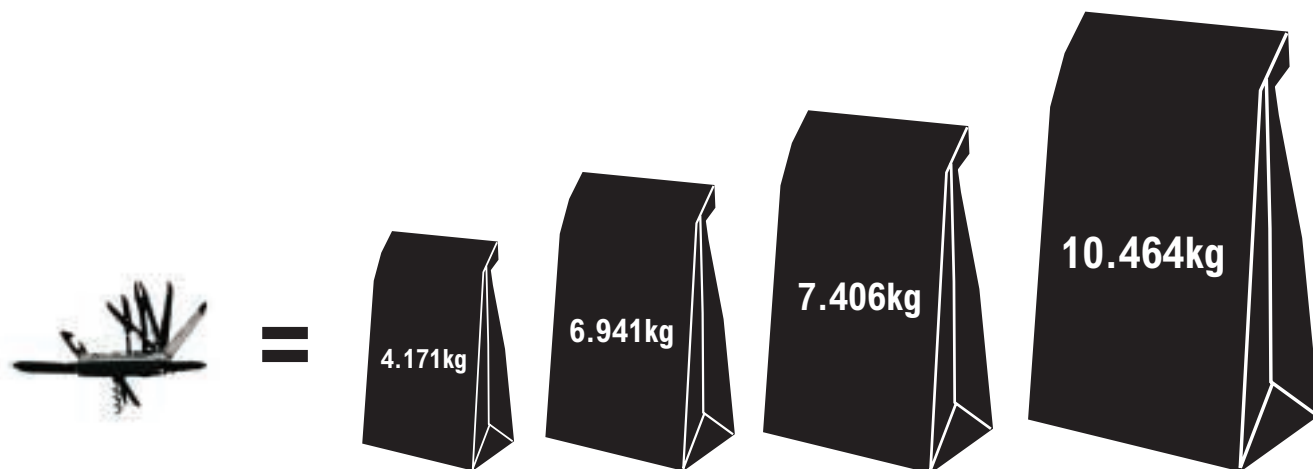
Crisis financieras en las economías nacionales

La caída del precio del café tiene un impacto importante que va mucho más allá de las comunidades agrícolas: se ha convertido en una crisis de desarrollo para los países más pobres que lo cultivan. La disminución de los ingresos por el café en la economía local es una de las principales razones del hundimiento de varios bancos. En América Central, se ha dicho que la crisis está teniendo el “impacto de otro (huracán) Mitch” en términos de pérdidas de ingresos: los países han visto caer los ingresos por las exportaciones de café en un 44 por ciento en sólo un año, de los 1.700 millones de dólares en 1999/00 a los 938 millones de dólares en 2000/01. Las previsiones para 2001/02 son pesimistas: otra caída del 25 por ciento²¹.

En África subsahariana se repite la misma historia. En Etiopía, los ingresos por exportaciones de café cayeron el 42 por ciento, desde 257 millones de dólares a 149 millones, en sólo un año²². En Uganda, donde aproximadamente un cuarto de la población depende de alguna manera del café, las exportaciones durante los ocho meses anteriores a junio de 2002 tuvieron aproximadamente el mismo volumen que el año anterior, pero los beneficios cayeron casi un 30 por ciento.²³

Existe una doble maldición para los países productores: el precio de sus exportaciones tiende a disminuir en el tiempo, pero el precio de sus importaciones, normalmente bienes manufacturados, no disminuye tan rápido, lo cual lleva a un deterioro en sus relaciones de intercambio. El gráfico 4 muestra que un cultivador de café tendría que vender ahora más del doble de café que en 1980 para poder comprar una navaja suiza.

Gráfico 4: ¿Cuanto café se necesita para comprar una navaja suiza?



	1980	1990	2000	2001
Precio del café* (cent. de dólar)	126,8	88,95	65,55	46,2
Tasa de cambio dólar/fr. suizo**	1,67	1,39	1,68	1,68

*Precios por libra en base a diciembre

** Media anual

Fuente: Gerster Consulting


Y lo que es peor, el coste de la deuda está fijado en dólares, pero el valor en dólares de las exportaciones de café baja de manera constante, con lo cual resulta imposible poder pagar la deuda externa. Los países más pobres se benefician de las iniciativas de alivio de la deuda externa, incluyendo la iniciativa para los Países Pobres Altamente Endeudados (HIPC en sus siglas inglesas), pero la caída en los ingresos por exportaciones arruina estos esfuerzos por equilibrar las finanzas de los países empobrecidos.

En un año, las exportaciones de café de Etiopía cayeron de 257 millones de dólares a 149 millones²⁴. Para observarlo con perspectiva, en 2002, los ahorros previstos por el país en el pago del servicio de su deuda serán de 58 millones de dólares (de la Iniciativa HIPC y de otros alivios de la carga de la deuda)²⁵. El ministro de Agricultura de Nicaragua, José Augusto Navarro, señaló la devolución de la deuda como otro inmenso reto, destacándolo sobre todos los otros problemas que el precio del café está causando en su país.²⁶

Desgraciadamente, lejos de crear un sector agrícola sano que produzca las necesarias divisas, el café ha obligado a los gobiernos a tomar medidas de emergencia para ayudar a sus cultivadores de café. Colombia ha destinado 72 millones de dólares para financiar un precio interno subsidiado para los cultivadores.²⁷ En 2001, Costa Rica tuvo que destinar 73 millones de dólares a créditos de emergencia sin intereses a los agricultores.²⁸ En Tailandia, el gobierno se está planteando comprar más de la mitad de la cosecha de 2001/02 a un precio fijo que, aunque seguirá siendo más bajo que los costes de producción, será significativamente más alto que el precio que se pagaría en cualquier otra parte a los agricultores.²⁹



Las raíces de la crisis



George Sakwa sosteniendo cerezas de café arábica recogidas en la pequeña propiedad de su familia en las laderas del Monte Elgon, en Uganda. En 2001 George y su mujer Topista vendieron 1,5 acres de su granja porque los ingresos por la venta del café ya no les permitían pagar los gastos de la escuela secundaria para sus hijos.

2. Las raíces de la crisis

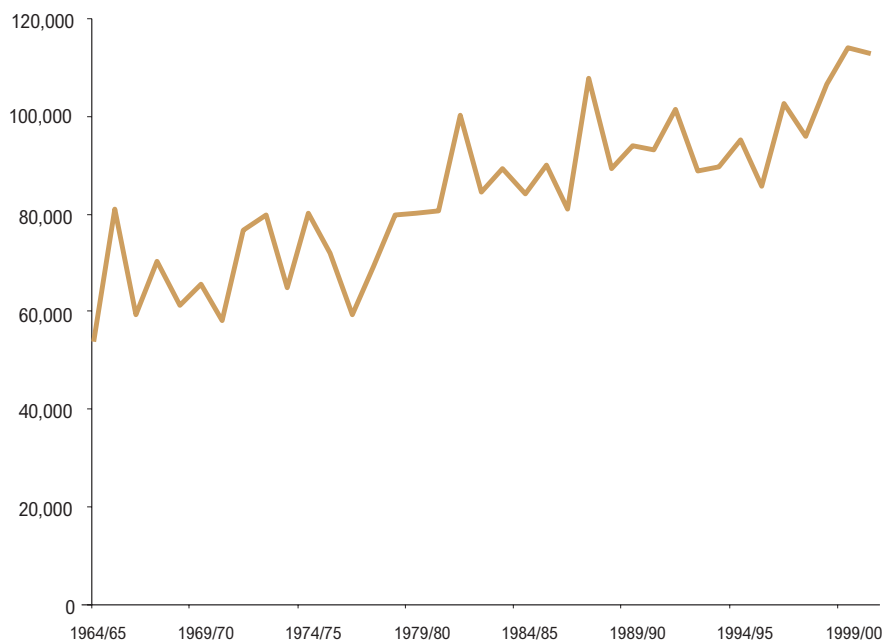
El mercado del café se enfrenta a una crisis de precios bajos y calidad cada vez peor. Para los agricultores, una menor calidad significa unos precios más bajos, incluso para las variedades arábica que habían llegado a tener un precio alto. Esto no es bueno ni para los agricultores, ni para los consumidores de café ni, en último término, para las compañías tostadoras. Detrás de esta devastadora situación se esconden cuatro factores básicos:

- Reestructuración del mercado: de la regulación a la inundación del mercado
- Desequilibrios de poder en el mercado: agricultores empobrecidos, compañías tostadoras enriquecidas
- Las nuevas tecnologías y técnicas: empeorando la calidad
- Sin alternativa: los fallos del desarrollo rural

Reestructuración del mercado: de regulado a inundado de productos

El mercado está saturado: el volumen de café producido supera ampliamente la demanda. La producción estimada para 2001/02 es de unos 115 millones de sacos³⁰ – cada uno con un peso de 60 Kg. – frente a un consumo de 105-106 millones de sacos³¹ (ver gráfico 5). La oferta ha ido creciendo más de un dos por ciento cada año, superando el crecimiento de la demanda del 1-1,5 por ciento.³² Este exceso de oferta, año tras año, ha generado unos excedentes que ahora se calculan en más de 40 millones de sacos³³. Aunque en un futuro próximo la producción se ajustara a la demanda – y algunos esperan que ocurra en 2003/04 –, la presencia de estos excedentes mantendría el precio del café a un nivel muy bajo.

Gráfico 5: Producción Mundial de café 1964-2001 (en miles de sacos)



Fuente: OIC

Existen tres razones que aclaran el gran desfase entre la producción y la demanda: el fin de la regulación de los mercados en 1989, la entrada de nuevos e importantes productores en el mismo y un estancamiento de la demanda en los mercados occidentales tradicionales.

Fracaso del mercado regulado

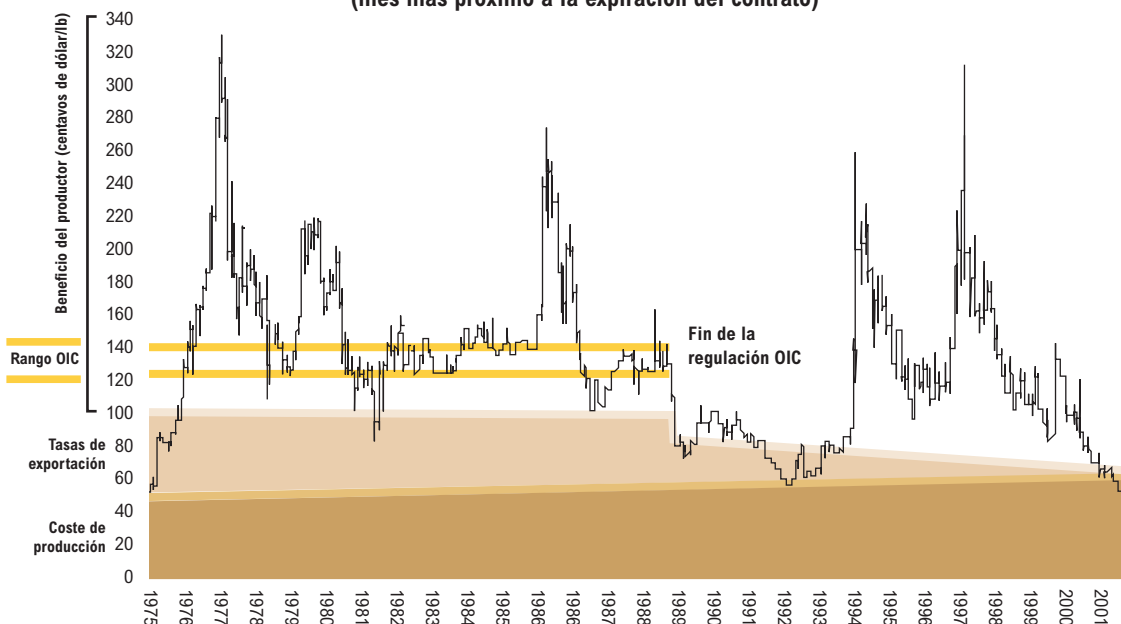
Durante los últimos quince años el mercado del café ha cambiado radicalmente. Hasta 1989, el café – igual que la mayoría de productos básicos – se comercializaba en un mercado regulado, en su caso por el Acuerdo Internacional del Café (ICA en sus siglas inglesas). Los gobiernos de los países productores y consumidores tenían que acordar unos niveles de producción, definiendo cuotas de exportación para los países productores. El objetivo era mantener un precio relativamente alto y relativamente estable, dentro de una banda de precios entre 1,20 dólares/libra y 1,40 dólares/libra. Para evitar una sobreproducción, los países debían comprometerse a no exceder sus cuotas “justas” de exportaciones de café. No obstante, si los precios subían por encima del umbral superior, los productores podían sobrepasar sus cuotas para satisfacer el aumento de la demanda.

Los desacuerdos entre los miembros – y, muy importante, el abandono del Acuerdo por parte de EE.UU. – llevó a su fracaso definitivo en 1989. El Acuerdo sigue existiendo, administrado por la Organización Internacional del Café,

pero ha perdido su poder para regular la producción a través de cuotas y bandas de precios. Los precios se determinan ahora en los dos grandes mercados de futuros de Londres y Nueva York, y cada uno de estos mercados trata con variedades y calidades de café concretas. El mercado de Londres es el punto de referencia para el café robusta y el de Nueva York para el arábica. El precio se ve influido por el enorme número de contratos de café negociados, que excede con mucho la cantidad física de café que cambia de manos.

Desde la perspectiva de los países productores, el Acuerdo conllevó una era dorada de precios altos y estables, en comparación con la desastrosa situación actual para el desarrollo. Tal como muestra el gráfico 6, entre 1975 y 1989, aunque los precios fluctuaron de manera significativa, permanecieron relativamente altos y rara vez cayeron por debajo del precio mínimo establecido en el Acuerdo Internacional del Café, de 1,20 dólares/libra. Por el contrario, una vez que el Acuerdo fracasó y desaparecieron las bandas de precios en 1989, éstos cayeron drásticamente. Dejando aparte dos picos de precios muy altos en 1995 y 1997, provocados por la pérdida de la producción de Brasil a causa de las heladas, los precios han caído a niveles muy bajos, incluso por debajo del coste medio de producción (ver gráfico 6).

Gráfico 6: Futuros de café mensuales en Nueva York
(mes más próximo a la expiración del contrato)



Fuente: Volcafé. Es importante destacar que los agricultores no obtienen todo el 'beneficio del productor' tal como se indica aquí, ya que buena parte es absorbido por los intermediarios y por cadenas de comercialización ineficaces.

Los críticos apuntan muchas razones para el fracaso del Acuerdo. Existía un intercambio político de favores en la lucha por conseguir mayores cuotas, y era un mercado difícil para los nuevos productores que intentaban entrar en él. A pesar de las cuotas acordadas, se filtraban volúmenes adicionales a países fuera del Acuerdo, minando los precios acordados y la confianza. En la industria, unos creen que las bandas de precios prepararon el terreno para la sobreproducción, ya que el precio del café era artificialmente alto, pero otros dicen que el exceso de oferta actual probablemente se debe más a las subidas de precios de 1994/95 y 1997 que a los altos precios de los 80.

Las propuestas para resucitar el Acuerdo se ven dificultadas por la aparente falta de voluntad política para hacer que funcione. En la actualidad, los países consumidores no muestran ninguna voluntad de participar en él, y los países productores o tampoco la tienen, o no pueden debido a sus propias normas. Ante la falta de apoyo de los países consumidores, los países productores intentaron limitar sus exportaciones, pero la iniciativa fracasó el año pasado. La falta de voluntad de regular nuevamente el mercado mediante cuotas no significa que no puedan funcionar otras iniciativas, especialmente aquellas que descansan en los propios mecanismos del mercado. La OIC ha desarrollado precisamente tal iniciativa: un plan para reducir el volumen de café comercializado de acuerdo con criterios de calidad. Pero esta iniciativa sólo funcionará si los países ricos y las compañías tostadoras de café la apoyan.

Llegan los gigantes: Brasil y Vietnam

Brasil y Vietnam han dado una nueva forma a la producción mundial de café. Hace diez años, Vietnam prácticamente ni aparecía en las estadísticas de la producción mundial de café, ya que sólo producía 1,5 millones de sacos. Su economía agrícola se abrió al mercado mundial durante los 90, con un gobierno que animaba a los campesinos a producir café proporcionándoles subsidios. En 2000 ya se había convertido en el segundo mayor productor del mundo con 15 millones de sacos en su cuenta, producidos básicamente en pequeños minifundios.

Brasil, por su lado, no es un nuevo productor: es desde hace mucho tiempo el primer productor mundial, pero la producción ha aumentado mucho últimamente debido a

cambios en cómo y dónde se cultiva el café. Una mayor mecanización, métodos de producción intensiva y el abandono de las áreas tradicionalmente más propensas a las heladas, han hecho aumentar el rendimiento. La próxima cosecha se prevé abundante, lo que compensará la caída de las exportaciones de otros lugares, y significará que seguirá existiendo desequilibrio desde el lado de la oferta³⁴.

