

**Ojo en página 25 falta el
gráfico 2.1**

**Diagnóstico de la Competitividad de la
Industria del Café en Costa Rica**

Armando González J.

CEN 550

Setiembre 1998

Documento en proceso. Escrito por Armando González Jiménez, Consultor del CLACDS. Este trabajo busca estimular la reflexión sobre marcos conceptuales novedosos, posibles opciones de abordaje de problemas y sugerencias para la eventual puesta en marcha de políticas públicas, proyectos de inversión regionales, nacionales o sectoriales y de estrategias empresariales. No pretende prescribir modelos o políticas, ni se hacen responsables el o los autores ni el Centro Latinoamericano de Competitividad y Desarrollo Sostenible del INCAE de una incorrecta interpretación de su contenido, ni de buenas o malas prácticas administrativas, gerenciales o de gestión pública. El objetivo ulterior es acrecentar el nivel de discusión y análisis sobre la competitividad y el desarrollo sostenibles en la región centroamericana. El contenido es responsabilidad, bajo los términos de lo anterior, de CLACDS y no necesariamente de los socios contribuyentes del proyecto. Diciembre, 1997.

TABLA DE CONTENIDO

1. LA INDUSTRIA MUNDIAL DEL CAFÉ	1
1.1 HISTORIA DEL CAFÉ	1
1.2 SITUACIÓN ACTUAL DE LA INDUSTRIA MUNDIAL DEL CAFÉ	2
1.2.1. <i>Organización y funcionamiento</i>	2
1.2.2. <i>La producción mundial</i>	4
1.2.2.1. Centroamérica, el Caribe, México y Estados Unidos	5
1.2.2.2. Suramérica.....	6
1.2.2.3. Africa.....	6
1.2.2.4. Asia/Oceanía.....	7
1.2.3. <i>El consumo mundial</i>	8
1.2.4. <i>Regiones y países consumidores más importantes</i>	14
1.2.4.1. El consumo en Europa.....	16
1.2.4.2. El consumo en los Estados Unidos.....	16
1.2.4.3. Otros mercados.....	17
1.3 PERSPECTIVA INTERNACIONAL	18
2. HISTORIA Y EVOLUCIÓN DE LA INDUSTRIA DEL CAFÉ DE COSTA RICA	20
2.1 ASPECTOS HISTÓRICOS	20
2.1.1. <i>Desarrollo de las plantas de beneficiado</i>	26
2.1.2. <i>Evolución de la comercialización</i>	28
2.2 IMPORTANCIA ECONÓMICA Y SOCIAL DEL CAFÉ EN EL DESARROLLO DEL PAÍS	31
2.3 FACTORES QUE DETERMINARON EL ÉXITO DE LA INDUSTRIA EN EL PASADO	32
2.4 POSICIONAMIENTO DEL CAFÉ DE COSTA RICA EN EL MUNDO	34
2.4.1. <i>Estrategia de abastecimiento de los tostadores en países consumidores</i>	34
2.5 ESTRATEGIA COMPETITIVA ACTUAL.....	36
3. ANÁLISIS DEL SISTEMA AGROINDUSTRIAL DEL CAFÉ	37
3.1 DESCRIPCIÓN GENERAL DEL SISTEMA	37
3.1.1. <i>Aspectos de producción</i>	37
3.1.2. <i>Entrega del café al beneficio</i>	39
3.1.3. <i>Beneficiado</i>	40
3.1.4. <i>Venta al exportador</i>	42
3.1.5. <i>Función del exportador</i>	42
3.1.6. <i>Tostado, empaque y distribución</i>	43
3.2 CARACTERÍSTICAS DE LOS SECTORES PARTICIPANTES	43
3.2.1. <i>Sector productor</i>	43
3.2.1.1. Características del productor y concentración de la producción.....	44
3.2.1.2. Siembras y renovaciones.....	46
3.2.1.3. Variedades	46
3.2.1.4. Tipos de café cultivados.....	46
3.2.1.5. Productividad	47
3.2.1.6. El problema de la recolección	49
3.2.1.7. Sistema de recibo y pago al productor.....	50
3.2.1.8. Retos del sector productor	52
3.2.2. <i>Sector beneficiador</i>	52
3.2.2.1. Beneficios independientes	53
3.2.2.2. Beneficios ligados a compañías exportadoras.....	54
3.2.2.3. Beneficios cooperativos	54
3.2.2.4. El producto final del beneficio	55
3.2.2.5. Comercialización.....	56
3.2.2.6. Problemática del sector beneficiador	57
a. Baja rentabilidad.....	57
b. Desmejoramiento de la calidad	58
c. Disminución de la producción nacional	58

3.2.2.7.	Retos del sector beneficiador.....	58
3.2.3.	<i>Sector exportador</i>	59
3.2.3.1.	Manejo del riesgo de precios.....	60
3.2.3.2.	Generación de ingresos.....	60
3.2.3.3.	Concentración de empresas exportadoras e integración al beneficiado.....	61
3.2.3.4.	Grupos de empresas exportadoras.....	62
3.2.3.5.	Comercialización.....	62
3.2.3.6.	Calidades que Costa Rica vende a los mercados internacionales.....	63
3.2.3.7.	Problemas que enfrenta el sector exportador.....	64
3.2.3.8.	Retos del sector exportador.....	64
3.2.4.	<i>Sector de torrefacción</i>	65
3.2.4.1.	Exportación de café tostado.....	66
3.3.	ANÁLISIS DE LA ESTRUCTURA DE COSTOS E INVERSIONES QUE REQUIERE CADA SECTOR.....	67
3.3.1.	<i>Sector Agrícola</i>	67
3.3.2.	<i>Sector beneficiador</i>	72
3.4.	TOTAL DE INGRESOS.....	74
3.5.	GASTOS DIRECTOS.....	74
3.6.	UTILIDAD BRUTA.....	74
3.7.	GASTOS INDIRECTOS.....	74
3.8.	UTILIDAD NETA.....	74
3.3.3	<i>Sector exportador</i>	76
3.3.4	<i>Sector Torrefactor</i>	77
4.	EVALUACIÓN DEL CLIMA DE LA COMPETITIVIDAD.....	80
4.1	CONDICIONES DE LOS FACTORES DE PRODUCCIÓN.....	80
4.2	CONDICIONES DE LA DEMANDA.....	84
4.3	INDUSTRIAS RELACIONADAS Y DE APOYO.....	85
4.3.1.	<i>Empresas proveedoras de agroquímicos, materiales y maquinaria</i>	85
4.3.2.	<i>Centros de educación, capacitación, e investigación</i>	87
4.3.3.	<i>Servicios financieros</i>	87
4.3.4.	<i>Servicios básicos</i>	88
4.3.5.	<i>Servicios especiales</i>	88
4.3.6.	<i>Transporte</i>	88
4.3.7.	<i>Asociaciones gremiales</i>	89
4.3.8.	<i>El papel del Gobierno</i>	90
4.4	ESTRATEGIA, ESTRUCTURA Y RIVALIDAD DE LAS EMPRESAS.....	92
	GLOSARIO.....	95
	ENTREVISTAS REALIZADAS.....	97
	BIBLIOGRAFIA.....	99

1. LA INDUSTRIA MUNDIAL DEL CAFÉ

1.1 Historia del café

Nadie sabe con certeza cuándo ni adónde se descubrió el café, pero se dice que fue introducido en Arabia procedente de Abisinia antes del siglo X, y que se cultivó por primera vez en el siglo XIV. Se conoce con seguridad que en los siglos XV y XVI se producía intensivamente en el distrito Árabe de Yemen, y que el producto era tan lucrativo que los árabes prohibieron la exportación de sus semillas con el objeto de monopolizarlo. La historia demuestra que lo anterior no fue posible, y para mediados del siglo XVI el café se consumía en las ciudades de Medina y Meca, desde donde se extendió a Persia, Egipto, Siria, y Turquía.

Se dice que inicialmente el producto se utilizaba para masticar y preparar bebidas y licores de los frutos maduros, mientras que la práctica de tostar y preparar bebidas de los granos molidos fue descubierta en Persia, poco después de que el uso del café se había extendido por los países vecinos de Arabia. Rápidamente el café se hizo popular, y pronto aparecieron “casas de café” en muchas ciudades del cercano oriente, donde la gente llegaba a conversar y escuchar relatos de cuentos o música.

Durante la primera mitad del siglo XVII, el café se conoció en Europa gracias a los viajeros y comerciantes que regresaban del cercano oriente. Para la segunda mitad de ese siglo, la fama del café como bebida agradable y estimulante se extendió a través de Italia, Francia, e Inglaterra, y luego a Holanda, Alemania, Austria, Suecia y Dinamarca. En poco tiempo también se establecieron cientos de “casas de café” en Europa, que se convirtieron en los centros de vida social de la época.

En Europa, los holandeses fueron los primeros en experimentar con el cultivo exitosamente cuando en el siglo XVII plantaron café en sus colonias. En 1714, el Alcalde de Amsterdam le regaló unas matas al Rey Luis XIV de Francia, quien se interesó en enviar las semillas producidas a los territorios franceses de ultramar. Fue así como en 1723, un capitán de infantería de apellido De Clieu llevó dos arbustos a Martinica, que se reprodujeron con gran éxito. De esta siembra en América se propagaron las semillas que luego fueron enviadas a muchas islas de las Antillas y Centro y Suramérica. Hacia finales del siglo XVIII, el café ya era uno de los cultivos de exportación más rentables del Nuevo Mundo.

El café se convirtió, desde hace trescientos años, en una de las más importantes mercancías del comercio mundial. Hoy en día existen plantaciones en más de cincuenta países, situándose la mayoría entre el trópico de cáncer y el trópico de capricornio. El consumo se extiende alrededor de todo el mundo, siendo Norteamérica y Europa las principales regiones consumidoras.

1.2 Situación actual de la industria mundial del café

1.2.1. Organización y funcionamiento

En la industria mundial del café intervienen cinco participantes directos. Estos son: productores agrícolas, procesadores/almacenadores, exportadores, importadores y tostadores. El flujo del producto a través de la cadena agroindustrial se inicia con el productor, quien cultiva, cosecha, y vende el café al procesador/almacenador. Este lo procesa, almacena y vende al exportador, quien a su vez lo revende al importador o tostador en el mercado mundial. Cuando el café se destina al mercado doméstico, el procesador vende y entrega directamente al tostador local.

En el sector agrícola intervienen principalmente miles de pequeños y medianos agricultores, quienes entregan su cosecha al procesador que opera en la zona de producción. De esta forma, las plantas de proceso realizan una labor de aprovisionamiento o proveeduría de materia prima, directamente en las zonas productoras. Posteriormente, los procesadores venden y transfieren el producto a los exportadores, quienes usualmente se abastecen de varias plantas. En esta etapa se cumple una segunda ronda de concentración de volumen, pues la compañía exportadora aprovisiona y suministra materia prima en cantidades considerablemente mayores a las que manejan los procesadores. El exportador, por su parte, revende el producto al importador o directamente al tostador.

El sector importador generalmente se abastece de varios países con el objeto de ofrecer una variedad de tipos y calidades de café al tostador. Generalmente, los importadores manejan cantidades mayores que los exportadores.

Los exportadores e importadores, conocidos en la industria internacional como el “trade”, brindan muchos servicios a procesadores y tostadores. Los más importantes son: la mezcla y estandarización de partidas pequeñas que compran a muchas plantas procesadoras, el aprovisionamiento y proveeduría de grandes cantidades de materia prima para los tostadores, la ejecución de la logística de exportación, transporte, e importación, brindarle liquidez al mercado físico puesto que en todo momento compran y venden café, servir de medio informativo de lo que acontece en la industria, y responsabilizarse por la calidad del producto ante los tostadores.

La intermediación de café está dominada por cinco “trading companies” que manejan el 46% de las importaciones a nivel mundial. Estas empresas son: Neumann, Volcafé, Cargill, Esteve y ED&F MAN. El sector tostador también está muy concentrado pues cuatro empresas multinacionales, Nestle, Philip Morris, Sara Lee y Procter and Gamble, industrializan el 35% del café que se consume en el mundo, y el 46% de las importaciones globales.

Cuadro 1.1

**Concentración de comercializadores y tostadores a nivel mundial
con base en volumen de importaciones**

Comercializadoras			Tostadores		
Nombre	Sacos de 60 kgs.	%	Nombre	Sacos de 60 kgs.	%
Neumann	12 000 000	16,00	Nestle	12 500 000	16,67
Volcafé	9 800 000	13,06	Philip Morris	12 500 000	16,67
Cargill	5 000 000	6,67	Sara Lee	5 000 000	6,67
Esteve	4 500 000	6,00	Procter & Gamble	4 250 000	5,66
EDF-Man	3 000 000	4,00	Otros	40 750 000	54,33
Otros	40 700 000	54,27			
Total	75 000 000	100,00%		75 000 000	100,00%

Fuente: Vollcafé Group

El mercado de café se caracteriza por su volatilidad de precios, debido a las fuertes variaciones que constantemente se presentan en la producción mundial. Esta situación afecta a productores, tostadores e intermediarios. Estos últimos generalmente operan bajo condiciones riesgosas de precios, pues no solo compran y venden continuamente, sino que lo hacen cediendo el derecho de fijar los precios, a los productores y tostadores.

De esta manera, el intermediario debe asumir el riesgo de precios cuando sus vendedores o compradores lo decidan, debiendo cubrir la contingencia en la bolsa de futuros, lo cual en condiciones volátiles puede resultar inmanejable por el capital requerido para cubrir los márgenes y las pérdidas temporales de papel.

La volatilidad de precios y la dependencia económica que muchos países en vías de desarrollo tienen sobre el cultivo, han impulsado a políticos a tratar de intervenir el libre mercado, en procura de un flujo de dinero más estable para sus productores. Esta situación promovió la creación de un foro de cooperación entre los países productores e importadores en 1962, que se llamó la Organización Internacional del Café(OIC). Esta institución usualmente ha tenido como miembros a los más importantes países productores e importadores.

La OIC ha intervenido el mercado mediante la utilización de cláusulas económicas entre los países miembros, con el objeto de estabilizar las cotizaciones internacionales en un

rango entre los \$120 y \$140 por quintal. Esto ocurrió entre 1982 y 1989, lográndose mantener el precio en el nivel acordado. El sistema de cuotas se deshizo en julio de 1989, dado que los países productores e importadores no se pusieron de acuerdo en la necesidad de continuar controlando el mercado. En retrospectiva, pareciera claro que el precio meta que se fijó fue muy alto, lo que causaba una constante sobreproducción. La eliminación de las cláusulas económicas en la OIC provocó la liberación de los elevados inventarios mundiales que se acumularon en esos años, causando una drástica disminución en los precios que duró hasta principios de 1994.

En setiembre de 1993, una mayoría de países productores, liderados por Brasil, Colombia y Centroamérica, firmaron un acuerdo para constituir la Asociación de Países Productores de Café (APPC), e implementar un esquema para retener una parte de sus cosechas a partir del primero de octubre de 1993. La retención tenía como finalidad elevar los precios internacionales.

Para finales de 1993 e inicios de 1994, la oferta exportable se redujo y los inventarios mundiales comenzaron a descender, como consecuencia de cuatro años y medio de precios que apenas rondaban los \$75 por quintal. En los primeros meses de 1994, se produjo un repunte de casi un 60% en las cotizaciones del grano. En julio del mismo año, el precio es impulsado violentamente hacia el alza por dos heladas ocurridas en Brasil.

Unos días después de la segunda helada, el mercado llegó a \$240 por quintal. Después de este evento, y hasta finales de 1996, los precios internacionales se mantuvieron en un nivel cercano a los \$140 por quintal. A inicios de 1997, las cotizaciones sobrepasaron nuevamente los \$200, para luego ubicarse en un nivel cercano a los \$180 por quintal.

La APPC sigue vigente al día de hoy, a pesar de que cada vez es más difícil convencer a los países miembros de la eficacia de utilizar medidas artificiales para manipular los precios.

1.2.2. La producción mundial

La producción mundial de café está dividida en tres grandes grupos: Suaves o "Milds", Brasileños/Otros Arábigos, y Robustas. La categoría de los Suaves se compone de cafés de la especie arábigo procesados bajo el método conocido como "lavado", que preserva mejor la calidad pues el café es despulpado, lavado y secado inmediatamente después de la recolección. Este grupo recibe los mejores precios en el mercado internacional.

El grupo Brasileños y Otros Arábigos se caracteriza por ser, en su mayoría, café arábigo no lavado. Esto significa que el grano se procesa, seca y almacena con pulpa o cáscara exterior, y luego se pela antes de entregarlo al comprador. Este café se conoce como "natural", y es de inferior calidad que el del grupo anterior.

Los países que cultivan café de la especie robusta se clasifican bajo este nombre. Esta especie se distingue por su baja calidad de taza, razón por la cual se vende con un descuento importante en relación con el café del grupo Suaves.

Durante el período comprendido entre 1987 y 1991, la producción mundial estuvo en un nivel promedio de 99.5 millones de sacos de 60 kilos cada uno. Durante esos años, los

inventarios en los países productores aumentaron considerablemente pues el consumo mundial promedio fue de apenas 95 millones de sacos. A partir de la cosecha 1992-93 y hasta la cosecha 1995-96, la producción disminuyó a 94 millones de sacos por año, como consecuencia de los bajos precios que se registraron en el mercado internacional entre 1989 y 1994. Durante los cuatro años de bajas cosechas, el consumo mundial ascendió a un promedio de 98 millones de sacos por año, lo que causó una disminución significativa en los inventarios globales, al extremo de llegar al nivel más bajo desde el año 1980.

El siguiente cuadro muestra el balance de producción y consumo mundial de café para las cosechas comprendidas entre 1990-91 y 1997-98:

Cuadro 1.2

**Balance mundial de producción y consumo de café
en miles de sacos de café verde de 60 kgs.
Cosechas 1990/91 a 1997/98**

Cosecha	Producción	Consumo	Sobrante o Déficit
1990/91	100 181	94 564	5 617
1991/92	103 731	95 590	8 141
1992/93	92 888	96 364	-3 476
1993/94	93 303	100 432	-7 129
1994/95	98 178	98 145	33
1995/96	89 158	97 964	-8 057
1996/97*	99 300	99 600	-300
1997/98*	100 00	101 00	-1 000

(*) Estimación de Bernhard Rothfos

Fuente: USDA, F.D. Licht, Bernhard Rothfos

1.2.2.1. Centroamérica, el Caribe, México y Estados Unidos

Las principales zonas de producción del mundo son Centroamérica y el Caribe, Suramérica, Asia/Oceanía y África. La región de Centroamérica y el Caribe, incluidos México y Estados Unidos, ha tenido una producción bastante estable en los últimos seis años, aportando el 19% de la cosecha mundial. En este grupo destacan Guatemala y Costa Rica por la buena calidad de su café, y México por la cantidad que produce, pues aporta el 5% de la producción mundial.

México vende un 85% de su producción a Estados Unidos, debido a su cercanía geográfica, y también porque produce un café de calidad intermedia, que tiene mucha demanda en ese mercado. Sin embargo, recientemente se eliminó un arancel que recaía sobre el café mexicano en la Comunidad Europea, lo que aumentará la demanda Europea por el mejor café de ese país, pues se vende a un precio inferior que el de las primeras calidades centroamericanas.

El gobierno mexicano incorporó recientemente al café como uno de los nueve productos agrícolas básicos del país, con la intención de aumentar la producción en un 35% mediante el mejoramiento de variedades y prácticas culturales. Las perspectivas de producción en el resto de la región no son tan prometedoras. En el mejor de los casos, la producción centroamericana podría aumentar en los próximos años, debido a una mejor atención de las plantaciones en Guatemala, Honduras y Nicaragua.

Todos los países de Centroamérica cultivan café arábigo y utilizan el método de lavado en el procesamiento. El café de esta región tiene mucha demanda en Europa y Estados Unidos, para ser utilizado en mezclas de buena calidad.

1.2.2.2. *Suramérica*

La región de Suramérica produce el 42% del café del mundo, no obstante, hace unos años contribuía con casi la mitad. En los últimos seis años, la producción de esta región ha sido muy errática debido a diversos problemas en Brasil y Colombia, países que destacan como los productores más grandes del mundo. Brasil es el líder en volumen mientras que Colombia está en segundo lugar. El café de Colombia es reconocido internacionalmente como de muy alta calidad, debido a la estrategia publicitaria de diferenciación que la Federación Colombiana de Cafeteros ha implementado. La calidad del café de Colombia se compara con la del café de Costa Rica que se produce en la Meseta Central a una altura entre los 800 y 1200 metros sobre el nivel del mar. La mayoría del café de Brasil es del tipo natural o no lavado, mientras que Colombia produce arábigos lavados.

Brasil ha perdido importancia como exportador mundial pues su producción se ha mantenido estable, con excepción de la cosecha afectada por la helada de 1994, mientras que su consumo interno ha aumentado considerablemente pasando de 8.5 millones de sacos de 60 kilos en 1991-92, a casi 11 millones en 1996-97. La reducción en la oferta exportable de Brasil ha contribuido a agravar la escasez de café arábigo que existe en la actualidad, ya que más del 80% de su producción es de arábigos no lavados. Pareciera que el aporte de Brasil a la oferta global de café arábigo no mejorará en el futuro, pues varias fuentes, entre ellas el Departamento de Agricultura de los Estados Unidos, estiman que el consumo de ese país puede llegar a 14 o 15 millones de sacos para el año 2,000.

Por su parte, la producción de Colombia se ha visto seriamente afectada por el problema de la broca del café, por problemas climatológicos, y por la inseguridad personal y material imperante, pues los secuestros y los robos de café ocurren con frecuencia. Además, los bajos ingresos que recibe el sector agrícola debido al reducido precio de sustentación que impone la Federación Colombiana de Cafeteros, también ha desmotivado a los productores. Este país, después de producir 17.9 millones de sacos en la cosecha 1991-92, y 14.9 millones en 1992-93, ha registrado un promedio de 12.4 millones de sacos en los últimos tres años. El Gobierno colombiano ha intervenido en el asunto y ha tomado varias medidas con el fin de aumentar la producción y la participación de Colombia en las exportaciones mundiales.

1.2.2.3. *Africa*

En Africa se produce principalmente café robusta, siendo Costa de Marfil, Uganda, Madagascar y Zaire los países productores más importantes. Kenya es un caso muy

particular, pues produce un 60% del volumen de Costa Rica y obtiene un premio o diferencial por calidad mucho mayor. El café de Kenya está clasificado en el grupo de los Suaves.

La producción de Suaves Africanos en la cosecha 1996-97 fue baja. Kenya, Tanzania, y Uganda tuvieron diversas dificultades con sus cosechas, mientras que el problema político en Rwanda, Burundi y Zaire hacen incierta la disponibilidad de su producción. La oferta de Africa puede mejorar en el mediano plazo, pues reformas en Kenya, Tanzania y Uganda le permitirán al productor recibir una mayor proporción del precio de exportación.

En los últimos años, Africa ha tenido una participación estable en la producción mundial, aportando el 19% del total y casi la mitad de la producción de robusta. El siguiente cuadro muestra la distribución de la producción mundial por especies. Resalta la disminución de la producción de café arábigo, pasando de casi el 80% en la cosecha 1992-93, al 72% en la cosecha 1995-96. Simultáneamente en esos años, la demanda por éste café creció, lo que produjo un aumento considerable en su precio.

Cuadro 1.3

**Distribución porcentual de la producción mundial de café según especies
Cosechas 1991/92 a 1995/96**

Cosecha / Especie	Arábigo (Porcentaje)	Robusta (Porcentaje)
1991/92	76,74	23,26
1992/93	79,93	20,07
1993/94	78,73	21,27
1994/95	75,45	24,55
1995/96	72,29	27,71
Promedio	76,63%	23,37%

Fuente: OIC

1.2.2.4. Asia/Oceanía

Asia y Oceanía cultivan mayoritariamente café robusta. En esta región se encuentra Indonesia, el tercer país del mundo en producción, Vietnam, que ha experimentado una rápida y significativa expansión del cultivo en los últimos años, e India que es un importante productor de café arábigo. Este continente produce el 18% del café del mundo, y es la única región que ha incrementado consistentemente su producción en los últimos cinco años.

Cuadro 1.4

**Producción mundial de café por regiones
(en miles de sacos de 60 kgs.)
Cosechas 1991/92 a 1996/97**

REGION	1991/92	%	1992/93	%	1993/94	%	1994/95	%	1995/96	%	1996/97	%
América del	18,269	17.6	17,762	19.1	16,679	17.9	17,239	17.6	19,297	21.5	19,236	19.1

Norte												
América del Sur	50,925	49.1	42,600	45.9	44,147	47.3	46,073	46.9	34,905	38.8	43,955	43.6
Africa	19,146	18.5	16,806	18.1	15,547	16.7	18,195	18.5	18,417	20.5	18,987	18.8
Asia y Oceanía	15,391	14.8	15,720	16.9	16,930	18.1	16,671	17.0	17,288	19.2	18,745	18.6
TOTAL	103,731	100.	92,888	100.	93,303	100.	98,178	100.	89,907	100.	100,923	100.
		0		0		0		0		0		0

(*) Estimado

Fuente: OIC

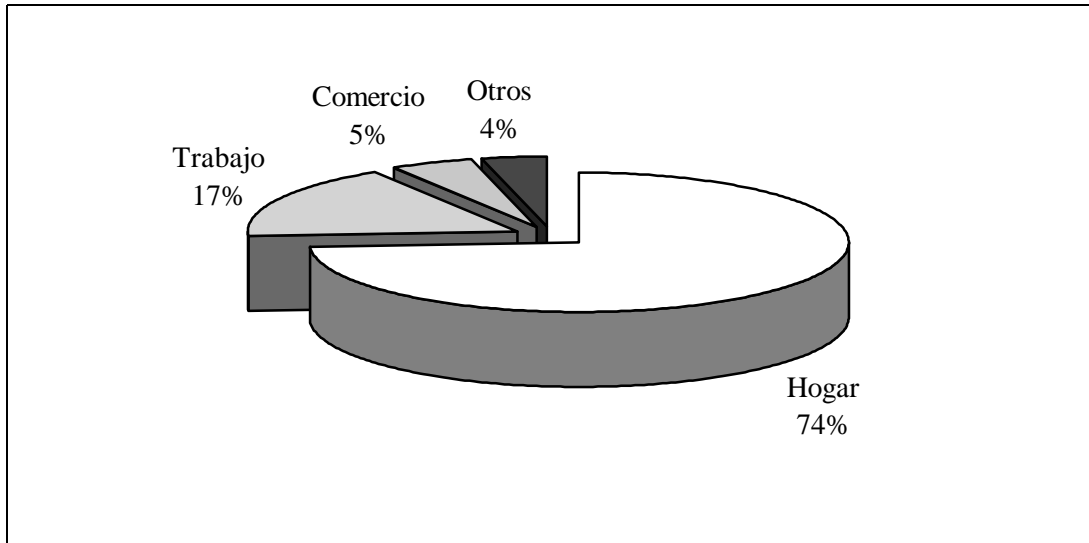
En los últimos seis meses, la oferta disponible de café arábigo de buena calidad ha sido muy limitada debido a una baja cosecha en Colombia, Centroamérica, Kenya y Tanzania. Esta situación, combinada con el hecho de que las existencias en manos de los países consumidores han bajado a un nivel crítico, apenas seis semanas de consumo, causaron un pánico en el mercado. Las compras agresivas por parte de los tostadores y la intervención especulativa de los fondos de inversión en la bolsa, llevaron el precio a niveles que nunca antes se habían registrado sin haber mediado una helada en Brasil.

La poca oferta de café arábigo y la demanda especial para reponer existencias junto con la demanda rutinaria de consumo, han mantenido el mercado en niveles muy altos durante 1997. El siguiente cuadro muestra el comportamiento de los precios en el mercado de futuros de Nueva York durante los últimos años.

1.2.3. El consumo mundial

El café se convirtió en una bebida popular desde el siglo XVI. En aquellos años, las famosas casas de café que aparecieron en Constantinopla y luego en Europa, se convirtieron en los centros de reunión de personas cultas que llegaban a platicar sobre política, ciencia y literatura, estimulados por la aromática bebida. En la actualidad, el café se consume en más de cien países, tanto en el hogar, como en el trabajo y en centros de reunión social. El siguiente gráfico muestra los sitios de consumo más frecuentes en los Estados Unidos.

Gráfico 1.2
Consumo de café por lugar en los Estados Unidos



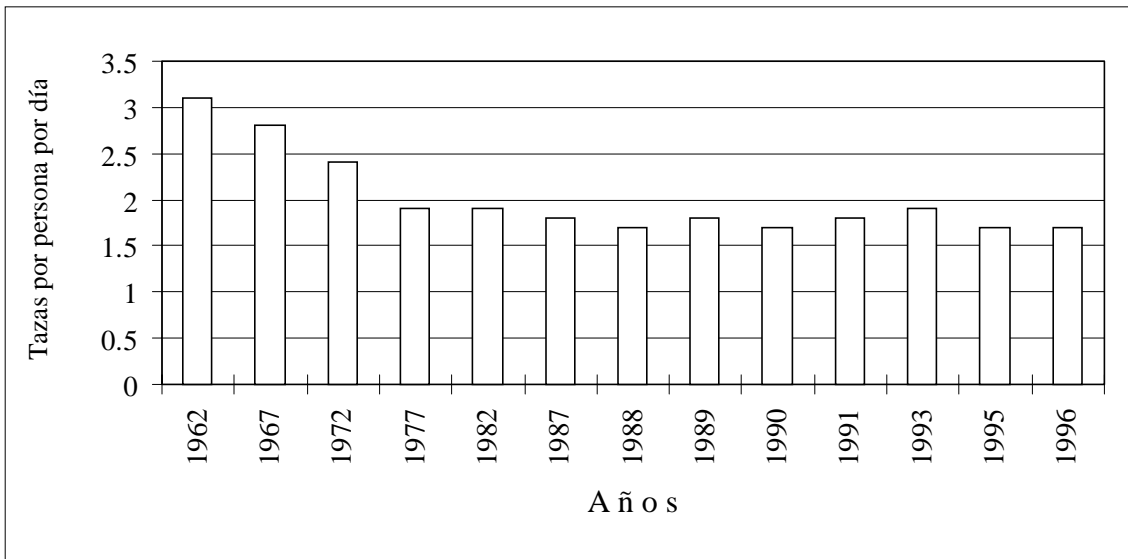
Fuente: National Coffee Association of U.S.A., Estudio anual de tendencias y perspectivas del consumo de café en los Estados Unidos.