Además de un aumento muy importante en la producción, el impacto para los países tradicionalmente productores de café es serio: ahora se enfrentan a la competencia con unos niveles de productividad sin precedentes. *“Para hacerse una idea de la diferencia, en algunas zonas de Guatemala se podrían necesitar más de 1.000 personas trabajando durante un día para completar el equivalente de un contenedor de 275 sacos, pesando cada saco 69 kgs. En el cerrado brasileño, se necesitan cinco personas y una cosechadora mecánica durante dos o tres días para completar un contenedor. Uno conduce y los otros recogen. ¿Cómo pueden competir contra esto las familias de agricultores de América Central?”* se pregunta Patrick Installe, director general de Efico, un intermediario de café verde.³⁵

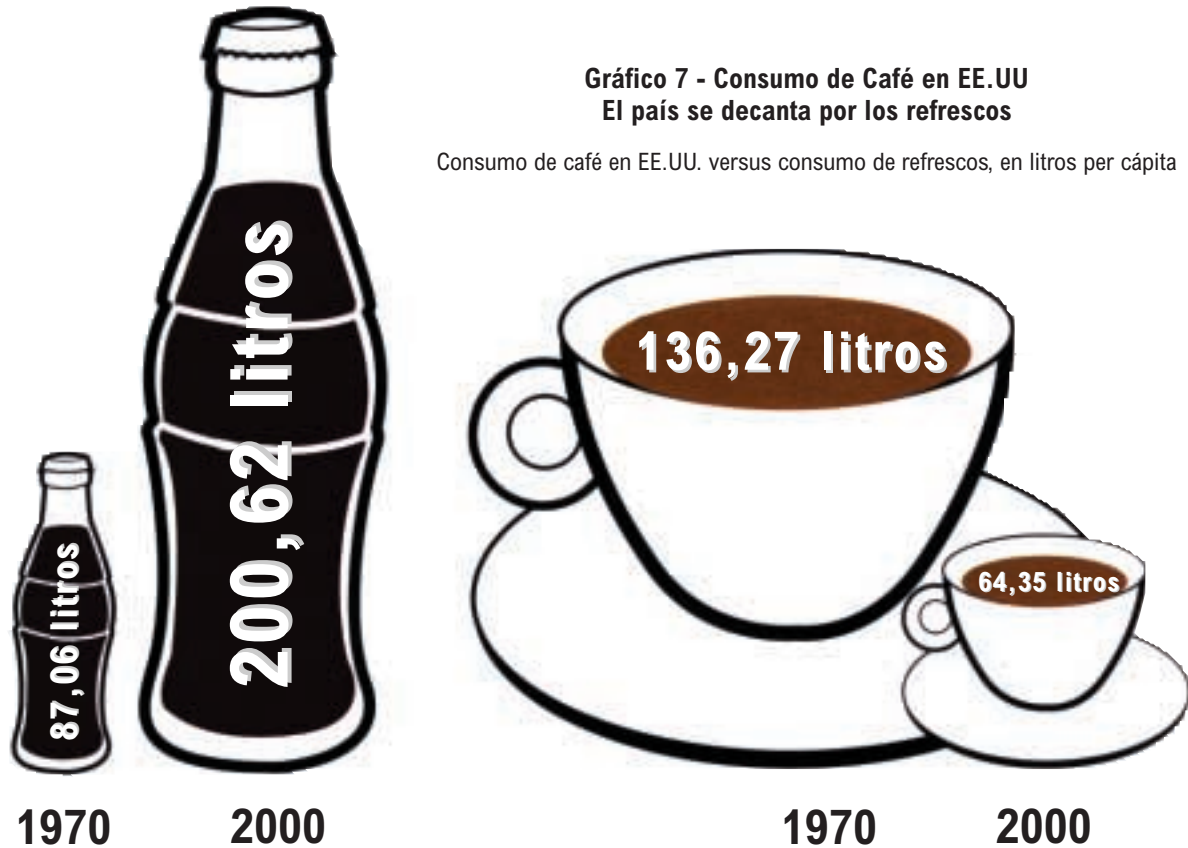
¿Cuáles fueron los detonantes para el salto en la producción mundial de café y el consecuente exceso de suministro? Los anormales aumentos de precio en 1994/5 y 1997, debido a las heladas en Brasil, indudablemente animaron a los países, y sus agricultores, a entrar en el mercado. Pero en los países productores también entraron en juego otros factores. Las políticas nacionales, las nuevas tecnologías y los movimientos de divisas fueron sin duda importantes influencias.

Demanda estancada

Estados Unidos, Alemania, Francia y Japón consumen la mitad de las exportaciones mundiales de café³⁶.

Mientras que la producción de café ha crecido rápidamente, la demanda en el mundo desarrollado lo ha hecho muy lentamente, aunque los nuevos mercados, como el de Europa del Este, son prometedores. Las grandes compañías cafeteras gastan millones de dólares en publicidad cada año, pero no han conseguido que los consumidores de los países ricos dejen de pasarse a bebidas alternativas. El gráfico 7 muestra el mal comportamiento del consumo de café en comparación con el de refrescos en EE.UU., el mayor mercado del mundo.

Sin embargo, esta situación no se puede generalizar. Nestlé, cuya participación en el mercado de EE.UU. es relativamente pequeña, indica que el consumo de su producto Nescafé ha aumentado el 40 por ciento durante los últimos diez años.



Fuente: Departamento de Agricultura de EE.UU. y Davenport & Company

Las cifras para 2000 son previsiones

Las cifras para el café se basan en una media móvil de 3 años

La combinación de una oferta excesiva, un incremento de la producción y una demanda estancada ha dado lugar a un mercado muy desequilibrado que no puede abandonarse a su propio funcionamiento, si se desea que oferta y demanda vuelvan a equilibrarse. El coste humano que ello acarrearía sería inaceptable: el mercado no sugiere soluciones para asegurar el sustento de las familias de los agricultores mientras esperan varios años a que el mercado “se arregle”.

Desequilibrios de poder en el mercado: agricultores pobres, tostadoras ricas

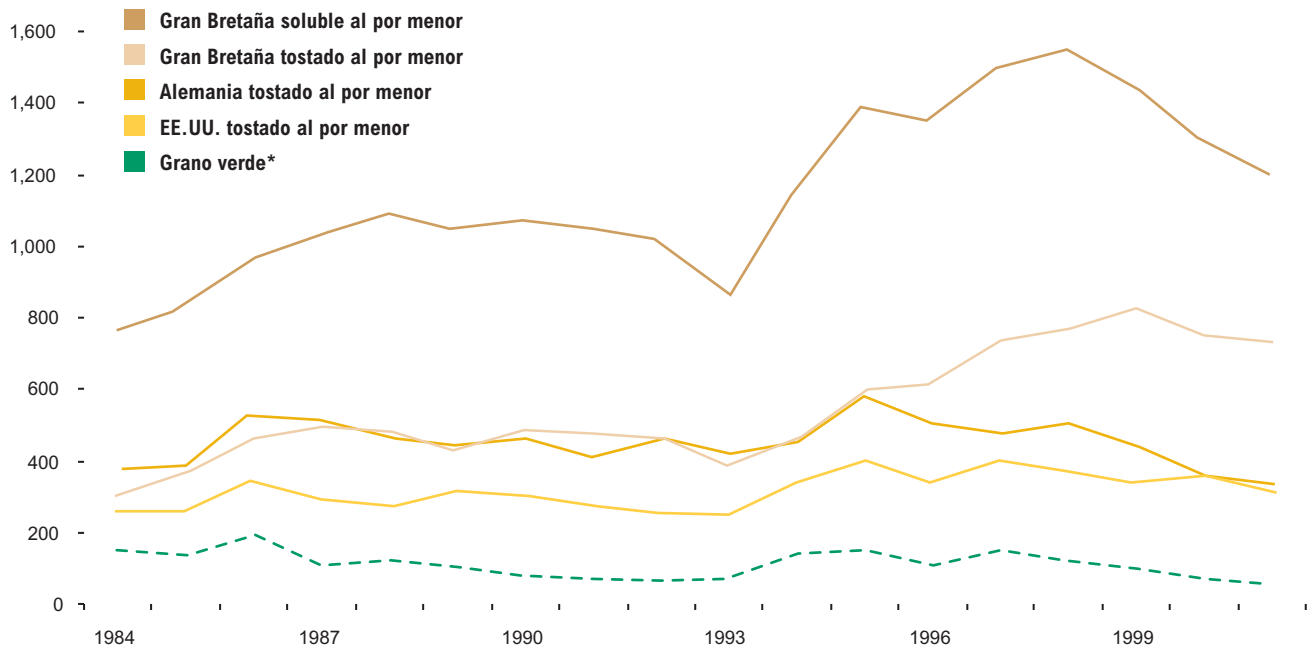
Aunque la crisis ha seguido avanzando, el café ha sido sin embargo un mercado muy beneficioso para las compañías tostadoras multinacionales. Muy lejos de obtener una parte justa de los beneficios, los países productores reciben una parte cada vez más pequeña del valor del mercado:

- Hace diez años, los países productores ganaban 10.000 millones de dólares³⁷ en un mercado de café con un valor aproximado de 30.000 millones de dólares. Una década después, obtienen menos de 6.000 millones de dólares por sus exportaciones en un mercado que ha doblado con creces su tamaño. Esto representa una caída en su participación en el mercado desde más de un 30 por ciento a menos de un 10 por ciento.

- Actualmente, los cultivadores de café reciben un 1 por ciento o menos del precio de una taza de café vendida en una cafetería. Reciben escasamente el 6 por ciento del valor de un paquete de café vendido en un supermercado o tienda de comestibles.

Una ojeada al siguiente gráfico nos muestra lo marginal que ha llegado a ser el grano de café en el conjunto del negocio de vender la bebida al consumidor. En 1984, los costes del grano verde suponían el 64 por ciento del precio de venta al por menor en EE.UU. En 2001, el precio de la materia prima en proporción al precio final de venta había caído hasta el 18 por ciento³⁸. Algunos mercados pueden estar ofreciendo a los consumidores un mejor precio que otros pero, en todos ellos, la importancia del grano de café con relación al precio final ha caído.

Gráfico 8: Precio del café comparación de precios nominales 1984-2001 (cent. de dólar/libra)



*OIC índice compuesto de precio nominal. Grano verde = granos de café que se comercializan internacionalmente y se procesan en café soluble o tostado/molido.

Fuente: OIC. El café soluble no es comparable al tostado y molido: un consumidor puede obtener más tazas de café de una libra de soluble que de una libra de café tostado y molido.

Hay un gran desequilibrio de poder a lo largo de toda la cadena de suministro de café. Los cultivadores se enfrentan a una serie de obstáculos, comenzando por el muy bajo precio internacional del café. Pero algunos cultivadores con quienes Oxfam Internacional habló, también se quejaron de tener que aceptar el precio ofrecido por el intermediario y tener muy poco, si es que tenían alguno, margen de negociación. Si los cultivadores procesan su café (eliminando la capa exterior de la cereza del café) pueden demostrar la calidad, o el “grado” de sus granos y así negociar un mejor precio. Pero si su café se vende en su forma de cereza, no se ven recompensados por ello, puesto que su calidad es todavía desconocida.

En Perú, incluso cuando el café se vende como “pergamino” semiprocesado, los agricultores siguen obteniendo un precio bajo: *“Nosotros vemos que el café está seco, pero los compradores dicen: haznos un descuento... Yo no sé qué calidad tiene, pero creo que se aprovechan de nosotros porque saben que tenemos que vendérselo”*, comenta Carmela Rodríguez, de Sauce, Perú³⁹. Las cooperativas a menudo dan a los agricultores una alternativa ante las duras condiciones de los intermediarios: los agricultores dijeron que vendían su café de mejor calidad a las cooperativas, donde obtenían un precio más alto, pero que seguían encontrando útiles a los intermediarios como compradores de su café de menor calidad.

Aunque los intermediarios obtienen unos mejores márgenes a costa de los agricultores, los márgenes reales del mercado los consiguen, después de la exportación, las

compañías tostadoras. En claro contraste con las pérdidas o los mínimos márgenes actuales de los agricultores y exportadores en los países en vías de desarrollo, las compañías tostadoras de EE.UU. y Europa están consiguiendo unos beneficios extraordinarios en sus negocios de venta de café al detalle.

Oxfam Internacional entrevistó a muchos de los implicados en la cadena de producción de Uganda para hacer un seguimiento del precio de los granos de café en su viaje desde los árboles del agricultor hasta las estanterías de los supermercados del Reino Unido, y se vio que, en este caso, el agricultor obtenía sólo el 2,5 por ciento del precio de venta al detalle. En EE.UU. la cifra sería del 4,5 por ciento del precio al detalle (ver ¿Dónde van los beneficios?). Más allá del caso de Uganda, Oxfam Internacional encargó a una consultora reconstruir una cadena de valor indicativa para intentar mostrar el porcentaje que, sobre el valor final, estaban obteniendo los agricultores por término medio en diferentes países del mundo. Se ha visto que los agricultores que cultivan el café más barato, que no procesan de ninguna manera las cerezas de café, obtienen sólo el 6,5 por ciento del precio de venta final al detalle. Esta cadena de valor añadido emplea datos oficiales de precios, cuando están disponibles, ponderados para tener en cuenta la diferente participación de mercado.⁴⁰ Incluso es posible que este porcentaje sea inferior, ya que la información oficial sobre precios a los productores puede exagerar los precios reales que obtienen los agricultores.

¿Dónde van los beneficios? Siguiendo la cadena de valor



“Vaya al Hotel Sheraton de Kampala y pagará 60 centavos de dólar por una taza de café. En Europa puede llegar a pagar el doble. No entendemos qué está pasando. El agricultor no lo entiende. ¿Cómo puede un agricultor cultivar un kilo de kiboko (café local sin procesar) por ocho centavos de dólar y ver como una cucharada se vende a 60 centavos? ¿Las compañías tostadoras están cometiendo algún fraude? ¿Están consiguiendo unos beneficios sobrehumanos? La única manera de que todos los ugandeses puedan quedarse en Uganda sin perturbar a los países europeos es consiguiendo un mejor precio por nuestras cosechas”^a.

Éstas son las palabras de un comprador de café para Volcafé en Uganda. Puede que sea un empleado de una compañía comercial multinacional, pero aquí habla como un ciudadano local que se hace una pregunta fundamental: ¿Dónde van los beneficios? Oxfam Internacional ha realizado un rastreo de los costes que gravan el precio del café mediante entrevistas a personas que forman parte de la cadena de valor en Uganda, y ha mostrado la manera en que se añade valor al café a medida que va desde el agricultor, a través de diversas fases de procesamiento y distribución, hasta que finalmente llega a las estanterías de los supermercados. Se pone de manifiesto cómo los pequeños márgenes de beneficios de esta cadena de valor de repente se hacen más amplios una vez el café llega a las manos de las compañías tostadoras y los detallistas.

El agricultor recibe por su grano verde 14 centavos de dólar por kilo, suponiendo que no lo procese. Este grano pasa a través de varios intermediarios antes de llegar a la planta de tostado a un precio de 1,64 dólares por kilo. Si este grano terminase en un café soluble vendido en la estantería de un supermercado en el Reino Unido, el precio promedio por kilo sería de 26,40 dólares. Reajustando por pérdida de peso durante el camino entre la puerta de la granja y el carrito de la compra, el precio se habría inflado en más del 7.000 por ciento. Un viaje equivalente para un paquete de café tostado y molido que se venda en EE.UU. comprendería un aumento de precio de cerca del 4.000 por ciento.^b

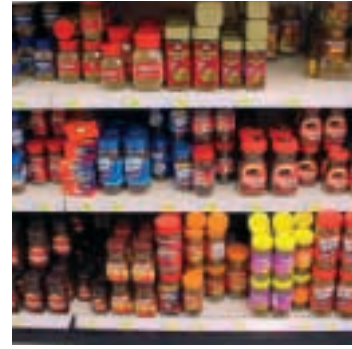
La región de Kituntu está en el distrito Mpigi de Uganda, a unos 100 Km. al suroeste de Kampala, a tan sólo unas pocas millas del ecuador y a una altitud de unos 1.200 metros. Estas son las condiciones típicas del área de cultivo de café al norte y al oeste del Lago Victoria, que produce la mayor parte de la cosecha de robusta de Uganda.

El agricultor: ni tan siquiera cubre los costes

Peter y Salome Kafuluzi viven en su granja de Kituntu con trece de sus hijos y nietos. Han vivido y plantado café en Kituntu desde 1945. Entrevistados por Oxfam Internacional en febrero de 2002, Peter dijo que la última vez que vendió café, el precio que consiguió fue el más bajo que nunca había visto. Un kilo de la cereza de café secado al sol, conocido localmente como kiboko, se pagaba a 6 ó 7 centavos de dólar. *“Recuerdo cuando el kiboko se vendía a 69 centavos de dólar/Kg. Podíamos comer bien, dormíamos bien sin preocupaciones. Podíamos mantener a nuestras familias. Yo necesito un precio de como mínimo 34 centavos de dólar/Kg. Incluso con 29 centavos de dólar/Kg. no podemos cuidar la tierra”.*

Dice Salomé: *“Estamos rotos. No somos felices. Estamos fallando en todo. No podemos comprar lo más esencial. No podemos tener carne, pescado, arroz; sólo boniatos, judías y matoke... No podemos mandar los niños a la escuela.”*

El kiboko debe molerse para eliminar la cáscara exterior de la cereza, dejando el grano de café verde que se comercializa en todo el mundo. Para los agricultores tiene económicamente más sentido moler el café ellos mismos, y muchos lo hacen. Peter vendió parte de su café al molino y consiguió mejor precio por él. Pero algunos agricultores no tienen suficiente café como para justificar el coste de una furgoneta, y están demasiado lejos para llevar el café al molino en bicicleta. Estos agricultores deben aceptar el precio inferior ofrecido por los intermediarios locales por sus cerezas no procesadas.



El molinero: luchar por sobrevivir

Mary Goreti ha dirigido el molino de café de Jalamba durante diez años. El molino emplea a diez personas, pero la caída del precio del café está pasando factura a este negocio. *“Los márgenes de beneficios son ahora tan pequeños, y el precio de la electricidad que utilizamos es tan caro, que el dinero no nos llega. Muy poco gente nos lleva el kiboko. Algunos agricultores simplemente lo guardan en su casa debido a los bajos precios. Si el precio del café sigue siendo bajo, el negocio deberá cerrar. No puedes abrir una fábrica para procesar diez sacos,”* comenta Mary.

El exportador: apenas cubre los costes

Desde Jalamba, el café se transporta unos 100 Km. en camión hasta Kampala y se vende a un exportador. Uno de dichos exportadores es Hannington Karuhanga, director gerente de Ugacof. La oficina de Hannington tiene grandes ventanas con vistas sobre la fábrica y las filas de los contenedores apilados para su transporte marítimo. La pantalla del ordenador brilla y él explica rápidamente los porcentajes y precios con un clic del ratón. Las cuentas tampoco salen para él. Dice que los exportadores están *“muy contentos ahora de conseguir un margen de 10 dólares por tonelada (1 centavo de dólar por Kg.)”* Hannington clasifica, limpia y empaqueta el café, y lo envía por camión a Mombasa o a Dar es Salaam. El precio que recibe es básicamente el precio de exportación (precio Franco a Bordo, o FOB). Comenta que casi no cubre los costes. Los precios han caído tan bajo, dice, que *“no vale la pena transportar algunos de estos tipos (diferentes calidades de café) que tenemos. Sería más barato destruirlos.”*

El detallista: precios por las nubes

Saltando al otro extremo de la cadena de suministro, los detallistas del Reino Unido venden por término medio el kilo de café a 26,40 dólares, un salto enorme en los precios. Evidentemente, este precio incluye los muchos costes de procesamiento, empaquetado, distribución y comercialización del café, así como los beneficios de las compañías tostadoras y de los detallistas. El café de Uganda se utilizaba con frecuencia en los cafés del Reino Unido; pero ahora se utiliza menos, por lo que no podemos estar seguros de que el precio al detalle final incluya café de este origen concreto. Pero la cadena de valor de Uganda sirve como indicador de un mercado competitivo y bastante eficaz de este tipo de café. El mejor precio que Peter y Salome Kafulzi podrían obtener por su café, vendiéndolo pelado en el molino, representaría el 2,5 por ciento del precio final de venta al detalle en 2001, una vez hechos los ajustes por la pérdida de peso durante el procesado.^c

^a Investigación de Oxfam Internacional en Uganda.

^b El factor para ajustar la pérdida de peso es 2,6 veces para soluble y 1,19 veces para tostado y molido. La cifra base es la peor de los dos precios que recibió el agricultor.

^c Ajustado por la pérdida de peso.

¿Quién está consiguiendo beneficios en la cadena del mercado del café?

Todos los precios en dólares/kg - noviembre 2001-febrero 2002

Precios del mercado

Costes y márgenes

El agricultor vende el kiboko al intermediario (precio equivalente a 1 Kg. de granos verdes)



\$0.14

- 0,05 Margen del intermediario local
- 0,05 Coste de transporte al molino local, coste del molido, margen del molinero
- 0,02 Coste del embolsado y transporte a Kampala

Precio del café verde (Calidad Media) a la llegada al exportador en Kampala



\$0.26

- 0,09 Costes del exportador: procesado, desechado en clasificación, impuestos y margen del exportador
- 0,10 Embolsado, transporte y seguro al puerto del océano Índico

Precio FOB para robusta grado estándar



\$0.45

- 0,07 Coste del flete y seguro

Precio CIF



\$0.52

- 0,11 Costes del importador: gastos de desembarque, entrega en las instalaciones de la compañía tostadora, margen del importador

Precio de entrega a la fábrica (ajustado por la pérdida de peso para soluble: x2,6)



\$1.64

El precio FOB es para una categoría estándar 15 de robusta de Uganda. Las devoluciones a los exportadores están rebajadas debido a los bajos precios para grados inferiores. El precio al por menor es el precio de septiembre de 2001 para café soluble en el Reino Unido, sacado de las estadísticas de la OIC.

Precio medio de venta al detalle de 1 Kg. de café soluble en el Reino Unido

\$26.40

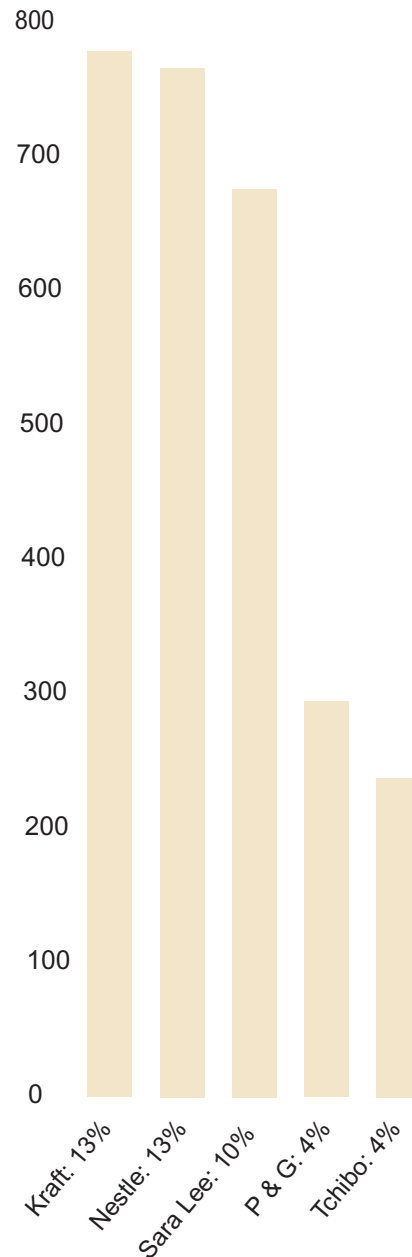


El poder de las tostadoras: enormes beneficios en medio de la crisis

Hay una gran cantidad de tostadores en todo el mundo que compran grano de café verde y lo convierten en café tostado y molido o en instantáneo. Pero las cuatro compañías tostadoras más importantes – Kraft, Nestlé, Procter & Gamble y Sara Lee – son los gigantes del mundo del café y conforman el mercado al detalle. Sus marcas ampliamente conocidas incluyen Maxwell House, Nescafé, Folgers y Douwe Egberts. Procter & Gamble vende café en Norteamérica (ver gráfico 9), mientras que la quinta mayor compañía tostadora, Tchibo, vende principalmente en Alemania.

Recientemente, el consumo de café en los países ricos ha sufrido una especie de transformación. Las cafeterías elegantes han proliferado, incitando a los consumidores a tomar cafés cada vez más exóticos (¿alguien quiere un moca con chocolate blanco?). El sector de los cafés especiales ha crecido rápidamente, y ahora se estima que representa el 40 por ciento del valor de las ventas del mercado del café en EE.UU.⁴¹. Pero, en términos de volúmenes, son las grandes compañías tostadoras, que mueven millones de sacos de café, las que más afectan a los países en vías de desarrollo. Las cinco compañías citadas anteriormente compran casi la mitad de las existencias mundiales de granos de café verde.

**Gráfico 9: Principales tostadoras
Volumen anual de café verde, 2000
(en miles de toneladas)**



Fuente: Volcafé

Las cifras exactas sobre beneficios son difíciles de concretar, ya que el negocio del café queda normalmente oculto entre las actividades de grandes filiales de alimentación, y los resultados no son hechos públicos. No obstante, las estimaciones de los analistas explican por qué estas compañías sienten tanta pasión por los beneficios que proporciona el café.

Hace dos años, un informe sobre el negocio del café soluble de Nestlé llegó a la siguiente conclusión: *“Martin Luther se preguntaba qué hacía la gente en el cielo. Para la mayoría de los implicados en la muy competitiva industria alimenticia, el negocio del café soluble de Nestlé debe ser algo muy parecido al equivalente comercial de la meditación espiritual de Luther.”*⁴²

En cuanto a la cuota de mercado de Nestlé, su volumen de ventas y los márgenes de beneficios operativos, el mismo autor comenta: *“Ningún otro producto del sector de la alimentación es tan bueno ni remotamente”*. El informe calcula que por término medio, Nestlé consigue unos beneficios de 26 peniques por cada libra esterlina de café instantáneo vendido.⁴³ Según otro análisis, los márgenes⁴⁴ en el negocio del café soluble de Nestlé en todo el mundo son superiores, próximos al 30 por ciento. Para Nestlé, los mercados del Reino Unido y Japón son particularmente beneficiosos.

El café tostado y molido da menos beneficios que el café soluble, pero siguen siendo envidiables. En 2002, Sara Lee, superada por sus competidores en el mercado de EE.UU., consiguió un margen de beneficios de explotación más que decente cercano al 17 por ciento en su unidad de bebidas⁴⁵, la cual trabaja principalmente el café.

Un vistazo rápido a los beneficios conseguidos en otros mercados de comida y bebida revela lo jugosos que son estos niveles de beneficios. El grupo cervecero Heineken, por ejemplo, consiguió un margen de aproximadamente el 12 por ciento en 2001. Los márgenes de Sara Lee en sus negocios de delicatessen y embutidos fueron inferiores al 10 por ciento en 2002; ⁴⁶ sus beneficios en panadería y bollería fueron incluso inferiores, de un 5,5 por ciento. El negocio de lechería y yogures de Danone consiguió unos márgenes del 11 por ciento en 2001. El café – y especialmente el café soluble – es, en comparación, un negocio redondo.

¿Cómo hacen estas empresas tostadoras para conseguir unos beneficios tan altos mientras los agricultores sufren una profunda crisis? Se benefician de los volúmenes de café que compran, de la fuerza de sus marcas y productos, del control de costes, de su habilidad para combinar e igualar mezclas y del uso de herramientas financieras que les aportan una flexibilidad de compra aún mayor.

• El poder de la marca

Los famosos nombres de las marcas líder aportan un valor añadido importante al coste real de los productos que venden. Las empresas gastan millones cada año para construir una imagen de marca: en el Reino Unido, por ejemplo, el gasto en publicidad de café instantáneo fue de 65 millones de dólares en 1999, principalmente para las marcas Nescafé, Kenco y Douwe Egberts, según una investigación de Key Note.⁴⁷ Con unas marcas diferenciadas, las compañías tostadoras pueden distinguir sus productos mediante la imagen y el sabor, evitando así competir entre ellas sólo en el precio.

El poder de las marcas también da a las tostadoras una importante fuerza para negociar con los detallistas que se abastecen de sus productos. Precisamente cuánta fuerza se tiene es el ingrediente de las largas, duras y secretas negociaciones entre tostadoras y detallistas. Los comerciantes al por menor más importantes – los supermercados líderes – son también muy poderosos y quieren participar de los potenciales beneficios del mercado del café lanzando sus propias marcas.

En algunos mercados, tales como Alemania y Francia, las cifras empresariales indican que los minoristas presionan a las compañías tostadoras para mantener precios bajos. Pero hay un límite en la presión que pueden ejercer los minoristas sobre las cuatro o cinco compañías tostadoras más importantes: éstos saben que el público espera encontrar las marcas clásicas en sus estanterías.

• Control de costes

Otro factor en la rentabilidad de las tostadoras es la forma en que administran sus costes. Algo de esto tiene que ver con la tecnología. Por ejemplo, si un tostador es capaz de extraer más café soluble del grano de café, ello puede ayudar a incrementar los beneficios.

Otra cuestión de coste para las compañías tostadoras es, evidentemente, el valor de la materia prima: el grano verde. Pero la importancia de este coste varía mucho dependiendo de cada empresa. Para Nestlé por ejemplo, que produce y vende principalmente café instantáneo, el coste del grano verde es menos importante que para las compañías que venden café tostado y molido. Esto es porque Nestlé tiene que invertir en caras plantas de procesamiento y tecnología de fabricación para crear sus productos.

Esto hace que Nestlé argumente, de un modo sorprendente, que los bajos precios del grano de café en realidad no son asunto de su interés. El precio bajo significa que una parte de sus costes se reduce y los analistas Morgan Stanley estiman que *“...los beneficios por los precios más bajos del café en 2001 deben haber sido considerables”*⁴⁸ Sin embargo, la compañía afirma que el impacto en su conjunto puede ser negativo. Esto es porque sus competidores de café tostado y molido pueden recortar agresivamente sus precios al por menor cuando los precios del grano de café caen, sin preocuparse – como le ocurre a Nestlé – en cubrir grandes costes fijos tales como plantas procesadoras de soluble. *“La posición competitiva del café soluble, como le ocurre a Nescafé en relación con el café tostado y molido, es menos favorable en un mercado de precios bajos,”*⁴⁹ afirma la compañía. Este es un factor importante en los comentarios realizados recientemente por Nestlé en relación con la conveniencia de tener unos precios del café más altos y estables (ver sección 3).

Seguramente la caída del precio del grano de café beneficiará sobre todo a las compañías de café tostado y molido, sin embargo algunos de estos beneficios pueden verse reducidos por la dura competencia, ya que estas empresas compiten por conseguir cuota de mercado. Esto significa que las empresas deben repercutir a los consumidores parte de su ahorro en costes en forma de precios más bajos. En 2002, Sara Lee expuso en su declaración de resultados de nueve meses de actividad, que los precios del café verde habían llevado a una reducción de los precios al detalle. Esto, combinado con otros elementos (tales como unos gastos de comercialización más altos), había significado *“el descenso en las ventas y los ingresos por*

explotación”. Si los tiempos duros para Sara Lee le reportan a su sector de bebidas un nivel de beneficios cercano al 17 por ciento, imaginemos como deben ser las épocas prósperas.

• Flexibilidad en las mezclas

Las compañías tostadoras ya no tienen que almacenar grandes cantidades de café, puesto que los contratos con empresas internacionales de intermediación les garantizan el suministro de grandes volúmenes de café de diferentes tipos en un plazo relativamente corto. Esto les permite combinar e igualar sus cafés y ajustar sus mezclas con una flexibilidad cada vez mayor. Los países productores se encuentran bajo una presión creciente a medida que las compañías tostadoras van buscando las combinaciones de cafés más económicas para producir su mezcla estándar. Stefano Ponte, en su análisis de los mercados de café de África oriental, explica: *“La variedad robusta de Uganda está amenazada por las cambiantes estrategias de las grandes compañías tostadoras... En general, las empresas internacionales de intermediación argumentan que las compañías tostadoras han conseguido obtener una mayor flexibilidad en sus procesos de mezcla y dan cada vez menos importancia al origen concreto del café”*.⁵⁰

• Mercados de futuros: financiación flexible

Las compañías tostadoras disponen de nuevas maneras de gestionar y minimizar los riesgos del coste de la materia prima. En lugar de pagar el precio actual del mercado, formalizan contratos con intermediarios que les permiten difuminar y acotar los riesgos de una futura inestabilidad de los precios. Modelos matemáticos complejos les permiten utilizar los mercados de futuros con un simple clic del ratón del ordenador, lo cual lleva a realizar hoy acuerdos sobre el precio que pagarán por el café que comprarán entre seis y dieciocho meses después. Estas herramientas financieras les permiten optimizar sus estrategias de compra, lo tiene muy poco que ver con las muy limitadas opciones con que cuentan los productores.

Nuevas tecnologías: empeorando la calidad

Las nuevas tecnologías y técnicas de cultivo y procesamiento del café tienen unos efectos preocupantes tanto en la calidad del café como en el medio ambiente. Ha habido una doble merma en la calidad. En primer lugar el paso de la variedad arábica a la robusta de menor calidad, y después la caída en la calidad de la variedad robusta en sí.

Estas tendencias no prometen nada bueno para los productores, para los bebedores de café ni para la sostenibilidad medioambiental de la producción de café. Ni tampoco prometen nada bueno para las compañías tostadoras, especialmente porque afectan a su base de suministros a largo plazo. Ellas mismas reconocen el problema. *“Nuestros productos Millstone (la marca estrella de P&G) dependen de la buena calidad de los granos. Estamos preocupados por si tendremos café disponible de todas las calidades.”* Procter & Gamble lo ha reconocido.⁵¹ Nestlé añade: *“La actual situación de precios bajos tiene un impacto tremendamente negativo sobre la calidad del café producido, haciendo para Nestlé más difícil encontrar la calidad que necesitamos para nuestro producto”*⁵².

Nueva tecnología de tueste: exprimir hasta la última gota del grano

Las compañías tostadoras expresan ahora su preocupación por la disminución de la calidad del café. Pero han desarrollado tecnologías que enmascaran el amargor de la variedad robusta más barata y de menor calidad, permitiendo así el mayor uso de café de este tipo en las mezclas. Se precipitaron en esta dirección cuando el precio de la variedad arábica se disparó en 1997, incentivándolas para buscar maneras de aprovechar mejor la variedad robusta.

“Las compañías tostadoras han aprendido a aumentar la absorción de los cafés natural⁵³ y robusta mediante procesos como la cocción al vapor para eliminar la aspereza del sabor,” apunta un informe de USAID, el Banco Mundial y el Banco Interamericano de Desarrollo (BID)⁵⁴.

Los miembros de la industria reconocen la importancia de estos cambios: *“El aumento del uso de cafés de baja calidad y bajo precio (p.ej. el de Vietnam), básicamente en el continente europeo y en América del Norte a consecuencia de la presión de la competencia, es culpa exclusiva y obvia de los países consumidores”,* explica Paul Moeller de la compañía cafetera Volcafé, en un análisis de la crisis del café. Un

analista de la industria calcula que, como porcentaje medio de las mezclas de café, la presencia de robusta ha aumentado del 35 por ciento al 40 por ciento en los últimos cinco años (aunque debe puntualizarse que Sara Lee declaró que esto no es así).