El consumo de café se afecta por una serie de factores entre los que destacan la calidad y sabor de la bebida, el precio y poder adquisitivo del consumidor, y la promoción y mercadeo del producto. La demanda también se afecta por el clima y factores culturales arraigados en la población, por la aparición de nuevos hábitos y preferencias, y por la evolución competitiva de otras bebidas sustitutas como el té, los jugos naturales y las gaseosas. Algunos de estos factores tuvieron un efecto negativo de gran impacto en el consumo de Estados Unidos y Europa en las décadas de los años 70 y 80, siendo el caso más crítico el de la cafeína.

Esta sustancia química contenida en el café, responsable de producir la acción estimulante que mantiene la mente y el cuerpo en estado de alerta, también puede causar un efecto nocivo en consumidores que sufren de ciertos padecimientos cardiovasculares y estomacales. Estos descubrimientos médicos afectaron la imagen del café, situación que incidió desfavorablemente en su consumo durante muchos años. Paralelamente a estos acontecimientos se inició un proceso de cambio en el estilo de vida de muchas personas, orientado a preservar la salud mediante una buena alimentación y la práctica regular de ejercicio físico. Durante estas dos décadas, los aspectos negativos asociados con el café y la variación en las costumbres alimenticias de la población, fueron eventos que beneficiaron a productos sustitutos como los jugos naturales, el agua embotellada y el té.

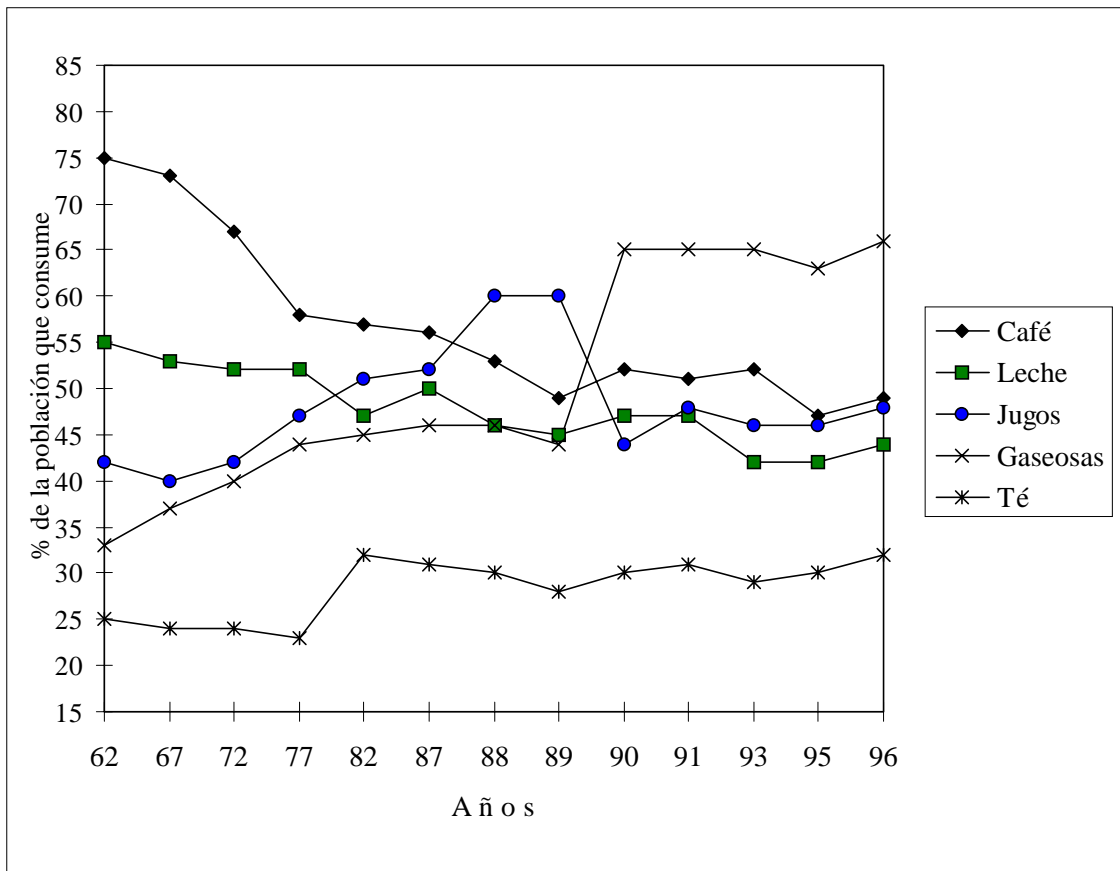
Esto se puede apreciar en los siguientes dos gráficos.

Gráfico 1.3
Consumo per cápita de café en los Estados Unidos
1962 – 1996



Fuente: National Coffee Association of U.S.A., Estudio anual de tendencias y perspectivas del consumo de café en los Estados Unidos.

Gráfico 1.4
Consumo de café versus otras bebidas en los Estados Unidos
1962-1996



Fuente: National Coffee Association of U.S.A., Estudio anual de tendencias y perspectivas del consumo de café en los Estados Unidos.

El caso de los Estados Unidos es representativo de lo que ha sucedido con la demanda de café en el mundo Occidental. En 1970 por ejemplo, más del 70% de la población tomaba café mientras que solo el 40% consumía jugos y gaseosas. Pero en 1989, únicamente el 50% de las personas consumían café, mientras que el 60% y el 50% tomaban jugos y gaseosas respectivamente.

En la presente década, la percepción negativa hacia el café ha disminuido luego de que nuevas investigaciones demostraran, que el café no es perjudicial para la salud si se toma con moderación. Lo anterior, conjuntamente con el surgimiento de cafés de mejor calidad y de nuevas formas de prepararlo, como el café de origen individual y el café con sabores, ha estabilizado el consumo per cápita e inclusive lo ha incrementado en muchos países.

Cuadro 1.5
Consumo per cápita en principales países consumidores
1988 – 1994

País	A ñ o						
	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994
Francia	5,50	5,80	5,53	5,84	5,87	5,73	5,56
Alemania	6,70	7,40	7,37	7,86	8,02	7,91	7,52
Italia	4,40	4,40	5,06	4,47	4,36	5,18	5,06
Holanda	9,70	10,00	10,25	9,90	10,08	9,34	10,56
España	3,50	3,60	4,18	4,08	4,67	4,18	4,34
Reino Unido	2,40	2,50	2,46	2,43	2,60	2,63	2,88
Austria	7,80	8,00	10,43	9,96	9,23	10,03	6,54
Finlandia	12,00	11,70	12,94	11,51	12,26	13,32	13,39
Japón	2,20	2,50	2,54	2,92	2,54	2,83	2,78
Suiza	6,60	7,80	8,19	8,39	8,65	7,51	7,56
Estados Unidos			4,57	4,53	4,24	4,28	3,25
Colombia	3,90	3,10	2,24	2,33	2,47	2,34	2,39
Brasil	3,00	3,90	3,59	3,68	3,62	3,56	3,26

Fuente: OIC

El consumo mundial está orientado mayoritariamente hacia el café arábigo, por su buen sabor y aroma. Además, el café arábigo tiene menos cafeína que el robusta¹. No obstante, una gran cantidad de tostadores hacen mezclas con ambos cafés antes del tueste, con la finalidad de abaratar su costo y en algunos casos para obtener un sabor particular. En los últimos años la poca oferta existente de cafés brasileños no lavados ha tenido que ser sustituida por robustas, y en menor grado por café del grupo Suaves o Arábigos Lavados. El incremento en la demanda mundial por este último tipo de café, y los problemas de producción en Colombia y algunos otros países, han aumentado su precio en más de un cuarenta por ciento desde finales de 1996. El siguiente cuadro muestra la composición de la demanda en los países importadores, por tipos de café.

¹ El café arábigo contiene un 1.5% de cafeína por peso mientras que el robusta contiene entre 2% y 4.5%. La cafeína es peligrosa para la salud en cantidades superiores a los 10 gramos, nivel contenido en 40 tazas de café.

Cuadro 1.6

Demanda en países importadores por tipo de café
1990-1996

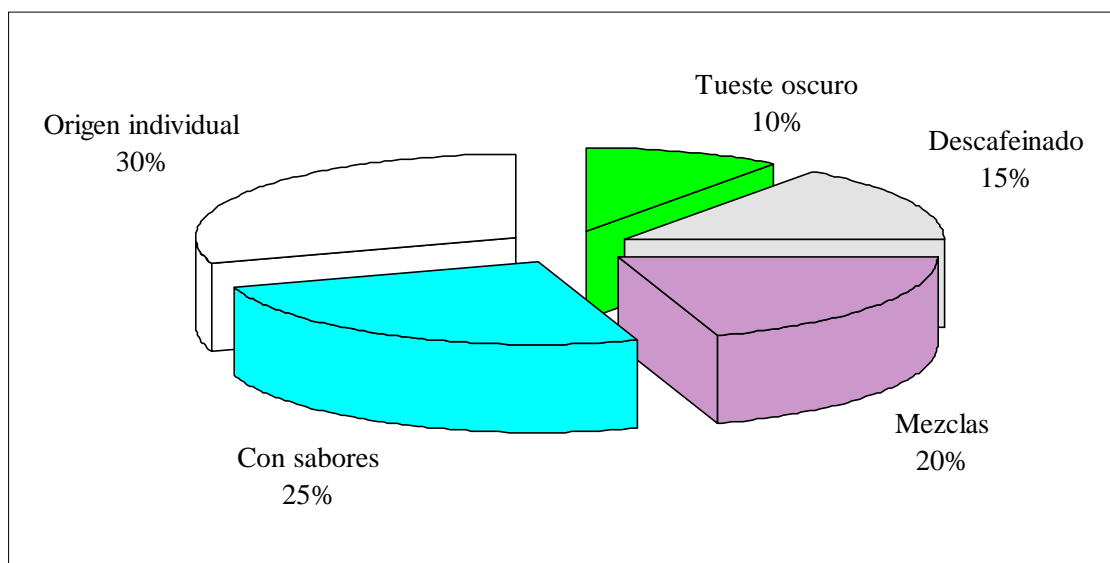
	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996
Suaves (arábigos lavados)	48%	47%	47%	49%	50%	50%	50%
Brasileños (arábigos no lavados)	22%	22%	23%	19%	19%	16%	16%
Robustas	30%	31%	30%	31%	31%	34%	34%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Fuente: ICO, ED & F Man

El café se prepara de muy diversas maneras. La más común se realiza mediante la infusión del grano molido en agua hirviendo. El agua caliente extrae las sustancias solubles que producen el sabor, y libera gases aromáticos que quedan atrapados en el aceite natural del grano durante el tueste. Posteriormente y antes de ser consumida, la infusión se separa de los granos molidos mediante diversos métodos. El café también se produce como bebida soluble o instantánea, mediante un proceso más complejo que se realiza en plantas especializadas.

Anteriormente, el consumo mundial se clasificaba de acuerdo a estos dos métodos de preparación, pero con la aparición y consolidación del grupo de cafés especiales, el consumo se divide ahora en tres categorías. Estas son: café molido de consumo masivo, café soluble y cafés especiales. En los Estados Unidos, el café soluble tiene una participación de mercado del 12%, después de haber llegado al 30% en los años setenta. Por el contrario, los cafés especiales han crecido aceleradamente llegando al 15% de participación en la actualidad. Bajo esta categoría se agrupan los siguientes cafés: descafeinado, tueste oscuro, café con sabores, mezclas de alta calidad, y cafés de origen individual.

Gráfico 1.5
Composición actual de las categorías de
café especial en los Estados Unidos



Fuente: Specialty Coffee Association of America, Estudio Avenues for Growth

La aparición de la categoría de cafés especiales ha sido muy importante para la industria internacional del café, pues nuevamente ha despertado el interés por la bebida, después de muchos años de un sostenido descenso en el consumo per cápita en mercados importantes.

1.2.4. Regiones y países consumidores más importantes

La Organización Internacional del Café (OIC) divide el consumo mundial en países productores y países consumidores. Los países productores consumen aproximadamente el 25% de la demanda total. Entre estos destaca Brasil, que en el año cafetero 1995-96 consumió más de 10 millones de sacos de 60 kilogramos, equivalente al 10.4% del consumo mundial. Indonesia, Colombia, Etiopía y México le siguen en importancia.

En el grupo de países importadores, la región más importante es Europa, pues consume casi el 45% de la demanda mundial, siendo Alemania, Francia, Italia, España y el Reino Unido los principales mercados. La región de Norteamérica también es vital, pues aporta el 21% de la demanda total, destacando Estado Unidos como el país consumidor más grande del mundo, con el 19% de participación. Japón también es un mercado importante pues participa con el 6% del consumo mundial.

Cuadro 1.7
Consumo de café en el mundo Cosechas 1991-1992 a 1994-1995
Miles de sacos de 60 kilogramos

	C O S E C H A			
	1991/92	1992/93	1993/94	1994/95
PAISES PRODUCTORES				
América				
Brasil	8 500	8 900	9 100	9 300
Colombia	1 400	1 300	1 400	1 375
México	1 200	1 300	1 070	950
Otros	3 837	3 523	3 684	3 641
SUBTOTAL	14 937	15 023	15 254	15 266
Africa				
Etiopía	1 400	1 300	1 300	1 250
Madagascar	300	350	360	167
Zaire	200	200	200	200
Otros	428	486	456	489
SUBTOTAL	2 328	2 336	2 316	2 106
Asia y Oceanía				
Filipinas	750	750	770	790
India	1 000	775	1 000	1 000
Indonesia	1 250	1 327	1 917	2 312
Otros	330	506	556	532
SUBTOTAL	3 330	3 358	4 243	4 634
TOTAL PAISES PRODUCTORES	20 595	20 717	21 813	22 006
PAISES IMPORTADORES				
Europa				
Francia	5 557	5 614	5 506	5 112
Alemania	10 477	10 771	10 725	10 236
Italia	4 228	4 130	4 930	4 768
España	2 652	3 044	2 728	2 791
Reino Unido	2 342	2 516	2 534	2 640
Rusia	1 049	1 386	1 889	1 732
Otros	12 954	15 190	15 292	14 735
SUBTOTAL	39 259	42 651	43 604	42 014
Otros países importadores				
Canadá	2 068	1 916	2 117	2 407
Japón	6 038	5 272	5 889	6 089
Estados Unidos	18 911	17 899	18 311	17 624
Otros	7 116	6 976	7 171	7 080
SUBTOTAL	34 133	32 063	33 488	33 200
TOTAL PAISES IMPORTADORES	73 392	74 714	77 092	75 214
TOTAL CONSUMO MUNDIAL	93 987	95 431	98 905	97 220

Fuente: OIC

1.2.4.1. El consumo en Europa

En esta región, el consumo total ha venido aumentando consistentemente desde finales de la década del ochenta, pero en los últimos dos años ha disminuido ligeramente en relación con la demanda que tuvo en los años 1991, 1992 y 1993. Esta disminución obedece al efecto que tuvo la helada de Brasil en las cotizaciones internacionales del grano, lo que a su vez incrementó los precios de venta al detalle. Los mercados emergentes en Europa Central y Europa del Este fueron los más afectados por las heladas, pues experimentaron una disminución del 7% en el consumo. La Unión Europea por su parte, registró un descenso del 3.4%.

Después de la caída del comunismo, los mercados de Europa Central y Europa del Este no han respondido como se esperaba. El bajo ingreso per cápita y el poco avance económico registrado, han retrasado el repunte del consumo en la región. Los especialistas consideran que estos mercados tienen un potencial interesante, una vez que alcancen mejores índices de desarrollo económico y social.

Con el aumento en el precio internacional, el consumo de café soluble en Europa se ha fortalecido debido a que tiene un costo por taza inferior que el café molido. Además, en los últimos años este producto ha tenido más aceptación, pues su calidad ha mejorado por el uso generalizado de la técnica de procesamiento "freeze-dried", y debido a la introducción de cafés solubles especiales como el espresso y el cappuccino. Por otra parte, el incremento de precios fue propicio para que nuevos cafés solubles baratos, propiedad de varias cadenas de supermercados, se introdujeran exitosamente al mercado.

Europa consume más de 40 millones de sacos de 60 kilos por año, y registra un consumo per cápita que oscila entre los 4 y 6 kilos. Algunos países como Finlandia, Dinamarca, Holanda, Noruega y Suecia consumen más de 10 kilos de café por habitante por año, mientras que Alemania, el país consumidor más grande de la región, tiene un consumo per cápita de 7.4 kilos anuales.

1.2.4.2. El consumo en los Estados Unidos

El consumo de café en los Estados Unidos ha registrado un descenso significativo desde los años sesenta, pasando de 21.9 millones de sacos de 60 kilos en 1965, a 17.5 millones en 1995. La demanda se ha estabilizado en la presente década, a excepción de los últimos dos años en que los precios internacionales aumentaron.

Varios factores han incidido en el cambio de tendencia. Por una parte, la publicidad negativa sobre el café y la cafeína ha disminuido, al mismo tiempo que la calidad y variedad del café que se ofrece ha aumentado. El dinamismo e innovación en la categoría de cafés especiales ha vuelto a despertar el interés por la bebida entre la población más joven. Adicionalmente, el café tostado ha mantenido un precio estable durante la mayor parte del presente decenio, lo cual ha facilitado la atracción de nuevos consumidores ahora que el producto goza de mejor imagen y aceptación.

El caso de los cafés especiales es muy importante para la industria mundial. Esta categoría aparece en los años setenta pero toma fuerza en los ochenta, precisamente cuando la categoría de café comercial, la más importante en los Estados Unidos, estaba

sufriendo una fuerte contracción en las ventas. Durante este período, muchos tostadores medianos desaparecieron o fueron absorbidos por compañías de mayor tamaño, las cuales estaban enfrascadas en una fuerte lucha por ganar participación de mercado con el fin de contrarrestar la pérdida de rentabilidad.

Durante esos mismos años se comienza a desarrollar un segmento de consumidores jóvenes, con mayor poder adquisitivo y gustos más sofisticados. Simultáneamente aparecen muchos microempresarios creativos, que introduciendo una gran variedad de cafés de alta calidad, logran atraer a un numeroso grupo de nuevos consumidores. Tecnologías de tostado y empaque más modernas, mejores procesos para descafeinar, la calidad y variedad de los nuevos productos, y la ampliación de los canales de distribución, consolidan la categoría del “specialty coffee” en los Estados Unidos.

En la actualidad, este producto se vende en tiendas especializadas de café, como The Coffee Beanery y Starbucks, en tiendas de comida gourmet, supermercados, tiendas de departamentos y hasta en tiendas de descuento. También se han instalado miles de “coffee bars” y “coffee carts” en aeropuertos, centros comerciales, y tiendas de todo tipo. Más recientemente aparecieron los microtostadores, que tuestan el café en el punto de venta. Estas compañías pueden ofrecer café más fresco, y poseen mayor flexibilidad para introducir nuevos productos. Al día de hoy, el supermercado sigue siendo el principal canal de distribución para los cafés especiales, pero ha perdido importancia pues otros canales de ventas lo han sustituido.

Los cafés especiales producidos por los tostadores pequeños y medianos, le han quitado una porción de mercado significativa al café comercial que fabrican las grandes compañías multinacionales.

1.2.4.3. Otros mercados

El mercado de Asia ha sido una opción de crecimiento muy importante pues desde los años ochenta hasta la fecha, el consumo ha aumentado a un ritmo promedio del 3% por año. En esta región destaca Japón, que aporta más del 60% de lo que consume la región, y como se mencionó anteriormente, el 6% del consumo mundial.

De acuerdo al All Japan Coffee Association, el consumo de café en este país ha crecido a un ritmo del 4.4% por año desde 1992, principalmente en la categoría de café tostado y molido. El consumo de café en lata preparado, producto principal en los años ochenta, ha perdido participación en años recientes. El número de tazas consumidas por persona ha seguido aumentando, aunque en menor proporción que años anteriores.

En 1994, el consumo en Japón se componía de 45% de café soluble, 37% de tostado y molido, y apenas 18% de café en lata preparado. El 55% del consumo toma lugar en los hogares, el 26% en el trabajo y apenas el 8% en “coffee shops”.

1.3 Perspectiva internacional

Durante los últimos veinticinco años la industria del café ha pasado por un período muy difícil. La disminución en el consumo, los bajos precios internacionales, la competencia cada vez más fuerte de productos sustitutos, y la madurez del producto, han bajado la rentabilidad de muchos participantes. En síntesis, la actividad se ha hecho poco atractiva. Afortunadamente para los participantes, la nueva categoría de cafés especiales ha proporcionado innovación y variedad, ha despertado el interés del consumidor, y ha logrado reactivar a un sector importante de la industria.

En cuanto al futuro, existen varios elementos que parecen apuntar hacia un crecimiento sostenido de las ventas en los próximos años. Tanto la producción como el consumo muestran signos de reactivación importantes. En relación con el consumo, un estudio reciente elaborado por la OIC conjuntamente con la empresa Market Tracking International, concluye que en los mercados tradicionales más importantes como Estados Unidos, Europa y Japón, se espera un crecimiento promedio del 1.2% por año hasta el año 2000. En contraste, el estudio indica que en mercados emergentes como Europa Oriental, el Lejano y Medio Oriente y Africa del Norte, pueden observarse tasas de crecimiento superiores al 10% por año durante el mismo período. El señor Celsius A. Lodder, Director Ejecutivo de la OIC, en una comunicación presentada en el Seminario Internacional del Café, en enero del presente año en Río de Janeiro, concluye que todas las tendencias recientes, recopiladas en el estudio de mercado antes mencionado, apuntan hacia un crecimiento global superior al 2% por año para los próximos cinco años. Esta cifra llevaría la demanda mundial a 105 millones de sacos para el año 2000. El señor Lodder advierte en su presentación, que las predicciones hechas suponen que no habrá grandes interrupciones de carácter político o económico en los distintos mercados, y que no se producirá un aumento de precios violento.

Este panorama optimista, presenta oportunidades para el sector tostador de café popular y para las empresas medianas y pequeñas. Las grandes compañías pueden aprovechar el crecimiento esperado en los mercados tradicionales y en los emergentes. En estos últimos se requiere de un esfuerzo promocional y publicitario masivo, muy caro para las compañías medianas y pequeñas, para que la demanda siga creciendo a un ritmo acelerado. Las empresas de menor tamaño pueden participar en los nichos de mercado que prefieren variedad y calidad, los cuales han demostrado buena aceptación por el producto.

Las perspectivas de producción son razonablemente buenas, debido a que la baja productividad de muchas regiones del mundo y los buenos precios registrados en los últimos tres años, presentan una oportunidad de aumento. Como se mencionó anteriormente, en varios países existen planes concretos para mejorar la producción por área, mediante la utilización de tecnologías de producción más avanzadas. Además, es de esperar que los buenos precios aumenten el área total cultivada.

No obstante el posible aumento en la producción y el consumo, la competencia global obligará a los productores a mejorar su productividad y estructura de costos. Los países productores ya no cuentan con mercados geográficos cautivos, pues los tostadores se abastecen ágilmente de cualquier región del mundo a través del excelente servicio de aprovisionamiento que les brindan los intermediarios. Otro cambio importante es que

los tostadores ahora se abastecen bajo el concepto de justo a tiempo, lo que ha trasladado el costo de almacenamiento a los productores o procesadores. Esto les afectará el flujo de caja y les obligará a fortalecer su capacidad financiera. Además, las ventas fraccionadas y constantes implican que se debe mejorar el tiempo de respuesta para exportar y entregar el café.

La volatilidad del mercado es otro aspecto importante, pues le exige al productor o procesador mayor habilidad y conocimientos para vender, así como para protegerse de los movimientos temporales de precio que lo puedan afectar. Consecuentemente, la administración del riesgo de precios y la gestión de ventas, ahora requieren del uso de herramientas sofisticadas como el mercado de futuros y otros instrumentos que de él se derivan, pero no todos los productores están capacitados para utilizarlas. Muchos productores requerirán de alianzas con procesadores o beneficiadores, que les brinden servicios eficientes de procesamiento, almacenamiento y venta, acorde con las condiciones actuales de competitividad. Las nuevas exigencias de la competencia global afectarán a muchos productores que no logren adaptarse al cambio. Probablemente esto traerá consigo una mayor concentración de la producción, pues actualmente está dominada por miles de pequeños y medianos agricultores. Sin embargo, el movimiento de ciertos nichos del mercado hacia mayor calidad, presenta una oportunidad interesante para aquellos productores que tengan los conocimientos y la habilidad para diferenciar y posicionar su café.

A nivel de los intermediarios, las circunstancias actuales demandan fuentes de abastecimiento seguras y una gran eficiencia y agilidad en el proceso de exportación e importación, para cumplir con las exigencias de calidad, origen, precio y variedad de los tostadores. Los "traders" también deberán ser muy cuidadosos con su exposición al riesgo de precios, pues como se explicó anteriormente, una mala administración del riesgo no solo puede requerir sumas de dinero inmanejables para cubrir los márgenes en la bolsa, sino que puede producir fuertes pérdidas de un día para otro.

La industria mundial de café, al igual que otras industrias, esta pasando por un período de cambios estructurales de mucha trascendencia. En la actualidad, el negocio es menos atractivo pues existe mucha competencia por precio entre los tostadores de café de consumo masivo, debido principalmente a los problemas de demanda causados por la competencia de bebidas sustitutas. La industria requiere de mayor eficiencia en costos, mayor productividad, y capacidad financiera adicional. En el futuro existirá todavía más presión por modernizar las operaciones a todo lo largo de la cadena agroindustrial, no obstante, en el sector agrícola es donde probablemente se den más cambios.

2. HISTORIA Y EVOLUCIÓN DE LA INDUSTRIA DEL CAFÉ DE COSTA RICA

2.1 Aspectos históricos

Antes de la independencia, el cultivo del café presentaba poco interés para los habitantes del istmo. Sin embargo, en la provincia de Costa Rica la situación económica era precaria, y era urgente encontrar una nueva ocupación productiva. El monopolio del tabaco que las autoridades de Guatemala le habían concedido a Costa Rica en 1787, no había servido para fomentar el desarrollo e incrementar la riqueza pública, ya que el producto era de tan mala calidad que no se vendía. El cacao, por su parte, estaba casi abandonado para esos años, ya que se hacía imposible su cultivo debido a los elevados impuestos. A finales del período colonial la situación se hacía progresivamente más difícil.

Económicamente hablando, la colonia moría paulatinamente, por lo que se hacía indispensable encontrar un nuevo cultivo que no compitiera con otras actividades en las demás provincias del Istmo, ni con el comercio español, pues de lo contrario no se obtendría el permiso de explotación de las autoridades de la corona en Guatemala.

Dichosamente para Costa Rica, el café cumplía con estos requisitos y a principios del siglo XIX, el penúltimo gobernador de la provincia, Tomás de Acosta, y el sacerdote Félix Velarde, fomentaron el desarrollo del cultivo esperando encontrar mercados en Europa. Según don Cleto González Víquez, expresidente de Costa Rica e historiador, en un documento que escribió a principios de la década de 1930 titulado "Quién trajo el café a Costa Rica", relata que en aquel momento existía evidencia suficiente para concluir que el café se conocía en Cartago desde el año de 1796, cuando el Gobernador de la provincia de Costa Rica, don José Vázquez y Téllez, recibió de su amigo Agustín de Gana de Panamá, dos arrobas de café de la especie *coffea arábica*. Sin embargo, no había evidencia que de esa importación se sembraran semillas en Cartago. Don Cleto afirma que fue hasta el año de 1808, que don Tomás de Acosta recibe un café desde Jamaica, que había mandado a traer por medio del capitán Bingiman. Ese mismo año, Don Tomás le regala unas semillas al padre Velarde quien las sembró en San José en 1809. Unos años después, el padre recorría la pequeña ciudad regalando un poco de semilla a los pobres, a quienes instruía y estimulaba para que sembraran y fomentaran el cultivo. De esta manera, el padre Velarde se convirtió en el primer cultivador e impulsor del café en Costa Rica. Sin embargo, por falta de conocimientos sobre el cultivo y de un mercado accesible, el café tardaría varias décadas en presentar perspectivas alentadoras, y casi cincuenta años en consolidarse como producto de exportación y fuente de desarrollo y bienestar.

Para el año de 1820, once años después de la primera siembra, apenas comenzaban a existir pequeñas plantaciones en algunos solares. En Junio de 1824, el Ayuntamiento de San José tomó el acuerdo de promover el cultivo mediante la distribución de terrenos baldíos a aquellas personas que carecieran de tierras para sembrarlo. Un acuerdo anterior que había intentado impulsar la siembra mediante la entrega de almácigo a los pobres, no había dado buenos resultados. En julio de ese mismo año, el Ayuntamiento de Cartago motivado por el acuerdo que tomó el de San José, decidió fomentar la

producción mediante la siembra de veinte a veinticinco matas en cada solar. Al año siguiente, y recién organizado políticamente el país, el Gobierno presidido por don Juan Mora Fernández eximió del pago de diezmos a varios productos, entre los que se encontraba el café. Durante esa década, pese a los esfuerzos del Gobierno por promover el desarrollo del cultivo, las siembras se extendieron lentamente en los alrededores de San José. Hacia 1830, se estableció una plantación experimental que logró demostrar que el cultivo se adaptaba perfectamente a la tierra y el clima del Valle Central.