En algunos casos, el gusto de países enteros ha cambiado. Aunque Alemania solía importar principalmente arábica lavada, se ha visto un resurgimiento en las importaciones de robusta y arábica natural durante la pasada década.⁵⁵ Comentando el crecimiento de las importaciones de robusta, el importador Bernhard Benecke dijo: *“La atracción era demasiado fuerte como para no añadir un porcentaje mayor de robusta a tu mezcla.”*⁵⁶

Y no es sólo el cambio a robusta. También ha habido una clara reducción de la calidad de esta cosecha. Los compradores de café están interesados en comprar café de menor calidad que antes. En Uganda, por ejemplo, William Naggaga, secretario de la junta directiva de la Autoridad para el Desarrollo del Café de Uganda, comenta, *“Pensemos en el café en la forma de granos negros (el resultado de recolectar cerezas inmaduras). No lo habíamos exportado nunca hasta la liberalización. Antes simplemente se tiraba. Y entonces, fueron los mismos compradores de Europa que dijeron, “bien, podemos utilizar los granos negros”. Tuvimos que acudir al ministro para que nos permitiera incluirlo en las exportaciones, porque se trataba de un tipo no exportable en Uganda. Tuvimos que pedir permiso y cambiar la normativa para exportar granos negros”*.⁵⁷

La sección comercial de Kraft, Taloca, fue el comprador de café de Vietnam más importante en 2001, según las estimaciones de un importador de café de EE.UU. El año pasado, Taloca compró 1,2 millones de sacos de café de Vietnam, situándose por delante de Neumann, otra gran compañía comercial.

Kraft reconoce la importancia de la calidad: *“En la situación actual de alta producción mundial de café y estancamiento del consumo, la calidad será una cuestión cada vez más importante en un mercado orientado al comercio”*⁵⁸. La compañía es también realmente sincera acerca del problema de la calidad en Vietnam. En particular se preocupa por el hecho de que *“...pueden detectarse serios problemas de calidad y medioambientales en todas las fases de la producción de café (en Vietnam)...”*.

También remarca que estos problemas incluyen la forma en que se realiza la recolección: *“Como la práctica común para la variedad robusta es realizar la recolección en una sola*

pasada, el porcentaje de cerezas verdes inmaduras es elevado, lo cual hace que el secado apropiado sea más difícil y lleve más tiempo.” El cálido y húmedo clima de Vietnam agrava la situación. Estas condiciones, según Kraft, llevan a “un descenso en la calidad de la taza”. Otros problemas en años anteriores han incluido la “enfermedad de la hoja del café” que se ha dado en algunas partes del país y que es consecuencia en parte de un exceso de fertilización. Kraft describe cómo las técnicas incompletas de secado en las explotaciones de Vietnam hacen que sea necesario volver a secar el café antes de la exportación. “(El segundo secado) se realiza con madera, carbón o incluso neumáticos de goma, lo cual posiblemente afecta al café, ya que algunas veces se absorbe el desagradable olor de la goma.”

Aunque Kraft ha desarrollado un plan de mejora de la calidad en Vietnam, éste no está dirigido a las regiones productoras de robusta (por ejemplo, Dak Lak) ya que esto “requeriría un importante apoyo financiero con pocas esperanzas de éxito debido a la extensión de las áreas de producción, la importancia de los problemas y las infraestructuras ya establecidas.” Así pues, Kraft y sus socios se están centrando en la variedad arábica de mejor calidad.⁵⁹

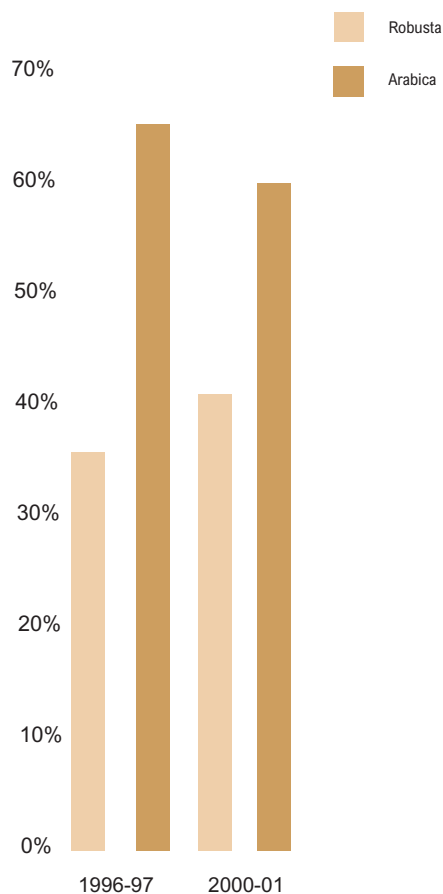
Demasiado robusta, poco arábica

La entrada de Vietnam en la liga de grandes productores de café ha ayudado a decantar la producción mundial de café hacia la variedad robusta, ya que este país produce básicamente esta variedad. Pero no está solo. Brasil, que sigue siendo básicamente un productor de arábica, ha más que doblado su producción de robusta en los últimos diez años hasta alcanzar casi los 11 millones de sacos⁶⁰.

La paradoja es que, mientras que el mercado del café está inundado de robusta, la oferta de arábica de mejor calidad se está reduciendo: existe demasiado café barato que hace bajar los precios en el mercado principal y poco café de calidad en el extremo del mercado de especialidades. Tal como muestra el siguiente gráfico, la oferta de arábica está cayendo (ver gráfico 10)⁶¹.

Gráfico 10: más robusta, menos arábica

Participación en la producción mundial, en %



Fuente: OIC/ACPC

El aumento de la producción intensiva de robusta ha afectado especialmente a los pequeños cultivadores de café. El robusta tiene diferentes variedades (uno de Vietnam es diferente de uno de la India, por ejemplo), pero estas diferencias no son apreciadas por los consumidores o los grandes compradores de café. Esta situación difiere con el arábica, ya que los consumidores pagan más para beber un café arábica puro de Etiopía, Colombia o Costa Rica.

Como resultado, los productores de robusta se encuentran con que están compitiendo en precio, así en el África subsahariana, por ejemplo, donde los niveles de productividad son bajos en comparación con Vietnam o Brasil, los agricultores no pueden ni tan siquiera cubrir los costes más básicos. Tampoco pueden simplemente cambiar al cultivo de la variedad arábica: es una variedad muy delicada que precisa una altitud elevada, y muchos agricultores carecen de las habilidades y la formación necesarias para cultivarla.

Técnicas de cultivo intensivo: reducen la calidad y degradan la tierra

La feroz competencia entre proveedores ha fomentado el uso de técnicas de cultivo de café más intensivas, que amenazan con reducir la calidad y degradar el medio ambiente.

Las fincas cafeteras han recolectado tradicionalmente de manera selectiva, con un estricto control de la calidad para garantizar que sólo se recogían las cerezas maduras, pero a medida que han ido bajando los precios, también lo han hecho estos estándares: la recolección de la cereza del café en racimos y la recolección tardía son cada vez más comunes. La recolección en racimos enteros en lugar de la recolección individual mezcla los granos maduros e inmaduros; la recolección tardía – para ahorrar los costes de múltiples recolecciones – mezcla los granos negros o ya pasados con las cerezas que están en su punto, provocando la formación de moho.

Las técnicas intensivas amenazan la sostenibilidad a largo plazo de la producción de café. En muchos países, el café se ha plantado tradicionalmente entre árboles de sombra, entremezclados con otras cosechas para consumo propio o para vender. Este proceso no sólo es bueno para el suelo y

el bosque, sino que también protege el microclima. En América Central, también proporciona un hábitat importante para las aves migratorias. La producción intensiva ha llevado a la eliminación de la sombra para conseguir un mayor rendimiento, con café cultivado a pleno sol en cosechas monocultivo y con utilización de variedades híbridas enanas de rápido crecimiento que ofrecen una mejor productividad, en respuesta al uso de productos agroquímicos. En Brasil, por ejemplo, se anularon las restricciones del gobierno sobre la densidad de los árboles y las técnicas de plantación⁶². La densidad es mucho más alta, aumentando de los tradicionales 900-1.200 árboles de café por hectárea a los 5.000-8.000. Los productores de varios países utilizan ahora normalmente estas técnicas para producir un mayor volumen de café a un precio más bajo⁶³.

El organismo científico, CABI Commodities, confirma los cambios que están teniendo lugar: *“las variedades híbridas enanas de rápido crecimiento, cuyo rendimiento se ve muy incrementado con el uso de fertilizantes; las variedades resistentes al moho que reducen los costes de inversión; la eliminación de las sombras que estimula un aumento del rendimiento; y la mecanización que ha permitido que la producción de café de Brasil se desplazara de las áreas más pobladas propensas a las heladas a las regiones del norte, que no sufren heladas y que están menos pobladas, son todos ellos cambios recientes. Los métodos de producción intensiva fueron fomentados por los países donantes, especialmente en América Central, como parte de una tendencia de ámbito mundial hacia unos cultivos más intensivos.”*⁶⁴

Estas técnicas intensivas han conseguido unos rendimientos sin precedentes, pero muchos se preguntan si son sostenibles y piden que no se consideren como un umbral de productividad para que otros empiecen a utilizarlas.

Sin alternativas: productos básicos en declive y fracaso del desarrollo rural

Los cultivadores de café empobrecidos están luchando por sobrevivir. Abandonar la cosecha de café supone asumir costes importantes, y no hay alternativas factibles a las que pasar, debido en parte a la falta de ayuda internacional y al hecho de que los gobiernos nacionales no fomentan el desarrollo rural y la diversificación, y en parte a las políticas proteccionistas de la UE y EE.UU. que no han permitido que los agricultores de los países en vías de desarrollo se beneficiaran de la exportación de otros productos básicos. Esto significa que ahora muchos de ellos dependen del cultivo de muy pocos productos. Además, igual que el resto de los agricultores, los productores de café se enfrentan a los eternos problemas de subdesarrollo rural: deficientes infraestructuras de transporte, falta de créditos, acceso directo a los mercados muy restringido y, en consecuencia, información limitada acerca de los mejores precios posibles.

Falta de alternativas al café como cultivo para vender

A pesar de los llamamientos realizados durante décadas en favor de la diversificación de cultivos para evitar la excesiva dependencia de productos básicos, en muchos países esta no se ha producido: África subsahariana depende ahora mucho más de los productos básicos que hace 20 años.⁶⁵ Esto supone sin duda un grave fallo político a todos los niveles.

Puede parecer económicamente irracional que los agricultores continúen vendiendo el café a precios que no les permiten cubrir sus necesidades básicas, pero en realidad la decisión es muy lógica. En primer lugar, el coste de sustituir los árboles de café por una cosecha alternativa es alto. Aunque la tierra sea adecuada para, por ejemplo, el cacao, es posible que los agricultores no tengan la experiencia o la formación necesarias para cultivarlo, y muchas familias agricultoras tampoco tienen ahorros para poder vivir mientras esperan que la nueva cosecha empiece a dar fruto.

En segundo lugar, faltan alternativas convincentes. Los cultivadores de café saben mejor que nadie lo peligroso que es confiar sus ingresos únicamente en esta cosecha tan variable, y muchos pequeños productores cultivan su café junto con otros cultivos bien de subsistencia o bien para su

venta, o crían aves de corral y ganado. Los mercados nacionales suelen ser demasiado pequeños para sus productos y ofrecen unos precios demasiado bajos como para sustituir los ingresos generados por el café: las ganancias generadas por muchas cosechas alternativas son tan malas o peores que las del café. Abarya Abadura, un cultivador de café de Jimma en Etiopía dice: *“Hace tres años recibí 105 dólares en un año por mi maíz. El año pasado sólo recibí 35 dólares.”* Se calcula que el precio pagado por el maíz – un producto básico clave – ha caído más de un 60 por ciento en los últimos cinco años. Abarya explica la conexión: *“Cuando cae el precio del café, la gente no tiene suficiente dinero para comprar maíz.”*⁶⁶

Depender de productos básicos en declive

El café no está solo en su crisis: muchos productos básicos como el azúcar, el arroz y el algodón se enfrentan a caídas de precios a largo plazo a medida que la mayor productividad y la mayor competencia aumentan su oferta por encima de la demanda (ver gráfico 11). Igual que el café, muchos de estos otros productos básicos comparten las subidas y bajadas de unos precios muy inestables.

Esta caída a largo plazo no sólo está eliminando alternativas para los agricultores, sino que también está devastando las economías nacionales. Cuanto mayor es la dependencia de un país en los productos básicos, más devastador es el impacto de la caída de los precios en los presupuestos del gobierno. La economía del África subsahariana es cada vez más dependiente de la producción de productos básicos. El 75 por ciento o más de los ingresos por exportación de 17 países descansa en la exportación de productos básicos distintos al petróleo⁶⁷. Muchos de estos países siguen teniendo una deuda externa importante, y su capacidad para devolverla se ha visto gravemente afectada.

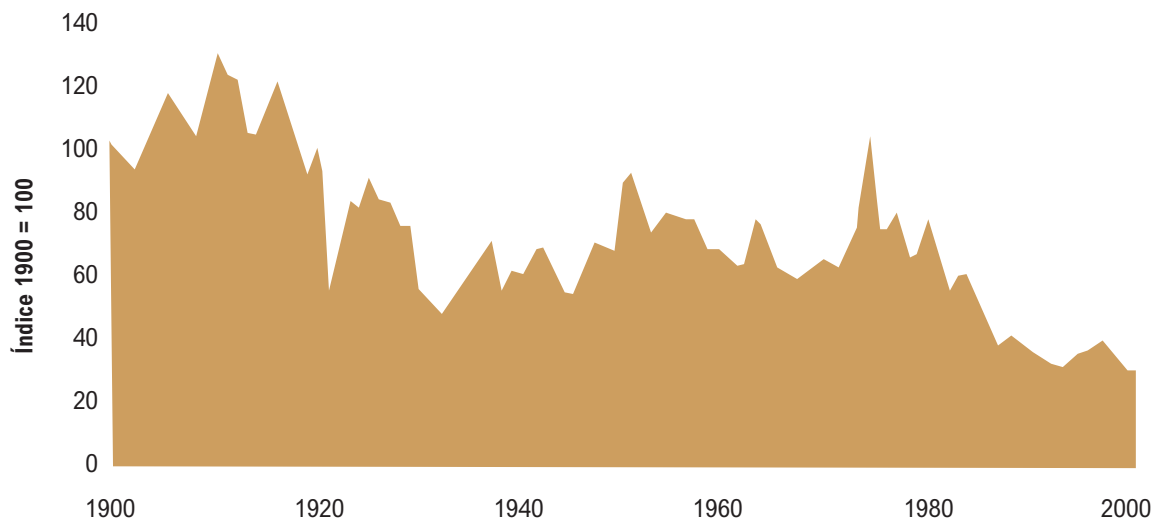
El Banco Mundial y el FMI han exacerbado este problema con su enfoque de “una solución única para todos” que han aplicado a todos los países de renta baja mediante los préstamos para ajustes estructurales. Este enfoque se ha centrado en la necesidad de generar un crecimiento basado en la exportación y de facilitar las inversiones extranjeras mediante la liberalización de las barreras comerciales, devaluando los tipos de cambio, privatizando empresas estatales y básicamente pasando a una situación de mercado libre, en la que cada país supuestamente desarrolla su propia “ventaja comparativa”. Sin embargo,

se presta muy poca atención al impacto directo que este enfoque tiene en la gente pobre.

Históricamente, los países de renta más baja han dependido de la producción de productos básicos, y en muchos casos la importancia dada a la liberalización y a la ventaja comparativa ha aumentado esta dependencia. Al mismo tiempo, la eliminación de los aranceles y de las ayudas a la industria nacional, en interés de un mercado totalmente libre, ha hecho que sea cada vez más difícil para

estos países diversificarse “hacia arriba” o crear empresas industriales con mayor valor añadido. Los intentos de crear y proteger nuevas industrias han encontrado una fuerte oposición por parte del Banco Mundial y el FMI: los programas de Uganda, por ejemplo, para fomentar las áreas de exportación estratégicas como el pescado han “sido recibidas con burlas por parte del Banco Mundial y el FMI”⁶⁸.

Gráfico 11: Precios reales de materias primas distintas del petróleo



Fuente: Banco Mundial

El valor añadido, para otros

En los países productores prácticamente no se procesa ni se empaqueta nada de café, con lo cual les queda muy poco del potencial valor añadido del grano de café. No deja de ser asombroso ver que en 2000/01, el 94 por ciento de todo el café exportado por los países en vías de desarrollo cruzó las fronteras en su estado de grano verde: la mayor parte del 6 por ciento restante que había sido procesado procedía de Brasil y Colombia⁶⁹.

El bajo valor añadido en el café es un problema común a muchos productos básicos. Una reciente encuesta de la FAO concluyó, entre otras cosas, que: *“La participación de los productores en el precio es inusualmente baja, y parecen ser los más bajos entre los productos básicos que cuentan con sectores de procesamiento de alimentos altamente concentrados. Así que parece que la estructura del mercado es un área importante que necesita investigación. Se consideraron los beneficios de una mejor información sobre el mercado como un camino para mejorar la posición de negociación de los exportadores de productos básicos”*.⁷⁰

Incrementar el procesamiento del café en el país de origen es básico para aumentar los ingresos, pero para muchos países los problemas son muy grandes. Construir una planta de procesamiento para hacer café soluble cuesta 20 millones de dólares o más, aunque en el caso de tueste y molienda el coste es menor. Incluso si el proceso se pudiera efectuar en países en vías de desarrollo, la ausencia de otras industrias locales, como la de empaquetado de calidad, implica nuevos obstáculos. Una alternativa es animar a las multinacionales a invertir en los países productores, pero muchas, Nestlé aparte, no lo hacen: sus plantas altamente eficientes en EE.UU. y Europa representan una reducción de costes y se sitúan también más próximas al consumidor final, una consideración importante para algunos tipos de café.