En 1832, veintitrés años después de la primera siembra, los productores comienzan a exportar café a Chile, impulsados por la iniciativa del empresario alemán Jorge Stiepel. Desde Chile el café se reembarca a Londres con el nombre de “Café de Valparaíso”. Cuando se realizó la primera exportación, el país apenas producía 500 quintales por año. Pero este acontecimiento fomentó el desarrollo de la actividad, y rápidamente algunos miembros de la clase dirigente comenzaron a sembrar plantaciones de mayor tamaño. En 1833 se exportaron 2,205 quintales a Valparaíso, Callao, Realejo, Liverpool y Nueva York. Para 1837 las exportaciones a Chile se incrementan pues ya el país producía una cantidad considerable de café¹. Tres años más tarde, algunos de los cafetaleros más grandes comenzaron a fundar sociedades exportadoras.

El comercio con Chile tuvo un impacto cultural y económico muy positivo para el país. Se registró una pequeña ola de inmigración, se iniciaron viajes comerciales y de recreo, y se desarrolló un comercio general entre ambos países. De regreso a Costa Rica, los barcos traían un considerable número de instrumentos culturales, especialmente libros que hasta entonces habían circulado escasamente. Además, los recursos que obtuvo el Gobierno por medio de impuestos a la exportación, se invirtieron en obras de infraestructura y comunitarias como la construcción de carreteras, la rehabilitación del puerto de Puntarenas, la organización del servicio de correos, el establecimiento del Hospital de San José, y la fundación de la Universidad de Santo Tomás, entre otras cosas.

En 1840, don Braulio Carrillo dio un gran impulso a la actividad mediante el decreto que destinó los terrenos de Pavas para la siembra de café. Esta disposición fue de gran trascendencia, pues el área cultivada se incrementó significativamente. Sin embargo, la falta de un buen camino a Puntarenas y las altas ganancias de los exportadores y de los especuladores que transportaban el café al puerto, disminuían el precio que recibía el productor. Esto hizo que la prosperidad tardara en llegar a las fincas.

El progreso económico y cultural que se obtuvo con el intercambio comercial con Chile, fue superado por otro evento de mayor trascendencia: las exportaciones de café a Inglaterra. En 1843, el capitán William Le Lacheur había llegado al puerto de Puntarenas en el Océano Pacífico, en busca de café para vender al mercado de Londres, como representante de los productores nacionales. El Capitán se dirigió hacia el interior del país y se puso en contacto con don Santiago Fernández Hidalgo, uno de los principales caficultores de la época. El Capitán le ofreció a don Santiago exportar un cargamento de café directamente a Londres, al precio de ocho pesos el quintal puesto en Puntarenas. Sin embargo, el Capitán no tenía suficiente dinero por lo que don Santiago lo acompañó

¹ El café de exportación se conoce como café verde o café oro, y se caracteriza por ser un producto en grano, completamente descascarado y de color verde azulado. Anteriormente el café se exportaba con una envoltura natural o cascarilla conocida como pergamino.

en el primer viaje a bordo del bergantín Monarch, en representación de los productores nacionales quienes embarcaron un total de 5,505 quintales.

El viaje duraba seis meses en ir y regresar pues había que dar la vuelta por el Cabo de Hornos en el extremo sur del Continente Americano. Al regreso del viaje, don Santiago volvió cargando una gran cantidad de monedas de oro, producto del excelente negocio que realizó. Durante ese año, el país exportó más de 25,000 quintales de café como se puede apreciar a continuación.

Cuadro 2.1
Exportaciones de café de Costa Rica en 1843

Exportador	Nave	Procedencia	Quintales	Precio (Pesos)
Exportaciones por Puntarenas:				
Gordiano y Sant.Fernández	Constelación	Acajutla	188	8
Gordiano y Sant.Fernández	Cosmopolita	Valparaíso	1.200	8
E. Wallerstein	Dania	Valparaíso	5.000	8
V. Fábrega	Oruegoso	Sonsonate	600	8
Sant. (Dutry)	Texian	Mazatlán	331	8
Gordiano y Sant.Fernández	Belle Poule		1.417	8
J. Echandi	Belle Poule		138	8
Man. López	Belle Poule		147	8
Sant. (Garasino)	Josefa	Unión	1.366	8
W. Le Lacheur	Monarca	Londres	5.505	8
Espinach y Giralt	Aigle	Valparaíso	2.404	8
G. Steipel	(John Gates)	Londres	3.568	8
Manuel Mora	Constelación	Acajutla	67	8
Juan Iriarte	Constelación	Acajutla	12	8
Juan R. Mora	Dania	Valparaíso	2.136	8
Total de las Exportaciones por Puntarenas			25.196	
Exportaciones por el Atlántico:				
José (Caparler)	Francés	Nueva York	80	10

Fuente: La Dinastía de los Conquistadores, Samuel Stone.

El éxito de los primeros viajes motivó al señor Le Lacheur a continuar comprando café en firme y también bajo consignación. El negocio fue bueno, por lo cual aumentó el número de naves de su flota, bautizando algunos con nombres de regiones y volcanes de Costa Rica.

Cuadro 2.2
Naves del Capitán William Le Lacheur para el
transporte del café de Costa Rica a Londres

Nombre	Tonelaje	Construcción	
		Año	Lugar
Monarch	250		
Lavinia	111		Guernesey
Esperanza		1 850	
América	350	1 853	
Costa Rica			
Packet	363	1 861	
W. Le Lacheur	363	1 863	Guernesey
Irazú	350	1 866	Guernesey
Nicoya	594	1 867	Aberdeen
Herradura	670	1 868	
Barranca	670	1 869	
Costa Rica	300		
Times	350		

Fuente: La Dinastía de los Conquistadores, Samuel Stone.

El capitán Le Lacheur fue quien abrió el mercado europeo para Costa Rica, acontecimiento que trajo enormes beneficios al país. Después de algún tiempo, Le Lacheur desarrolló amistad con muchos cafetaleros y se convirtió en una figura legendaria, admirado y respetado por la comunidad costarricense.

El excelente resultado de las primeras exportaciones directas a Londres, impulsó a un mayor grupo de productores a dedicarse de lleno al negocio, extendiendo sus plantaciones en la capital y pueblos vecinos. También se inició la compra de café a productores pequeños con el sistema del “redoblete”, que consistía en el pago al contado de la mitad del precio estimado que se obtendría con la exportación.

El aumento en las exportaciones a Inglaterra trajo como consecuencia una mayor importación de mercaderías. El comercio con Londres también permitió el acceso de costarricenses a Europa para estudiar, y favoreció la inmigración de personas muy preparadas que aportaron talento científico, empresarial y cultural. Durante esos años llegaron distinguidas personalidades de Alemania, Francia, Inglaterra y Estados Unidos a establecerse en el país. El arribo de personas con una cultura superior a la de Costa Rica, y la llegada de profesores contratados por el Gobierno, marca el inicio de una era intelectual y cultural muy importante.

A partir de 1845 y durante casi más de tres décadas, el café fue el único producto de exportación del país y, gracias a ello, los Gobiernos de la época decidieron apoyarlo mediante la creación de bancos, la construcción de ferrocarriles y caminos, y la investigación para la búsqueda de mejores tecnologías de producción. Debido a este apoyo y a las buenas perspectivas que presentaba el cultivo, durante los años de 1835 a 1855 la extensión de cafetales aumentó notoriamente. Ya en 1855 el país tenía sembradas alrededor de 11,000 hectáreas, con una producción anual de 70,000 quintales. Hacia finales de siglo se cultivaban 50,000 hectáreas cuya producción superaba los 350,000 quintales. Fue después de 1850 que el cultivo experimenta la

segunda gran expansión, a pesar de que la tecnología de producción seguía siendo muy limitada.

A partir de 1890 y como consecuencia de la construcción del ferrocarril al Atlántico impulsada por el ingeniero norteamericano Minor C. Keith, la colonización de tierras se extendió hacia el este del Valle Central, llegando el cultivo a Turrialba y al Valle del Reventazón. La difícil y costosa obra permitía recoger el café desde el extremo oeste del Valle Central, hasta la nueva región productora en el este, para su posterior transporte al puerto de Limón. Desde este puerto, el café se podía exportar a Europa a un costo mucho menor.

Hacia 1930, habiendo transcurrido más de un siglo desde los inicios de la actividad, casi todo el valle central estaba cubierto de cafetales. En ese año, 51,441 hectáreas produjeron un promedio de 10 fanegas cada una. La productividad del país en esos años oscilaba entre siete y doce fanegas. No obstante, dos terceras partes del área estaban en manos de pequeños agricultores que apenas alcanzaban producciones de cinco fanegas por hectárea, mientras que una tercera parte estaba cultivada por productores más tecnificados, que alcanzaban producciones promedio de 15 fanegas por hectárea.

En esa época, había una gran cantidad de pequeños productores que se quejaban por los bajos precios que recibían de los beneficios en donde entregaban su cosecha. Para entonces, no existía ley que protegiera al pequeño productor, ni que defendiera y fomentara los intereses de la industria. Además, la producción del país se hallaba estancada desde hacía bastantes años, mientras que la de otros países de América aumentaba rápidamente. Aquel panorama resultaba inquietante para el porvenir de la actividad. Fue así como el Lic. Manuel Francisco Jiménez Ortiz impulsa la creación de un organismo que defendiera los intereses de todos los participantes en la actividad cafetalera, creándose en 1933 el Instituto de Defensa del Café. El Instituto estableció como prioridad la defensa de los intereses de todos los que participaran en la actividad, el fomento y perfeccionamiento de la industria y el establecimiento de oficinas de investigación general y comercialización del producto en los principales mercados consumidores. En 1948, el Instituto fue transformado en la Oficina del Café de Costa Rica, organismo semiautónomo adscrito al Ministerio de Economía, y en 1961 fue promulgada la ley número 2762 que vino a regular de mejor forma las relaciones entre productores, beneficiadores y exportadores.

En las décadas de 1950 y 1960, el cultivo se extendió fuera del Valle Central, hacia el suroeste de la Cordillera Volcánica de Guanacaste, y el Valle del General y Coto Brus en la zona sur. En esos años se cultivaban 56,000 hectáreas con una productividad promedio de casi quince fanegas.

Figura 2.1
Expansión del Cultivo de Café en Costa Rica
1832-1971

Hacia finales de los años cincuenta, el Gobierno de Costa Rica, apoyado por el de los Estados Unidos, forma un centro de investigación que se llamó Servicio Técnico Internacional de Cooperación Agrícola (STICA). El trabajo de esta organización marcó el inicio del desarrollo tecnológico del cultivo. Se sembraron especies más productivas, se aumentó la densidad de siembra, y se contó con una buena variedad de fertilizantes y agroquímicos para combatir malas hierbas y plagas. Algún tiempo después, el Ministerio de Agricultura e Industria continúa con el programa de investigaciones del STICA, pero se queda sin fondos, lo que da inicio al Programa Cooperativo ICAFE-MAG. Como resultado de la investigación realizada durante aquellos años, la productividad aumenta de quince fanegas por hectárea a veinte fanegas hacia finales de los años sesenta, y a treinta fanegas a finales de la década del setenta, ubicándose a partir de ese momento como la más alta del mundo.

Los altos precios que se obtuvieron a partir del año de 1947 y hasta finales de los años sesenta, conjuntamente con el aumento en la productividad, incentivaron la siembra de áreas nuevas, alcanzando un total de 80,000 hectáreas en 1960. A partir de esta década, muchos pequeños y medianos productores se agruparon en cooperativas para el procesamiento de la fruta.

Nuevamente durante los años de 1975 a 1989, los precios en el mercado internacional suben debido a la helada que ocurrió en Brasil en 1975, y al ordenamiento de la oferta mundial que logró el convenio entre países productores y consumidores por medio de la Organización Internacional del Café. Durante este período se vuelve a incentivar la siembra de áreas nuevas, llegando a un total de 108,000 hectáreas al día de hoy. A continuación se muestra la evolución del área sembrada, la producción total y la productividad por hectárea.

Cuadro 2.3
Cultivo de café de Costa Rica
Area sembrada, producción y productividad
1855-1996

Año	Area cultivada (hectáreas)	Fanegas producidas	Productividad fanegas/ha
1855-56	11 000	70 000	6,4
1900-01	50 000	350 000	7,0
1929-30	51 441	514 000	10,0
1954-55	56 313	682 000	12,1
1962-63	81 336	1 139 000	14,0
1972-73	83 407	1 691 000	20,3
1983-84	90 181	2 607 000	28,9
1986-87	97 808	3 224 554	33,0
1994-95	108 000	3 296 000	30,5
1996-97	106 000	2 936 000	27,7

Fuente: ICAFE

El favorable desarrollo que experimentó el café durante el presente siglo, permitió que se consolidaran grandes empresas familiares que se dedicaban a la producción, beneficiado y exportación. Pero también rodeando a las grandes fincas, se desarrollaron una gran cantidad de agricultores campesinos, que cultivaban y vendían el café a los beneficios de la región. Estos agricultores rurales de tamaño mediano, también disfrutaron del bienestar económico que trajo consigo el cultivo del café, logrando convertirse en personas adineradas y muy influyentes en sus pueblos. En la pirámide social, debajo de estos productores conocidos como gamonales, se situaban una gran cantidad de pequeños agricultores, que trabajaban personalmente en su plantación y también en las fincas vecinas de mayor tamaño. Los trabajadores que no poseían una parcela y los pequeños productores junto con sus familias, aportaban la mano de obra necesaria para cosechar el café.

2.1.1. Desarrollo de las plantas de beneficiado

Cuando se iniciaron las exportaciones a Inglaterra en 1843, las fincas de mayor tamaño poseían beneficios que funcionaban en forma muy rudimentaria. Estos beneficios también actuaban como exportadores de su propio café, y del que compraban a productores y beneficiadores más pequeños. Luego de algunos años de exportar a Europa, aproximadamente en 1856, se comienza a importar maquinaria de procesamiento más moderna proveniente de Inglaterra. Para 1888, cuarenta y cinco

años después de las primeras exportaciones a esa nación, ya existían 256 beneficios en el país. La mayoría de estos eran de poca capacidad, pero estaban equipados con maquinaria adecuada, de una capacidad promedio de 1250 fanegas por año.

Para 1907, todavía operaban más de doscientas plantas ubicadas principalmente en San José, Alajuela, Heredia, y Cartago, que procesaban un promedio de 2,000 fanegas por año. Ya en esa época las instalaciones de proceso contaban con despulpadores, pilas de fermentación, caños de correteo, secadoras, patios para el secado al sol, peladoras de pergamino y pulidoras. La selección del café se realizaba en el caño de lavado y en las mesas de escoger. En estas mesas trabajaban cientos de muchachas, seleccionando y preparando el producto final para el ensacado y embarque.

A principios de la década de 1970 funcionaban alrededor de 120 firmas beneficiadoras, procesando cerca de 1,700,000 fanegas para un promedio superior a las 14,000 fanegas por planta. En una evaluación de los beneficios que realizó la Oficina del Café en 1973, se observó que había una marcada tendencia hacia el mejoramiento de las instalaciones debido a que las plantas de menor capacidad estaban desapareciendo, los procesos industriales se estaban mejorando y plantas nuevas de mayor capacidad estaban siendo construidas. Además, en ese año la Oficina adquirió una finca para construir un beneficio experimental de mayor capacidad, que permitiría realizar una mejor investigación sobre el procesamiento. En la actualidad, 95 plantas beneficiadoras procesan alrededor de 3,300,000 fanegas por año, lo cual da un promedio de casi 35,000 fanegas por beneficio. El siguiente cuadro muestra la evolución del sector beneficiador en cuanto a la cantidad de plantas y el volumen procesado.

Cuadro 2.4
Cantidad de beneficios y promedio de
fanegas procesadas por beneficio
1888-1995

Año	Beneficios	Fanegas/Beneficio
1888	256	1 250
1907	Más de 200	2 000
1970	120	14 000
1982	111	24 600
1987	101	31 500
1992	101	34 000
1995	95	35 000

Fuentes: La Dinastía de los Conquistadores, Samuel Stone, ICAFE

El sector beneficiador ha evolucionado considerablemente en sus más de ciento cincuenta años de existencia, pasando de una gran cantidad de pequeñas plantas artesanales que vendían su café directamente a Europa y Estados Unidos en forma muy rentable, a un reducido número de plantas tecnificadas de gran capacidad, que operan con un margen de utilidad mucho menor, establecido por ley. Hoy en día, estas empresas se dedican a la labor de aprovisionamiento, transporte y procesamiento del café, y debido a la fuerte competencia que existe para garantizarse el abastecimiento, deben brindar una amplia variedad de servicios al productor.

2.1.2. Evolución de la comercialización

En los inicios de la actividad, la venta de café al extranjero la realizaban los beneficios o compañías exportadoras que le pertenecían a estos, utilizando marcas propias y manteniendo un contacto directo con los compradores. En aquel tiempo, era práctica común que los productores más grandes estuvieran integrados al procesamiento y la exportación, lo que les permitía controlar la comercialización del producto y el manejo de su marca. No obstante, durante la segunda mitad del siglo pasado comenzaron a operar firmas exportadoras independientes que no tenían relación con la producción ni el procesamiento, y que ofrecían el servicio de intermediación entre el beneficio y el importador o tostador extranjero. Estas compañías se fueron consolidando a medida que crecía la producción del país, y que aumentaba el volumen que requerían los tostadores del exterior, hasta que llegaron a dominar el negocio de exportación.

En los años cuarenta del presente siglo, cuando la producción era de tan solo 450,000 quintales, el país consumía 75,000 quintales por año. Esta demanda representaba el 17% de las ventas totales. Pero cuando las cosechas aumentaron aceleradamente a partir de 1955, el mercado interno redujo su participación sobre las ventas a un 10%. En la actualidad, el país consume alrededor de 350,000 quintales de café verde, lo que representa un consumo per cápita de 4.6 kilos por año.

El café que tradicionalmente se ha destinado para el consumo interno es el de menor calidad, debido a que por muchos años, el Gobierno a través del ICAFE, reguló la oferta a dicho mercado mediante cuotas obligatorias de abastecimiento. Con este sistema, el Gobierno forzaba a los productores a subsidiar el precio interno, lo que provocó la reacción lógica de enviar las peores calidades a dicho mercado. Este sistema fue eliminado a partir de octubre de 1992, lo que ha permitido a los beneficios vender libremente su café a donde mejor les parezca. No obstante, el Gobierno sigue fijando una cuota de venta simbólica como abastecimiento mínimo para el mercado local, que en las últimas dos cosechas ha sido del 1%.

Los mercados externos que la industria ha suplido desde los inicios de las exportaciones han sido Londres, que se utilizaba como puerto de entrada para otros países de Europa, Alemania, Francia, Italia y los Estados Unidos. Hoy en día, los exportadores siguen atendiendo estos mercados con prioridad, pero también venden cantidades importantes a Bélgica, Finlandia, Holanda, Japón y Suecia.

Cuadro 2.5

Ventas de exportación por país de destino
Cosechas 1986-87 A 1995-96
(en sacos de 60 kg.)

País	1986-87		1987-88		1988-89		1989-1990		1990-91	
	Sacos	%	Sacos	%	Sacos	%	Sacos	%	Sacos	%
Estados Unidos	725446	29.26	227335	11.58	233998	10.85	491904	20.69	540549	22.43
Alemania	483496	19.50	274162	13.97	350212	16.23	545435	22.95	456388	18.94
Reino Unido	170863	6.89	106090	5.40	198778	9.21	159448	6.71	240925	10.00
Finlandia	156256	6.30	86537	4.41	113274	5.25	125505	5.28	72229	3.00
Italia	98159	3.96	97376	4.96	101550	4.71	179566	7.55	134699	5.59
Francia	90078	3.63	81276	4.14	90418	4.19	92057	3.87	103442	4.29
Bélgica	41998	1.69	36539	1.86	38496	1.78	60741	2.56	70925	2.94
Holanda	104816	4.23	113793	5.80	92638	4.29	176399	7.42	145793	6.05
Suecia	56447	2.28	62962	3.21	77912	3.61	87402	3.68	57787	2.40
Japón	57303	2.31	27185	1.38	33554	1.56	67956	2.86	108626	4.51
España	52568	2.12	6900	0.35	14030	0.65	35363	1.49	41148	1.71
Otros	441882	17.82	842980	42.94	812448	37.66	355191	14.94	437381	18.15
TOTAL	2479312	100.00	1963135	100.00	2157308	100.00	2376967	100.00	2409892	100.00

País	1991-92		1992-93		1993-94		1994-95		1995-96	
	Sacos	%	Sacos	%	Sacos	%	Sacos	%	Sacos	%
Estados Unidos	617269	27.13	583282	21.91	276442	13.35	298493	15.72	489883	19.30
Alemania	340524	14.96	535348	20.11	423469	20.45	240618	12.68	446895	17.61
Reino Unido	163892	7.20	196990	7.40	278892	13.47	326030	17.18	248589	9.79
Finlandia	90346	3.97	96890	3.64	102550	4.95	121653	6.41	94603	3.73
Italia	143578	6.31	206693	7.76	181685	8.77	141945	7.48	168113	6.62
Francia	118237	5.20	150368	5.65	154393	7.45	157500	8.30	219018	8.63
Bélgica	109199	4.80	106563	4.00	113005	5.46	115297	6.07	152965	6.03
Holanda	92470	4.06	157830	5.93	99812	4.82	124925	6.58	212639	8.38
Suecia	69862	3.07	78200	2.94	64958	3.14	43572	2.30	36275	1.43
Japón	78789	3.46	86824	3.26	69287	3.35	64696	3.41	69934	2.76
España	51171	2.25	61706	2.32	48376	2.34	29473	1.55	96496	3.80
Otros	400216	17.59	401731	15.09	258298	12.47	234034	12.33	302984	11.94
TOTAL	2275553	100.00	2662425	100.00	2071167	100.00	1898236	100.00	2538394	100.00

Fuente: ICAFE

El precio del café verde en los mercados internacionales normalmente presenta mucha volatilidad debido a las constantes fluctuaciones de la producción mundial. A continuación se presentan los precios de venta para la exportación y el mercado local, desde 1960 a la fecha.

Cuadro 2.6

Comportamiento de los precios del café de exportación y consumo nacional
Cosechas 1963 a la fecha
(Precio en dólares por quintal de café)

Cosecha	Exportación Precio por quintal	Consumo Nac. Precio por quintal	Cons. Nac. Como % del precio de export.
1963-1964	41,14	29,60	72,0
1965-1966	43,64	30,23	69,3
1967-1968	36,20	27,38	75,6
1969-1970	46,00	29,74	64,7
1971-1972	40,65	27,66	68,0
1973-1974	64,28	29,61	46,1
1975-1976	93,40	32,80	35,1
1977-1978	161,97	38,24	23,6
1979-1980	152,94	51,32	33,6
1981-1982	111,56	21,77	19,5
1983-1984	97,50	26,46	28,1
1985-1986	160,42	26,85	16,7
1987-1988	104,60	26,98	25,8
1989-1990	77,69	34,59	44,5
1990-1991	82,02	45,80	55,8
1991-1992	63,89	42,62	66,7
1992-1993	61,10	39,94	65,4
1993-1994	94,66	81,69	86,3
1994-1995	140,19	109,12	77,8
1995-1996	111,47	78,60	70,5
1996-1997 *	144,00	96,00	66,6

(*) Estimado

Fuente: ICAFE

Puede observarse en el cuadro anterior como la relación de precios entre ambos mercados ha sido normalmente del 65%. Sin embargo, a partir del año 1973 y hasta 1988, el precio internacional aumenta en más de un 100%, lo que combinado con el subsidio que las ventas al mercado local tuvieron durante ese período, hicieron bajar la relación a niveles inferiores al 30%. A partir de la cosecha 1990-91, la diferencia de precio entre ambos mercados vuelve a los niveles normales históricos, debido a la sensible baja en los precios internacionales y a que la eliminación del subsidio y la liberalización del sistema de ventas para el consumo interno se da a partir de 1992.

2.2 Importancia económica y social del café en el desarrollo del país

El café, desde sus inicios como actividad empresarial en la primera mitad del siglo pasado, modificó completamente la economía del país. En 1821, Costa Rica era la nación más pobre de Centroamérica, pero unos pocos años después, debido a las exportaciones que se realizaron a Chile a partir de 1832, y especialmente a Londres a partir de 1843, Costa Rica se convierte en una de las repúblicas más desarrolladas de América Latina. Fue la primera nación en poseer un ferrocarril que unía los dos mares, la primera en tener alumbrado eléctrico en sus ciudades, la primera en materia de educación, y una de las primeras en tener una buena red de carreteras. Sin duda alguna, se puede asegurar que el café fue la fuente de desarrollo y bienestar más importante que tuvo el país en sus primeros 150 años de existencia como república independiente. Así lo indica el expresidente don José Joaquín Trejos: “es indudable que el café fue el producto que transformó nuestra nación. Antes de él, Costa Rica estaba sumida en un estado de pobreza enorme. Fue su producción y exportación lo que generó riqueza y la expansión de todo nuestro sistema educativo y empresarial”.

El café ha sido una fuente de divisas muy importante para el Gobierno, pues en los años cincuenta generaba el 50% de los dólares que recibía el país, mientras que hoy en día aporta entre el 10% y el 15%. El cultivo también ha sido muy importante en cuanto a ingresos fiscales, pues antes de que se modificara el régimen impositivo sobre la actividad a finales de los años ochenta, aportaba el 10% de la recaudación tributaria mediante impuestos directos a la producción y exportación. Actualmente, la actividad está gravada con un impuesto del 2.5% sobre el valor FOB de las exportaciones, parte del cual se destina a financiar al ICAFE. El impuesto sobre la renta también recae sobre la actividad, con la diferencia de que en el sector agrícola se aplica cada tres meses de acuerdo a los ingresos por fanega recibidos por el beneficiario, deduciendo los gastos directos de proceso, el margen de utilidad del beneficiador, los costos de producción agrícola y un aporte obligatorio que por ley que deben hacer los productores a un fondo de estabilización de precios. El monto neto sobrante es gravado con un impuesto del 20%, que funciona como un adelanto trimestral (no reembolsable) del impuesto sobre la renta que deben pagar los productores al final del período fiscal. Hoy en día, la industria cafetalera contribuye con el 1% de los ingresos tributarios del Estado, y el 4% del producto interno bruto del país.

El café también produjo efectos sociales muy deseables, al impulsar el desarrollo económico de una gran cantidad de pequeños y medianos productores alrededor de los beneficios privados y cooperativos. Estos beneficios, operando bajo la ley reguladora de la industria, le han brindado una variedad de servicios a los productores, que les ha facilitado la atención adecuada de las plantaciones.

Durante los primeros setenta años de este siglo, el cultivo del café jugó un papel fundamental en la democratización de la propiedad y el reparto de la riqueza, pues durante esos años fue una fuente de ingresos muy importante para los productores. La actividad también ha sido una fuente de trabajo importante para la población.

2.3 Factores que determinaron el éxito de la industria en el pasado

La industria del café oro o verde de Costa Rica ha competido globalmente con mucho éxito en el pasado. Hay muchos factores que han sido determinantes para el buen desarrollo que ha tenido la actividad. A continuación se enumeran los más importantes:

- El país tiene condiciones idóneas para producir café de alta calidad y una buena posición geográfica para abastecer los grandes mercados de Norteamérica y Europa.
- La industria ha estado muy bien organizada desde hace muchos años, en buena parte por la ley especial que regula la actividad. La ley creó al Instituto del Café, entidad que ha desempeñado un papel muy importante en la protección del pequeño productor, y en el mantenimiento de un régimen equitativo de relaciones entre los distintos sectores que intervienen en la industria. Esto fortaleció la base productiva, que fue el punto de partida para el desarrollo del resto de los sectores.
- La buena organización facilitó la investigación y el desarrollo de un paquete tecnológico que le permitió al país, alcanzar el primer lugar en productividad por área en el mundo.
- El entorno regulado ha ayudado a que la mayoría de participantes sean serios y responsables ante compradores del extranjero. Esto ha desarrollado una buena imagen en el ámbito internacional, como suplidores confiables de café de buena calidad.
- La producción alcanzó un volumen adecuado, y esto permitió que el país se posicionara como un proveedor importante en la industria mundial.
- Las zonas productoras fueron ideales para el desarrollo humano. Los centros de población más importantes crecieron alrededor de las zonas cafetaleras.
- El Gobierno apoyó a la industria con la creación de bancos, caminos, puertos, ferrocarriles y universidades. El sistema de educación fue muy importante para proveer a la industria de personal técnico capaz.
- La actividad cafetalera fue fundamental para crear un clima de estabilidad económica, política y social. Este ambiente favorable fue aprovechado por la misma actividad para desarrollarse y mejorar su productividad y eficiencia.
- Factores externos a la industria, como la buena imagen política, social, y ambiental que el país siempre ha tenido, también han ayudado a la actividad.
- También hubo suerte pues cuando Costa Rica emerge como productor de café, el consumo en los grandes mercados europeos estaba consolidado y en crecimiento. El país tuvo la buena fortuna de desarrollar su actividad cafetalera en una época ideal, pero además supo aprovechar la oportunidad. Además, las heladas, sequías y otros acontecimientos que constantemente afectan la producción mundial, también han ayudado a la industria local.