También hay barreras importantes en la distribución. La mayor parte del café se vende como mezcla de muchos orígenes. Los vínculos comerciales entre los países productores no son generalmente fuertes y esto reduce la posibilidad de desarrollar sus propias mezclas regionales. Las marcas que existen procedentes de los países en vías de desarrollo no disfrutan normalmente de reconocimiento ni tienen el perfil de las de la competencia, e irrumpir en las sólidas relaciones comerciales establecidas entre las principales compañías tostadoras y los minoristas es una batalla dura. Sin embargo no es imposible: Ismael Andrade, un exportador

de un famoso café de Brasil, Sabor de Minas, ha vendido con éxito café a algunas de las cadenas de venta al detalle más importantes del mundo como Wal-Mart y Carrefour⁷¹.

A diferencia de muchos productos agrícolas, los aranceles para la importación en los mercados occidentales no son la principal barrera con la que se enfrentan la mayoría de los productores de café. No existen aranceles de importación sobre el café procesado, tanto tostado como soluble, que entra en EE.UU. El café procesado puede entrar en EE.UU. libre de impuestos desde todos los países africanos, caribeños y del Pacífico, así como también desde muchos países de América Latina (incluyendo Colombia, El Salvador, Guatemala, Honduras y Nicaragua). Pero otros países empobrecidos como la India, Vietnam y Timor Oriental pagan un 3,1 por ciento sobre el café soluble y un 2,6 por ciento sobre el café tostado y molido, mientras que Brasil y Tailandia pagan aranceles de hasta el 9 por ciento sobre el café soluble.⁷²

Las empresas internacionales de intermediación son cada vez más activas en los países productores. Las compañías tostadoras confían a estos intermediarios el suministro de grandes cantidades de café de diversos orígenes en un plazo muy corto. Esto ha hecho cambiar la manera de trabajar de los intermediarios, según Stefano Ponte, *“La necesidad de garantizar un suministro constante de diversos orígenes y tipos de café ha animado a las empresas internacionales de intermediación a implicarse mucho más en los países productores de lo que lo habrían hecho simplemente como resultado de la liberalización del mercado”*.⁷³

Con menos restricciones para las inversiones extranjeras, las empresas internacionales de intermediación han establecido filiales locales o bien tratan ahora directamente con los productores, rara vez son propietarias de las explotaciones cafeteras. Algunos de estos intermediarios mantienen estrechas relaciones con las principales empresas tostadoras. Este cambio es confirmado por Lorenzo Castillo, presidente de la Junta Nacional del Café de Perú, que dice, *“Las compañías multinacionales desean reducir costes. Para ello buscan reducir el número de intermediarios entre ellas y los productores. Los más fáciles de sustituir son los exportadores... El gancho, para el productor, es la concesión de créditos.”*⁷⁴

Los molineros locales, los intermediarios e incluso las grandes empresas nacionales de intermediación luchan para seguir a flote, ya que no cuentan con los recursos financieros de estas firmas internacionales de

intermediación para superar el hundimiento de los precios. En Uganda, por ejemplo, el número de exportadores ha disminuido en la última década de 150 a 20, según un intermediario europeo, y muchos de los que han desaparecido han sido empresarios locales.

Esto ha abierto una brecha de la que se han aprovechado las empresas internacionales de intermediación, más fuertes y mejor capitalizadas. En Tanzania, por ejemplo, Stefano Ponte advierte que las transnacionales *“controlan ahora más de la mitad de las exportaciones a través de filiales directas, y otra proporción importante a través de acuerdos financieros con empresas locales”*⁷⁵. El problema es que la crisis está afectando a una base empresarial local importante y que los beneficios generados por estas compañías internacionales de intermediación vuelven a los países industrializados.

Falta de apoyo al desarrollo rural

A la desregulación del mercado internacional de café le ha seguido la liberalización en muchos países productores de los mercados nacionales, normalmente obligados por las políticas del FMI y el Banco Mundial. Las organizaciones cafeteras paraestatales, que en muchos casos actuaban como monopolios de compra de café, han sido gradualmente desmanteladas o privatizadas. Los impuestos y las demás tasas sobre el café se han reducido, igual que el control del Estado sobre la producción de café. Muchas restricciones sobre las inversiones y propiedades extranjeras se han anulado, especialmente en los sectores de comercialización y exportación.

La desregulación ha proporcionado algunos beneficios a los agricultores: en muchos países están consiguiendo un porcentaje mayor del precio de exportación de su café. El profesor Christopher Gilbert explica: *“La liberalización aumenta la participación de los agricultores en el precio FOB (exportación) ya que reduce los costes en la cadena de comercialización, y porque normalmente ha ido asociada a una reducción en los impuestos y otras tasas, con lo cual hay menos posibilidades de reducción de las rentas”*⁷⁶ Pero este beneficio ha llegado a ser casi inapreciable ante la caída general del precio del café.

Al mismo tiempo, los agricultores se enfrentan a muchas consecuencias negativas. Allí donde han desaparecido los servicios del gobierno, los mercados han fracasado en gran medida a la hora de sustituirlos: nada sorprendente tratándose de un producto básico en crisis. En un

momento en que los agricultores están más expuestos que nunca a las variaciones del mercado, su vulnerabilidad se ha visto agravada por el recorte de los servicios de apoyo y la ausencia de fuentes alternativas de ayuda. El resultado es un café de inferior calidad y un poder todavía menor en el mercado.

Una regulación inadecuada

Algunos expertos creen que el hecho de que los controles sobre la producción de café se hayan relajado, ha contribuido a que baje el nivel de calidad, especialmente en los arábicas que requieren más cuidados y atenciones.

Según el Profesor Christopher Gilbert, *“Los problemas de organización del mercado son muy importantes en la producción de arábica, mucho más que en la de robusta. La liberalización total termina por afectar a la calidad. El mejor arábica se produce en los países en que se permite un cierto grado de regulación (Colombia, Costa Rica, Kenia)... Mi punto de vista personal es que los cultivadores de arábica pueden trabajar mejor en un sistema mixto con cooperativas fuertes (Kenia) u organismos estatales (Colombia). La regulación independiente es crucial.”*⁷⁷

Las organizaciones de trabajadores y de agricultores en el punto de mira

Muchos de los supuestos beneficios de la desregulación dependen de organizaciones e instituciones de apoyo inexistentes. No sólo se han recortado los servicios de apoyo, también se han debilitado las organizaciones de la sociedad civil que deberían presionar para que los pequeños agricultores tengan capacidad de establecer nuevos vínculos de mercado.

Recientes experiencias en Etiopía muestran cómo las cooperativas de agricultores independientes, bien llevadas, pueden jugar un papel crucial a la hora de establecer unos precios mínimos para el café. También pueden ayudar a eludir a los intermediarios y acceder a mercados de exportación de alto valor. Se pueden conseguir mayores ingresos para los agricultores y la financiación de importantes servicios comunitarios. Cualquier política de apoyo a estas estructuras debe abordar la cuestión de que las restricciones a la participación de las mujeres puede dejarlas en desventaja frente a las oportunidades de beneficiarse de la pertenencia a las cooperativas.

Escasa información

Muchos agricultores sufren una falta de información – desde cuáles son los precios actuales a las nuevas técnicas de recolección – lo cual reduce la calidad y el precio de su producto. La Autoridad para el Desarrollo de Café de Uganda (UCDA en sus siglas inglesas) daba los precios del café a través de ocho emisoras de radio, pero el programa fue suprimido debido a los bajos precios del café. Existen planes para reanudar el programa, pero mientras tanto los agricultores han dejado de tener acceso a una información muy importante. El Instituto del Café de Honduras informa que los eventuales aumentos del precio del café no se repercuten en el precio que reciben los agricultores.⁷⁸ En Etiopía, lo mismo: los exportadores sabían en abril de 2002 que el precio del café había subido,⁷⁹ pero los agricultores no lo sabían y no ganaron nada con la subida.

Poca formación y poca ayuda

Los conocimientos técnicos son cruciales para mejorar los resultados y añadir valor al producto. Algunos estudios sugieren que el rendimiento del café que se produce en las pequeñas plantaciones de algunos países de África es muy deficiente: por debajo de 500 Kg. por hectárea. Compárese eso con el promedio de 1.500-2.000 Kg./Ha. de Vietnam. La diferencia no es sólo que en África se invierte menos dinero, sino también los menores conocimientos técnicos sobre los ciclos de poda, desherbado y cubrición del suelo. En algunos países, los recortes en los servicios complementarios han significado menos fumigaciones regulares y han llevado a tener más problemas por enfermedades. La ausencia de conocimientos técnicos también afecta a la calidad si los agricultores no saben cómo se produce una cereza de mayor calidad, o cómo se aumenta el valor del producto mediante un procesamiento básico.

Préstamos impagables, sin nuevos créditos

La caída de los precios ha conducido a que muchos agricultores no sean capaces de devolver sus préstamos. Un estudio realizado sobre los cultivadores de café de Vietnam indica que más del 60 por ciento tienen importantes préstamos bancarios por pagar.⁸⁰ La necesidad de saldar las deudas puede significar que los agricultores no puedan esperar a que el precio del café suba, y tengan que aceptar el precio ofrecido por los intermediarios. Carmela Rodríguez, una agricultora de 56 años de Sauce, Perú, dice: *“Por lo que se comenta, sabemos que algunas veces los precios son mejores en Tarapota o en Moyobamba o en Jaén. Pero para nosotros es difícil llevar nuestro café allí. Y no*

*podemos almacenarlo debido a todas nuestras deudas. No nos lo podemos permitir”*⁸¹.

El aumento de la deuda incobrable implica una reducción en la concesión de nuevos créditos. De hecho, el crédito rural se ha agotado en muchos países. Cuando las cooperativas ya no pueden conceder más créditos, los agricultores deben acudir a los intermediarios locales. Según Mohammed Idris, un cultivador de café de Etiopía, *“Las cooperativas mantienen los precios altos. El último año, la cooperativa no pudo comprar la cereza roja ya que tenía dificultades financieras. Cuando los intermediarios privados se dieron cuenta de ello, bajaron sus precios desde 0,11 centavos de dólar/Kg. hasta 0,06/Kg.”*⁸²

La falta de crédito deja a los agricultores especialmente expuestos durante los meses más duros antes de la cosecha. Algunos pueden conseguir comida a crédito a cambio de la futura cosecha; otros utilizan su tierra como garantía subsidiaria, aunque no todos tienen títulos de propiedad sobre sus tierras. Otros sólo pueden vender sus posesiones. Las mujeres lo tienen todavía peor, ya que normalmente no se les permite tener títulos de propiedad sobre la tierra. Esto hace que les resulte más difícil obtener créditos.

Una débil infraestructura rural

En muchos países, la permanente falta de inversiones en transporte rural ha provocado unos costes muy altos, especialmente para los agricultores minifundistas que no tienen suficientes sacos de café para justificar el coste de una furgoneta para transportar sus cerezas no procesadas al molino local. Incluso donde se utilizan furgonetas, el coste por kilómetro es mucho más elevado que en las grandes carreteras: la investigación llevada a cabo por Oxfam en Uganda encontró que el coste de transportar un saco de café hasta el molino local a sólo 15 Km, no era proporcionalmente mucho menor que el de transportar el mismo saco a 100 Km, desde el molino hasta Kampala.

La ausencia de buenas carreteras representa para los agricultores un gran inconveniente. Esto es lo que dice uno de ellos: *“Yo soy Avelios Asuego. Soy un pequeño agricultor de café orgánico de Guatemala. Me gustaría contarte un poco de mi historia personal. Desde mi comunidad tenemos que caminar durante cuatro horas a pie para llegar a la carretera pavimentada, lo que te da la sensación de cuán aislados estamos del mundo moderno. Desde allí, tenemos otras tres horas en coche, que es un recorrido duro ya que las condiciones de nuestras carreteras son muy pobres. Tres horas que nos llevan*

a donde aparcamos y dejamos nuestro café para que sea comercializado."⁸³

El acceso inadecuado a las instalaciones básicas tales como mesas de secado y molinos de procesamiento, daña la calidad del producto. La mayoría de los pequeños productores secan su café al sol, pero sin acceso a elementales mesas de secado al sol o sin conocimientos técnicos para construirlas, terminan por esparcir los granos directamente sobre el suelo. Las cerezas de café arábica deben procesarse lo más rápidamente posible después de recogerlas. Sin embargo, cuando no hay disponibles localmente molinos de procesamiento a pequeña escala, los pequeños productores deben recolectar un volumen suficiente de cerezas antes de transportarlas, y este retraso puede hacer que se tornen mohosas.

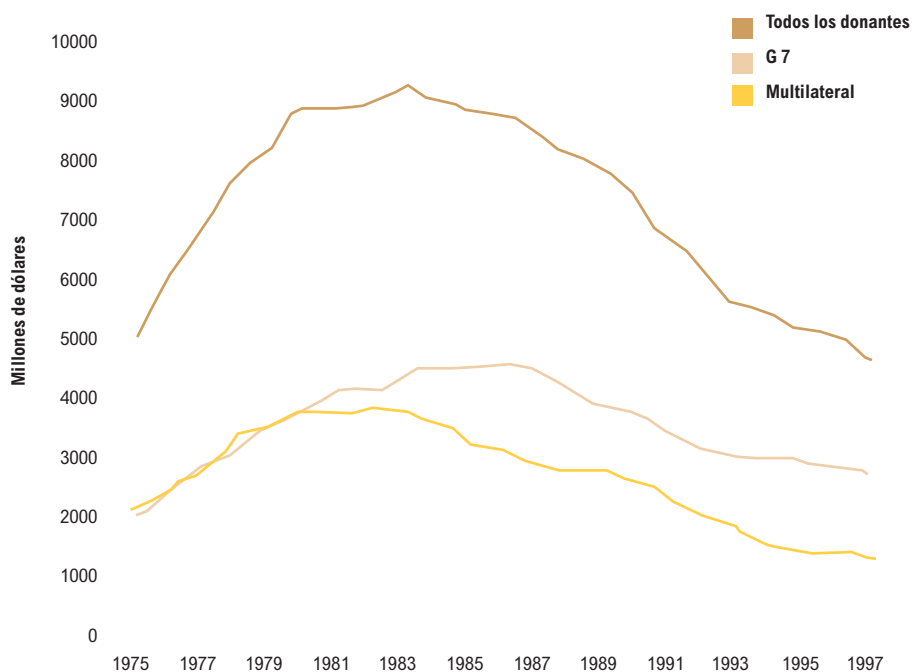
Ayuda en declive y dobles raseros: los agricultores traicionados por los países donantes

Los países donantes han contribuido directamente a esta crisis. En primer lugar desatendiendo de manera importante las inversiones en desarrollo rural, y en segundo lugar exacerbando la situación con dobles raseros que han fomentado la liberalización en los países en vías de desarrollo, al tiempo que un fuerte proteccionismo los mantiene fuera de los mercados de los países ricos, reduciendo con ello sus opciones a una gama muy pequeña de productos básicos. El resultado es un manifiesto abuso de las oportunidades agrícolas de los países en vías de desarrollo.

El apoyo al desarrollo rural – un apoyo vital para millones de agricultores en los países más pobres del mundo – ha

Gráfico 12: descenso de la ayuda para agricultura: 1973-2000

Media móvil de cinco años, precios constantes 1999



Fuente: CRS y estadísticas del CAD

ido decreciendo, tal como muestra el gráfico 12. La OCDE señala esta falta de compromiso de sus propios países miembros: *“La ayuda a la agricultura, que ya se estaba estancando a principios de los 80, se redujo a partir de 1985 en un promedio de un 7 por ciento anual. Como resultado, la ayuda a la agricultura cayó de un 17 por ciento a principios de los 80 al 8 por ciento a finales de los 90. Esta reducción se explica en parte por los recortes en la Ayuda Oficial al Desarrollo (AOD) en general, pero las políticas sectoriales de los países donantes también han cambiado (de la agricultura y otros sectores productivos hacia los sectores sociales). Es muy posible que la exclusión de la agricultura de la agenda para la reducción de la pobreza de los 90 explique parte de este descenso”*⁸⁴.

Dada la dependencia de la agricultura de mucha gente pobre para su sustento, este descenso es alarmante. *“según los cálculos de la OCDE, la AOD destinada a la agricultura representa ahora un 8 por ciento del total: un 8 por ciento para ayudar a tres cuartas partes de la gente pobre”*, comenta Lennart Bage, presidente del Fondo Internacional para el Desarrollo Agrícola de la ONU.⁸⁵

Los países ricos han demostrado ser muy hábiles a la hora de aplicar dobles raseros al comercio. El ejemplo más notorio ha sido el nuevo proyecto de ley de explotaciones agrícolas de EE.UU. En 2000, los países ricos dieron subvenciones a sus agricultores por valor de 245.000 millones de dólares.⁸⁶ Las subvenciones actuales, que ponen el énfasis en aumentar la producción, tienen unos efectos devastadores sobre los agricultores empobrecidos de los países en vías de desarrollo. Esto es debido a que estas subvenciones distorsionan el mercado y permiten a los agricultores de los países ricos vender sus productos a precios muy bajos en los mercados mundiales. Los agricultores empobrecidos no pueden competir en estas condiciones tan injustas.

Los países ricos también imponen barreras sobre productos de los que dependen los ingresos de exportación de muchos países en vías de desarrollo: productos agrícolas y productos manufacturados. Los aranceles sobre las importaciones cuestan a los países en vías de desarrollo unos 43.000 millones de dólares al año.⁸⁷

Las subvenciones injustas y los aranceles sobre las importaciones de los países ricos tienen un gran impacto sobre los cultivadores de café: limitan sus oportunidades y las posibles alternativas y son, por lo tanto, parte del gran problema de los productos básicos. Un artículo del *Wall Street Journal* sobre Nicaragua puntualiza: *“Otros agricultores (de café) hablan de cambiar de cultivos. Están desanimados, sin embargo, por la experiencia de los que han cultivado cacahuetes y sésamo. Estos agricultores se encuentran ahora cerca de la quiebra, después de haber tratado sin éxito de competir contra los agricultores de EE.UU. que reciben generosos subsidios de Washington.”*⁸⁸

Los países de África subsahariana son los más afectados. Sus gobiernos han establecido un plan de acción con la Nueva Asociación para el Desarrollo de África (NEPAD en sus siglas inglesas). La respuesta dada por los países ricos ha sido sin embargo decepcionante.