Anteriormente era más fácil competir si se tenían ventajas comparativas. Costa Rica no solo las tenía, lo que facilitó la producción de un café de excelente calidad, sino que las complementó con una buena organización, investigación y desarrollo tecnológico, transferencia de conocimientos al productor y el apoyo del Gobierno. El ambiente de tranquilidad y estabilidad que ha caracterizado a Costa Rica, también contribuyó con el

desarrollo de la actividad. Además de todos estos factores positivos, también medió la casualidad y buena fortuna.

2.4 Posicionamiento del café de Costa Rica en el mundo

Costa Rica es reconocida globalmente como un proveedor confiable de café verde de buena calidad. La buena imagen que por muchos años ha tenido, le ha permitido desarrollar una demanda internacional fuerte y estable. La industria vende la mayor parte de su oferta exportable a compañías comercializadoras o “traders”, quienes a su vez lo revenden a grandes empresas tostadoras. Estos tostadores, ubicados principalmente en Europa y Estados Unidos, utilizan el café en mezclas de buena calidad, las cuales elaboran junto con el café de otros países.

Aproximadamente el 60% del café de Costa Rica es de buena calidad, un 30% es de muy buena calidad y el 10% restante no es exportable. Las calidades exportables, o sea el 90% del café, se empaquetan en sacos de 69 kilos bajo la marca del beneficiador o exportador. Las marcas se utilizan principalmente para representar los diferentes tipos y calidades provenientes de distintas regiones¹.

Como se mencionó en el capítulo primero del estudio, la producción mundial se divide en tres grupos: Suaves, Arábigos Brasileños, y Robustas. El café de Costa Rica se clasifica dentro del grupo de los Suaves, al igual que el café de Colombia y Guatemala. Estos tres países, que producen una calidad muy similar, compiten fuertemente entre sí en los mercados que consumen grandes cantidades de buen café, como Europa y el segmento alto de los Estados Unidos.

El café de Costa Rica tiene un mejor reconocimiento internacional que la mayoría de café del grupo Suaves y Arábigos Brasileños, con la excepción del producto de Colombia y Kenya. Estos dos países han logrado desarrollar una muy buena imagen de calidad, no solo entre tostadores como es el caso de Costa Rica, sino también entre distribuidores, detallistas y consumidores. Colombia ha logrado un alto grado de diferenciación a base de una inversión multimillonaria en campañas publicitarias masivas, mientras que Kenya se ha posicionado por las atribuciones especiales que su café tiene². Ambos países obtienen mejores precios de venta que Costa Rica.

2.4.1. Estrategia de abastecimiento de los tostadores en países consumidores

El tostador que compra café de Costa Rica lo mezcla con el de otros orígenes, para obtener un sabor específico que satisfaga los gustos del consumidor, y también con el fin de disminuir el costo promedio del café verde que requiere su marca. Por ejemplo, un tostador puede utilizar una mezcla que incluye café de Costa Rica o Colombia para

¹ En Costa Rica el café se clasifica por tipos de acuerdo a la zona de producción, la altura y el clima. En la sección 3.2.1 se describen los ocho tipos cultivados en el país.

² Esta bebida, al igual que el vino, se caracteriza por varios factores que definen el sabor. Estos son: el tipo o especie, la frescura o el tiempo desde que se cosechó, el cuerpo, la acidez, el aroma y cualquier defecto que pueda notarse en la taza. Todos estos factores son tomados en cuenta por el catador profesional, para emitir criterio sobre la calidad del café.

obtener cuerpo y acidez, y café más barato de México, Honduras o Nicaragua como relleno. De igual forma, el tostador de marcas populares puede combinar un poco de café guatemalteco o colombiano con mayor cantidad de mexicano y robusta brasileño.

La compañía tostadora usualmente se abastece de varios países, para cada tipo de café que requiere en su mezcla. Esto lo hace para tener la flexibilidad de abastecerse de donde más le convenga económicamente, pues ciertos cafés le pueden encarecer su mezcla en años de bajas cosechas o cuando ocurren problemas con las entregas. No obstante, en la medida en que una marca requiera materia prima de mejor calidad, aumenta la dependencia hacia ciertos orígenes pues las alternativas de sustitución se reducen.

Lo contrario le sucede a tostadores que atienden mercados que consumen café de menor calidad, como el segmento popular de Estados Unidos y el medio y lejano Oriente, pues tienen muchas alternativas de abastecimiento como Ecuador, Salvador, Honduras, México, India, Perú y Venezuela, para café arábigo de calidad intermedia, y de muchos otros países para café robusta. En este segmento de mercado, el producto final normalmente se vende a base de precio, por lo que el costo de adquisición del café verde es crítico para poder competir, pues representa más del 75% del costo de producción. Por otra parte, los tostadores que atienden el segmento alto obtienen precios de venta y márgenes de utilidad mayores, lo que aminora la importancia del valor de adquisición del café verde. Para estos tostadores, es más importante asegurar el abastecimiento de materia prima de alta calidad mediante alianzas con buenos productores, que negociar agresivamente el precio de compra.

En términos generales, el tostador busca posicionar su propia marca en el mercado para diferenciarla de las demás. Los elementos de diferenciación que utiliza resaltan las características propias de la marca, y no las atribuciones del café verde o el productor que lo cultiva. Por esta razón la identidad del productor y el país de origen casi nunca es conocida por los consumidores. Al tostador de marcas populares no le conviene promover el nombre de un determinado productor, o manejar una marca de origen individual, pues al hacerlo se amarra a ese productor o país y pierde poder de negociación en la compra de su materia prima principal.

La estrategia de compra del tostador y la forma en como utiliza los distintos cafés en sus mezclas, hacen que aún el café verde de alta calidad como el de Costa Rica y Guatemala, sea utilizado como materia prima de carácter genérico. No obstante, algunos pocos países como Colombia y Kenya, y productores individuales de Jamaica, Puerto Rico y Hawaii por ejemplo, han logrado evadir la connotación de producto genérico mediante el posicionamiento de su marca entre el consumidor final. En estos casos, el tostador de mezclas buenas es inducido a indicar el origen del café, pues le ayuda a diferenciar su marca de las demás, mientras que el tostador que atiende el segmento más alto del mercado, tiene la oportunidad de vender cafés “exóticos” de renombre, que le dejan un mayor margen de utilidad. Este es el caso del Jamaican Blue Mountain, Yauco Selecto de Puerto Rico y el Kona de Hawaii.

El valor del café arábigo lavado que no tiene un buen grado de diferenciación, se basa en el precio que se establece en la bolsa de futuros de Nueva York, más un premio o descuento por calidad que en condiciones normales de mercado oscila entre el 3% y 15% del precio base. Este diferencial es fijado por la oferta y demanda existente en el mercado de café físico o “cash market” para cada tipo de café. Esto significa que si productores importantes de café arábigo a nivel mundial tienen una mala cosecha, la

escasa oferta restante recibiría un premio más alto de lo acostumbrado. En condiciones de mercado normales, el café de Costa Rica recibe un diferencial similar que Guatemala, pero ligeramente inferior que el de Colombia.

2.5 Estrategia competitiva actual

Pocos países tienen la buena imagen que posee Costa Rica como proveedor de café de buena calidad, pero al venderse como un producto genérico para mezclas que no identifican el origen, no se logra crear lealtad del consumidor final y por ende del tostador, hacia el país o sus productores.

Mientras el café de Costa Rica siga teniendo una diferenciación tan débil entre los consumidores, y costos de producción altos, la industria seguirá en una situación competitiva vulnerable ante productores que logren diferenciar su café adecuadamente, o tengan un costo de producción menor. Por falta de una estrategia de mercadeo, los cafetaleros de Costa Rica venden su café a precios bajos, a pesar de que en la actualidad no tienen condiciones para ser exitosos como “low cost producers”.

3. ANÁLISIS DEL SISTEMA AGROINDUSTRIAL DEL CAFÉ

3.1 Descripción general del sistema

Ha quedado claro en los capítulos anteriores, que la industria del café de Costa Rica está conformada por cuatro sectores o participantes directos, los cuales son regulados por una normativa legal especial. Estos sectores tienen una interacción constante entre sí, y conforman un sistema agroindustrial típico, en el que participan productores agrícolas, procesadores primarios o de materia prima (beneficios), procesadores de producto terminado (tostadores), distribuidores en el mercado nacional, y exportadores.

3.1.1. Aspectos de producción

Para tener éxito en la actividad de producción se requiere primeramente de condiciones naturales aptas para el cultivo, como son tierras franco arcillosas y de suelo profundo, ubicadas a una altura entre los 800 y 1300 metros, un verano seco y definido pero con lluvias bien distribuidas durante el resto del año, y una temperatura que oscile entre los 18 y 23 grados centígrados. El mapa que se presenta a continuación muestra las zonas aptas para el cultivo de café en Costa Rica.

Figura 3.1
 Mapa de zonas aptas para el cultivo del café
 Costa Rica



El proceso productivo se inicia con el establecimiento de almacigales o viveros de plantas, que al cumplir un año se transplantan al campo. La siembra de áreas completas y la resiembra selectiva de plantas deterioradas, son trabajos que se realizan al inicio de la época lluviosa, en los meses de mayo a julio. Si la planta se atiende en forma adecuada, al cabo de tres años produce la primera cosecha de importancia.

Las principales labores de mantenimiento son: el control de malezas, la fertilización al suelo, la fertilización foliar, el control de plagas y enfermedades, la poda o arreglo de sombra, y la poda y posterior deshija de la planta. La poda del café debe hacerse cada cinco o seis años, pues es muy importante que el tamaño de la planta no supere los dos metros para facilitar la recolección. La poda también es requisito indispensable para obtener buenas cosechas, pues la floración se presenta únicamente en el tejido nuevo de la planta. El cultivo de café es muy intensivo en mano de obra debido a que la distancia

de siembra entre plantas no permite mecanizar, y a que muchas labores como la poda, la deshija, el arreglo de la sombra y la recolección deben realizarse cuidadosamente por personas con habilidad manual.

La recolección de la fruta se realiza durante cuatro meses del año, pero la época exacta depende de la altura y zona en donde esté ubicada la finca. Las zonas de maduración temprana, ubicadas a una altura inferior a los 700 metros, inician la cosecha en los meses de julio a octubre. En los meses de setiembre a diciembre se recolecta el café de las zonas de maduración media, y en los meses de diciembre a marzo se cosecha el café de mejor calidad, procedente de las zonas de maduración tardía ubicadas a más de 1,000 metros de altura.

Usualmente las fincas medianas y grandes cosechan la fruta diariamente durante el período de recolección. Los recolectores laboran por las mañanas y entregan el café cosechado por las tardes al mandador o encargado de la finca, en un proceso que se conoce como “medida”. El cogedor recibe su salario en efectivo, al momento de medir y hacer entrega del café.

3.1.2. Entrega del café al beneficio

Una vez que el café se mide en las fincas, es transportado hasta las instalaciones de medición y recibo de los beneficios, ubicadas estratégicamente dentro de las zonas productoras. Una vez en el recibidor, el productor hace entrega formal del café. La medida oficial de recibo es el doble hectolitro, recipiente metálico de .2 metros cúbicos de capacidad. Sin embargo, la unidad de medida que se utiliza comúnmente en la industria para referirse a la producción de las fincas o al volumen recibido por los beneficios, es la fanega, que equivale a dos dobles hectolitros. Una fanega de café en fruta del Valle Central normalmente produce 100 libras de café verde antes de tostar.

Al finalizar la medición y entrega, el productor recibe un documento provisional que indica entre otras cosas, el nombre del productor, la cantidad de café entregado y la zona o altura de donde proviene. En el transcurso de la siguiente semana, el beneficio paga al productor un adelanto de dinero por cada fanega entregada. El primer adelanto es seguido de pagos parciales que el beneficio obligatoriamente debe hacer, de acuerdo a las ventas que realice durante el año. Para controlar lo anterior, cada beneficio debe presentar trimestralmente al ICAFE, una liquidación provisional de las ventas realizadas y de los gastos de proceso efectuados, a la fecha de corte. El beneficio puede deducir de las ventas una serie de gastos directos de elaboración que la ley especifica, más un margen de utilidad del 9% como compensación por la labor de industrialización y ventas que lleva a cabo. El remanente que se produzca entre las ventas y las deducciones autorizadas, debe ser cancelado a los productores.

Del margen de utilidad que le corresponde, el beneficio debe de cubrir el costo de mantenimiento y mejora de las instalaciones, y cualquier otro gasto no aceptado por el ICAFE en que incurra. Debido a la fuerte competencia, las compañías beneficiadoras se ven obligadas a transportar el café de la finca o recibidor hasta el beneficio, a pagar adelantos de efectivo mucho mayores de lo que por ley corresponden, y a brindar al productor una serie de servicios adicionales.

Los beneficios comúnmente reciben café de diferentes alturas, y deben hacer una distinción entre éstas para efectos de pago al productor, pues el café de más altura obtiene un mejor precio en los mercados internacionales. Otras características como la cantidad de chasparria o granos negros, el café verde o inmaduro, el rendimiento de beneficiado y la calidad de taza, no se toman en consideración. Esto se traduce en un castigo para los productores que entregan buena calidad y en un premio para los que entregan mala calidad, pues ambos tipos de productores reciben el mismo precio por su café. Esta situación, que surge por el sistema de recibo que la ley establece y por la rivalidad existente entre los beneficios por acaparar fruta, ha provocado un desmejoramiento en la calidad a nivel nacional en los últimos años.

3.1.3. Beneficiado

Una vez que el café se mide en el recibidor o beneficio, pasa a ser responsabilidad de la compañía beneficiadora. Terminado el proceso de medida, el café se transporta a la planta y se deposita en un sifón de almacenamiento. Cuando este se llena lo suficiente, la fruta se comienza a procesar, pasando primero por un proceso de flotación para separar lo que se conoce como espumas, o café de inferior calidad. El café de mejor calidad se precipita al fondo del sifón y de seguido es despulpado en máquinas llamadas despulpadores o chancadores. Estas máquinas desprenden la cáscara exterior y la separan del grano. El grano recién descascarado tiene adherida una capa de miel conocida como mucílago, la cual es removida mecánicamente por máquinas, o bioquímicamente por medio de fermentación natural. Una vez que el mucílago se desprende, el café se clasifica por peso en un canal de concreto que se conoce como caño de correteo, o en un caño metálico de menor longitud conocido como caño colombiano. En el caño de correteo el café fluye con grandes cantidades de agua. El más liviano se adelanta con la corriente mientras que el más pesado y de mejor calidad se queda atrás. Al final del caño hay varias compuertas que permiten separar las diferentes calidades.

Una vez que se clasifica, el café se debe secar de inmediato. En el proceso de secado, la humedad interna del grano se reduce de un 55% a un 11% mediante el uso de presecadoras verticales y/o secadoras rotativas cilíndricas. El proceso de secado dura entre 10 y 24 horas dependiendo de la eficiencia de las máquinas empleadas, y de la temperatura y flujo de aire que se utilice. Cuando el café se seca correctamente, se puede almacenar en silos por períodos de hasta un año o más si es necesario. En esta etapa, el café queda con una cáscara adherida que se conoce como pergamino, que lo protege de condiciones adversas que puedan presentarse durante el período de almacenamiento. Con el depósito del café en el silo, finaliza la primera etapa de procesamiento conocida como beneficiado húmedo.

Generalmente el beneficio debe mantener los inventarios de café durante el año, pues cuenta con la infraestructura necesaria para almacenar la cosecha. Además, el tostador no requiere tener inventarios altos debido a que los modernos sistemas de comunicación y transporte que existen, y las múltiples opciones de suministro que encuentra en varios países, le permiten abastecerse de manera más seguida y en menores cantidades. Por lo tanto, los beneficios y en menor grado los productores, asumen el costo financiero y de almacenamiento que se produce al tener que guardar los inventarios.

En la primera fase de procesamiento se obtienen entre tres y cinco calidades de café en pergamino, no obstante, esta clasificación no es completamente efectiva por lo que debe de complementarse con un segundo proceso de selección que se conoce como beneficiado seco. El proceso de selección en seco se inicia después de que el beneficio vende una partida de café, y justo antes de que deba hacer entrega de la misma al exportador. El beneficiado seco o preparación final, consiste en pelar o descascarar el café para luego clasificarlo por peso, color, y ocasionalmente por tamaño. El propósito de la preparación final es uniformar la apariencia física y la calidad de taza, mediante la separación de los granos que no cumplen con el estándar de calidad deseado. Las preparaciones más comunes para la exportación son: preparación europea o primera calidad con clasificación adicional por tamaño, chorro europeo o primera calidad, chorro americano o segunda calidad y recataduras. El rechazo o sobrante de estas preparaciones, conocido como calidades inferiores o café de bolsa, generalmente se destina para el mercado local. El siguiente cuadro detalla las calidades y preparaciones que se utilizan en Costa Rica.

Cuadro 3.1
Calidades y preparaciones del café de Costa Rica

Calidades	Preparación
Primer Pergamino y Segundo Pergamino	Preparación Europea Chorro Europeo Chorro Americano Cataduras Recataduras Caracol Menudos Escogeduras
Tercer Pergamino o Cabeza de Caño	Chorro Europeo Chorro Americano Cataduras Otros inferiores
Espumas Borras Verdes lavados	Chorro Americano Otros inferiores

Fuente: ICAFE

El café de Costa Rica se clasifica también por tipos, definidos de acuerdo a la altura y zonas de producción. El tipo de café que más se cultiva es el Strictly Hard Bean (SHB), que además es el de mejor calidad. Usualmente los beneficios reciben la mayoría del café en la zona en donde están ubicados, y por esta razón, preparan y venden principalmente uno o dos tipos. Todos los tipos se alistan de manera similar, obteniendo de cada uno las preparaciones descritas anteriormente. El café preparado y listo para vender se conoce como café verde o café oro.

En la actualidad, los beneficios funcionan como grandes centros de acopio de fruta, que luego procesan, clasifican, almacenan y venden como café verde al exportador. Son muy pocos los beneficios que llevan a cabo su propia labor de comercialización, visitando clientes en el extranjero, y realizando actividades de mercadeo para promover su marca.

El exportador es quien hoy día vende el café de Costa Rica a los mercados internacionales.

3.1.4. Venta al exportador

La gran mayoría de los beneficios venden su café de exportación a empresas locales que se dedican a revenderlo a importadores o tostadores del exterior. En Costa Rica la cosecha normalmente se vende entre el primero de octubre y el 30 de setiembre de cada año, coincidiendo así con el período fiscal de la mayoría de las compañías. El café se vende tomando como base el precio vigente en la bolsa de futuros de Nueva York, al momento de realizar la transacción. La fecha de entrega pactada define la posición de la bolsa que se debe utilizar como referencia para fijar el precio. Por ejemplo, el precio de un café que se venda para entrega en octubre o noviembre de este año, se fija con base en la posición más cercana siguiente, que sería diciembre. Aparte del precio vigente en el mercado de futuros, el mercado de físicos o “cash market” establece un premio o descuento que se le suma o resta al precio de la bolsa de acuerdo a la calidad. Este diferencial se puede negociar con el exportador de previo a fijar el precio definitivo, o en el mismo momento en que se realiza la fijación. El precio pactado, que se conoce como precio FOB, es disminuido por tres rubros: un impuesto del 1.5% para financiar las actividades que realiza el ICAFE, otro impuesto del 1% a la exportación, y un monto fijo de \$1.65 por quintal, que cubre los gastos de manejo interno en que incurre el exportador. El precio neto que recibe el beneficio se conoce como precio rieles. Este valor es el que debe utilizar el beneficiador para calcular el pago del café al productor.

Cuando el beneficio vende una partida al exportador, este último llena un formulario que funciona como contrato de compraventa, y luego lo envía al beneficio para su aprobación y firma. El contrato posteriormente es presentado al ICAFE junto con una muestra de la partida, para obtener la aprobación de la negociación. El contrato especifica entre otras cosas el precio, la cantidad, calidad, y fecha de entrega del café. El trámite de inscripción y aprobación de los contratos en el ICAFE debe hacerse antes de realizar la entrega física del producto. De esta forma el Instituto fiscaliza que los precios pactados entre el beneficio y el exportador reflejen las condiciones de mercado que prevalecieron durante el día de la venta, con el fin de garantizar un pago justo al productor.

3.1.5. Función del exportador

Hoy en día, el exportador compra café a muchos beneficios, lo mezcla por tipos, y lo vende casi siempre bajo sus propias marcas a importadores y tostadores del exterior. El exportador generalmente realiza ventas de mayor tamaño, que las partidas que adquiere a los beneficios, y esto lo obliga a mezclar las compras con el fin de entregar partidas uniformes a sus clientes. En algunas ocasiones también se ve obligado a “reparar” una preparación defectuosa, o a reclasificar una partida para venderla como parte de otro tipo de preparación. Los exportadores llevan a cabo esta labor en beneficios secos de gran

capacidad, que clasifican, mezclan y preparan el café para la exportación, muy eficientemente.

En la actualidad, la compra al beneficio y la venta inmediata al importador o tostador, operación conocida como “back to back”, casi no ocurre, pues normalmente el productor quiere vender a un nivel de precio que el comprador no desea. La práctica común entre los exportadores es comprar al beneficio y vender al importador o tostador en momentos y cantidades diferentes.

La función primordial del exportador es aprovisionar, preparar y suministrar altos volúmenes de café a compañías importadoras o tostadores que operan en los principales países consumidores.

3.1.6. Tostado, empaque y distribución

El sector torrefactor realiza la última etapa de procesamiento industrial, que consiste en el tostado, molido y empaque. La mayoría de tostadores también distribuyen directamente el producto a sus clientes.

Los tostadores nacionales normalmente adquieren alrededor del 10% de la cosecha nacional. El café que compran es de inferior calidad que el de exportación, pues como se mencionó en la sección 2.1 del estudio, esto sucede debido a que por muchos años el Gobierno obligó al productor a subsidiar el café de consumo local. Con el subsidio, el tostador podía comprar café de baja calidad muy barato, y debía pagar precios mucho mayores por el café de calidad de exportación. Durante los años en que esta distorsión estuvo vigente, el café para consumo interno se compraba a un 30% del valor del café de exportación. El tostador ante esta situación, optaba por comprar el café de inferior calidad pues le daba un mayor margen de ganancia. Poco a poco el consumidor costarricense se fue acostumbrando a tomar café de mala calidad.

Hoy en día, el tostador prepara dos tipos de café: uno de inferior calidad que al tostar lo mezcla con azúcar para ocultar los defectos y darle más cuerpo y color, y otro de mejor calidad que vende como café puro. El café más barato, conocido como torrefacto, domina el mercado con un 75% de participación. Sin embargo, desde hace unos diez años el café puro lo ha venido desplazando debido a calidad, y a que los bajos precios que se presentaron por muchos años en el mercado internacional, permitieron al tostador comprar cafés mejores. También, la desaparición del subsidio para el consumidor local a partir de 1992, disminuyó sensiblemente la diferencia de precios entre las calidades inferiores y los cafés de exportación. Ambas circunstancias fueron aprovechadas por el tostador local para mejorar la calidad de las marcas existentes y para introducir nuevos cafés puros.

3.2 Características de los sectores participantes

3.2.1. Sector productor

En Costa Rica hay aproximadamente 108,000 hectáreas sembradas de café, distribuidas en ocho grandes zonas de producción: Alajuela, Heredia, San José, Cartago, Los

Santos, Turrialba, Pérez Zeledón y Coto Brus. Las primeras cuatro regiones están ubicadas dentro de la meseta central, mientras que las últimas se localizan fuera de esta. Alajuela ha sido la provincia de mayor producción en los últimos veinte años con un promedio del 35% del total. Los cantones más importantes de esta provincia son Alajuela, Grecia, Naranjo y San Ramón. San José ha sido la segunda provincia en producción en el mismo período, con un promedio de 26% del total. Los cantones productores más importantes de San José en el presente son Desamparados, León Cortes, Tarrazú y Pérez Zeledón. Las provincias de Cartago y Heredia siguen en importancia con un 15% y 10% de la producción nacional respectivamente. La gran mayoría de estas zonas poseen condiciones agronómicas y climáticas muy buenas, como lo es la fertilidad de la tierra, la altura y el clima, pero una buena parte tienen el problema de estar ubicadas muy cerca de los centros de población.

A partir de la cosecha del año 1984-85 la producción del país se ha estabilizado en un volumen cercano a 3,300,000 fanegas por año. El siguiente cuadro presenta la producción porcentual por provincia de los últimos quince años.

Cuadro 3.2
Participación porcentual de la producción de café por provincia
Cosechas 1981-82 a 1995-96

Cosecha	San José	Alajuela	Cartago	Heredia	Guanacacaste	Puntarenas	Limón	Total
1974-1975	26,14	36,20	14,07	16,45	0,82	6,22	0,10	100,00
1976-1977	23,22	38,47	16,02	14,03	1,09	6,96	0,21	100,00
1978-1979	25,25	34,20	16,23	15,93	1,42	6,75	0,22	100,00
1980-1981	26,18	35,76	15,63	14,59	1,44	6,18	0,22	100,00
1982-1983	24,39	36,73	16,65	13,86	1,45	6,53	0,39	100,00
1984-1985	23,58	38,10	16,23	13,06	1,37	7,25	0,41	100,00
1986-1987	24,01	40,42	15,95	11,44	1,10	6,62	0,46	100,00
1988-1989	23,26	38,92	18,49	9,67	0,89	8,42	0,35	100,00
1990-1991	27,61	37,17	14,15	10,22	1,39	8,96	0,50	100,00
1992-1993	32,29	33,75	12,35	10,16	1,09	10,13	0,23	100,00
1993-1994	28,93	37,26	14,31	8,95	1,43	8,88	0,24	100,00
1994-1995	39,05	27,90	13,44	6,26	1,60	11,20	0,55	100,00
1995-1996	30,60	35,70	12,90	9,90	1,50	9,10	0,30	100,00

Fuente: ICAFE

3.2.1.1. Características del productor y concentración de la producción

Los productores de café de la actualidad, tienen características muy similares a los que iniciaron la actividad en la primera mitad del siglo pasado. Estos se pueden clasificar por tamaño, productividad, y organización. Los productores más grandes son las compañías cafetaleras familiares que tienen muchos años de participar en el negocio, generalmente están bien organizadas y alcanzan niveles de productividad que superan las 30 fanegas por hectárea. En el pasado, muchas de estas compañías estaban integradas al

beneficiado, pero en la actualidad únicamente las más grandes siguen estándolo. Estos productores representan el 25% de la producción nacional.

También existe un segundo tipo de productor, de menor tamaño que la compañía cafetalera, pero bien tecnificado y que alcanza una productividad similar. La mayoría de estos agricultores producen únicamente café como cultivo comercial, pero en algunas zonas más bajas como Grecia, Turrialba y San Isidro del General, muchos productores medianos y grandes también cultivan caña de azúcar, lo que les permite diversificar el riesgo de precios y malas cosechas, y obtener ingresos más estables. Este segundo grupo de productores de tamaño mediano cultiva aproximadamente el 19% de la producción del país.

El pequeño productor generalmente cultiva menos de cinco hectáreas pero aporta casi el 56% de la producción nacional. Este agricultor es el menos tecnificado, razón por la que alcanza una productividad inferior al promedio nacional. Por lo general, él y su familia realizan las labores de asistencia de la finca, pero también se ven obligados a trabajar en otras actividades para obtener un sustento económico adecuado. Las agrupaciones anteriores se pueden observar en el cuadro siguiente.

Cuadro 3.3

**Agrupación de los entregadores y de la producción
según el volumen de café entregado
Cosecha 1994-95**

Volumen Entregado	Nº de Entregadores	Porcenta-je	Total de Fanegas	Porcenta-je
1. De 0 a 150 fanegas	74 081	95,9	1 828 341	55,5
2. De 150.1 a 500 fanegas	2 659	3,4	638 676	19,4
3. Más de 500 fanegas	501	0,7	829 224	25,1
TOTAL	77 241	100,0	3 296 241	100,0

Fuente: ICAFE

Como indica el cuadro, en la actualidad 74,081 productores representando el 95.9% del total, entregan menos de 150 fanegas, y producen el 55.5% de la cosecha total. En el siguiente estrato, un 3.4% de los entregadores producen entre 150 y 500 fanegas siendo responsables por el 19.4% de la producción nacional. En el segmento de mayor volumen entregado, 501 productores representando menos del 1% del total, entregaron más de 500 fanegas cada uno, siendo responsables por el 25.1% de la producción. De esta información se desprende que la producción cafetalera de Costa Rica está concentrada principalmente en miles de pequeños productores que no tienen un nivel adecuado de productividad. En términos generales, estos productores tienen un problema de tamaño o estructura pues no cuentan con un mínimo de área para vivir del cultivo, ni con recursos económicos suficientes para atender bien su plantación.

En términos generales, todos los grupos de productores están muy bien atendidos por los beneficios pues el bajo margen de operación con que procesan el café, los ha obligado a incrementar el volumen de recibo. Esto a su vez ha intensificado la competencia por acaparar fruta, pues la producción nacional no aumenta desde hace más de diez años. La fuerte rivalidad entre los beneficios ha favorecido al productor con mejores servicios, tales como financiación, venta de insumos y almácigo, asistencia técnica gratuita y transporte gratis del café al beneficio. También el productor se ha beneficiado con adelantos y liquidaciones más competitivas, pero siempre dentro de la estructura de precios de los cafés no diferenciados o genéricos.

3.2.1.2. *Siembras y renovaciones*

La venta de semilla para almácigo que realiza el ICAFE anualmente es un indicador de la cantidad de hectáreas que se siembran o renuevan por año. De la información disponible se puede afirmar que en los años de 1984 a 1996 los productores sembraron alrededor de 45,000 hectáreas. En el mismo período, el área total se incrementó en aproximadamente 18,000 hectáreas, lo que significa que en los últimos doce años se han renovado 32,000 hectáreas. De lo anterior se puede concluir que de las 108,000 hectáreas sembradas al día de hoy, 45,000 son bastante nuevas, que equivalen a un 40% del área cultivada. Una plantación de café tiene una vida útil comercial de hasta tres podas, o sea entre 16 y 20 años, lo que significa que el otro 60% del área sembrada se encuentra cerca del límite de edad comercial. No obstante, personal técnico del ICAFE asegura que una cantidad significativa de esta área está muy por encima de la edad máxima recomendada.

3.2.1.3. *Variedades*

El uso de cultivares de porte bajo y alta productividad como caturra, catuaí y catimor, se ha generalizado en los últimos quince años. De acuerdo al ICAFE, en 1980 un 34% del área estaba cultivada con estas variedades, mientras que en 1994 el porcentaje había aumentado a 90%.

3.2.1.4. *Tipos de café cultivados*

El café de Costa Rica es clasificado por el ICAFE en tipos y subtipos, dependiendo de la zona de producción, clima y altura en que se cultive. Estos factores determinan la forma, tamaño, dureza y tipo de abertura central que caracterizan el grano, lo que a su vez define la calidad de taza de la bebida. Los tipos de café más importantes en Costa Rica son el Strictly Hard Bean, cultivado en alturas superiores a los 1200 msnm, el Good Hard Bean, producido en mesetas superiores con alturas entre los 1000 y 1200 msnm, el Hard Bean, proveniente de mesetas con altitudes entre los 800 y 1200 msnm, y el Medium Hard Bean, cultivado en semimesetas a una altura entre los 400 y 1200 msnm. El café de los tipos Strictly Hard Bean y Good Hard Bean son los de mejor calidad y entre ambos representan más del 50% de la producción nacional. Esto significa que una buena parte de la producción de Costa Rica tiene condiciones para ser comercializado como café de alta calidad dirigido al segmento de los cafés finos o "specialty". Además, un 20% de la producción es de los tipos High Grown Atlantic y Hard Bean, que también son de buena calidad pues se cultivan a una altura entre los 900 y 1200 msnm. La producción restante se cultiva a alturas menores de 900 metros, o en zonas que

producen un café de inferior calidad. A continuación se presenta un cuadro con los tipos de café que se cultivan en Costa Rica, y su respectiva descripción.

Cuadro 3.4
Tipos de café cultivados en Costa Rica

Tipo de café y zona de producción	Características del grano y de taza
<i>STRICTLY HARD BEAN (S.H.B.)</i> Vertiente del Pacífico, entre 1200 y 1650 m. de altitud. Estaciones seca y húmeda alternas bien definidas.	Grano caracterizado por su dureza. Fisura cerrada. En la taza, alta acidez, buen cuerpo y aroma.
<i>GOOD HARD BEAN (G.H.B.)</i> Vertiente del Pacífico, entre 1000 y 1200 m. de altitud. Estaciones seca y húmeda igual que la anterior pero con la influencia de mayor humedad y temperatura.	Grano de buena dureza. En la taza marcada acidez, buen cuerpo y aroma. Variante superior de los tipos Meseta.
<i>HARD BEAN (H.B.)</i> Vertiente del Pacífico, entre 800 y 1200 m. de altitud. Estaciones seca y húmeda igual que las anteriores, pero condición más cálida y húmeda.	Grano de tipo duro con licor de muy buenas características de cuerpo y aroma, aún cuando su acidez es ligeramente inferior a los anteriores.
<i>MEDIUM HARD BEAN (M.H.B.)</i> Vertiente del Pacífico y Atlántico, entre 500 y 1000 m. de altitud con condiciones intermedias entre ambas tendencias climáticas en cuanto a las estaciones y temperatura, pero con las más altas precipitaciones.	Grano de dureza media con buena acidez, cuerpo y aroma. Como en todos los tipos con influencia atlántica, tiene sabor "grassy" característico en la taza.
<i>HIGH GROWN ATLANTIC (H.G.A.)</i> Vertiente Atlántica, entre 900 y 1200 m. de altitud. Estación lluviosa más prolongada que en la tendencia Pacífica.	Grano de tipo duro con la fisura más abierta que los tipos Meseta. Menos cuerpo y aroma que éstos. Es el mejor tipo de los Atlánticos.
<i>MEDIUM GROWN ATLANTIC (M.G.A.)</i> Vertiente Atlántica, entre 600 y 900 m. de altitud. Estación húmeda de más de duración que la anterior y temperaturas más altas.	Grano de menor dureza. Semilla grande y fisura bastante abierta. Condiciones limitadas de acidez, cuerpo y aroma.
<i>LOW GROWN ATLANTIC (L.G.A.)</i> Vertiente Atlántica, entre 150 y 600 m. de altitud, en tierras muy calientes y lluviosas.	Semilla grande, tipo suave. Fisura abierta. Pobres condiciones de licor, cuerpo y aroma. Es el tipo de más baja calidad que se produce en el país.
<i>PACIFIC (P.)</i> Vertiente Pacífica, entre 400 y 1000 m. de altitud, en áreas cercanas al litoral Pacífico.	Aspectos del grano y calidad en la taza semejantes al tipo Hard Bean. Algunos ricos en cuerpo y aroma.

Fuente: ICAFE

3.2.1.5. Productividad

La productividad de Costa Rica era de 11 fanegas por hectárea en 1950 y 14 fanegas a principios de los años sesenta. A partir de ese momento y durante las décadas del sesenta y setenta, el rendimiento aumenta considerablemente llegando a 30 fanegas por hectárea, ubicándose como el más alto del mundo. Sin embargo, desde finales de la década de los setenta la productividad promedio del país se ha estancado en 30 fanegas por hectárea mientras que los precios del café han bajado en términos reales y los

costos de producción han subido considerablemente. El siguiente cuadro muestra la evolución de la productividad nacional en los últimos quince años.

Cuadro 3.5

**Productividad promedio por hectárea en Costa Rica
Cosechas 1983-84 a 1996-97**

Año de cosecha	Producción por hectárea
1983-84	28,9
1984-85	36,2
1985-86	22,0
1986-87	33,0
1987-88	32,2
1988-89	36,8
1989-90	31,8
1990-91	33,8
1991-92	35,5
1992-93	32,9
1993-94	30,9
1994-95	30,5
1995-96	32,1
1996-97	27,7
PROMEDIO	31,7

Fuente: ICAFE

Hoy en día, aproximadamente el 34% del área sembrada produce menos de 25 fanegas de rendimiento, un 42% del área produce entre 25 y 40 fanegas, y el 24% de las plantaciones produce más de 40 fanegas por hectárea. De la información anterior se puede concluir que posiblemente un tercio del área del país no tenga condiciones óptimas para producir café, que alrededor de un 42% tiene potencial para aumentar la productividad, y que un 24% ha alcanzado rendimientos que le permiten tener una rentabilidad adecuada mientras los precios se mantengan por encima de \$120 por quintal.

El siguiente cuadro muestra lo anterior.

Cuadro 3.6

**Fincas y área en producción según productividad
Cosechas 1992-93 a 1994-95
(en porcentajes)**

Productividad Fanegas por hectárea	1992-93		1993-94		1994-95		Promedio	
	Fincas	Area	Fincas	Area	Fincas	Area	Fincas	Area
Hasta 25	36,4	34,6	37	29,1	45,9	38,4	39,8	34
De 25.1 a 40	41,5	45,2	45,4	41,2	31,6	39,8	39,5	42,1
Más de 40	22,1	20,2	17,6	29,7	22,5	21,8	20,7	23,9
TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fuente: ICAFE

3.2.1.6. El problema de la recolección

El productor de café, al igual que el de muchos otros cultivos, está expuesto a variaciones constantes en las condiciones climáticas y agronómicas que afectan la cantidad y calidad de las cosechas. Además, los frutos deben recolectarse en el momento óptimo de maduración, sin contratiempos, de lo contrario se sobremaduran en la planta, pierden calidad y caen al suelo haciendo muy difícil su recolección. El tiempo máximo que debe esperar un productor para recolectar los granos maduros es de tan solo diez días. El café también es perecedero una vez cosechado, pues si no se procesa en menos de 24 horas, se fermenta dañando el sabor y la calidad. Un café fermentado puede recibir un descuento en el precio hasta de un 50%. El productor de café de Costa Rica no se escapa de estar continuamente afectado por la variabilidad y estacionalidad de sus cosechas, y por la naturaleza perecedera del fruto. Todos estos factores hacen que la recolección del grano sea una tarea muy delicada, que requiere de mucha mano de obra temporal, y de un gran esfuerzo logístico y económico.

En el caso de Costa Rica, la estacionalidad de la cosecha representa un obstáculo muy serio y de difícil solución. El problema consiste en que las plantaciones se atienden durante ocho meses del año, con .25 a .3 trabajadores por hectárea, pero la recolección, que se realiza durante tres a cuatro meses del año, requiere de 1.25 cogedores por hectárea al inicio y final de la cosecha, y hasta 2 cogedores por hectárea durante el pico de maduración. Esto significa que durante un período de tiempo muy corto, el productor debe conseguir hasta cinco personas temporales por cada trabajador fijo que labore en su finca. Una vez finalizada la cosecha, los recolectores temporales se quedan sin trabajo en la actividad cafetalera, pero lógicamente, estas personas no pueden permanecer desocupadas ocho meses del año, por lo que tratan de conseguir un empleo estable que les brinde mayor seguridad económica. En los últimos quince años Costa Rica ha experimentado un desarrollo muy importante en varios sectores de su economía, como son la industria y el turismo, y precisamente estas actividades han absorbido una gran cantidad de trabajadores que anteriormente recolectaban café.

En el pasado, cuando en el país casi no existían mayores oportunidades de trabajo para los hombres y mujeres en las zonas rurales aparte de la actividad agrícola, las familias enteras se incorporaban a la labor de recolección. En los meses de verano, la cosecha se convertía en una verdadera fiesta campesina. Los fines de semana no faltaban los bailes y las diversiones. Mujeres, niños y hombres participaban en las cogidas de café. Hoy en día, el problema de la recolección se ha resuelto gracias a la gran cantidad de personas nicaragüenses que llegan a territorio nacional todos los años por falta de trabajo en su país. Todos los productores entrevistados para este estudio, sin excepción,

afirman que sin estas personas no sería factible cosechar toda la producción, pues el trabajador costarricense tiene mejores oportunidades de trabajo, más estables y especializadas, mejor remuneradas, y físicamente menos exigentes.

3.2.1.7. Sistema de recibo y pago al productor

El mecanismo de recibo de café empleado en la actualidad, desestimula la calidad pues todos los productores que entreguen a un determinado beneficio y pertenezcan a una misma zona de producción, reciben el mismo precio independientemente de la calidad de su café.

El pago a los productores de un determinado beneficio se establece tomando en cuenta el precio de venta para el mercado local y el precio de exportación convertido a rielles, el rendimiento final en libras de café oro por fanega recibida, el tipo de cambio promedio alcanzado, los gastos de proceso que el beneficio puede deducir, y el margen de utilidad establecido por ley. Todos los parámetros anteriores son estudiados por un comité del ICAFE llamado Junta de Liquidaciones. Si algún dato no concuerda con los parámetros que establece el Instituto, la Junta procede a recalificar la liquidación en favor del productor.

Además de los rebajos anteriores, el productor está obligado a aportar una suma de dinero a un fondo de estabilización de precios (FONECAFE), que se formó en 1992 con el fin de equilibrar el precio de liquidación al productor, cuando el precio del café en los mercados internacionales sea deficitario con relación al costo de producción. Una vez constituido, el fondo obtuvo recursos por la suma de \$50 millones, mediante la emisión de bonos que colocó en el país y en Centroamérica. Dichos fondos se destinaron para apoyar al productor en un momento de crisis. Al día de hoy la deuda del fondo está prácticamente cancelada, pero los aportes continuarán para crear una reserva que pueda ser utilizada en otro período de precios bajos. A continuación se presenta un ejemplo de la forma en que el beneficio debe calcular el pago al productor, y retener el aporte a FONECAFE.

Cuadro 3.7
Ejemplo de la forma de calcular la liquidación al productor

<u>Supuestos</u>		
Precio de Exportación	\$140 por quintal, 90% de las ventas	
Precio de Venta al Mercado Local	¢20 000 por quintal, 10% de las	
Tipo de Cambio Promedio de las Ventas de Exportación	¢220	
Costos de beneficiado aceptados por ICAFE	¢43.50 por kilo	
Rendimiento (kilos / libras de Café Oro por Fanega)	45 kilos, 97.8 libras	
<u>Cálculo</u>		
Ventas de Exportación: \$140 * 0.90	<u>Colones</u>	<u>Dólares</u>
* ¢220	¢ 27 720	\$ 126
Ventas Consumo Nacional: ¢20 000	2 000	9
* 0.10		
Total ventas	29 720	135
Rendimiento: 45/46*29 720	29 066	132
Menos Gastos de Beneficiado ¢43,50 por kg.* 45 kilos	1 958	9
Subtotal	27 108	123
Menos Utilidad Beneficiador 9% del subtotal anterior	2 440	11
Liquidación Bruta al Productor	24 668	112
Menos FONECAFE(1)6%*\$140*0.90*220	1 663	8
Liquidación antes del impuesto sobre la Renta	23 005	\$ 104

(1) El aporte al FONECAFE proviene de un rebajo que se le hace al precio de venta del café de exportación en rieles, de acuerdo a la siguiente tabla:

Precio (\$)	Deducción
0-92	0%
92.1-100	3%
100.1-125	4%
125.1-150	6%
Más de 150	10%

El sistema de liquidación vigente es muy ventajoso para el productor, pero es muy rígido y no permite que exista una negociación entre el productor y el beneficio para la compraventa del producto, si es que el productor así lo desea. El sistema tampoco permite desarrollar proyectos especiales para estimular la calidad que entrega el productor, con miras a realizar un esfuerzo de comercialización que mejore el precio final del café oro de exportación. El beneficio no puede trasladar al productor, por ejemplo, los costos de comercialización en que incurra por desarrollar nichos de mercado de cafés finos. La regulación actual desestimula la producción y comercialización de café de mejor calidad.

3.2.1.8. Retos del sector productor

Probablemente la producción nacional baje en un futuro cercano debido a que muchas áreas de producción seguirán destinándose paulatinamente para vivienda, industria y comercio, y a que muchos productores saldrán del negocio por costos altos, baja productividad, precios poco atractivos y problemas de mano de obra. En encuestas realizadas por el ICAFE en las cosechas de 1992-93 a 1994-95, resalta el hecho de que el 99% de los productores entrevistados mencionaron como su principal problema, el de la baja rentabilidad del cultivo. El siguiente cuadro muestra las utilidades o pérdidas que ha tenido el productor por año desde 1984 a la fecha.

Cuadro 3.8
Ingresos, gastos y utilidad o pérdida del
sector agrícola con base en 35 fanegas por hectárea
Cosechas 1984-85 a 1996-97
(en dólares)

Cosecha	Ingresos por fanega	Gastos por fanega	Utilidad antes impuesto
1984-85	67	66	1,1
1986-87	71	82	(10,5)
1987-88	73	63	9,6
1990-91	65	73	(8,1)
1991-92	51	70	(18,8)
1992-93	48	74	(26,0)
1993-94	77	72	5,3
1994-95	109	84	24,9
1995-96	85	88	(3,3)
1996-97	105	83	22,3

Fuente: ICAFE

Como demuestra la información anterior, el sector productor requiere dar un salto importante en productividad, para ubicarse en niveles de al menos 40 fanegas por hectárea. La investigación y transferencia de tecnología son dos actividades esenciales para alcanzar esta meta. Estas actividades las debe llevar a cabo el ICAFE, con mayor sentido de urgencia y mayor grado de eficacia. El productor también necesita recibir un mayor ingreso por la venta de su café. El desarrollo de mercados que paguen un mejor precio es una actividad que le corresponde realizar al sector beneficiador conjuntamente con el exportador. El alcance de estas dos metas será crítico para la subsistencia de la actividad. Las dificultades que enfrentan los productores representan un gran reto para la caficultura de Costa Rica.

3.2.2. Sector beneficiador

En muchos países, el beneficiado de café lo realizan los mismos productores en pequeña escala y de manera muy artesanal. En Costa Rica por el contrario, los beneficiados son plantas procesadoras de gran capacidad y buen nivel tecnológico, que reciben la materia prima o café en fruta de muchos productores agrícolas en forma estacional, lo clasifican

en diferentes calidades o tipos, y le alteran sus propiedades originales con el objeto de mejorar su capacidad de almacenamiento y facilitar su manipulación durante el proceso de transporte y entrega al tostador. Los beneficios también comercializan el producto, aunque de manera muy sencilla. Estas plantas, al realizar las funciones de abastecimiento de materia prima, procesamiento y comercialización, se pueden considerar como el centro del sistema agroindustrial.

En Costa Rica existen tres grupos de empresas beneficiadoras: los beneficios que forman parte de un grupo exportador, los beneficios del sector cooperativo y los independientes. En los últimos años los beneficios pertenecientes a grupos exportadores han aumentado su participación en el manejo de la cosecha del país, mientras que muchas plantas independientes pequeñas han salido del negocio. El sector cooperativo por su parte, ha logrado mantener el porcentaje de participación. El siguiente cuadro muestra la participación de mercado de estos tres grupos en los últimos nueve años.

Cuadro 3.9

Participación de los grupos beneficiadores en el procesamiento de las cosechas 1987-88 a 1996-97 (en porcentajes)

	87-88	89-90	90-91	91-92	92-93	93-94	94-95	95-96	96-97
Independientes	27%	20%	22%	22%	19%	19%	19%	20%	20%
Cooperativos	42%	40%	42%	44%	41%	39%	40%	39%	42%
Exportadoras	30%	40%	36%	34%	41%	42%	40%	40%	38%
T o t a l	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Fuente: ICAFE

3.2.2.1. Beneficios independientes

Este grupo de beneficios se compone de dos subgrupos: los que están integrados hacia la producción y procesan principalmente café propio, y los que procesan mayoritariamente café de productores independientes. El primer subgrupo posee inversiones cuantiosas en fincas, que le dan la ventaja de poder controlar el volumen y la calidad del café desde el nivel de producción. Algunos de estos beneficios son un poco pequeños por lo que se ven afectados por el problema de baja rentabilidad. El segundo subgrupo también padece del problema de bajos volúmenes de procesamiento con el agravante de que la mayoría del café es comprado a productores independientes, lo que les dificulta asegurarse el suministro y la calidad de la fruta que reciben.

Los beneficios independientes no están integrados a la exportación, por lo que dependen de las compañías exportadoras para vender el café. Algunos pocos comercializan su producto con la ayuda del exportador, utilizando marcas propias de mucha tradición, mientras que algunos otros promocionan sus marcas en el exterior por su cuenta.

Como se mencionó, la mayoría de los beneficios independientes son de tamaño pequeño y mediano. En las cosechas 1994-95 y 1995-96 este grupo procesó un promedio de 654,000 fanegas que representó el 20% de la producción nacional, obteniendo un promedio de 21,000 fanegas por beneficio. En años recientes, muchos beneficios independientes han cerrado o han sido vendidos a grupos exportadores o cooperativos. Hoy en día, este reducido grupo de beneficios independientes representa a las compañías cafetaleras más antiguas y de mayor tradición en la actividad.

3.2.2.2. Beneficios ligados a compañías exportadoras

Este grupo de beneficios ha aumentado su participación de mercado significativamente en los últimos diez años, desde que varias empresas exportadoras decidieron integrarse a la actividad de beneficiado para tener más control sobre el abastecimiento de café de determinadas zonas de producción, y garantizarse un volumen mínimo para sus clientes. A mediados de los ochenta, 22 beneficios de esta categoría procesaron 968,000 fanegas obteniendo un promedio de 44,000 fanegas cada uno, y una participación de mercado de 30%. En las cosechas 1994-95 y 1995-96, 33 de estos beneficios procesaron 1,315,000 fanegas por año obteniendo un promedio de 40,000 fanegas cada uno y una participación de mercado del 40%.

La integración con la exportación, el conocimiento de la actividad de comercialización en el exterior, la información sobre el mercado que manejan, y la capacidad financiera, son las principales fortalezas que este grupo tiene sobre los beneficios independientes y cooperativos. Estos grupos también utilizan el mercado de futuros como herramienta de cobertura de precios, lo que les brinda mayor flexibilidad y mejores oportunidades para realizar las fijaciones de precio. No obstante que este grupo de beneficios cuenta con el apoyo de compañías exportadoras hermanas, no siempre venden el café a éstas pues en ocasiones otras empresas ofrecen mejores condiciones.

Los beneficios ligados a la exportación son de mayor tamaño que los independientes, pues son más agresivos en la compra de café debido a las ventajas competitivas que poseen. Las principales compañías beneficiadoras de este grupo son: Beneficios Volcafe, Corporación Cafetalera La Meseta y Corporación Peters.

3.2.2.3. Beneficios cooperativos

En las cosechas 1994-95 y 1995-96, 25 beneficios cooperativos procesaron 1,320,000 fanegas por año, para un promedio de 52,800 fanegas por beneficio. Desde la cosecha de 1982-83 el sector cooperativo ha procesado alrededor del 40% del café nacional.

El sector cooperativo cumple una función muy importante la cual es recibir el café del productor más pequeño, pagarle un precio competitivo y brindarle una serie de servicios que le ayudan a atender adecuadamente sus plantaciones. El productor típico de las cooperativas entrega entre 50 y 200 fanegas de café y cultiva entre tres y seis hectáreas.

Usualmente los productores que entregan a la cooperativa se asocian a ella lo que les da derecho a voz y voto en las asambleas de asociados, a participar de las utilidades que se generen y a disfrutar de incentivos adicionales como descuentos en la compra de insumos, servicios médicos, fondos de becas y ayudas económicas especiales. Por otra

parte, asociarse a la cooperativa obliga al productor a cumplir con los programas de capitalización que la asamblea de asociados apruebe. El sistema de capitalización de las cooperativas es una herramienta muy valiosa, pues si se utiliza adecuadamente les permite mantenerse financieramente sanas. Además, el mecanismo es muy fácil de implementar pues los aportes se pueden deducir del pago del café o de la distribución de excedentes si es que los hubiere.

Normalmente las cooperativas pagan liquidaciones muy competitivas debido principalmente a tres motivos: usualmente trabajan con departamentos administrativos que operan con gastos bajos, la gran cantidad de café que reciben les permite ser muy eficientes en costos de proceso, y como prácticamente todos los productores son asociados a la cooperativa, cuando es necesario, los consejos de administración toman la decisión de aumentar la liquidación a costa de los excedentes del período. Las buenas cooperativas además logran crear un ambiente de lealtad entre sus entregadores de café, pues le hacen sentir que la institución realmente les pertenece, y que existe para su servicio y bienestar. Las cooperativas usualmente tienen mayor contacto con los productores por la gran cantidad de servicios que les prestan, desde asistencia técnica, venta de insumos, charlas y días de campo, hasta servicios financieros.

El sistema de comercialización de las cooperativas es igual al de los beneficios privados. Normalmente venden a varios exportadores, entre los que se encuentra la exportadora de la Federación de Cooperativas de Caficultores, Fedecoop, que maneja entre el 10% y el 12% de las exportaciones del país.

La Federación de Cooperativas de Caficultores se fundó en 1962 con el propósito de comercializar el café de sus beneficios asociados. Hoy en día, además de ofrecer el servicio de exportación, brinda el servicio de proveeduría consolidada para aprovechar el volumen de compra de todos los almacenes cooperativos, y obtener mejores precios con las casas comerciales suplidoras de insumos. También la Federación posee un beneficio seco que da el servicio de preparación final a otros beneficios.

Recientemente la Federación, en forma conjunta con las cooperativas asociadas, invirtieron en la compra de una planta tostadora y empacadora de café, en Miami, Florida, con la finalidad de dar un paso hacia adelante en la cadena de comercialización, y ofrecer a sus clientes un producto con mayor valor agregado. Esta planta tostará y empacará café en lata, plástico y vidrio, y atenderá los mercados de Estados Unidos, Canadá y Europa.

Otro consorcio de cooperativas de la provincia de Guanacaste, Coocafé, ha logrado obtener mejores precios por su café, vendiéndolo directamente a un tostador en Europa. Este tostador industrializa y vende el café bajo la marca Forestal, que le pertenece a las cooperativas. Este es un ejemplo muy interesante pues todas las cooperativas asociadas son pequeñas y están ubicadas en una zona productora del tipo Pacífico, café de similar calidad que el Hard Bean.

3.2.2.4. El producto final del beneficio

Ya se mencionó que en Costa Rica el café se clasifica por tipos, entre los que resalta el Strictly Hard Bean por su buena calidad y por ser el que más producción representa. Cuando no existe mucha diferencia en calidad entre los tipos de café que los beneficios

procesan, la cosecha se mezcla en el sífon de recibo para simplificar el beneficiado. Si por el contrario los beneficios reciben cantidades significativas de tipos de café de calidades distintas, en ocasiones los procesan y venden por separado pues algunos se valoran mejor en el mercado. Por ejemplo, el Strictly Hard Bean y el Hard Bean, los principales tipos, tienen una diferencia de precio entre \$2 y \$5 por quintal dependiendo de las condiciones de mercado y la preparación final que se realice.

La calidad del café se produce en las fincas, mediante el uso de variedades adecuadas, condiciones naturales aptas para el cultivo, y una buena atención de las plantaciones. Si el beneficio realiza correctamente la labor de procesamiento, mantiene intacta la calidad. En este aspecto, la mayoría de beneficios deben de implementar mayores controles que garanticen la calidad final del producto, pues dependen mucho del personal operativo, que conoce bien su oficio, pero lo podría realizar mejor con la ayuda de instrumentación y sistemas de monitoreo adecuados.

El producto final de las plantas beneficiadoras es el café oro o verde, que se caracteriza por el tipo, calidad y preparación final. Una vez que el café se alista en la planta seca, se empaca en sacos de cabuya de 150 libras cada uno (69 kilos). El saco normalmente se despacha sin identificación pues el exportador es quien lo sella con datos como el puerto de destino, la marca comercial y el nombre de su empresa.

3.2.2.5. Comercialización

La labor de comercialización que realizan la mayoría de los beneficios consiste en definir la cantidad y fecha de entrega de la partida que se desea vender, negociar un premio o descuento de acuerdo a calidad, y fijar el precio cuando el mercado llegue al nivel deseado. Una vez que el beneficio fija el precio a la partida, el exportador registra la transacción ante el ICAFE. El beneficio puede fijar el precio en el mismo momento en que negocia el diferencial, o posteriormente si lo desea, siempre y cuando lo haga antes de la fecha límite la cual se establece de acuerdo a la fecha de entrega pactada.

Este sistema de ventas en realidad no es más que un mecanismo de fijación de precios, pues el beneficio no desarrolla ninguna labor de mercadeo para posicionar su marca en mercados específicos, y se limita a fijar un valor de transferencia para el producto. Los beneficios no tienen departamentos de venta y ni siquiera realizan actividades para promocionar el nombre de sus empresas, pues mientras cumplan con los estándares de calidad, siempre encuentran un comprador para su café al precio de mercado.

Los beneficios que procesan y venden café genérico no tienen poder de negociación con sus compradores, pues el valor base del producto lo establece el mercado de futuros y los premios o castigos por calidad los define la oferta y demanda del mercado de físicos. Esta situación anula la competencia entre beneficios en la gestión de ventas, pues no hay mucho que negociar con el exportador.

Desde que se consolidó el sector exportador hace muchos años, el beneficio ha estado aislado de las preferencias y tendencias de los mercados. Este distanciamiento de los consumidores y de las actividades de mercadeo, ha hecho que las empresas

beneficiadoras no posean personal con los conocimientos necesarios para implementar una estrategia de ventas orientada a diferenciar su producto y posicionar su marca entre tostadores del extranjero.

En Costa Rica son muy pocos los beneficios que han tomado la decisión de utilizar una estrategia de diferenciación. Los que si lo han hecho se han abocado a desarrollar una relación con tostadores de café de alta calidad, quienes compran el producto en verde directamente a beneficios o productores de varios países, lo tuestan, y ofrecen a sus clientes como cafés de origen individual, bajo la marca del productor. Este es el caso del Kona de Hawaii, el Yauco Selecto de Puerto Rico, y el Blue Mountain de Jamaica mencionados en la sección 2.4 del estudio.

En Costa Rica, los beneficios que han tenido éxito con esta estrategia obtienen precios muy atractivos. Esta estrategia tiene la limitación de que funciona con cantidades pequeñas, entre 500 y 10,000 quintales, pero aún así ha demostrado ser muy rentable para beneficios pequeños y medianos que tienen la posibilidad de controlar y cuidar la calidad del café desde el nivel de finca.

Café Bella Vista F.W.

Café Bella Vista F.W. se localiza en Tres Ríos, una de las zonas de mayor tradición cafetalera de Costa Rica. Las bondades del clima y los suelos han producido desde finales del siglo pasado un café de excelente calidad por su exquisito sabor y alta acidez. El señor Adolfo Zeuner, Gerente y propietario de la compañía relata: “las fincas y el beneficio han pasado por varios dueños que siempre mantuvieron la tradición de producir un buen café. Desde que compramos la compañía en 1965, también nos hemos preocupado por proteger el nombre de una marca de café que tiene prestigio y reconocimiento mundial”.