Mercados especiales ¿Una vía de escape? No para todos





María, Janet, Eduarda y Felicia tomando un café durante un descanso en la fábrica de procesamiento de café de Chiclayo en Piura, Perú. La fábrica suministra granos de café a Cafédirect para el mercado de Comercio Justo.

3. Mercados especiales ¿Una vía de escape? No para todos

En contraste con la caída generalizada de los precios, los cafés “especiales” – nuevos tipos de bebidas de café que se venden con una prima sobre el precio medio del mercado– han sido un éxito total. Los vendedores distinguen estos cafés destacando su país de origen, poniendo el énfasis en sus características particulares, o mostrando el compromiso con el cultivo ecológico, el cultivo a la sombra o las prácticas de Comercio Justo. Los agricultores que pueden vender sus productos en estos mercados normalmente obtienen un precio mucho mejor por su cosecha.

Los pioneros de estas populares alternativas no han sido las compañías tostadoras tradicionales, sino las cafeterías que han llevado los lattes, capuchinos y expressos a los clientes occidentales. Una de las mayores cadenas, Starbucks, ha declarado su intención de comprar todo su café a agricultores que cumplan las nuevas directrices sociales y medioambientales, y comprar el 74 por ciento de su café verde a precios fijados a largo plazo, garantizando así la estabilidad y la previsibilidad a los cultivadores de café durante el año 2002. Lo interesante es ver que el argumento de que estas medidas son necesarias para garantizar la calidad del café, parece haber sido presentado y aceptado por los inversores. Los consumidores estarán interesados en ver si los pequeños agricultores obtienen algún beneficio de este plan.

Aquí y allá, las cooperativas de los países productores se están asociando con intermediarios de especialidades de café y distribuidores de los países consumidores para cambiar la manera de vender y comprar el café. En Nicaragua, por ejemplo, dos pequeñas explotaciones agrícolas vendieron su café a través de una subasta en Internet por 11,75 dólares/libra, un precio aproximadamente 23 veces el de Nueva York⁸⁹. Una de las claves para desarrollar estos cafés especiales y difundir información acerca de ellos es la celebración de concursos que premien la mejor calidad.

Los mejores precios y una prima por calidad hacen que los mercados especiales sean particularmente atractivos para los agricultores y países que intentan escapar de la trampa de los bajos precios y la escasa calidad. Estas exitosas experiencias arrojan una luz de esperanza para los que

están buscando una salida. No obstante, es básico que los gobiernos y la industria se den cuenta del riesgo de animar a todo el mundo a buscar la misma salida. Un mercado especial perderá su status y su posibilidad de pagar precios altos si se ve invadido y si sus posibles consumidores no crecen con él.

Comercio Justo: un resquicio de esperanza

“En el caso del café, el movimiento de Comercio Justo ha demostrado claramente que los productores pueden recibir el doble de los desastrosamente bajos precios actuales sin afectar a la voluntad del consumidor de comprar un producto de calidad”. Pablo Dubois, director de Operaciones, Organización Internacional del Café.

En el clima actual, el Comercio Justo se ha convertido en la esperanza de vida para muchos productores. Ha dado impulso a muchos negocios comerciales que operan con beneficios, pero que mantienen el objetivo explícito de mejorar las vidas de los agricultores a quienes compran. Lo fundamental del Comercio Justo es un principio básico: el compromiso de pagar a los agricultores un precio justo, uno que cubra los costes y que sea estable. A los cultivadores de arábica, por ejemplo, actualmente se les paga un mínimo de 1,26 dólares/lb,⁹⁰ que es mucho más del doble del precio de mercado.

El primer café de Comercio Justo se importó en Holanda en 1973 de cooperativas de minifundistas de Guatemala. Treinta años después, casi 200 cooperativas de café que representan a 675.000 agricultores, más de 70 comerciantes y unas 350 compañías cafeteras trabajan según los estándares de la Organización Internacional de Sello de Garantía de Comercio Justo (FLO en sus siglas inglesas) para introducir productos en el mercado de manera que se garantice que los agricultores reciben por su cosecha unos ingresos dignos.

Con un gran énfasis en la gestión de las cooperativas y en las estructuras organizativas, el Comercio Justo necesita a gente en la cadena de suministro de café que trabaje según unos términos comerciales transparentes y que garantice unas condiciones de producción dignas, al mismo tiempo

que se abordan algunos de los obstáculos clave que impiden a los pequeños agricultores el acceso al mercado. Esto incluye medidas tales como la prefinanciación parcial de los pedidos para evitar que las organizaciones de pequeños productores tengan que contraer deudas, el pago de una prima por mutuo acuerdo entre los productores, compromisos contractuales que permitan a los agricultores planificar la producción a largo plazo, y la garantía de que se dan condiciones sociales y medioambientales acordes con las Convenciones de la Organización Internacional del Trabajo sobre condiciones laborales.

El estándar FLO para el café es voluntario y se paga con las cuotas por licencias impuestas a los propietarios de las marcas. La garantía de unos términos y condiciones decentes para los agricultores está controlada por FLO en cooperación con organismos nacionales, mientras que organizaciones como Max Havelaar (Holanda, Bélgica, Francia, Suiza, Dinamarca), TransFair USA (América del Norte) y Fairtrade Foundation (Reino Unido) gestionan y promocionan las diferentes etiquetas de certificación en sus respectivos mercados.

El impacto más importante del Comercio Justo se ha producido en las vidas de los agricultores que han sido capaces de vender su café a precios que les permiten cubrir sus necesidades básicas. En la Unión de Cooperativas de Cultivadores de Café de Oromiya en Etiopía, por ejemplo, los agricultores pueden obtener el 70 por ciento del precio de exportación en el café que venden como Comercio Justo, mientras que los de la zona de Gima, de la provincia etíope de Kafa, que venden en el mercado abierto sólo obtienen el 30 por ciento.

Felipe Huaman, de la Cooperativa Bagua Grande de Perú, que vende al mercado de Comercio Justo, explica, *“desde nuestra alianza con Twin y Café Direct nuestros precios han empezado a mejorar y esto ha mejorado las condiciones de vida de las familias de los cultivadores de café. Esta es la mejor recompensa y lo que más apreciamos.”* El mejor precio es ciertamente significativo, pero un estudio indica que los beneficios indirectos en términos de organización de los agricultores pueden ser incluso más importante⁹¹.

En segundo lugar, el Comercio Justo tiene impactos beneficiosos en el medio ambiente. Centrar la atención en los pequeños productores y el énfasis en las técnicas de producción sostenible, significa que la mayoría del café de Comercio Justo está cultivado a la sombra con todas las ventajas de la biodiversidad que esto ofrece sobre el café cultivado al sol. La pulpa de café, obtenida de la primera fase de procesamiento, se utiliza como abono para la

cosecha, con lo cual se evita la disminución de los niveles de oxígeno y la contaminación de los ríos.

En tercer lugar, el Comercio Justo predica con el buen ejemplo, lo cual representa una amenaza para las grandes firmas cafeteras. Al poner indirectamente en evidencia el hecho de que los agricultores que suministran al mercado principal reciben unos precios que ni tan siquiera cubren sus costes de producción, la misma existencia del movimiento de Comercio Justo ha supuesto un grave riesgo para la reputación de las compañías cuyos productos son muy susceptibles a las sensibilidades de los consumidores.

Tal como reconoce Kraft, *“Desde principios de los 90 han ido apareciendo un número cada vez mayor de organizaciones comerciales que ofrecen marcas de café bajo diversas etiquetas de “comercio justo” o “respeto al medio ambiente”, compitiendo con el comercio convencional de café con argumentos éticos. Puesto que la demanda de productos de “Comercio Justo”... hasta ahora es sólo moderada ... sólo ha creado algunos negocios menores, pero importantes problemas de imagen para la industria tradicional del café en su conjunto.”*⁹²

Inicialmente, las principales compañías cafeteras ponían muchas objeciones al término “Comercio Justo” debido a que esto implicaba que otros productos se comercializaban injustamente: Nestlé llegó a publicar un folleto en el que rebatía las reivindicaciones del Comercio Justo. Ello fue seguido por un cambio de actitud en la dirección *“si no puedes vencerlos, únete a ellos”* y por acciones por parte de algunas compañías para comprar un pequeño porcentaje de su café a productores de Comercio Justo, o como mínimo pagar un precio más alto que el del mercado.

Las empresas dicen ahora que sus líneas de Comercio Justo siguen siendo pequeñas porque la demanda es limitada, pero la demanda puede desarrollarse y ampliarse, como saben bien los propietarios de las principales marcas. Cuando se les da la opción, los consumidores optan cada vez más por la elección ética: a nivel mundial, las ventas de café de Comercio Justo crecieron un 12 por ciento⁹³ en 2001, en comparación con el crecimiento global del consumo de café de sólo un 1,5 por ciento.

El café tostado y molido de Comercio Justo representa ahora más de un 7 por ciento del café tostado y molido del Reino Unido, y cerca del 2 por ciento del mercado total de café. Cafédirect, una de las primeras marcas de Comercio Justo en la que Oxfam Internacional participa como inversor, ocupa ahora el sexto lugar en el mercado del café del Reino Unido, por delante de la marca italiana

Lavazza⁹⁴. En los últimos tres años, más de 140 empresas han empezado a vender productos certificados de Comercio Justo en Estados Unidos a través de una red nacional que se estima en 10.000 tiendas en toda la nación: el crecimiento del mercado fue del 36 por ciento sólo en 2001.

Las principales críticas al Comercio Justo provienen de aquellos economistas que creen que los altos precios que ofrece llevan a los agricultores a quedarse en la producción de café, exacerbando con ello la sobreproducción a largo plazo, en lugar de mejorar su situación económica buscando otras alternativas. Oxfam Internacional cree que, tanto si el Comercio Justo puede aplicarse al mercado principal como si no, la falta de alternativas y la ausencia de mecanismos de protección por parte de los gobiernos hacia sus pequeños productores, hacen que el Comercio Justo sea una iniciativa totalmente justificable y apropiada para paliar el coste humano de los rigores del mercado libre.

A pesar de su éxito, será imposible que el Comercio Justo ofrezca por su cuenta una solución a la crisis, debido al desequilibrio entre la producción y la demanda. Esto no significa que las compañías principales no puedan comprometerse a comprar café de Comercio Justo: pueden y deben. No obstante, esto significa que también es necesario adoptar iniciativas más amplias para solucionar los desequilibrios actuales en el mercado principal.

Las marcas de especialidades consiguen un alto valor

Algunos países productores se han beneficiado del mercado de especialidades dando una marca al café de calidad de su país o sus regiones, y han conseguido con éxito crearse un nombre y un mercado. Jamaica ha cultivado su marca de café “Blue Mountain” y la India su “Monsooned Malabar”, ambos muy apreciados. Colombia se esgrime como otro ejemplo exitoso en este aspecto: su gran inversión en la comercialización, junto con la oferta de servicios complementarios a los agricultores, ha producido un café de calidad que se vende a un precio superior al nominal bajo las marcas Juan Valdez y Café de Colombia. Pero incluso este éxito atraviesa momentos difíciles. A medida que han ido disminuyendo los ingresos por el café, las autoridades del café de Colombia han tenido que reducir los gastos de comercialización de Juan Valdez.

¿Corriendo hacia la misma salida?

Que existan iniciativas para ayudar a los productores a situarse en el segmento alto del mercado tiene sentido, puesto que esta es la parte del mercado de los países ricos que está creciendo. No obstante, es vital que las compañías y los gobiernos – tanto de países consumidores como productores – asuman que ésta sólo puede ser una parte de una solución más general.

No todos los productores pobres pueden pasar al extremo alto del mercado de las especialidades de cafés arábica. Si demasiados productores intentan pasar a este segmento del mercado, dejará de ser un mercado especial capaz de ofrecer unos precios altos. No se solucionarán los problemas sistemáticos que afectan a millones de agricultores apoyando simplemente a los productores del mercado de cafés especiales. El problema de que todo el mundo busque la misma salida – algo conocido en economía como la “falacia de la composición” – ha sido una característica de los productos básicos durante décadas, que no ha sido abordada con la suficiente contundencia por parte de las instituciones internacionales.

El Banco Mundial y el Fondo Monetario Internacional (FMI) han contribuido a la crisis del café, también aquí, por no advertir a los países productores del impacto de una mayor producción sobre los precios mundiales. El Banco Mundial dispone de un departamento dedicado a seguir y predecir los precios mundiales de los productos básicos,⁹⁵ pero las previsiones son siempre demasiado optimistas, con lo cual se dan señales engañosas a los países productores acerca de la mejora del mercado en el futuro. El Banco Mundial y el FMI han elaborado recientemente un informe donde se estima que la pérdida de ingresos por exportaciones debido a la reducción de los precios de los productos básicos podría ascender hasta el 1,5 - 2 por ciento del PIB para los 24 Países Pobres Altamente Endeudados durante 2000 y 2001.⁹⁶ También han realizado un llamamiento a los países donantes para que aporten fondos adicionales destinados a nivelar los pagos a los países que sufren fuertes impactos, como por ejemplo el derrumbamiento de los precios de los productos básicos. Los gobiernos donantes deben responder urgentemente al llamamiento aportando los fondos.

Además, una de las principales funciones de las instituciones financieras internacionales es advertir a los gobiernos prestatarios acerca de los riesgos e inconvenientes de aumentar la producción, así como sugerir estrategias alternativas. No obstante, no han

acertado nunca a hacerlo. En Burundi, por ejemplo, donde el café representa el 80 por ciento de los ingresos por exportaciones, el Banco Mundial emitió recientemente un informe que no identificaba el riesgo de la enorme dependencia de Burundi del café, a pesar de que había toda una sección que discutía otros riesgos potenciales⁹⁷; otro de sus informes identifica al café como “una fuente de crecimiento”⁹⁸.

De manera similar, en Etiopía, la valoración conjunta del Documento Provisional de Estrategias de Reducción de la Pobreza (PRSP en sus siglas inglesas) preparado por el FMI y el Banco Mundial, ni siquiera comenta el problema de la excesiva dependencia del café, a pesar de que en los planes del gobierno para el “Desarrollo Agrícola hacia la Industrialización” no había ninguna mención a ello⁹⁹.

No hay excusa para la inercia

Las principales compañías tostadoras no han sabido abordar la rutina de bajos precios y baja calidad en que se encuentra el mercado del café, exponiéndose ellas mismas a un riesgo que afecta a la base del negocio. Algunas han adoptado medidas *ad-hoc* y limitadas para mejorar la calidad y abordar los problemas medioambientales, pero son claramente insuficientes para el grado de iniciativa requerido para abordar la crisis. Es llamativo el contraste con la energía política desplegada por las compañías ricas y los gobiernos buscando avances en los “nuevos temas” de inversiones y reglas de competencia, en la próxima ronda de conversaciones de la Organización Mundial del Comercio (OMC).

Solo Nestlé ha hablado claro sobre la necesidad de una estrategia coordinada e internacional para administrar el suministro del café. *“Nestlé está contra los precios bajos puesto que no sólo son malos para los agricultores sino también para el negocio de Nestlé... Por lo tanto Nestlé apoya iniciativas dirigidas a la mejor administración del suministro, reduciendo la inestabilidad y manteniendo los precios del café dentro de bandas de precios que faciliten un sustento satisfactorio a los productores y permitan el crecimiento del consumo. Esto incluye medidas similares al Acuerdo Internacional del Café”*.¹⁰⁰

Las compañías han tardado en reconocer que tienen que asumir sus responsabilidades para contribuir a solucionar la situación de los agricultores, y algunas aún niegan que ésto sea así. Algo ha empezado a cambiar a partir de la celebración en febrero de 2002 de una cumbre global de la Asociación Nacional del Café de EE.UU. Organizada bajo el título “En busca de soluciones globales”, la cumbre

identificó ocho opciones que las compañías podían tener en cuenta a la hora de abordar el problema. Las opciones incluían la formación de los agricultores sobre diversificación de cosechas, la negociación de contratos a largo plazo acordados de manera independiente entre las compañías tostadoras y los cultivadores, y mejorar opciones de accesibilidad, comodidad y calidad para los consumidores de café. El evento se vio afectado por una palpable falta de urgencia: la reunión de la junta directiva para discutir la prioridad de tres de estas ocho medidas tuvo lugar tres meses más tarde.

Aunque es verdad que no existen soluciones sencillas, su complejidad no es excusa para la inercia. El Banco Mundial advierte, *“si las tendencias actuales continúan tal como muchos predicen, la crisis del café puede evolucionar hacia una crisis social y medioambiental internacional.”*¹⁰¹ Para evitarlo se necesita un esfuerzo internacional concertado que reúna a todas las partes implicadas en el comercio del café, y también a organizaciones capaces de mostrar y poner sobre la mesa el coste que supone para el desarrollo. Los diferentes actores podrán asumir papeles diferentes y complementarios. Y lo que es más importante, ya es hora de que se impliquen las grandes compañías tostadoras de café y las empresas internacionales de intermediación líderes en el mercado.



Salir de la crisis: una estrategia para la acción



4. Salir de la crisis: una estrategia para la acción

La propuesta de Oxfam Internacional para que el mercado del café también beneficie a los más empobrecidos, precisa de la acción conjunta de muchos actores en cinco frentes distintos:

- Restablecer el equilibrio entre la producción y la demanda
- Restablecer la calidad y aumentar la productividad
- Subir los precios, recuperar un nivel de vida digno
- Retener y crear valor añadido en el producto
- Alternativas reales al desarrollo rural

Es necesaria una acción inmediata para superar la crisis económica, pero también son necesarias políticas y prácticas a largo plazo para ayudar a los agricultores durante la transición mientras el mercado vuelve a una situación de equilibrio.