La compañía tuvo años difíciles en la década de los años 60. Durante esa época, la industria de tostadores en Europa sufrió una concentración, provocando la desaparición de muchos pequeños tostadores quienes compraban café con marca a empresas costarricenses. Esta situación hizo que las marcas de los beneficios no fueran rentables por lo que la mayoría de éstas desaparecieron. Sin embargo, este no fue el caso de Bella Vista, pues continuaron por el camino de la calidad a pesar de recibir diferenciales mínimos durante muchos años. Ahora, el café Bella Vista F.W. es vendido en forma exclusiva por Starbucks, compañía líder de cafés finos en Estados Unidos.

El rápido crecimiento de la industria de cafés especiales en ese país, desde principios de esta década, favoreció la entrada de marcas privadas al mercado. Esta oportunidad, unido a la conservación de la calidad y de la marca, hizo posible que el café Bella Vista F.W. tuviera la aceptación de una empresa de reconocimiento internacional como Starbucks.

3.2.2.6. Problemática del sector beneficiador

El sector beneficiador esta siendo afectado por tres problemas principales: baja rentabilidad, desmejoramiento de la calidad, y la disminución de la producción nacional.

a. Baja rentabilidad

Los bajos precios del café genérico en los mercados internacionales, el estancamiento en la producción nacional y los costos adicionales de los servicios que el beneficiador

debe ofrecer a sus proveedores de materia prima, han disminuido su margen de operación.

Esto ha forzado a las plantas a hacerse más grandes y procesar mayores cantidades de café, que deben conseguir directamente de la competencia pues la producción nacional no ha aumentado en los últimos diez años. La disminución en la rentabilidad ha causado que muchos pequeños procesadores salgan del negocio. El cuadro 2.4 del capítulo 2.1 muestra como en 1982 operaron 111 beneficios con un volumen promedio de 24,600 fanegas, mientras que en la cosecha de 1995 trabajaron 95 plantas con una producción promedio de 35,000 fanegas.

b. Desmejoramiento de la calidad

La fuerte rivalidad de los beneficios por conseguir materia prima, y el sistema de pago establecido por ley, ha provocado un desmejoramiento en la calidad del café. Durante los últimos dos años, los beneficiadores han hecho conciencia entre los productores, y están siendo más estrictos en cuanto a la calidad que reciben. Sin embargo, el asunto es difícil de solucionar porque la ley no permite incentivar económicamente a productores que entreguen una buena calidad de café, con miras a obtener precios de venta mejores en los mercados internacionales. También, en los últimos años el despulpado en seco y la recirculación de aguas han ocasionado problemas de calidad durante el procesamiento.

c. Disminución de la producción nacional

En los últimos quince años, el precio promedio de las ventas para la exportación del sector beneficiador ha sido de \$100 por quintal. Con este nivel de precios, el beneficio que procesa grandes volúmenes realiza un negocio razonable, pero el productor promedio apenas logra subsistir. Esta situación ha contraído la atención que le brindan los productores a sus plantaciones, lo que a su vez ha disminuido la producción. Si el problema de bajos precios vuelve a afectar la actividad, y continúa la rápida expansión de pueblos y ciudades en zonas cafetaleras, se podría prever una disminución significativa en la producción nacional en un futuro no muy lejano.

3.2.2.7. Retos del sector beneficiador

La gran mayoría de los beneficios de Costa Rica se dedican a comprar y procesar café que luego venden a los mercados del exterior como un producto genérico. Esta estrategia ha sido rentable para las plantas que procesan grandes cantidades de materia prima. Por otra parte, algunas pocas empresas han escogido el camino de la diferenciación de su producto en los mercados del exterior, y han sido exitosas pues obtienen precios de venta mayores, lo que les permite mejorar su margen de operación y obtener una buena rentabilidad con una escala de planta pequeña.

En el futuro, la estrategia de procesamiento de grandes cantidades de café genérico no pareciera sostenible para el productor, a menos que los precios del mercado internacional se estabilicen en niveles superiores a los que se han registrado en los últimos quince años. Si los precios no se recuperan de manera sostenida, aumentará todavía más la rivalidad entre las grandes plantas para asegurarse el abastecimiento del café. Por otra parte, la estrategia de diferenciar el producto e introducirlo en nichos de mercado de cafés finos pareciera ser más congruente con la situación presente y el panorama

futuro de la industria nacional, pues evitaría una mayor competencia por el abastecimiento de materia prima, y ayudaría a una buena parte del sector agrícola a mejorar su rentabilidad.

El sector beneficiador, por estar en el centro del sistema agroindustrial y por tener amplios conocimientos sobre el negocio y mayor capacidad financiera, es el llamado a tomar la iniciativa de implementar programas de calidad con sus proveedores de fruta, con miras a introducir el producto en nichos de mercado. Para llevar esto a la práctica, los beneficios podrían desarrollar alianzas con el sector exportador, pues este tiene mayor conocimiento sobre lo que acontece en los mercados.

3.2.3. Sector exportador

El sector exportador es un intermediario entre el sector beneficiador y el importador o tostador del exterior, y en el proceso brinda una serie de servicios muy importantes para los beneficios tales como comprar partidas pequeñas con relación al estándar de la industria internacional, darle liquidez al mercado de café físico, pago de contado, financiación, y servicio de preparación final a los beneficios que no tienen maquinaria adecuada para clasificar el café.

El exportador compra café a beneficios relacionados, a plantas independientes, y también a beneficios que le pertenecen a la competencia. Una vez negociado el diferencial y la fecha de entrega de la partida, la empresa beneficiadora se reserva el derecho a fijar el precio de venta, evento que ocurre cuando el mercado llega al nivel deseado por el beneficiador.

Los exportadores también le facilitan el trabajo a sus compradores, realizando funciones como el aprovisionamiento y suministro de grandes cantidades que deben comprar a muchos beneficios, la mezcla, estandarización y preparación final de las partidas que adquieren, responder por la calidad del producto, y darle liquidez al mercado pues el exportador siempre está dispuesto a vender café a sus clientes, aunque no lo haya negociado con los beneficios.

El exportador generalmente vende el café a importadores, pero en algunos casos también lo hace directamente a tostadores. La primera etapa de la transacción de venta consiste en negociar un diferencial de acuerdo a calidad, y definir la cantidad y fecha de entrega de la partida. Posteriormente y cuando la venta es a un importador, el exportador fija el precio pues generalmente se reserva el derecho de la fijación. En el caso de venta a tostadores, son estos últimos quienes normalmente tienen el derecho de fijación.

El exportador mantiene una comunicación constante, intercambiando información con sus suplidores y compradores, y en el proceso negocia diferenciales y fechas de entrega futuras para el café. Usualmente la cantidad negociada con los compradores supera el volumen tratado con los beneficios, lo que en la terminología de la industria significa estar corto.

En el pasado, el exportador operaba únicamente como un agente de los beneficios y compradores del exterior, comprando y vendiendo por orden de éstos a cambio de una comisión. Es decir, anteriormente el exportador solo compraba o vendía cuando lograba amarrar la transacción completa para no asumir ningún riesgo de fluctuaciones de precio.

Hoy en día, los mecanismos de cobertura de precios que existen, le permiten comprar y vender sin asumir el riesgo de fluctuaciones, aunque no tenga confirmación de la contraparte de la transacción.

3.2.3.1. Manejo del riesgo de precios

Una vez hecha una compra o venta, el exportador puede cubrir el riesgo de precios, o puede especular con la posición larga (si compra) o corta (si vende) que asume, y esperar a que el mercado se mueva en la dirección deseada para salirse de la posición.

Usualmente el exportador cubre cada transacción para evitar la especulación. Esto lo puede hacer de dos formas: la más común por ser la menos costosa y la más simple de ejecutar, es tener diferenciales negociados con importadores por una cantidad suficiente de café, para que cuando algún beneficio le fije el precio de venta a una partida, el exportador pueda fijar de seguido el precio de compra con algún importador. La otra forma de cubrir el riesgo de precios es haciendo un “hedge” típico en el mercado de futuros, cuando el beneficio o el tostador le fijan el precio a una partida. Sin embargo, en tiempos de alta volatilidad de precios como los que se han vivido en los últimos meses, esta práctica presenta el inconveniente de que si el mercado se mueve en contra de la posición del mercado de futuros del exportador, este debe cubrir “margin calls” mientras completa la transacción de café físico y liquida la posición de bolsa. Si el exportador tiene una cantidad muy grande de café cubierto en la bolsa, los márgenes pueden ocasionarle gastos financieros cuantiosos y hasta convertirse en sumas de dinero inmanejables. Con cualquiera de las dos formas, el exportador puede cubrir por completo el riesgo de fluctuaciones en el precio del café que compra o vende. Sin embargo, en el caso de los diferenciales o premios, no siempre puede cubrirlos con prontitud. Esto sucede con frecuencia cuando el exportador negocia diferenciales de una partida grande con un comprador, y le toma tiempo negociar los premios con los beneficios, por la misma cantidad. Durante el tiempo que transcurre negociando con los beneficios, los diferenciales pueden variar en contra o a favor de su posición.

Los exportadores también pueden optar por no cubrir las fijaciones de precio que le hagan beneficios o tostadores, o la negociación de diferenciales que realice, con la intención de esperar a que el mercado se mueva en la dirección deseada para fijar el precio o los diferenciales no cubiertos, en un nivel que les deje un mayor margen de operación. El exportador por estar en una posición central entre compradores y vendedores, tiene acceso a mucha información que le facilita predecir los movimientos de precios futuros y por esta razón es que en ocasiones no cubre de seguido algunas transacciones.

3.2.3.2. Generación de ingresos

Como se mencionó anteriormente, el precio pactado con el beneficio es afectado por un impuesto del 1.5% para financiar al Instituto del Café, y otro del 1% como ad-valorem a la exportación. Luego de rebajar estos impuestos, los exportadores tienen derecho a deducir la suma de \$1.65 por quintal para cubrir el costo de la preparación final de las partidas en los beneficios secos y el transporte al puerto de embarque.

Además de la deducción que fija el ICAFE para cubrir los costos directos de los exportadores, la ley establece un margen de ganancia del 1.5% sobre el precio de venta

cuando actúa como intermediario, y del 2.5% cuando compra café asumiendo el riesgo de las fluctuaciones de mercado, por no tener confirmación de la venta en el exterior. Este margen de ganancia en la práctica no opera, pues por razones de competencia los exportadores deben transferir al beneficio la mayor parte del diferencial que les paga el comprador. Precisamente por esta razón es que el sector acostumbra a buscar precios, mediante la especulación, que le permitan obtener una mayor retribución económica por su función de intermediario.

En resumen, los exportadores obtienen sus ingresos de operación de tres fuentes principales. Estas son: el monto de \$1.65 que pueden deducir del precio de compra al beneficio para cubrir gastos de operación, la negociación de los diferenciales con los compradores y suplidores, y la especulación con diferenciales y precios.

3.2.3.3. Concentración de empresas exportadoras e integración al beneficiado

Los clientes del exportador, tanto importadores como tostadores, se han hecho empresas muy grandes a través de los años. Esta concentración ha obligado a exportadores locales a suplir mayores cantidades, lo cual ha sido difícil en los últimos años debido al estancamiento de la producción nacional. Esta presión por suministrar volumen, a su vez ha provocado una concentración del sector en Costa Rica, pues a principios de los años ochenta operaban más de veinte exportadores, mientras que en la cosecha 1995-1996, seis empresas vendieron el 75 % del café.

Cuadro 3.10
Participación de empresas exportadoras en
el manejo de las exportaciones de café
Cosechas 1995-96 y 1996-97
(quintales de café verde)

Empresa	C o s e c h a			
	1995 - 1996		1996 - 1997 (1)	
	Volumen	%	Volumen	%
Café Capris	705 482	25,30	614 736	25,50
Ceca	345 156	12,40	301 018	12,50
Continental	341 726	12,30	391 931	16,30
Fedecoop	280 829	10,10	262 543	10,90
Peters	218 360	7,80	165 150	6,90
Coricafé	188 221	6,80	215 697	9,00
Cafinter	170 241	6,10	130 685	5,40
Comercial Pejibaye	157 298	5,60	51 206	2,10
Miroma	157 285	5,60	116 827	4,90
Otros	222 663	8,00	159 614	6,50
TOTAL	2 787 261	100,00	2 409 407	100,00

(1) Datos al 31 de mayo del presente año.

La necesidad de suplir volúmenes más grandes al exterior ha forzado a los exportadores a extender su negocio al beneficiado. En los últimos diez años, varios exportadores se han integrado verticalmente al procesamiento con el objeto de abastecerse directamente de los productores, en los tipos, preparaciones y cantidades que requieren sus compradores.

3.2.3.4. Grupos de empresas exportadoras

Las compañías exportadoras se pueden dividir en dos grupos: las que forman parte de un conglomerado empresarial que opera a nivel internacional, y las que son independientes. Entre ambos venden el 95% del café del país al exterior, mientras que el 5% restante es manejado por beneficios que comercializan directamente una parte de su producto.

Como se mencionó en la sección 1.2 al inicio del documento, las compañías que funcionan como traders internacionales generalmente tienen oficinas en países productores y en países consumidores, pues operan como exportadores e importadores. En Costa Rica, Café Capris (Volcafé), Cafinter (Esteve), y Ceca (Rothfos), empresas con presencia multinacional, manejan más del 40% de las exportaciones del país. Por otra parte, el grupo de exportadores independientes, liderado por Continental, Fedecoop, Peters y Coricafé, ha venido perdiendo participación de mercado.

3.2.3.5. Comercialización

El producto que el exportador vende, en la gran mayoría de los casos, es el mismo que compra a los beneficios, pues el trabajo que hace es mezclar el café para uniformar las

partidas. El café luego se empaca en sacos bajo marcas propias o bajo el nombre de la compañía exportadora. El uso de marcas no significa que se haga un esfuerzo amplio para diferenciar el producto, sino que es una manera de distinguir los tipos y preparaciones que el exportador ofrece.

El exportador en realidad no posee una cultura orientada al mercadeo pues su negocio ha sido la compra y venta de grandes cantidades de café genérico, en el cual lo importante es fijar precios que le dejen un margen de operación atractivo. Las pocas actividades de promoción que hacen se dirigen a crear una buena imagen de la compañía, a fortalecer la relación con sus clientes, y a desarrollar nuevos vínculos comerciales con beneficios y compradores potenciales. El exportador promueve a su compañía ofreciendo un servicio de logística ágil y confiable, para el suministro de café en las calidades y cantidades que el comprador requiere.

El negocio de los cafés especiales dirigidos a mercados más exigentes, no es muy significativo para este sector en la actualidad. No obstante, en los últimos años ha crecido y hoy en día representa entre un 10% y un 15% de las exportaciones del país. Este producto se trabaja con un margen mayor que el café corriente, pero debido a la limitación de volumen, algunos exportadores consultados indicaron que vender café especial es mucho trabajo para la retribución económica total que se obtiene. A continuación se presentan una descripción de las distintas calidades de café que Costa Rica exporta.

3.2.3.6. Calidades que Costa Rica vende a los mercados internacionales

- Marcas muy exitosas del tipo SHB, procedente de las zonas de Tarrazú, Tres Ríos y Naranjo principalmente. Cantidad: disponibilidad limitada, entre 2% y 4% de la producción nacional. Ejemplos: La Minita Tarrazú, Bella Vista, Tournón, y Dota Tarrazú. Diferenciales estimados: superiores a \$30 por quintal.
- Marcas del mismo tipo y las mismas zonas, que se ofrecen en cantidades un poco mayores. Cantidad: entre 5% y 10% de la producción nacional. Ejemplos: TOJ Tarrazú, La Laguna y Frailes Tarrazú. Diferenciales estimados: entre \$15 y \$30 por quintal
- Buenos SHB de cualquier parte del país, generalmente sin marca del beneficio, y disponible en grandes volúmenes. Cantidad: aproximadamente un 30% de la producción nacional. Ejemplos: Orosi, Cartago, Tres Ríos, Tarrazú, Heredia, Naranjo, Poás, y Palmares. Diferenciales estimados: entre \$5 y \$15 por quintal.
- Café del tipo Hard Bean y Medium Hard Bean procedente de zonas de altura media de la Meseta Central principalmente, y disponible en grandes volúmenes. Cantidad: alrededor de un 30% de la cosecha. Ejemplos: Puriscal, Grecia, Atenas, Turrialba, San Isidro y Coto Brus. La preparación americana (segunda calidad o cataduras) del café tipo SHB también clasifica en esta categoría. Diferenciales estimados: entre 0 y \$5 por quintal.
- Preparación americana (segunda calidad o cataduras) de los tipos Hard Bean y Medium Hard Bean. Cantidad: 10% de la producción nacional. Diferenciales estimados: entre -\$5 y 0 por quintal.

- Calidades inferiores y café de consumo nacional. Cantidad: aproximadamente un 15% de la producción del país. Diferenciales: desde -\$5 por quintal hasta un castigo que puede llegar a un 50% del precio en la bolsa de futuros.

3.2.3.7. *Problemas que enfrenta el sector exportador*

Al igual que el sector beneficiador, los exportadores están siendo afectados por una disminución de la producción a nivel nacional. Esta situación aumenta la rivalidad por acaparar volumen, incrementa los costos de operación y disminuye la rentabilidad. Como se mencionó anteriormente, este problema posiblemente se agravará en un futuro cercano.

Otro problema que aqueja al sector es que no está preparado para vender cafés especiales pues su estructura organizacional está diseñada para manejar café genérico en grandes cantidades. Esto implica que los “traders” deben invertir mucho tiempo para vender pequeñas cantidades de café, y que al compararse con lo que estas personas producen dedicándose al negocio de café genérico, el esfuerzo no hace sentido si se analiza con visión de corto plazo. Sin embargo, ante la amenaza de que la producción del país disminuya más, tiene sentido para los exportadores complementar su negocio tradicional con la venta de cafés especiales de mayor valor, pero para lograrlo deben cambiar la cultura de sus empresas y orientarla hacia la comercialización y no únicamente a la intermediación o “trading”.

Por último, el desmejoramiento de la calidad ha perjudicado principalmente a productores y beneficiadores, pero al disminuirse el precio de venta también se afecta, en menor grado, el margen neto de operación de los exportadores.

3.2.3.8. *Retos del sector exportador*

En Costa Rica, el futuro del procesamiento y comercialización de café genérico se vislumbra más difícil que en la actualidad. Las compañías exportadoras tendrán que competir todavía más por el café, lo que probablemente provocará una mayor concentración de la actividad. Las empresas que estén integradas al beneficiado y a comercializadoras internacionales, posiblemente tendrán ventaja sobre los exportadores independientes. El control del volumen y la calidad mediante la integración al procesamiento, será todavía más importante en el futuro para garantizarse el abastecimiento del café. La calidad del servicio que se brinde a los beneficios y a los compradores, y el manejo adecuado del riesgo, también seguirán siendo factores críticos para tener éxito en la intermediación de café de calidad comercial.

Por otra parte, los exportadores que se especialicen en vender cafés finos no tienen que manejar grandes cantidades para ser rentables, pues los precios que se pueden conseguir ofrecen un margen atractivo. Además, los exportadores que se dediquen exclusivamente a esto no requieren hacer grandes inversiones en bodegas ni en instalaciones de beneficios secos, pues el café especial no se mezcla y se despacha directamente del beneficio al puerto de embarque. En esta actividad, los factores críticos para el éxito son el dominio de la comercialización y el mercadeo internacional, y el control sobre la calidad mediante alianzas con productores y beneficios que compartan el mismo interés. Esta estrategia además es congruente con la necesidad que tiene el productor de Costa Rica de recibir mejores precios por su café.

3.2.4. Sector de torrefacción

El tostador nacional usualmente compra el café mensualmente conforme a sus proyecciones de venta. El café lo recibe pelado, luego mezcla las partidas para preparar su “marca” y posteriormente lo tuesta, muele, y empaqueta. El grado de elaboración que realiza el tostador local es sencillo, pues únicamente vende café tostado en grano o molido, producto que no requiere de un procesamiento complejo como el café soluble, el “freeze dried” o el descafeinado. La mayoría de tostadores distribuyen directamente su producto a clientes mayoristas, detallistas e institucionales, y realizan una constante labor de mercadeo y promoción, procurando desarrollar mercados y acaparar una clientela fiel a su marca.

El tostador nacional cuenta con una buena variedad de cafés para incorporar a sus mezclas, pero en la medida en que requiera mejores calidades, debe competir con tostadores de todo el mundo que se abastecen de Costa Rica. No obstante, existe una distorsión en el sistema que favorece la venta al mercado nacional, pues el café que se vende a este mercado no contribuye con recursos para el fondo FONECAFE, con el 1.5% de impuesto sobre las ventas para financiar al Instituto, y no tiene que pagar los gastos de exportación ni la utilidad del exportador. Todas estas deducciones pueden llegar a disminuir el precio de exportación hasta en un 10%. Esta distorsión le permite al tostador local pagar un poco menos por calidades que en el mercado internacional valen más.

Durante mucho tiempo, el café que se consumía en el país era de baja calidad, no obstante, la demanda de cafés puros ha crecido en forma sostenida durante los últimos diez años, llegando a tener una participación de mercado cercana al 25%. Esta evolución en los gustos y preferencias del consumidor, fue apoyada por varias empresas que identificaron una oportunidad de mercado, pues en esa época casi solo se consumía cafés mezclados con azúcar. Efectivamente, una buena cantidad de consumidores no estaban satisfechos con las pocas alternativas de calidad, marcas y presentaciones que existían, y cuando tuvieron la oportunidad de escoger, prefirieron el mejor café aunque tuvieran que pagar un poco más.

Desde hace muchos años, varios tostadores como Rey, Britt y Volio han vendido cafés puros, pero a partir de la eliminación del subsidio para el café de consumo nacional en 1992, y debido a la disminución de los precios en el mercado internacional, apareció una gran cantidad de nuevas marcas de café puro dirigidas al segmento medio-alto. Hoy en día, este segmento presenta un mayor dinamismo y rivalidad que el medio-bajo, lo que se puede apreciar con solo visitar algunos supermercados, pues mientras en góndola se observan solo dos o tres marcas de torrefactos, el consumidor puede escoger entre más de diez marcas de puros.

El segmento popular o torrefacto, está dominado por dos empresas que juntas tienen una participación de mercado del 70%. Este dominio tan amplio es una barrera de entrada para nuevos participantes, pues el margen de operación con que se trabaja debido a economías de escala y el bajo precio del producto, no le permiten a un nuevo competidor pequeño ser rentable. Además, en este segmento se requiere de grandes inversiones en infraestructura, distribución y desarrollo de marca para obtener una participación de mercado mínima, que de viabilidad económica a la empresa.

A continuación se puede observar el grado de concentración que existe en la actividad de tostado.

Cuadro 3.11

Concentración de la torrefacción del café de Costa Rica

Torrefactor	Porcentaje Participación
Café El Rey S.A.	54,0 %
Tostadora La Meseta S.A.	17,0 %
Café Volio S.A.	10,0 %
Ind. Nal. Del Café S.A:	4,0 %
Café Britt S.A.	3,0 %
Otros	12,0 %
TOTAL	100,0 %

La poca diferenciación que existe entre los cafés de la mayoría de los países productores, y la consolidación del café de calidad comercial como producto preferido en la mayoría de los países consumidores, ha transformado el negocio a lo largo de toda la cadena agroindustrial. En la actualidad, la producción, el procesamiento y venta de café de calidad comercial ha dejado de ser rentable en pequeña y mediana escala. Esta realidad ha obligado a los participantes a aumentar su capacidad de planta, y a manejar mayores cantidades para asegurar su supervivencia y rentabilidad. No obstante, como se mencionó en la primera sección del documento, esta tendencia se ha revertido en años recientes con la aparición del “specialty coffee”, principalmente en los Estados Unidos, lo que representa una gran oportunidad para los caficultores y beneficiadores de Costa Rica que decidan enfocarse al concepto de calidad.

3.2.4.1. Exportación de café tostado

La exportación de café tostado, ha sido una actividad difícil para las empresas tostadoras costarricenses. Se han realizado varios esfuerzos pero pocos han dado los resultados esperados. De acuerdo a las empresas entrevistadas, los factores que dificultan esta iniciativa son: la falta de conocimientos de los mercados del exterior, y encontrar un buen distribuidor que le interese trabajar con café que se tuesta en otro país. Esto último es difícil de solucionar, pues para el distribuidor es más sencillo relacionarse con tostadores locales que le suministren semanalmente el café requerido, que importar café directamente del exterior. La logística de importación entraba el abastecimiento, y los problemas que pueden surgir con el producto son más difíciles de resolver cuando el proveedor tiene su planta de tostado y empaque en otro país. Además, hay mucha competencia de tostadores de cafés especiales en casi todos los mercados, con capacidad de dar un buen servicio localmente.

Estos obstáculos tienen solución, como por ejemplo, instalando una bodega de producto terminado en el mercado que se va a atender. Pero lo que realmente presenta una barrera de entrada, es la distribución y los contactos con clientes potenciales. No obstante, la integración eficiente de la producción, beneficiado y tostado en el país de origen, podría otorgar una ventaja en costo suficientemente amplia, para interesar a un buen distribuidor en el producto.

3.3 Análisis de la estructura de costos e inversiones que requiere cada sector

3.3.1. Sector Agrícola

El costo de producción del sector agrícola se compone de tres grandes rubros: mantenimiento de las plantaciones, recolección de la cosecha, y gastos generales o indirectos. El siguiente cuadro muestra estos costos para diez cosechas desde 1984-85 a la fecha.

Cuadro 3.12

Costos de producción del sector agrícola
Productividad supuesta - 35 Fan/Ha.
Cosechas 1984-85 a 1996-97
(en dólares)

Cosecha	Mant. Plantaciones (Costo fijo directo)			Recolección (Costo variable)			Gastos Generales (Costo fijo indirecto)			Total		
	Por Ha.	por Fan.	%	por Ha.	Por Fan.	%	por Ha.	por Fan.	%	por Ha.	por Fan.	
				Fan.								
1984-85	861	25	37%	631	18	27%	815	23	35%	2,307	66	
1987-88	820	23	37%	614	18	28%	784	22	35%	2,218	63	
1990-91	974	28	38%	681	19	27%	903	26	35%	2,557	73	
1991-92	865	25	35%	603	17	25%	975	28	40%	2,444	70	
1992-93	958	27	37%	673	19	26%	959	27	37%	2,590	74	
1993-94	934	27	37%	660	19	26%	915	26	36%	2,509	72	
1994-95	1,023	29	35%	915	26	31%	1,005	29	34%	2,943	84	
1995-96	1,102	31	36%	923	26	30%	1,065	30	34%	2,089	88	
1996-97	1,004	29	35%	917	26	32%	973	28	34%	2,894	83	
Costo promedio			36%				28%				39%	

Fuente: ICAFE

Como puede observarse, hasta la cosecha 1993-94 inclusive, el costo de producción rondaba los \$70 por fanega, pero en los últimos tres años se ha elevado a \$85 por fanega. Este aumento ha ocurrido principalmente como resultado de la relación entre la inflación y la devaluación anual, pues como puede observarse a continuación, del año 1986 a 1996, la inflación ha superado a la devaluación a razón de 4.17% por año, lo que ha aumentado el costo de producción en dólares.

Cuadro 3.13

**Comportamiento de la devaluación e inflación
1986-1997**

Año	Inflación %	Devaluación %	Diferencia %
1986	15,43	10,19	5,24
1987	16,40	18,65	-2,25
1988	25,30	14,61	10,69
1989	10,00	6,13	3,87
1990	27,30	23,20	4,10
1991	25,30	30,78	-5,48
1992	17,00	0,88	16,12
1993	9,00	10,22	-1,22
1994	19,90	8,88	11,02
1995	22,56	17,09	5,47
1996	13,89	13,47	0,42
1997	13,00	10,90	2,10
Promedio	17,92%	13,75%	4,17%

Fuente: CEFSA.

Además, el costo de recolección aumentó en más de un 40% desde el año 1994-95, porque a partir de ese año, el ICAFE consideró el costo real de recolección en el modelo, en vez del salario mínimo que el Gobierno establece semestralmente por decreto. Es decir, con anterioridad al año 1994-95, el ICAFE subestimaba el costo de recolección. El siguiente cuadro muestra los costos de producción en mayor detalle, estimados a diciembre de 1996.

Cuadro 3.14

**Detalle del costo de producción agrícola - 35 Fan/Ha.
a diciembre de 1996
(en dólares)**

	Por Ha.	Por Fan.	%
Mantenimiento de plantaciones			
Mano de Obra y Cargas Sociales	456	13,0	16
Materiales	547	15,6	19
SubTotal	1 004	28,6	35
Recolección			
Mano de Obra	795	22,7	28
Transporte de Fruta	118	3,4	4
SubTotal	914	26,1	32
Gastos Indirectos			
Agotamiento del Cultivo	357	10,2	12
Depreciaciones	135	3,7	5
Mantenimiento Varios	52	1,5	2
Gastos Administrativos	234	6,7	8
Gastos Financieros	194	5,5	7
SubTotal	972	27,6	34
TOTAL	2 890	82,3	100

Fuente: ICAFE

Puede observarse como la mano de obra de mantenimiento¹ y recolección representa un 44% del costo total, lo que demuestra la alta dependencia que tiene el cultivo sobre este factor de producción. Resalta también el alto costo del transporte de la fruta, que sin embargo, la mayor parte lo asume el sector beneficiador. Por último, el ICAFE define el costo por agotamiento del cultivo, como la amortización en veinte años de la inversión requerida para el establecimiento de una plantación. Este componente del costo funciona como una reserva de dinero que le queda al productor todos los años, para renovar la plantación una vez que cumpla su ciclo de vida productivo.