Los gobiernos y las agencias multilaterales deben hablar claro, ahora, sobre la crisis del café. Deben conseguir apoyo político con el argumento de que la caída del precio del café y de otros productos básicos es una cuestión comercial vital – aunque el muy desregulado mercado del café no sea una cuestión básica para la OMC – y pedir a los países ricos que aborden este problema con el mismo vigor que abordan las inversiones y los servicios. También deben presionar a los gigantes del café para que demuestren una responsabilidad social corporativa e interés comprometiéndose en la resolución de la crisis.

Restablecer el equilibrio entre la producción y la demanda

Como acción inmediata, los gobiernos y las compañías deben comprometerse a financiar la destrucción de 5 millones de sacos del café de peor calidad almacenado actualmente en los países importadores. Esto implicaría un coste aproximado de 100 millones de dólares. Esta acción enviaría una señal inmediata al mercado que, según el análisis económico realizado por la Organización Internacional del Café, podría llevar a una subida de los precios del 20 por ciento sobre los precios promedios de 2000/01, lo cual representaría unos ingresos por exportación adicionales de entre 700 y 800 millones de dólares para los países productores de café.¹⁰²

Las compañías tostadoras pueden hacer mucho más de lo que aceptan como su papel: ampliar y desarrollar el mercado del café. Su actuación en este aspecto ha sido catastrófica: han sufrido importantes pérdidas de cuota en el mercado de las bebidas en países ricos como EE.UU. Podrían prestar mucha más atención a desarrollar nueva demanda de consumo en mercados emergentes, en lugar de luchar por su cuota en el mercado tradicional de EE.UU. y Europa.

A largo plazo se necesitará mucha más colaboración entre los diferentes actores para encontrar mecanismos basados en el mercado que eviten que la oferta y la demanda se desequilibren. Esto requerirá un liderazgo internacional para aunar a todas las partes. El pacto resultante debe incluir la intervención del mercado para poder controlar la oferta.

Restablecer la calidad y aumentar la productividad

Restablecer la calidad es básico para recuperar el valor del grano de café. La propuesta más significativa dirigida a solucionar la crisis a escala internacional es el Plan de Mejora de la Calidad del Café de la OIC, que debe ponerse en marcha a finales de 2002 y que pretende prohibir la exportación de café que no tenga una calidad mínima.

Si este plan se aplicara en su totalidad, podría eliminarse del mercado internacional entre el 3 por ciento y el 5 por ciento de todo el café producido y terminar con la actual espiral destructiva de incentivos a la baja calidad. El plan necesita apoyo financiero, especialmente para evaluar el impacto que tendrá en los agricultores y en los países pobres, y deberá garantizar que se da apoyo a los pequeños cultivadores del café de más baja calidad, en especial a los agricultores con limitaciones tecnológicas y a los países con unos mercados internos limitados.

Los pequeños agricultores tienen a menudo el potencial para producir café de muy buena calidad, porque pueden ser más cuidadosos a la hora de recoger las cerezas maduras que los operarios de plantaciones más grandes y mecanizadas. Pero hay muchos otros factores determinantes de la calidad para los cuales los pequeños agricultores necesitan ayuda, así como estructuras que

garanticen que serán recompensados por la calidad que produzcan. Algunos ejemplos son: ayudar con buenas prácticas de procesamiento, ayudar con experiencias técnicas y de comercialización, y mejorar el poder de negociación a través de las organizaciones de productores.

Los países con mercados internos de café muy limitados necesitarán apoyo, porque no serán capaces de exportar su café de más baja calidad dentro del plan de la OIC, ni este excedente podrá ser fácilmente absorbido por los compradores nacionales.

El plan de calidad de la OIC es una iniciativa muy importante por parte de los países productores, pero no ha recibido todo el apoyo que necesita por parte de las compañías tostadoras y los gobiernos de los países consumidores. Su apoyo – mediante la gestión de compras y la importación controlada – será esencial para que el plan tenga éxito en el ámbito comercial.

Resulta necesario incrementar la productividad de los agricultores que se sitúan en el nivel más bajo, por ejemplo, los agricultores de robusta en ciertos países subsaharianos. Sin embargo, cualquier ayuda gubernamental en esta dirección debería ser cauta para no incrementar el problema de la sobreoferta. Los incrementos de la productividad, empleando menos terreno para producir la misma cantidad de café que antes, pueden dar como resultado liberar campo o recuperarlo para usos alternativos, dando a los cultivadores más opciones sin incrementar la sobreoferta.

Un ejemplo de lo que se puede hacer es el programa emprendido por la Autoridad para el Desarrollo del Café de Uganda (ADCU), que ofrece plántulas gratis de un híbrido de café más productivo, una iniciativa que ya está acreditada por haber ayudado a hacer de los cultivadores ugandeses los más productivos de África. La ADCU dispone de unos 1.000 semilleros y espera distribuir 30 millones de plántulas a los agricultores durante este año.

“El apoyo del gobierno ha ayudado mucho, porque se había llegado a un cuello de botella. Con unos precios del café tan bajos, los agricultores no podían permitirse comprar nuevas plantas. Pero tomarán las plantas si las consiguen gratis” comenta William Naggaga, de la ADCU.¹⁰³ La OIC y el Fondo Común para Productos Básicos también se han implicado en proyectos para ayudar a los agricultores con el control de las pestes, un gran problema que afecta a los ingresos de los agricultores cuando éstos ya están en una situación insostenible.

De la misma manera, algunas compañías han ofrecido fondos para ayudar a mejorar la calidad. La donación de 1,5 millones de dólares realizada por Procter & Gamble a Technoserve y la donación de 500.000 dólares de Starbucks y la Fundación Ford a Oxfam América van dirigidas a ayudar a los agricultores a mejorar la calidad del café que producen. Para los agricultores que se benefician de estos planes las ventajas son considerables, pero las iniciativas aisladas de la filantropía corporativa no son suficientes para solucionar esta enorme crisis.

Subir los precios, recuperar un nivel de vida digno

Las compañías tostadoras deberían comprometerse a pagar unos precios que permitieran a los agricultores obtener unos ingresos decentes, y gestionar sus cadenas de suministro para garantizar que los agricultores pudieran obtener una parte mayor de los beneficios del mercado y ganar unos ingresos dignos. Unos ingresos que cubrieran sobradamente los costes de producción, con lo cual las familias serían capaces de cubrir sus necesidades de comida, educación básica, atención sanitaria y vivienda. Ya existen cálculos de estos costes – tanto compilados por las autoridades del café como por las mismas compañías – aunque difieren de país a país.

Existen dificultades para establecer estos costes para los pequeños agricultores, ya que muchas inversiones en granjas de este tipo no son en dinero, y los pequeños agricultores se enfrentan a unas estructuras de costes muy diferentes de las de los grandes propietarios. No obstante, estas dificultades no deberían ser una excusa para no actuar. En pocas industrias ni tan siquiera sería necesario discutir que se deben cubrir los costes de los productores, y en muy pocas industrias las compañías disfrutan del privilegio de tener una base de productores que seguirá produciendo año tras año aún con pérdidas.

Aunque los precios subieran, los agricultores seguirían estando expuestos al riesgo de las fluctuaciones en el precio. Para abordar este problema se ha creado un grupo de trabajo sobre sector privado que está bajo la tutela del Banco Mundial, y que pretende ayudar a los pequeños productores en relación con el problema de la inestabilidad de los precios. El grupo de trabajo reúne a instituciones de seguros y financieras de países tanto desarrollados como en vías de desarrollo, y actualmente está aplicando planes piloto en diversos países. La idea es ofrecer a los

agricultores instrumentos basados en el mercado para asegurar un precio mínimo para su café.

Como parte de este trabajo, se ha efectuado un estudio en Nicaragua para evaluar la demanda del servicio entre los productores. Los resultados han indicado que, incluso cuando los precios son muy bajos, los agricultores ven el valor de pagar una prima para garantizar un precio justo de mercado para su café en el futuro. Así, un agricultor pagaría una “prima de seguro” que le daría el derecho, pero no la obligación, de vender su café a un precio y en un momento previamente establecidos.

Retener y crear valor añadido

Para los agricultores, una de las pocas formas de añadir valor es procesar el café de tal forma que su calidad pueda ser demostrada. El café que haya sido descascarillado o despulpado obtiene un mejor precio, libra por libra, del que pueden obtener las cerezas sin procesar. Las inversiones a pequeña escala en la tecnología apropiada también pueden dar unos resultados significativos para los pequeños agricultores.

En Colombia, por ejemplo, la Federación del Café de Colombia ha desarrollado un procesador mecánico a motor portátil que elimina la pulpa de la cereza de arábica. Si estuviese disponible para los agricultores de todas las áreas rurales, éstos podrían añadir un valor significativo a su producto. Por supuesto que para que los cultivadores puedan recuperar los beneficios de tales inversiones, necesitan poder vender en un mercado que recompense la mejor calidad. Los gobiernos nacionales y los compradores (tanto nacionales como internacionales) tienen una importante responsabilidad a este respecto.

A escala nacional, para los países productores el reto de añadir valor es considerable. Este es un desafío que ha de ser abordado con urgencia, con el objetivo de incrementar el procesado en aquellos países. Añadir valor, a pesar de todo, no es sólo cuestión del procesado. Establecer marcas, la comercialización, el forjar nuevas rutas para el mercado y nuevas formas de conseguir clientes, todo esto forma parte del proceso de conseguir valor añadido, del cual los países productores necesitan conseguir una parte mayor.

Crear alternativas reales para el desarrollo rural

Es necesario que los países donantes apoyen cualquier plan factible que haya sido desarrollado por un país productor para reducir la producción de café y asistir a las familias más empobrecidas. Vietnam, por ejemplo, ha hablado recientemente de la necesidad de reducir la producción de algunos de sus cafés robusta de menor calidad que provocan pérdidas. Estos planes necesitarían apoyo para los costes de transición y diversificación, con un énfasis especial en las mujeres empobrecidas.

En general, los esfuerzos de diversificación han de ser vistos a la luz de las tendencias negativas en otros productos básicos. La adopción por parte de la comunidad internacional de una estrategia integrada sobre los productos básicos está muy retrasada.

Conclusión

El actual funcionamiento del mercado del café está causando miseria en todo el mundo en desarrollo. Los problemas que esto está generando a los agricultores y países pobres no pueden ser ignorados por más tiempo. Todo tiene un límite. El mercado del café ha de ser organizado de forma que beneficie tanto a las personas más empobrecidas como a los ricos.

Es preciso comprender los fracasos de las anteriores iniciativas de intervención del mercado para poder aprender la lección. Pero tampoco han de olvidarse las lecciones del presente. Pedir a la gente más empobrecida y sin recursos del mundo que negocie en un mercado libre con los más ricos y poderosos, da como resultado que el rico se hace más rico y el pobre se hace más pobre. Es necesaria la participación activa de todos los que intervienen en el negocio del café para invertir esta situación.

El próximo año es crítico. Los gobiernos de los países productores han acordado un plan que propone reducir la oferta de café incrementando su calidad. Esto sólo tendrá éxito si es respaldado por las compañías y los países ricos, y se complementa con medidas para abordar el subdesarrollo rural a largo plazo.

Recomendaciones

Un Plan de Rescate para el Café

Es necesario desarrollar un Plan de Rescate para el Café para que la oferta vuelva a adecuarse a la demanda, y para fomentar un desarrollo rural que garantice a los agricultores unas ganancias dignas que les permitan vivir del café.

El plan debe reunir a los principales actores del sector para superar la crisis actual y crear un mercado más estable.

En el plazo de un año y bajo los auspicios de la Organización Internacional del Café (OIC), el Plan de Rescate debería dar como resultado:

1. Las compañías tostadoras deberán garantizar que se paga a los agricultores un precio digno.
2. Las compañías tostadoras deberán comerciar sólo con café que cumpla con los estándares del Plan de Calidad de Café de la OIC.
3. La destrucción de al menos cinco millones de sacos de café, como medida inmediata, financiada por las compañías tostadoras y gobiernos consumidores.
4. La creación de un fondo de diversificación para ayudar a los agricultores pobres a cambiar a sustentos alternativos.
5. El compromiso por parte de las compañías tostadoras de comprar gradualmente mayores volúmenes de café directamente de los productores, bajo condiciones de Comercio Justo. En el plazo de un año esto debería concretarse en un dos por ciento de su volumen total de compra, con los subsiguientes incrementos anuales.

El Plan de Rescate debería actuar como un plan piloto de una Iniciativa de Gestión de los Productos Básicos a largo plazo, para mejorar los precios de los productos básicos y ofrecer medios de vida alternativos a los agricultores.

Los resultados deberían incluir:

1. Los gobiernos de los países productores y consumidores deberían establecer mecanismos para corregir el desequilibrio entre oferta y demanda, y

asegurar precios razonables a los productores.

Los agricultores deben estar adecuadamente representados en dichos planes.

2. Cooperación entre gobiernos productores para impedir la entrada en el mercado de más productos básicos que los que puedan ser vendidos.
3. Dar apoyo a los países productores para que puedan incorporar mayor valor añadido a sus productos básicos.
4. Financiación generosa de los países donantes para reducir la dependencia de los agricultores de los productos básicos agrícolas.
5. Acabar con la política de dobles raseros de la UE y EE.UU. en el comercio agrícola, que está limitando las opciones para los países en vías de desarrollo.
6. Las compañías deberían pagar un precio decente por los productos básicos (por encima de los costes de producción).

El Plan de Rescate para el Café sólo tendrá éxito si todos los que intervienen en el mercado del café se implican activamente. Las siguientes recomendaciones incluyen elementos de lo que cada grupo puede hacer para que funcione.

Compañías cafeteras

Compañías tostadoras – Kraft, Nestlé, Procter & Gamble y Sara Lee

1. Garantizar un precio digno a los agricultores.
2. Destinar unos recursos significativos a paliar la crisis del café (incluyendo una contribución financiera a paquetes de ayuda para hacer frente a la crisis).
3. Etiquetar los productos de café en función de su calidad.

4. Comprometerse a comprar volúmenes crecientes de café directamente de los productores, bajo condiciones de Comercio Justo. En el plazo de un año esto debería suponer un dos por ciento de su volumen total de compra, con posteriores aumentos graduales y significativos determinados anualmente por el movimiento de Comercio Justo.
5. Presionar al Gobierno de EE.UU. para que se reincorpore a la OIC.
6. Adoptar compromisos claros, y verificables de manera independiente, para respetar los derechos de los inmigrantes y los temporeros, incluyendo el respeto a las Convenciones de la OIT.

Minoristas del café (supermercados y cafeterías)

1. Exigir a los suministradores que el café que venden se pague a un precio digno a los productores.
2. Promocionar las marcas y productos de café de Comercio Justo.
3. Insistir para que los productos de café estén etiquetados según su calidad.
4. Starbucks debe hacer públicas las conclusiones sobre la viabilidad comercial de sus directrices sobre adquisición de café.

Gobiernos e Instituciones

Organización Internacional del Café (OIC)

1. Organizar, junto con Naciones Unidas y el Banco Mundial, una conferencia de alto nivel sobre la crisis del café para febrero/marzo de 2003, presidida por James Wolfensohn y Kofi Annan, especificando que la participación está condicionada a la voluntad y la posibilidad de asumir compromisos concretos.
2. Trabajar con los países productores, organizaciones de Comercio Justo y compañías tostadoras para definir unos ingresos dignos para los productores.
3. Instrumentar el plan de calidad, precedido por una evaluación del impacto sobre los pequeños agricultores.

Banco Mundial

1. Identificar el apoyo del Banco Mundial a los países productores para gestionar el impacto a corto plazo del hundimiento del precio del café, incluyendo en el ejercicio del Documento Estratégico para la Reducción de la Pobreza (PRSP) consideraciones sobre desarrollo rural. El Banco Mundial y el FMI deberán desarrollar una estrategia integrada a largo plazo para afrontar el problema de los productos básicos.
2. Continuar revisando el proceso de la Iniciativa HIPC a la luz de la previsible reducción de los ingresos por exportaciones como resultado de la caída de los precios de los productos básicos, y asegurar que cualquier país que sufra una significativa caída en los precios de los productos básicos en algún momento entre los Puntos de Decisión y Realización de la Iniciativa HIPC, recibe automáticamente un alivio adicional de su deuda una vez alcanzado el Punto de Realización, para así asegurar que está dentro del objetivo establecido de 150 por ciento de su deuda / exportación.
3. Contribuir a la celebración de una gran conferencia internacional sobre el café con la presencia de Naciones Unidas (UNCTAD) y la OIC, para febrero/marzo de 2003.

Conferencia de Naciones Unidas para el Comercio y el Desarrollo (UNCTAD)

1. Desarrollar una estrategia integrada a largo plazo para abordar el problema de los productos básicos.
2. Contribuir a la celebración de una gran conferencia internacional sobre el café con la presencia de Naciones Unidas, la OIC y el Banco Mundial, para febrero/marzo de 2003.

Gobiernos de los países productores

1. Cooperar con todos los demás actores para acabar con la entrada en el mercado de más productos básicos de los que puedan ser vendidos.
2. Colocar la cuestión de la diversificación en el centro de las estrategias de reducción de la pobreza.
3. Ofrecer apoyo a los agricultores que tengan que abandonar el mercado del café, incluyendo atención a las mujeres productoras de café.
4. Afrontar las necesidades más inmediatas de servicios adicionales a los agricultores rurales, incluyendo:
 - Información técnica y de comercialización.
 - Planes de créditos y servicios de gestión de la deuda.