El siguiente cuadro muestra el estado de ganancias y pérdidas de la fase de producción, para tres escenarios de precio con una productividad constante de 35 fanegas por hectárea.

¹ El costo que establece el ICAFE por mano de obra de mantenimiento se aumentó en un quince por ciento pues es muy bajo con relación a la realidad de la actividad.

Cuadro 3.15

Estado de ganancias y pérdidas para tres escenarios de precios
Sector agrícola - 35 Fan. / Ha.
Cosecha 1996-97
(en dólares)

Precio de venta para la exportación	\$140 / Quintal		\$120 / Quintal		\$100 / Quintal	
	Por Ha.	Por Fan.	Por Ha.	Por Fan.	Por Ha.	Por Fan.
Ingresos por ventas de fruta	3 712	106	3 211	91	2 653	75
Gastos Directos						
Recolección	917	26	917	26	917	26
Mantenim. de plantaciones	1 004	28	1 004	28	1 004	28
Utilidad Bruta	1 791	51	1 289	36	731	20
Gastos Indirectos	972	27	972	27	972	27
Utilidad antes de Impuestos	818	23	317	9	(240)	(6)
Impuesto sobre la Renta 30%	245	7	95	2	-	-
Utilidad Neta	572	16	221	6	(240)	(6)
Punto de Equilibrio	27	Fan./Ha.	31	Fan./Ha.	39	Fan./Ha.
		a.		a.		a.

Nota: Los ingresos del productor, o liquidación final, suponen los siguientes precios de venta del beneficio.

Precio de Venta para Exportación (90%): 140,120,100

Precio de Venta para Local(10%): 91,78,65

Fuente: ICAFE y Hacienda Juan Viñas

Si el beneficio vende el café de exportación a \$140 por quintal, cifra que el sector ha alcanzado en dos de las últimas tres cosechas, la actividad agrícola produce una ganancia neta de \$572 por hectárea. Pero si estas ventas se hicieran a \$100 por quintal, que como se mencionó ha sido el precio promedio de exportación de los beneficios en los últimos quince años, el sector agrícola perdería \$240 por hectárea. El punto de equilibrio bajo este último escenario de precios sube a 39 fanegas por hectárea.

En cuanto a las inversiones requeridas para operar una finca de café, el siguiente cuadro muestra el detalle.

Cuadro 3.16

**Inversión requerida para el establecimiento
de una hectárea de café y mantenimiento
por los primeros dos años
(en dólares)**

Tierra (1)	3 500
Establecimiento de la plantación	2 400
Mantenimiento primeros 30 meses	2 600
Otra infraestructura	1 000
TOTAL	9 500

(1) Este valor se estima para una finca de buenos suelos y topografía no muy pronunciada

Fuente: ICAFE y Hacienda Juan Viñas

Puede observarse que asignándole un valor a la tierra de \$3,500 por hectárea, la inversión total asciende a \$9,500 por hectárea. Con base en el modelo de costos del ICAFE y la inversión total requerida, a continuación se presenta la tasa interna de retorno y el valor actual neto para una plantación nueva, bajo diferentes escenarios de precios y productividad.

Cuadro 3.17

Rentabilidad del sector agrícola bajo varios supuestos de
precios y productividad

Precio Rieles \$/ Quintal	Productividad Fan./Ha.	TIR a 20 años	VAN al 12%
100	30	(1,9)	(5 871)
100	40	5,5	(3 018)
120	30	5,0	(3 248)
120	40	12,9	479
140	30	10,6	(714)
140	40	18,9	3 856

Fuente: Hacienda Juan Viñas

Nota: Este análisis financiero no toma en cuenta la amortización por agotamiento del cultivo, las depreciaciones, ni los gastos financieros en los flujos de efectivo del proyecto. Además, a la tierra se le asigna un valor de rescate de \$4,500 al final del periodo de inversión.

Nótese que con un precio de \$140 por quintal y 30 fanegas por hectárea, situación que se ha presentado en los últimos tres años a nivel nacional, la tasa interna de retorno apenas cubre el costo de capital. Resalta también el caso de ventas a \$100 por quintal con una productividad de 30 fanegas, pues esta es la situación que, en promedio, el sector ha vivido en los últimos quince años. No obstante, cabe aclarar que las fincas cuya

productividad es de 30 fanegas por hectárea, probablemente gastan menos de lo que el modelo del Instituto establece.

La información anterior confirma lo que se ha reiterado en varias secciones del documento, en el sentido de que la actividad agrícola ha sido poco o nada rentable en los últimos años, pues los precios en el mercado internacional han estado deprimidos, la productividad se ha estancado, y los costos de producción han venido en aumento.

3.3.2. Sector beneficiador

El costo de producción del sector beneficiador está compuesto por cinco grandes rubros: aprovisionamiento de café en fruta, procesamiento y almacenamiento, mantenimiento de instalaciones, gastos financieros y gastos generales y administrativos. A continuación se muestran los ingresos, gastos y utilidad o pérdida del beneficiado de café para las últimas once cosechas, de acuerdo al precio promedio de las ventas obtenido por el sector, el modelo de costos de beneficiado que maneja el ICAFE, y a información recopilada de empresas beneficiadoras.

Cuadro 3.18

Ingresos, gastos y utilidades o pérdidas del sector beneficiador en Costa Rica
Cosechas 1986-87 a 1996-1997
(en dólares por fanega)

Cosecha	Ingresos	Compras café	Gasto directo	Gasto indirecto	Utilidad antes impuestos
1986-87	97,08	81,58	7,43	7,14	0,93
1987-88	96,84	82,44	6,25	6,00	2,15
1988-89	89,72	76,35	5,82	6,67	0,88
1989-90	73,38	61,33	5,98	7,90	(1,83)
1990-91	78,40	65,88	6,00	5,40	1,12
1991-92	61,76	50,97	5,75	5,06	(0,02)
1992-93	58,98	48,29	5,92	5,27	(0,49)
1993-94	93,36	79,05	6,49	5,41	2,41
1994-95	137,20	117,76	7,79	6,22	5,43
1995-96	108,12	90,17	9,04	7,70	1,22
1996-97	139,20	118,39	9,10	7,85	3,86

En el cuadro anterior puede observarse la acentuada variabilidad en los precios de venta a que está expuesta la actividad cafetalera tradicional. Los bajos precios imperantes hasta la cosecha 1994-94, y el aumento en los costos directos e indirectos, han mantenido las utilidades del sector en un nivel bajo durante muchos años. A continuación se muestra el costo de beneficiado actual en mayor detalle.

Cuadro 3.19

**Detalle del costo de beneficiado (\$) en una planta de capacidad media
(35,000 fanegas por año)**

	Total	Por fan.	Porcentaje
Costo Directo (1)			
Salarios y cargas sociales	117 250	3,35	19,8
Materiales de operación	99 050	2,83	16,7
Seguros de café	24 500	0,70	4,1
Transporte	22 750	0,65	3,8
Preparación de café	30 450	0,87	5,1
Otros	24 500	0,70	4,1
SubTotal	318 500	9,10	53,7
Costo Indirecto			
Administrativos	96 250	2,75	16,2
Mantenimiento	52 500	1,50	8,8
Seguros de instalaciones	7 000	0,20	1,2
Depreciación	40 250	1,15	6,8
Gastos financieros	78,750	2,25	13,3
SubTotal	274 750	7,85	46,3
TOTAL	593 250	16,95	100,0

(1) Aceptados como gastos de beneficiado en la liquidación al productor

Puede observarse que el costo directo de procesamiento es de \$9.1 por fanega o quintal, y representa el 54% del costo total. Los costos indirectos, que se componen principalmente de gastos administrativos y gastos financieros, ascienden a \$7.85 por quintal y representan el 46% del total. Es importante señalar que el gasto financiero se genera debido a que durante una buena parte del período fiscal, los adelantos de dinero que el beneficio paga a sus proveedores de café, no son cubiertos por las ventas realizadas. Este déficit debe ser financiado por el beneficio, sin derecho a rebajarlo como un gasto en la liquidación al productor.

El siguiente cuadro muestra un estado de ganancias y pérdidas para tres beneficios que procesan 20,000, 35,000 y 50,000 fanegas respectivamente, con un precio de venta al mercado de exportación de \$120 por quintal.

Cuadro 3.20

**Estado de ganancias y pérdidas
Sector beneficiador
(en dólares)**

Fanegas procesadas	20 000		35 000		50 000	
	Total	Por quintal	Total	Por quintal	Total	Por quintal
Ingresos						
Ventas de exportación	2 160 000	108,00	3 780 000	108,00	5 400 000	108,00
Ventas de mercado local	156 000	7,80	273 000	7,80	390 000	7,80
3.4 Total de Ingresos	2 316 000	115,80	4 053 000	115,80	5 790 000	115,80
Compras de Café	1 942 000	97,10	3 398 500	97,10	4 855 000	97,10
3.5 Gastos Directos	182 000	9,10	318 500	9,10	455 000	9,10
3.6 Utilidad Bruta	192 000	9,60	336 000	9,60	480 000	9,60
3.7 Gastos Indirectos	172 000	8,60	274 750	7,85	360 000	7,20
Utilidad antes de impuestos	20 000	1,00	61 250	1,75	120 000	2,40
Impuesto de renta 30%	6 000	0,30	18 375	0,53	36 000	0,72
3.8 Utilidad Neta	14 000	0,70	42 875	1,23	84 000	1,68

Nota:

El precio de venta para la exportación se asume en \$120 por quintal, mientras que el precio de venta para el mercado local se asume en \$78 por quintal, o sea un 65% del valor de exportación. Al mercado de exportación se vende el 90% del café y al local el 10%.

También se asume que en los tres casos, el costo directo es igual, pero el costo indirecto disminuye conforme aumenta el volumen procesado. Recuérdese que una fanega de café en fruta equivale a 100 libras de café oro.

De la información anterior se puede concluir que cuando el precio en el mercado internacional ronda los \$120 por quintal, el nivel de ganancias que se obtiene es bajo, especialmente en los beneficios que procesan menos de 35,000 fanegas. Esta afirmación fue ratificada por una gran cantidad de personas ligadas al sector. A continuación se relaciona la ganancia que obtiene un beneficio que procesa 35,000 fanegas, con la inversión requerida hoy día para instalar una planta de esa capacidad.

Cuadro 3.21

Inversión requerida para una planta beneficiadora de 35,000 fanegas por año (en dólares)

Inversión	Total
Tierra	70 000
Edificios	300 000
Maquinaria	975 000
Tratamiento aguas	125 000
Total de inversión	1 470 000
Total de inversión/fanega	42,00

Rentabilidad de planta beneficiadora con la anterior inversión y varios escenarios de precio

Precio de venta al mercado de exportación \$/quintal	TIR 20 años	VAN 12%
100	7,40%	(358 497)
120	13,05%	81 490
140	20,51%	612 212
150	23,86%	839 265

Nota:

El proyecto se analizó en un lapso de tiempo de veinte años, y se le asignó al beneficio un valor residual del 40% sobre la inversión inicial.

La inversión requerida para instalar un beneficio nuevo es muy elevada, en relación con las ganancias que se pueden obtener cuando el negocio principal es el procesamiento y venta de café genérico. Esta situación es evidente, pues con un precio de \$120 por quintal al mercado de exportación, y un valor de rescate del 40% de la inversión inicial, la tasa interna de retorno apenas alcanza el 13%¹. Estas cifras concuerdan con lo que personas ligadas al sector beneficiador mencionaron respecto a la rentabilidad de la actividad de beneficiado tradicional. Las causas de esta situación fueron ampliamente discutidas en la sección 3.2.2 del estudio.

Sin embargo, no todo el panorama es negativo. El análisis de sensibilidad muestra como a precios superiores a \$150 por quintal, la rentabilidad del beneficio es buena. De acuerdo a lo indagado, un beneficio que se dedique exclusivamente a procesar y vender café de alta calidad, puede obtener un precio promedio de \$150 por quintal en las ventas de exportación, cuando el precio en el mercado internacional es de \$120 por quintal. En

¹ Recuérdese que el precio promedio de las ventas para la exportación, del sector beneficiador durante los últimos quince años, fue de \$100 por quintal.

otras palabras, con un sobreprecio de \$30 por quintal en las ventas al exterior, que equivale a un incremento del 25% en el precio, el negocio de beneficiado se hace atractivo, pues alcanza una rentabilidad del 24% sobre la inversión.

3.3.3 Sector exportador

En los últimos años, el sector exportador se ha concentrado en pocas empresas, debido a que los bajos precios en el mercado internacional, la competencia de otros países productores y la concentración de los importadores y los tostadores del exterior, han forzado a los participantes a comercializar mayores cantidades para preservar la rentabilidad. A continuación se presentan los ingresos y gastos de operación de un exportador de tamaño promedio, bajo tres escenarios de precios.

Cuadro 3.22

**Ingresos y gastos de operación de una empresa exportadora
que comercialice 250,000 quintales por año
(en dólares)**

	Total	Por quintal	%	Total	Por quintal	%
Precio de venta FOB		120,00			140,00	
Ingresos						
Margen de operación	300 000	1,20	36	350 000	1,40	39
Gastos aceptados por Icafé	412 500	1,65	49	412 500	1,65	46
Otros ingresos	125 000	0,50	15	125 000	0,50	14
Total de ingresos	837 500	3,35	100	887 500	3,55	100
Gastos						
Variables						
Beneficio seco	162 500	0,65	19	162 500	0,65	18
Transporte a puerto	137 500	0,55	16	137 500	0,55	15
Otros gastos variables	37 500	0,15	4	37 500	0,15	4
Gastos financieros	112 500	0,45	13	125 500	0,50	14
Total gastos variables	450 000	1,80	54	462 500	1,85	52
Fijos						
Gastos generales y administ.	250 000	1,00	30	250 000	1,00	28
Utilidad antes de Impuestos	137	0,55	16	175	0,70	20

	500			000		
Impuesto sobre la renta	41 250	0,17	5	52 500	0,21	6
Utilidad Neta	96 250	0,39	11	122 500	0,49	14

El cuadro anterior fue elaborado con base en información que suministraron los personeros de empresas exportadoras entrevistados, pues el ICAFE no tiene acceso a la información de costos de este sector. La estructura de costos presentada asume que estas empresas operan con un margen de intermediación del 1% sobre el precio de venta al exterior (FOB). No obstante, la mayoría de los exportadores entrevistados afirmaron que en la actualidad trabajan con un margen menor. El exportador también recibe un ingreso de \$1.65 por quintal exportado, que tiene derecho a rebajar del precio de venta FOB para cubrir los gastos directos de exportación, y un monto de \$.50 por quintal que proviene de los servicios de preparación de café que brinda a plantas beneficiadoras.

En cuanto a los gastos de operación, se puede afirmar que las economías de escala existentes en la actividad, permiten procesar altos volúmenes a un bajo costo. Esto se aprecia tanto en los gastos variables, que oscilan entre \$1.75 y \$1.85 por quintal, y en los gastos fijos administrativos, que apenas alcanzan \$1 por quintal cuando el volumen de operación es alto¹.

Las utilidades que se generan en este sector son limitadas, pues apenas alcanzan el .5% sobre el valor total del café que compran y revenden. El negocio de exportación es de bajo margen y alto riesgo, principalmente en épocas de alta volatilidad de precios, pues el exportador está constantemente expuesto a problemas de calidad con el café que le entregan los beneficios, a incumplimiento en los contratos que compra o vende, y al riesgo de diferenciales pues usualmente tiene posiciones no cubiertas.

No obstante, con el café de calidad muy buena o muy mala, es decir, en los extremos del rango de calidades, el exportador tiene mejores oportunidades de negocio pues el mercado es menos perfecto. Esto ocurre por falta de información en algunos casos, y por el reconocimiento que tienen las buenas marcas en otros. Con el café de calidad normal, la actividad es más competida, al punto de que en ocasiones se opera sin margen alguno.

3.3.4 Sector Torrefactor

No fue posible conseguir información de costos de producción en el ICAFE para esta actividad. No obstante, de conversaciones sostenidas con varias personas ligadas al sector, su estructura de costos, bajo condiciones de libre mercado, se puede determinar de la siguiente forma.

Cuadro 3.23

¹ La cantidad de café en que se basa esta estructura de costos, 250,000 quintales de café oro, equivale a un 9% del volumen total que exporta el país. Esta es la cantidad promedio con que operan las empresas exportadoras, si se deja por fuera en el cálculo al exportador más grande, que maneja el 25% de la oferta exportable de Costa Rica.

Estructura de márgenes y costos del detallista y el tostador nacional para el café torrefactor

	Dólares por libra	Porcentaje
Precio de Venta al Consumidor	1,60	113,48
Ganancia del supermercado	0,19	13,48
Precio de Venta del Tostador	1,41	100,00
Costo de materia prima y mat. Empaque	0,86	60,99
Costo de fabricación	0,10	7,09
Utilidad Bruta	0,45	31,91
Gastos de distribución	0,14	9,93
Gastos de mercadeo y promoción	0,06	4,26
Gastos de administración	0,08	5,67
Gastos financieros	0,05	3,55
Utilidad antes de Impuestos	0,12	8,51
Impuesto sobre la renta	0,04	2,55
Utilidad Neta	0,08	5,96

Esta estructura se distorsiona cuando el precio al consumidor está fijado por el Gobierno, y cuando existe una cuota mínima de abastecimiento para el mercado local. En la actualidad, el precio de venta del tostador está regulado por decreto, lo que ha puesto a los tostadores en una situación muy difícil, pues el precio del café verde que deben comprar no está regulado, y fluctúa de acuerdo al precio del mercado internacional. En otras palabras, el tostador debe pagar el precio de mercado por su materia prima, que ahora se encuentra en un nivel muy elevado, mientras que debe vender el café tostado a un precio regulado. Esta situación es diferente a la distorsión que se presentaba anteriormente, cuando el Gobierno le fijaba a los beneficios una cuota mínima de abastecimiento para el mercado local, pues en aquel tiempo era el productor quien asumía el costo del subsidio. En esta ocasión, el sector tostador es el que subsidia al consumidor. El Gobierno ha justificado su intervención, aduciendo que en esta actividad hay muy pocos participantes, lo que ha creado una situación de oligopolio. El Gobierno ha mantenido el precio al consumidor artificialmente bajo, pero con esta política va a revertir el esfuerzo que han venido realizando los tostadores locales para mejorar la calidad, desde que se eliminaron las cuotas mínimas de abastecimiento en 1992.

Con relación a la estructura de ingresos y costos, se puede comentar que en Costa Rica, el precio de venta del café torrefacto a nivel del consumidor es muy bajo, si se compara, por ejemplo, con el precio al detalle en los Estados Unidos. En este país, el café popular valía \$3.6 por libra a principios de año, mientras que aquí apenas llega a \$1.60. Esta diferencia tan apreciable se sustenta en los siguientes factores: primero, las calidades son diferentes pues el tostador

nacional compra café de inferior calidad, a un precio aproximado al 65% del precio que se registra en la bolsa de futuros de Nueva York. Además, recuérdese que en Costa Rica la mayor parte del café se mezcla con azúcar durante el proceso de tostado, para reducir su costo final. En Estados Unidos, los tostadores utilizan una mezcla de mejor calidad, aún cuando se compone en parte de café robusta y arábigos brasileños no lavados. El costo del café verde en ese país, puede oscilar entre el 90% y 100% del precio de la bolsa de Nueva York, dependiendo de la composición de calidades que utilicen los tostadores.

El costo directo de fabricación es bastante competitivo, pues apenas llega a \$0.10 por libra, mientras que el costo de distribución y el gasto administrativo se pueden considerar como normales para una empresa industrial. El gasto de mercadeo y promoción es bajo, pues la mayoría de las compañías, con la excepción de dos, casi no invierten en publicidad.

La rentabilidad de esta actividad es buena cuando el margen de utilidad bruta se ubica en niveles cercanos al 30%. Este margen usualmente se alcanza bajo condiciones de libre competencia, y cuando los precios internacionales están en su nivel normal¹.

¹ El nivel de precios normal en el mercado internacional oscila entre los \$100 y \$130 por quintal.

4. EVALUACIÓN DEL CLIMA DE LA COMPETITIVIDAD

4.1 Condiciones de los factores de producción

En retrospectiva, se puede afirmar que Costa Rica ha tenido a su disposición, factores de producción adecuados para producir exitosamente café verde para los mercados internacionales. En el pasado, cuando las ventajas comparativas eran más importantes, estos factores fueron la base del éxito de la actividad. En la actualidad, el país todavía posee condiciones de producción buenas, a pesar de que en algunas áreas la situación ventajosa frente a otras naciones productoras ha desmejorado. A continuación se enumeran y describen los principales factores de producción de la industria.

- La **tierra** fértil del Valle Central es ideal para la producción de café. En los inicios de la actividad ésta abundaba, pero hoy día es cada vez más escasa debido al crecimiento de pueblos y ciudades. Los buenos terrenos para el cultivo de café en el Valle Central son sumamente caros, lo que dificulta la obtención de una rentabilidad atractiva para el productor. Los terrenos fuera del Valle, tienen en su mayoría, inferiores condiciones para el cultivo. En el futuro, la tierra será un factor de producción limitante.
- Las **condiciones naturales** con que cuenta el país, son extraordinarias para la producción de café. La fertilidad de la tierra, la altura, temperatura, el régimen de lluvias, y la luminosidad de muchas zonas productoras, son ideales. Además, el país tiene una posición geográfica envidiable, pues puede abastecer los mercados más importantes para la industria con facilidad, desde sus puertos en el Océano Pacífico y el Océano Atlántico.
- El **recurso humano** disponible es educado y capaz, pero cada día más escaso y costoso puesto que el desarrollo que ha alcanzado Costa Rica en otras actividades económicas, ha absorbido una buena parte de la fuerza laboral que la industria cafetalera requiere. Desde hace varios años, el déficit de mano de obra para la recolección, la cual requiere de pocas destrezas, ha sido llenado por trabajadores inmigrantes de Nicaragua. Debido a la marcada estacionalidad del período de cosecha, el contar con suficiente mano de obra para la recolección se ha convertido en un factor de producción crítico. No obstante, para el mantenimiento de las plantaciones y el beneficiado, existe personal capacitado y especializado en abundancia. La fuerte herencia o tradición cafetalera existente, y la gran cantidad de centros de educación y capacitación disponibles, proveen a la industria con suficiente personal técnico y operativo calificado. Cada año, los colegios técnicos agropecuarios y los centros de educación superior, gradúan a cientos de profesionales en carreras relacionadas con la agroindustria. Además, la actividad cuenta con una gran cantidad de consultores reconocidos internacionalmente en el campo agronómico y de beneficiado, que asesoran a empresas dentro y fuera del país.
- Comparativamente con la mayoría de países productores de café del mundo, Costa Rica debe emplear mano de obra más cara pues el desarrollo económico y el nivel de vida de la población es más alto. Además, la legislación laboral protege adecuadamente a los trabajadores, situación que aumenta las cargas sociales asociadas con la planilla. Sobre este aspecto es importante mencionar,

que los servicios médicos por enfermedad y maternidad, los fondos de pensiones, y el seguro contra accidentes laborales, son brindados únicamente por el Estado, y como es de esperar, de manera ineficiente y costosa. Las cargas sociales en Costa Rica, si se toman en consideración los días feriados de pago obligatorio, llegan casi al 50%. Muchos países competidores de Centroamérica y África por ejemplo, tienen salarios mucho menores, al igual que las cargas sociales.

- La **infraestructura** de ferrocarriles, caminos y puertos fue adecuada para competir con éxito en el pasado. Pero en el presente, la competencia global exige infraestructura portuaria, aduanera, y vial moderna. La extensa red de caminos rurales existente debe reacondicionarse, las autopistas que conducen a los puertos de los mares Atlántico y Pacífico deben reconstruirse, y los puertos y aduanas se deben ampliar, y operar con mayor eficiencia. La situación no es tan crítica en telecomunicaciones y electrificación, pues prácticamente todas las zonas rurales están bien atendidas, a pesar de que el servicio lo brinda una institución estatal en forma de monopolio.
- La infraestructura de la propia industria es adecuada. En los últimos diez años, una gran cantidad de beneficios han invertido en maquinaria moderna, y en mayor capacidad de procesamiento y almacenamiento, como también lo han hecho las compañías exportadoras con sus beneficios secos. Además, en las zonas de producción operan una gran cantidad de pequeños transportistas que trabajan para los beneficios en la época de recolección, trasladando la fruta de los recibidores de café hasta las instalaciones de proceso.
- En cuanto a la infraestructura requerida para tratamiento de sólidos y aguas residuales en los beneficios, esta se ha venido construyendo desde hace cinco años, después de que el ICAFE conjuntamente con el Ministerio de Salud y el Ministerio de Recursos Naturales, Energía y Minas, firmaron un convenio interinstitucional que tiene por finalidad resolver el problema de contaminación de la industria, en un plazo que originalmente vencía en 1996. En la actualidad, todos los beneficios cuentan con los sistemas de tratamiento primarios, y para la cosecha 1997-98 que recién se inicia, deben tener en operación los sistemas secundarios. En teoría, con la implementación de esta última fase del convenio, el problema de contaminación ambiental de los beneficios se resuelve en gran medida. No obstante, expertos consultados coinciden en que pasará algún tiempo antes de que los nuevos sistemas operen bajo normas que cumplan con estándares internacionales ambientales.
- La infraestructura a nivel agrícola es buena, con excepción de los sistemas de irrigación. En este aspecto, la industria no ha requerido desarrollar una red de riego, porque tradicionalmente el cultivo ha sido rentable sin ella. Esta situación presenta una oportunidad para aumentar la productividad a futuro, ahora que existe presión por innovar y mejorar la eficiencia del sector agrícola. Sin embargo, la obtención de recursos de largo plazo para financiar las obras, podría ser un factor limitante.
- Las fuentes de **capital** o financiamiento con que ha contado la industria han sido principalmente de tres tipos: financiación de corto plazo, recursos propios de los accionistas o dueños de las explotaciones agrícolas, de procesamiento y exportación, y reinversión de utilidades. Generalmente, la industria no ha contado con financiamiento de largo plazo porque la economía del país tiene un problema estructural de ahorro interno. En Costa Rica, las fuentes de recursos de largo

plazo, tales como las compañías de seguros y pensiones, son monopolizadas por el Estado, el cual por su operación deficitaria, las absorbe por completo. Además, en el país no existe una cultura de inversión en acciones de empresas, ni la oferta de este tipo de títulos. Por el contrario, debido a la inestabilidad macroeconómica que se ha vivido en el último decenio, las personas y empresas con excedentes de dinero, los invierten en títulos valores de corto plazo.

- Sin embargo, a pesar de la restricción de fondos de largo plazo, la industria se ha desarrollado sin problemas en el pasado. Esto se debe en parte a que la actividad fue muy rentable durante muchos años, lo que generó recursos para reinvertir en la industria, y a que ha existido financiación de corto plazo especialmente diseñada para el cultivo. En este último aspecto, la legislación vigente permite a los beneficios financiar la cosecha en mata como un adelanto a futuras exportaciones. Con estos recursos, los beneficios financian a los productores para el mantenimiento de las plantaciones, utilizando la cosecha futura, o la ya entregada, como garantía del préstamo. Tradicionalmente, los beneficios han realizado la función de un intermediario financiero, pues conocen a los productores y esto facilita la selección de los buenos sujetos de crédito, y porque les es sencillo realizar la gestión de cobro contra los pagos del café. Sin embargo, el costo financiero es elevado, y la disponibilidad de recursos inestable, lo que produce gran incertidumbre entre los productores, principalmente los pequeños y medianos que no tienen fácil acceso al crédito.
- Debido a la organización, seriedad y rentabilidad de la actividad cafetalera costarricense, muchos bancos internacionales se han interesado por financiar, a corto plazo, las operaciones de los beneficios y de las compañías exportadoras. Estos bancos ofrecen grandes líneas de crédito a los exportadores, quienes a su vez financian a los beneficios. El sistema ha funcionado muy bien en el pasado, no obstante, debido al mayor riesgo que ahora perciben los bancos en la actividad cafetalera de Costa Rica, y debido a los años de crisis al inicio de esta década, varias instituciones financieras han reducido su exposición crediticia con la industria local. Inclusive, en los últimos años la mayoría de las compañías exportadoras han preferido no financiar a los beneficios, forzándolos a buscar su propia financiación. Esta situación ha disminuido la oferta de recursos que los procesadores ponen a disposición de los productores, pues ahora que deben financiarse individualmente con instituciones bancarias más estrictas, combinado con el problema de rentabilidad que ha afectado al sector agrícola en años recientes, los motivó a bajar su exposición financiera. Afortunadamente para los productores, la situación de precios mejoró, lo que paulatinamente ha flexibilizado las políticas de financiación de los beneficios. Si no fuera por el servicio financiero que brindan los beneficios, los pequeños y medianos productores tendrían bastante dificultad para financiar sus operaciones, pues tendrían que hacerlo en los bancos estatales, que se caracterizan por su inflexibilidad e ineficiencia.
- En la actualidad, la falta de fondos de largo plazo para financiar renovaciones de plantaciones viejas, e infraestructura para riego y conservación de suelos, por ejemplo, es un obstáculo para el mejoramiento de la productividad del sector agrícola. Así mismo, la falta de consistencia en la financiación de corto plazo para los productores, también va en detrimento del estado fitosanitario de las plantaciones y por ende de la producción por hectárea. La industria debe

encontrar una solución al problema de financiación del productor, pues de lo contrario, la capacidad competitiva en la fase agrícola se debilitará.