Estos servicios complementarios deberían prestar una atención particular a las necesidades de las mujeres productoras.

5. Sancionar las prácticas comerciales de competencia desleal que afectan a los pequeños agricultores.
6. Evaluar el impacto del Plan de Calidad de la OIC sobre los pequeños productores, especialmente sobre las mujeres.
7. Proteger los derechos de los trabajadores temporales y de los de las plantaciones, asegurando que se elabora y aplica legislación laboral conforme a las Convenciones fundamentales de la OIT. Se debe prestar especial atención a los derechos de las mujeres trabajadoras.
8. Promover las asociaciones y empresas de pequeños productores para fortalecer a los agricultores pobres en los mercados nacionales del café.

Gobiernos de los países consumidores

1. Ofrecer apoyo político y financiero para abordar la sobreproducción, incluyendo:
 - Apoyo y ayuda financiera al Plan de Calidad de la OIC, incluyendo el control de calidad del café que entra en sus mercados desde cada país productor y hacer pública esta información con rapidez.

- Eliminación de los aranceles que aún se aplican.
 - Destrucción de las existencias de café de más baja calidad.
2. Respaldar a la OIC como el foro donde productores y consumidores pueden afrontar la crisis del café.
 3. Aumentar la aportación de fondos para el desarrollo rural y la ayuda de cooperación internacional.
 4. Ofrecer incentivos a las compañías tostadoras para que transfieran tecnología y realicen una parte mayor del procesamiento que añade valor al producto en los países en vías de desarrollo.

Consumidores

1. Comprar más café de Comercio Justo.
2. Pedir a los detallistas que tengan (más) productos de Comercio Justo.
3. Exigir que las compañías adopten políticas de precios que garanticen unos ingresos dignos a los agricultores.
4. Pedir un mejor etiquetado sobre el origen del café por parte de las compañías tostadoras/detallistas
5. Pedir a los gestores de los fondos de pensiones que planteen estas cuestiones

Inversores

1. Animar a las compañías tostadoras a adoptar planes de gestión de la cadena de suministro y políticas de precios que paguen por encima de los costes de producción, y a proteger los derechos laborales de los trabajadores del café, en interés de la sostenibilidad a largo plazo del mercado del café.
2. Expresar a las compañías cafeteras en las que inviertan que la mejora de las condiciones de vida de los agricultores empobrecidos será el criterio que tendrán en cuenta cuando evalúen la gestión de riesgos sobre cuestiones de precios y gestión de la cadena de suministro.

Notas

- ¹ Informe del Deutsche Bank, 'Soluble Coffee: A Pot of Gold', 2 de mayo de 2000
- ² Investigación de Oxfam Internacional en Uganda, febrero de 2002
- ³ 'Bitter Coffee: How the Poor are Paying for the Slump in Coffee Prices', mayo de 2001, Oxford: Oxfam Internacional (disponible en inglés y en español)
- ⁴ Fuente: FAO, OIC y Banco Mundial 1997-98
- ⁵ Oxford Analytica Latin America Daily Brief, 19 de junio de 2002
- ⁶ Investigación de Oxfam Internacional en Brasil, febrero de 2002
- ⁷ Business India, mayo de 2002
- ⁸ Investigación de Oxfam Internacional en la provincia de Dak Lak, abril de 2002, e investigación de ICARD
- ⁹ Entrevistas recopiladas por Oxfam América, mayo de 2002
- ¹⁰ Dow Jones newswires 29 de mayo de 2001
- ¹¹ Investigación de Oxfam Internacional en Etiopía, abril de 2002
- ¹² Dow Jones: 'Lower Coffee Prices, Drought Leave 30,000 Hondurans Hungry', 25 de marzo de 2002
- ¹³ Oxford Analytica, Daily Brief, 'Central America, The Coffee Crisis', 19 de junio, 2002
- ¹⁴ Investigación de Oxfam Internacional en Uganda, febrero de 2002
- ¹⁵ Declaración de la Red de Información Regional Integrada, NN.UU. Nairobi, 23 de enero de 2002
- ¹⁶ 'The Coffee Market: A Background Study', 2001, Oxford: Oxfam Internacional
- ¹⁷ 'The Coffee Crisis in Perspective', Panos Varangis y Bryan Lewin, Banco Mundial, 9 de marzo de 2002
- ¹⁸ Oxford Analytica, Latin America Daily Brief, 19 de junio de 2002
- ¹⁹ Business India, mayo de 2002
- ²⁰ Se ha cambiado el nombre para proteger la identidad
- ²¹ 'Managing the Competitive Transition of the Coffee Sector in Central America', documento de discusión preparado por USAID, Banco Mundial e IADB, para el encuentro regional de trabajo sobre la crisis del café y su impacto en América Central, Antigua, Guatemala, 3-5 de abril de 2002
- ²² De 1999/00 a 2000/01, según la OIC
- ²³ Autoridad para el Desarrollo del Café de Uganda, citada por la agencia de noticias AFP el 10 de junio de 2002, desde Kampala, Uganda.
- ²⁴ De 1999/00 a 2000/01, según la OIC
- ²⁵ Datos del Banco Mundial
- ²⁶ Comentarios extraídos de entrevistas y declaraciones durante la conferencia sobre el café en América Central, 3-5 de abril, celebrada por IADB, Banco Mundial y USAID
- ²⁷ Commodity exchange web, Government Aid Factsheet, actualizado 15 de enero, 2002
- ²⁸ Ibid
- ²⁹ Ibid
- ³⁰ Datos correspondientes a periodos de cosecha; el último se refiere a 2000/01
- ³¹ FO Licht: Estimación de la producción mundial de café
- ³² Asociación de Países Productores de Café y Oxford Analytica
- ³³ 'Bumper Brazilian crop prompts fear of glut', Financial Times, 7 de junio de 2002
- ³⁴ Figurará en los datos sobre producción en Brasil para la cosecha 2002/03
- ³⁵ Entrevista con Oxfam Internacional, primavera de 2002
- ³⁶ Economic Research Service USDA, Agricultural Outlook, marzo de 1999
- ³⁷ Datos de la Organización Internacional del Café, expresados en términos nominales
- ³⁸ Estos porcentajes ajustan el precio del grano verde teniendo en cuenta la pérdida de peso, de manera que sea comparable con el precio de venta
- ³⁹ Investigación de Oxfam Internacional en Perú, febrero de 2002
- ⁴⁰ Investigación realizada por Karen St Jean Kufuor, consultor y economista experto en materias primas
- ⁴¹ 'Sustainable Coffee Survey of the North American Speciality Industry', Daniele Giovannucci, junio de 2001
- ⁴² Informe del Deutsche Bank: 'Soluble Coffee: A Pot of Gold?', 2 de mayo de 2000
- ⁴³ Este beneficio se calcula una vez deducidos gastos de funcionamiento tales como comercialización, salarios y procesado
- ⁴⁴ Los márgenes se refieren a beneficio de funcionamiento, antes de intereses e impuestos
- ⁴⁵ Resultados financieros de los 9 meses hasta marzo de 2002 del año fiscal 2002
- ⁴⁶ Ibid.
- ⁴⁷ Citado en 'Who Gains When Commodities are De-commodified?' R. Fitter & R. Kaplinsky, IDS, 2001
- ⁴⁸ 'Raising Nestlé price target to SFr410', investigación de Morgan Stanley sobre la equidad para los productores de alimentos, 12 de febrero de 2002
- ⁴⁹ Facilitado por Nestlé a Oxfam Internacional, 18 de julio de 2002
- ⁵⁰ 'Coffee Markets in East Africa: Local Responses to Global Challenges or Global Responses to Local Challenges', Stefano Ponte, Centre for Development Research Working Paper 01.5 Copenhagen, septiembre de 2001
- ⁵¹ Entrevista con Oxfam Internacional en Cincinatti, 11 de junio de 2002
- ⁵² Facilitado por Nestlé a Oxfam Internacional, 18 de julio de 2002
- ⁵³ Natural: café arábica en el que los granos se separan de las cerezas secándolas al sol, y después se descascarillan. Puede tener un sabor más fuerte que el café lavado, en el que se quita la pulpa a la cereza y se fermentan los granos antes del descascarillado.
- ⁵⁴ 'Managing the Competitive Transition of the Coffee Sector in Central America', documento de discusión preparado por USAID, Banco Mundial e IADB, para el encuentro regional de trabajo sobre la crisis del café y su impacto en América Central, Antigua, Guatemala, 3-5 de abril de 2002
- ⁵⁵ 'The Coffee Crisis in Perspective', Panos Varangis y Bryan Lewin, Banco Mundial, 9 de marzo de 2002
- ⁵⁶ 'Germany, Market Strength', Bernhard Benecke, Coffee and Coca International, junio de 2000
- ⁵⁷ Investigación de Oxfam Internacional en Uganda, febrero de 2002
- ⁵⁸ Kraft Foods Third World Engagement, 'Presentation of Activities in Three Different Countries', documento entregado a Oxfam en una reunión del 8 de abril de 2002
- ⁵⁹ Ibid.
- ⁶⁰ FO Licht International Coffee Report, 18 de abril de 2002, 'Market Overview', de Peter Buzzanell
- ⁶¹ Gráficos de ACPC
- ⁶² 'Managing the Competitive Transition of the Coffee Sector in Central America', documento de discusión preparado por USAID, Banco Mundial e IADB, para el encuentro regional de trabajo sobre la crisis del café y su impacto en América Central, Antigua, Guatemala, 3-5 de abril de 2002
- ⁶³ FO Licht International Coffee Report, 18 de abril de 2002. Market Overview de Peter Buzzanell
- ⁶⁴ 'Natural Enemies, Natural Allies', P.S. Baker, J. Jackson, S. Murphy
- ⁶⁵ Presentación del Banco Mundial sobre el café, para la Asociación del Café, 2002
- ⁶⁶ Investigación de Oxfam Internacional en Etiopía, abril de 2002
- ⁶⁷ 'Dealing with Commodity Price Volatility in Developing Countries', International Task Force on Commodity Risk Management in Developing Countries, Banco Mundial, 1999
- ⁶⁸ 'New World Bank Reports Confirm that the HIPC initiative is failing', Romily Greenhill, Jubilee abril de 2002
- ⁶⁹ Datos de la OIC
- ⁷⁰ FAO Consultation, 'Back to Office Report by World Bank Officials', marzo de 2002
- ⁷¹ Tea and Coffee Trade Journal, diciembre de 2001
- ⁷² Datos facilitados por la Federación Europea del Café. La UE ha permitido recientemente una cuota para café soluble con una tasa del 0 por ciento hasta un volumen máximo. Brasil se beneficia de una gran parte de esta cuota.

Investigación

- ⁷³ 'Coffee Markets in East Africa: Local Responses to Global Challenges or Global Responses to Local Challenges', Stefano Ponte, Centre for Development Research Working Paper 01.5 Copenhagen, septiembre de 2001
- ⁷⁴ Investigación de Oxfam Internacional en Perú, febrero de 2002
- ⁷⁵ 'Coffee Markets in East Africa: Local Responses to Global Challenges or Global Responses to Local Challenges', Stefano Ponte, Centre for Development Research Working Paper 01.5 Copenhagen, septiembre de 2001
- ⁷⁶ 'Quality, Marketing Structure and Farmer Remuneration in Cocoa and Coffee', seminar paper, Christopher Gilbert, ESI & FEWEB, Vrije Universiteit, Amsterdam, abril de 2002
- ⁷⁷ Ibid.
- ⁷⁸ Investigación de Oxfam Internacional en Honduras, marzo de 2002
- ⁷⁹ Investigación de Oxfam Internacional en Etiopía, abril de 2002
- ⁸⁰ Entrevistas realizadas por Oxfam en Dak Lak, Buonson y CuMgar, mayo de 2002
- ⁸¹ Investigación de Oxfam Internacional en Perú, febrero de 2002
- ⁸² Investigación de Oxfam Internacional en Etiopía, abril de 2002
- ⁸³ Entrevistas recopiladas por Oxfam América en la conferencia SCAA, mayo de 2002
- ⁸⁴ 'Aid To Agriculture', OCDE, diciembre de 2001
<http://www.oecd.org/pdf/M00029000/M00029854.pdf>
- ⁸⁵ Declaración de IFAD en la Conferencia Internacional de Finanzas para el Desarrollo, México, marzo de 2002 (IFAD website)
- ⁸⁶ 'Cambiar las Reglas. Comercio, Globalización y Lucha contra la Pobreza', abril de 2002, Oxford: Oxfam Internacional
- ⁸⁷ Ibid
- ⁸⁸ 'An Oversupply of Coffee Beans Deepens Latin America's woes', Peter Fritsch, Wall Street Journal, 8 de julio de 2002
- ⁸⁹ 'Connoisseurs Lift Coffees to Vintage Status', Adrienne Roberts y Andrew Bounds, Financial Times, 5 de julio de 2002
- ⁹⁰ Precio acordado establecido por FLO
- ⁹¹ Estudio de NRI/DFID sobre Comercio Justo
- ⁹² Kraft Foods y Third World Engagement
- ⁹³ Dato facilitado por FLO, basado en los volúmenes de venta de café con sello
- ⁹⁴ Datos de DataMonitor, marzo de 2002
- ⁹⁵ Es parte del trabajo sobre Perspectivas de Desarrollo llevado a cabo por el Banco Mundial. Ver: <http://www.worldbank.org/prospects/indexold.htm>
- ⁹⁶ 'The Enhanced HIPC Initiative and the Achievement of Long-term External Debt Sustainability', documento del Banco Mundial para las reuniones de primavera, 2002
- ⁹⁷ 'Burundi Transitional Support Strategy', Banco Mundial, febrero de 2002
- ⁹⁸ 'Burundi: An interim strategy 1999-2001', Banco Mundial, julio de 1999
- ⁹⁹ 'Interim Poverty Reduction Strategy Paper', FMI y AID Joint Staff Assessment, enero de 2001
- ¹⁰⁰ 'Low Coffee Prices: Causes and Potential Solutions', presentación de Nestlé al CSR europeo, 12 de julio de 2002
- ¹⁰¹ 'The Coffee Crisis in Perspective', Panos Varangis y Bryan Lewin, Banco Mundial, 9 de marzo de 2002
- ¹⁰² Basado en un modelo del Prof. Christopher Gilbert, quien asume un aumento de 2 centavos/lb en el precio compuesto de la OIC por cada millón de sacos retirados. Análisis realizado en 2001. Los datos de Oxfam se basan en un coste de 15 centavos/lb por la retirada de granos de muy baja calidad. Aumento de los ingresos por exportación, utilizando datos de la OIC, basados en la exportación de 84.189 millones de sacos de grano verde en 2000/01, y un precio compuesto de la OIC de una media de 47.84 centavos/lb, dando unos ingresos de 5.314 millones de dólares por exportación de grano verde durante 2000/01. Oxfam asume que los volúmenes de exportación se mantienen constantes en 2001/02, pero resta los 5 millones de sacos retirados. Esto daría unos volúmenes totales de grano verde para la exportación de 79.189 millones de sacos al nuevo precio de 57.84 centavos/lb, obteniendo unos ingresos por exportación de grano verde de 6.043 millones de dólares. El beneficio sería algo mayor si se incluye en el total de las exportaciones los 5 millones de sacos de café procesado desde los países productores.
- ¹⁰³ Investigación de Oxfam Internacional en Uganda, febrero de 2002

Casasbuenas, C. (2002) 'Café en Honduras: Crisis u Oportunidad?'

Crabtree, J. (2002) 'Entrevistas con cultivadores de café en Perú' (en español) y 'Entrevistas con miembros de la industria del café en Perú' (en inglés)

ICARD (2002) 'Impacts of Trade Liberalisation on Coffee Farmers in Dak Lak Province' (disponible a finales de 2002 en el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural de Vietnam)

INESA (2001) 'Le Café en Haiti: Situation Actuelle at Plaidoyer pour une Amélioration de la Situation Socio-economique des Producteurs' (disponible en inglés y en francés)

Jean-Kufuor, K.S. (2002) 'Coffee Value Chain'

Knight, P. (2002) 'Entrevistas con miembros de la industria del café en Brasil'

Mayne, R. (2002) 'The Coffee Crisis in Kafa Province of Ethiopia',

Oxfam (2001) 'The Coffee Market: A Background Study'

Oxfam Internacional (2001) 'Café Amargo: cómo están pagando los pobres la caída de los precios del café' (disponible en inglés y en español)

Pérez-Grovas, V., E. Cervantes y J. Burstein (2001) 'Case Study of the Coffee Sector in Mexico', Oxford: Oxfam

Sayer, G. (2002) 'Coffee Futures: The Impact of Falling World Prices on Farmers, Millers and Exporters in Uganda', Oxford: Oxfam

Programa de Oxfam con los productores de café

Oxfam Internacional proporciona más de 1,6 millones de dólares anuales como apoyo a una serie de programas de desarrollo en regiones productoras de café – en América Central, México y el Caribe, en América del Sur, en la zona del Cuerno y el Este de África, y en el Este de Asia. Estos programas pretenden mejorar la formación técnica y comercial de los productores pobres de café, y apoyar sus actividades de investigación, presión política y campañas, para fortalecer su posición en el mercado. También incluyen ayudas a los pequeños agricultores para que puedan diversificar su producción y mejorar la calidad de su café.

Oxfam Internacional trabaja en colaboración con el movimiento de Comercio Justo, que ha proporcionado beneficios significativos a los productores pobres de café en todo el mundo. Oxfam Internacional ha apoyado las redes de Comercio Justo que se han desarrollado en distintas regiones, con el objetivo de fortalecer a los productores y abordar la amplia agenda política en materia de comercio.