- Con la excepción del sector tostador, el **nivel tecnológico** de la industria ha sido de los mejores del mundo, sino el mejor. Esto se debe en gran medida a la investigación metódica que se realizó en las décadas de los años sesenta y setenta, tanto a nivel agrícola como de beneficiado. Sin embargo, hoy en día existen muchos otros países productores que también poseen tecnología avanzada, como Brasil y el caso de productores grandes de Colombia y Centroamérica, logrando acortar la ventaja que Costa Rica tiene en productividad. Esta situación era de esperar, pues el centro de investigaciones de la industria, conocido como el CICAFFE, se politizó al igual que el ICAFE, lo que ha incidido notoriamente en la calidad de la investigación que allí se realiza. Además, como el ICAFE es una institución pública, controlada por la autoridad presupuestaria del Estado, no ha podido destinar los recursos necesarios para conformar un equipo de investigadores de primera línea. A futuro, la industria necesita contar con un centro de investigaciones bien financiado, altamente profesional y dirigido por la empresa privada y no por el Gobierno, para mantener el liderazgo tecnológico mundial en la producción y beneficiado de café. Una ventaja que el país tiene en este aspecto, es que cuenta con buenos centros educativos y de investigación, como es el caso de la Universidad de Costa Rica, el Centro Agronómico Tropical de Investigación y Enseñanza (CATIE), y la Escuela Agronómica de la Región del Trópico Húmedo (EARTH). El CICAFFE, una vez reestructurado, debe buscar alianzas con otros centros de investigación en café, reconocidos mundialmente.
- En cuanto a la disponibilidad de **maquinaria, equipo e insumos**, el país cuenta con una gran cantidad de empresas proveedoras que importan, fabrican y distribuyen una amplia variedad de materiales y servicios a todo el sector agroindustrial, directamente en las zonas de producción. Como se verá más adelante en la sección de industrias de apoyo y relacionadas, este numeroso grupo de empresas proveedoras, que operan y compiten fuertemente entre sí, combinado con las exigencias de un sector agroindustrial tecnológicamente avanzado y desarrollado, son una garantía de servicio para la actividad cafetalera. Además, la actividad también cuenta con proveedores especializados, altamente calificados, que exportan sus productos y servicios a Centro y Suramérica. Tal es el caso de Xeltron, Industrias Bendig, y Tecnicafé.

En síntesis, se puede afirmar que la industria del café de Costa Rica ha perdido parte de las ventajas comparativas que le permitieron tener éxito en el pasado. Hoy, la industria tiene serios problemas de mano de obra para la recolección, las buenas tierras para el cultivo han sido desplazadas por el crecimiento urbano, y las que quedan se han valorizado significativamente, la infraestructura vial y portuaria está deteriorada y en algunos casos obsoleta, y la amplia ventaja tecnológica y productiva que se tuvo en el pasado se ha reducido. Además, las fuentes de financiación de largo plazo requeridas para modernizar el sector agrícola son escasas y caras, y en el caso de los productores pequeños y medianos, prácticamente inexistentes.

Comparativamente con la mayoría de países productores de café, Costa Rica todavía está mejor en los factores de producción que ha logrado especializar. Sin embargo, esta ventaja, por sí sola, ya no es suficiente para participar con éxito en el mercado

internacional de café genérico, debido a que el costo de producción de la industria es alto.

4.2 Condiciones de la demanda

Desafortunadamente para la actividad cafetalera de Costa Rica, la demanda local no ha sido un factor impulsor de la innovación, el mejoramiento de los productos y la calidad. La demanda interna más bien ha tenido un impacto negativo sobre la industria, debido a las distorsiones que el Estado, a través de los años, ha impuesto sobre dicho mercado. Como se mencionó anteriormente en el estudio, las elevadas cuotas de venta obligatoria que por muchos años sobreabastecieron el mercado local, promoviendo incluso el contrabando hacia Panamá, incentivaron el suministro de las peores calidades de café a dicho mercado. Aún más, con el fin de cumplir con la cuota de suministro, muchos beneficios vendían su café revuelto con cascarilla y otras materias extrañas para ganar peso. Adicionalmente, el Gobierno reguló el precio de venta del café tostado durante bastante tiempo, lo que desestimuló la competencia e innovación entre los tostadores. Debido a estas experiencias vividas por los consumidores costarricenses durante varias décadas, estos no tuvieron otra alternativa que aprender a tomar café de mala calidad, y a conformarse con lo que el sector torrefactor les ofrecía.

En los últimos años, la demanda local ha ido evolucionando lentamente hacia calidad, pero pasará mucho tiempo antes que el país desarrolle un mercado interno exigente, que sea una fuente de presión para la industria en cuanto a innovación y mejoramiento de sus productos, sobre todo si el Gobierno continúa con su política de intervención, pues hace pocos meses volvió a fijar los precios del café torrefacto por decreto.

La demanda internacional ha tenido un efecto más positivo en la actividad, sobre todo porque Costa Rica tradicionalmente ha abastecido a mercados exigentes como Alemania, Italia, y el segmento alto de Estados Unidos. Esta clientela más estricta y demandante, conjuntamente con los experimentados y exigentes “traders” multinacionales que la abastecen, le enseñaron a la industria a trabajar bajo estándares internacionales. En buena medida, los cafetaleros costarricenses se acostumbraron a trabajar en forma profesional y eficiente, cumpliendo con los plazos, calidades y volúmenes pactados, por la influencia de los compradores del exterior. Sin embargo, a pesar de haber moldeado favorablemente a la industria en estos aspectos, la demanda internacional tampoco ha impulsado la comercialización creativa y estratégica. Más bien, con la desaparición de muchos tostadores medianos y pequeños y la consolidación de los grandes tostadores multinacionales en los principales mercados del exterior, los cuales compran grandes cantidades de café, se fortaleció el negocio del café genérico en detrimento del segmento de cafés de alta calidad. Esta situación, unida al fortalecimiento y concentración del “trade” internacional, desplazó a productores y beneficiadores de la labor estratégica de comercialización. Desde hace muchos años, estos dos sectores han estado desligados de la actividad de ventas de su producto, debilitando así su capacidad competitiva, pues no reciben retroalimentación directa de los clientes sobre sus gustos y preferencias, y sobre la situación y tendencias de los mercados. Los exportadores e importadores, quienes manejan la relación con los compradores, reciben información directa de lo que acontece en los mercados pero la manejan con cierta confidencialidad, pues el éxito económico de su negocio depende entre otras cosas, de su habilidad para comprar barato a productores o beneficios y vender caro a su clientela.

Hoy en día, los beneficios que no están integrados a la exportación se encuentran en una posición competitiva desfavorable. Prueba de lo anterior son los beneficios Tournón, Bellavista y La Minita, que a pesar de los cambios que se dieron en el entorno, siguieron comercializando café de alta calidad bajo su propia marca, posicionándola eficazmente entre sus compradores, lo que hoy les permite recibir precios mejores.

Más evidencia de la importancia de integrarse a la exportación se puede apreciar en el cuadro 3.9 de la sección 3 del estudio. En éste se mostró que durante los últimos nueve años, los beneficios relacionados a compañías exportadoras aumentaron su participación en el procesamiento de la cosecha del país, de 30% a 40%, mientras que los beneficios independientes disminuyeron su participación de 27% a 20%. Es muy claro que desde el punto de vista competitivo, es clave mantener un contacto directo con los compradores.

El enfoque hacia volumen, en vez de calidad, que ha tenido la demanda local e internacional en los últimos veinte años, ha sido perjudicial para la competitividad de la actividad cafetalera de Costa Rica. La adaptación que debió hacer la industria en los procesos productivos para convertirse en un proveedor de grandes cantidades de café genérico, la alejó de las buenas prácticas de cultivo y procesamiento que fueron costumbre en Costa Rica, cuando la prioridad y el orgullo de todos los participantes era producir café de la mejor calidad. Hoy en día, debido a una legislación desactualizada, los beneficios aceptan recibir fruta verde y pintona, y pagan a todos los productores el mismo precio, independientemente de la calidad de taza y del rendimiento que cada entrega de café tenga. Además, los beneficios no procesan la cosecha con tanto cuidado y esmero, y realizan una selección y preparación final poco estricta. El resultado de esta pérdida de interés por la calidad es notorio: casi la totalidad del café de exportación se vende como un “commodity”, sin identidad, que se utiliza como relleno en las mezclas de los grandes tostadores. La cultura orientada hacia la excelencia en calidad, que por tanto tiempo existió entre los productores y beneficiadores costarricenses, se perdió. Ahora tomará tiempo y recursos recuperarla, en un momento en que algunos mercados presentan una oportunidad interesante para los productores de cafés finos o especiales.

4.3 Industrias relacionadas y de apoyo

La actividad del café de Costa Rica está apoyada por un numeroso grupo de industrias y empresas relacionadas, que en su mayoría brindan productos y servicios de buena calidad. Inclusive, muchas exportan sus productos y servicios a la región centroamericana, y a algunos países de Latinoamérica. Esta conglomeración o “cluster” de industrias y compañías relacionadas, se especializan en atender a los sectores agrícola, beneficiador, y de exportación, pero no así al sector tostador pues es pequeño.

4.3.1. Empresas proveedoras de agroquímicos, materiales y maquinaria

La industria cuenta con una gran cantidad de proveedores, que suplen todo lo que las empresas agrícolas y procesadoras necesitan para instalarse y operar eficientemente. La mayoría de productos son de fabricación local, no obstante, muchas de las materias primas que se requieren para producirlos son importadas. Este es el caso de los agroquímicos y fertilizantes.

En este campo compiten fuertemente las compañías multinacionales más sólidas como Dupont, Ciba-Geigy, Rhom and Haas, Zeneca, Bayer, Hoesch, y North Hidro entre otras. Estas empresas usualmente trabajan con varios representantes locales, quienes importan, formulan, envasan y comercializan sus productos en todo el país.

El sector agroindustrial tiene a su disposición una variedad de agroquímicos muy amplia, pues en Costa Rica existe una tendencia generalizada a usar grandes cantidades de estos productos para combatir plagas, enfermedades y malezas, y para fertilizar las plantaciones. La industria de los agroquímicos y los fertilizantes es bastante dinámica debido a la fuerte competencia y demanda por sus productos. Constantemente se realizan seminarios y días de campo, se visitan las fincas para ofrecer asesoría técnica gratuita, se introducen nuevos productos y se establecen parcelas demostrativas y de investigación. La interrelación y cooperación entre las empresas proveedoras y el sector agrícola es muy fuerte. Sin duda alguna, esta estrecha relación ha sido fuente de innovación y mejoramiento de la productividad del agro costarricense. El café no es la excepción, pues con el inicio del programa de investigación y la introducción de estos productos hacia finales de la década de 1950, fue que se inició el cambio tecnológico que triplicó la productividad por hectárea. Actualmente, el sector agrícola cafetalero sigue siendo muy dependiente de los agroquímicos, pues no se ha realizado investigación suficiente para cambiar el paquete tecnológico aplicado. Mientras no existan más conocimientos sobre el uso de productos y fertilizantes orgánicos en el cultivo, los productores no se arriesgarán a disminuir el uso de fertilizantes químicos, o de las atomizaciones foliares, por ejemplo, pues no saben que producción podrían alcanzar.

Los proveedores de maquinaria agrícola e industrial también ofrecen una gran variedad de productos. En el caso de la maquinaria e implementos agrícolas como tractores, tanques de atomización, máquinas chapeadoras, palas, etc., la mayoría son importados. Pero en cuanto a la maquinaria de beneficiado, en el país operan una gran cantidad de industrias que fabrican sus productos localmente, y en muchos casos los exportan a otros países productores de Latinoamérica. El país está tecnológicamente avanzado en esta industria, al punto que varias empresas son capaces de diseñar, fabricar e instalar beneficios enteros. Compañías como Industrias Bendig, Xeltron-Quesada Hnos, Joca y Poscan, han diseñado y construido beneficios completos en varios países de Centroamérica.

El contar con un grupo de fabricantes conocedores y exitosos es una ventaja competitiva que pocos países tienen. El intercambio de información y conocimientos entre los casi cien beneficios del país y estas empresas, ha mejorado significativamente la capacidad y eficiencia del sector beneficiador. Como se mencionó en la sección 3.2.2, la mayoría de las plantas beneficiadoras que hoy día operan, cuentan con buena maquinaria y tecnología de procesamiento. No obstante, muchas plantas todavía son deficientes en las labores de supervisión y comprobación de los procesos y la calidad, porque en vez de tener instrumentación y sistemas formales de control, utilizan a los operarios en dicha función, quienes de manera un poco artesanal aplican sus conocimientos, experiencia y criterio. Aun así, el sector beneficiador de Costa Rica es de los más eficientes del mundo, en parte por la aguerrida competencia que existe por acaparar la fruta de los productores, por la cultura y amplios conocimientos que tiene el personal de planta, y también por el apoyo tecnológico de los fabricantes locales de maquinaria de beneficiado.

4.3.2. Centros de educación, capacitación, e investigación

En el aspecto educativo y de capacitación, el “cluster” cuenta con muy buen soporte. Como se mencionó en la sección 4.1, en el país existen una gran cantidad de centros educativos universitarios, que preparan a los jóvenes para múltiples carreras directamente relacionadas con la agricultura y la agroindustria. Además, también operan muchos colegios técnicos agropecuarios y vocacionales como el COVAO en Cartago, el Colegio Agropecuario de Santa Clara en San Carlos, el Colegio Agropecuario de Pococí en Guápiles, y el Colegio Agropecuario de La Suiza en Turrialba, así como otros centros de entrenamiento práctico como el INA, y escuelas parauniversitarias. La actividad cafetalera tiene a su disposición una gran cantidad de profesionales y operarios especializados muy capaces.

En cuanto a centros de investigación, el sector agroindustrial y la actividad cafetalera cuentan con la Universidad de Costa Rica y sus estaciones experimentales, el CATIE y el CICAPE. Estas tres instituciones realizan experimentación en el cultivo, sin embargo, el hecho de que en los últimos quince años la productividad a nivel agrícola ha estado estancada, es una muestra de que la investigación no ha sido eficaz. Anteriormente se comentó que la industria requiere reestructurar y reforzar económica y profesionalmente al CICAPE, para convertirlo en un centro de investigación de muy alto nivel.

4.3.3. Servicios financieros

Los servicios financieros que tienen a disposición las compañías exportadoras, beneficiadoras y agrícolas de tamaño mediano y grande, son especializados y de buena calidad. No obstante, los recursos generalmente tienen un costo elevado y son de muy corto plazo. Esto se debe a que no existen fuentes locales de financiación de largo plazo, y a que el sistema financiero costarricense opera con un margen de intermediación muy amplio. Esto último ocurre debido a disposiciones legales que gravan la labor de intermediación financiera de los bancos, mediante impuestos a la captación de dinero y encajes elevados, y también como consecuencia de la desproporcionada necesidad de recursos que tiene el Estado para financiar su déficit, con relación a la disponibilidad de dinero que ofrece la economía. Las distorsiones que afectan a la industria financiera, el tamaño de la deuda interna y el déficit fiscal, y la baja capacidad de ahorro interno de la economía, son factores que encarecen la financiación de empresas o proyectos mediante el uso de deuda.

Como se mencionó, los requerimientos de fondos de largo plazo para financiar inversiones en maquinaria y renovación de plantaciones, entre otras cosas, no son atendidos adecuadamente. Esta situación se ha agravado en los últimos ocho años, pues la actividad no ha generado excedentes de dinero para reinvertir en renovación de plantaciones y equipo. La falta de fondos de largo plazo ya ha ocasionado un envejecimiento de los cafetales. Además, como también se mencionó, los pequeños agricultores tampoco reciben atención financiera adecuada, ni siquiera de corto plazo, pues no existen programas especialmente diseñados para cubrir sus necesidades. Esto sucede a pesar de que la ley del ICAFE en el capítulo sexto, artículo 64, obliga a la banca estatal a “dirigir la política crediticia para financiación de cosechas de café, con criterio económico-social de ayuda y protección al productor”.

En cuanto a los servicios de cobertura de riesgos, el país entero está mal atendido pues el Instituto Nacional de Seguros, una institución estatal, tiene el monopolio de la actividad. Y como sucede con casi todos los monopolios estatales, la gama de productos que se ofrece es limitada y rígida, el servicio es deficiente y excesivamente costoso, y en el caso de muchos seguros, la cobertura contra el riesgo es insuficiente.

4.3.4. Servicios básicos

Los servicios de agua potable, telecomunicaciones y eléctricos, son de buena calidad y tienen una amplia cobertura, pero son un poco costosos. Los servicios de aduanas, correos, puertos, y de mantenimiento de caminos, son deficientes. Dentro de estos, los que más afectan la competitividad de la industria son el mal estado de los caminos y autopistas, y la ineficiencia, alto costo e insuficiente capacidad instalada en los puertos. Desde hace varios años se aprobó una ley de concesión de obra pública que faculta a la empresa privada a construir y operar obras que tradicionalmente le corresponden al Estado. Desafortunadamente, todavía no se ha construido obra alguna bajo la nueva ley, pues ésta no fue bien concebida. Actualmente, la Asamblea Legislativa está revisando y corrigiendo dicha ley para que sea funcional.

4.3.5. Servicios especiales

La variedad y calidad de los servicios especiales disponibles ha mejorado en los últimos años. En la actualidad existen muchas empresas dedicadas a la venta de servicios de laboratorio, envíos especiales al exterior, computación e informática, servicios de información del exterior como Futuresource y Roiters, y consultorías en producción, análisis de mercados y comercialización, entre otras cosas. Muchos de estos servicios son nuevos, por lo que se requerirá de algún tiempo para que se ofrezcan con la calidad y eficiencia de las empresas líderes en mercados del extranjero.

4.3.6. Transporte

El transporte de insumos, café en fruta y café oro para la industria local o de exportación, es una actividad que se realiza de dos formas: por las mismas empresas agrícolas y procesadoras que poseen vehículos de carga propios, y por empresas que forman parte de la industria del transporte. En éste último caso, el servicio de transporte lo brindan dos tipos de compañías: las informales, que son operadas y administradas por los mismos dueños de los vehículos, y las empresas formales. Durante los meses de cosecha operan una gran cantidad de transportistas pequeños, que trasladan el café desde las fincas hasta los centros de acopio o recibidores, y luego de estos hasta el beneficio. Muchos transportistas pequeños son productores agrícolas que tienen uno o dos camiones, y los alquilan a otros productores o a los beneficios. El transporte del café oro desde los beneficios regionales a los beneficios secos propiedad de las compañías exportadoras, lo realizan los mismos beneficios con camiones propios, o contratan a fleteros pequeños y medianos que operan en la zona. El transporte del café de exportación al puerto, usualmente lo realizan las compañías transportistas más grandes.

En términos generales, el servicio de transporte interno que se le brinda a la actividad cafetalera es bueno, pero tiene un costo algo elevado debido a que los lubricantes, combustibles, y repuestos son importados y deben pagar una serie de impuestos y

aranceles, a que las llantas se fabrican localmente por una sola empresa, y a que el costo de adquisición del equipo de transporte también es elevado debido a impuestos de importación. Además, la financiación en moneda local y en dólares también es costosa, pues la tasa de interés normalmente supera a la inflación en diez y hasta veinte puntos porcentuales.

El servicio de transporte marítimo que se ofrece en Costa Rica es bueno, pues aquí operan una cantidad considerable de líneas navieras. Sin embargo, cuando los puertos mejoren su capacidad y eficiencia, la calidad, regularidad y costo de este servicio disminuirá.

4.3.7. Asociaciones gremiales

La industria del café cuenta con una buena cantidad de asociaciones gremiales organizadas, que brindan apoyo y ordenan la participación de los diversos sectores que intervienen. El gremio cooperativo está unido a través de la Federación de Cooperativas de Café, Fedecoop, el grupo de beneficios privados y productores no cooperativos está organizado por medio de la Cámara de Cafetaleros, los exportadores cuentan con la Cámara de Exportadores de Café, y los torrefactores trabajan por medio de la Cámara de Torrefactores. Todos estos grupos están representados ante el ICAFE.

Además de estas asociaciones, la industria cuenta con Sintercafé y la Asociación de Cafés Finos, agrupaciones de carácter privado que se dedican a promocionar el café de Costa Rica en el extranjero. Sintercafé, por ejemplo, es una organización con más de diez años de organizar la “Semana Internacional del Café” en Costa Rica, evento que se ha convertido en uno de los dos o tres más concurridos por las empresas comercializadoras y tostadoras más importantes del mundo. Sintercafé también realiza la “Jornada por Costa Rica” una vez por año, foro en el cual se analizan y plantean soluciones para los problemas que afectan a la caficultura del país.

Por su parte, el Instituto del Café de Costa Rica es una entidad pública, cuyo fin es regular y ordenar equitativamente las relaciones entre los diferentes sectores que participan en la actividad. Para ello, el Instituto se financia mediante un impuesto del 1.5% sobre el precio FOB de exportación, el cual ingresa a la caja única del Gobierno. El Estado le asigna una partida presupuestaria al ICAFE para que cubra sus gastos de operación, pero en los últimos años en que los precios internacionales han mejorado y el déficit fiscal ha aumentado, la transferencia de recursos que recibe el Instituto es mucho menor que el impuesto que el gremio paga para financiarlo. Debido a esto, el ICAFE tiene problemas económicos para llevar a cabo tareas importantes, tales como: elaborar estudios sobre la industria, apoyar la investigación y transferencia tecnológica al productor, y promocionar el café de Costa Rica en el exterior, entre otras.

El órgano superior del ICAFE es el Congreso Nacional Cafetalero. Este tiene la responsabilidad de orientar la política cafetalera en general, y de supervisar las actuaciones del ICAFE. El Congreso Cafetalero está conformado por veinticinco delegados de los productores, seis del grupo de beneficios privados, seis por los exportadores, dos delegados del sector de torrefacción, los Ministros de Economía, Industria y Comercio, Agricultura y Ganadería, Relaciones Exteriores y Planificación, cuatro delegados de la Junta Directiva del Instituto, un representante de cada banco estatal, y un delegado de la Presidencia de la República.

La Junta Directiva del ICAFE está conformada por siete miembros, designados por el Ministerio de Economía, Industria y Comercio. El Ministerio debe escoger a tres representantes de los productores, un representante de los beneficiadores, uno por los exportadores, uno por los torrefactores, y a una persona que represente a su cartera. A pesar de que el nombramiento de la Junta lo hace el Ministerio, los directores elegidos defienden los intereses de su respectivo sector, lo que resta poder al Gobierno para dictar las políticas cafetaleras a su gusto. La designación de la Junta Directiva se estableció así en la legislación, con el objeto de que fuera la misma industria la que tuviera que velar por el cumplimiento de la ley cafetalera y sus reglamentos, y se responsabilizara por las decisiones que afectaran el desarrollo futuro de la actividad.

Las agrupaciones gremiales juegan un papel importante, pues son las que presionan al Gobierno, al ICAFE como entidad rectora, y a sus asociados, para que se resuelvan los problemas que afectan a la industria y a su sector. En buena medida, la acción de estas asociaciones ha ayudado a organizar la actividad, a pesar de que en ocasiones resulta difícil conciliar los intereses de todos los sectores. Cuando en el ICAFE no hay consenso entre las partes, generalmente los intereses del sector productor y de los consumidores, representados estos últimos por el Ministerio de Economía, prevalecen sobre los demás. Esta situación ha fortalecido la base productiva, salvo cuando el Gobierno defiende al consumidor con políticas que afectan directamente a los productores, pero ha debilitado o dificultado el trabajo de los demás sectores. A pesar de estos problemas que a menudo se presentan en el seno del ICAFE, este ha ejercido un papel coordinador positivo. Sin embargo, la mayoría de los grupos y personas entrevistadas para este estudio opinan que la legislación que da vida al Instituto debe reformarse en las siguientes áreas:

- Se debe cambiar la estructura jurídica del ICAFE, para que deje de ser un ente público estatal, y se convierta en una institución no estatal, regulada por el derecho público en cuanto a sus potestades de imperio, y por el derecho privado en sus demás atribuciones. Este cambio permitirá al Instituto independizarse financieramente del Estado, y ser más ágil en la toma de decisiones que tengan algún efecto sobre sus finanzas.
- El sistema de pago del café en fruta al productor debe incentivar la producción de café de óptima calidad. Además, el sistema debe ser flexible en cuanto a la negociación del café entre el productor y el beneficio. Actualmente el productor no puede negociar libremente su café, en el nivel de precio y momento que crea más conveniente. El nuevo sistema debe permitir al productor escoger bajo cual método vende su café, sea el tradicional o la venta en firme.
- La legislación debe contemplar el uso del mercado de futuros como mecanismo de fijación de precios. Actualmente las ganancias o pérdidas que se realicen en la bolsa no pueden ser trasladadas al productor. Esto limita a los beneficios las posibilidades de realizar una buena fijación.

4.3.8. El papel del Gobierno

Existen varias instituciones gubernamentales que interactúan con la industria, además del ICAFE. Entre las más importantes está el Ministerio de Salud, que vela por el cumplimiento de la legislación que protege la salud pública, exigiendo condiciones mínimas de salud para los trabajadores de las empresas y la comunidad en general, y otorgando permisos de funcionamiento a plantas industriales, y licencias para la venta de

productos de consumo humano a los fabricantes de estos. El Ministerio de Salud también aprueba y supervisa la construcción y operación de sistemas de tratamiento de residuos sólidos, líquidos y gaseosos, para prevenir que se afecte la salud de la población mediante la contaminación.

El Ministerio de Recursos Naturales, Energía y Minas, MIRENEM, controla la explotación de los recursos naturales como el agua, la flora y fauna, la madera, y la extracción de lastre, piedra y arena de tajos y ríos. También se dedica a conservar los parques nacionales y otras zonas de protección, y a velar para que no se contamine el ambiente.

El Ministerio de Economía, Industria y Comercio, MEIC, protege los intereses de los consumidores por medio del control de precios y márgenes máximos de intermediación, y vigilando que los productos cumplan con lo indicado en las etiquetas de empaque, en cuanto a calidad, ingredientes utilizados y peso neto. El café torrefacto o mezclado con azúcar está continuamente bajo la supervisión del Ministerio de Economía, para garantizar a los consumidores que el producto cumpla con el máximo contenido de azúcar permitido por ley, con el peso neto indicado en el empaque y el precio de venta fijado por decreto. Este Ministerio también define, de acuerdo con los convenios internacionales vigentes y la política comercial que adopte el Gobierno, los aranceles que recaen sobre la importación de materias primas, productos intermedios y productos terminados. En el caso de café tostado listo para consumir, el arancel de importación vigente es del 19%.

El Ministerio de Hacienda, a través de la Tributación Directa, es la institución encargada de recaudar los impuestos que recaen sobre la actividad. En la ejecución de esta función, Tributación trabaja muy de cerca con el ICAFE, pues el Instituto autoriza los contratos de compra-venta de café entre los beneficios y exportadores, y revisa y aprueba el pago que deben hacer los beneficios a los productores. El Banco Central por su parte, administra la política monetaria, regula el sistema financiero, y también el movimiento y disposición de divisas que ingresan y salen del país, por lo que interviene en la definición y administración de los trámites de exportación de café conjuntamente con el ICAFE.

En la actualidad, el papel del Gobierno en su relación con la industria se limita a supervisar que los participantes cumplan con la legislación y decretos vigentes en materia de salud pública, conservación de los recursos naturales y el ambiente, derechos laborales, recaudación fiscal, trámites de exportación y regulación del manejo de divisas, promoción de la competencia y protección del consumidor. En este último aspecto, como se analizó en varias secciones del documento, el Gobierno ha jugado un papel político, interviniendo para “proteger” los intereses de los consumidores. Sin embargo, con este proceder se ha perjudicado al consumidor, pues ha tenido que consumir un producto un poco más barato, pero de mucho menor calidad.

En el pasado, cuando la actividad cafetalera era la principal fuente de recursos públicos, la relación entre el Gobierno y la industria era más estrecha. Durante muchos años, el Estado realmente se preocupó por colaborar con la industria, brindando apoyo financiero mediante la banca estatal, apoyo tecnológico mediante el Ministerio de Agricultura, desarrollando infraestructura con el Ministerio de Obras Públicas y Transportes, y en educación a través de las universidades. Pero a medida que la dependencia estatal sobre el café fue disminuyendo, y que varió la política intervencionista del Estado, la relación fue bajando de intensidad, hasta llegar a la situación actual.

A manera de resumen, se puede afirmar que el grupo de industrias relacionadas y de apoyo con que cuenta la industria del café verde de Costa Rica está bastante desarrollado y avanzado. Existen industrias de apoyo muy sólidas como los proveedores de agroquímicos y maquinaria de beneficiado, el sector de educación y capacitación del recurso humano, algunos servicios básicos como la electricidad, comunicaciones y agua, algunos servicios especiales, y las asociaciones gremiales. No obstante, hay otras actividades de apoyo que deben mejorarse como los centros de investigación, los seguros, la industria financiera, y algunos servicios básicos como aduanas, puertos, y el mantenimiento de la red vial.

En el sector torrefactor y consumidor, la situación de industrias relacionadas y de apoyo es crítica, debido a que el país no tiene una cultura de consumo de café correctamente desarrollada. La maquinaria de tostado, molido y empaque que requieren los tostadores se debe importar, existen muy pocas tiendas especializadas en la venta de café tostado y productos relacionados con la bebida, como “coffee makers”, chorreadores especiales, molinos pequeños, tazas, etc., y hay pocos proveedores de máquinas y utensilios para preparar y servir café en restaurantes, bares y “coffee shops”. Además, los dueños y administradores de estos lugares no se preocupan por servir a sus clientes una buena taza de café.

4.4 Estrategia, estructura y rivalidad de las empresas

Reiteradamente se ha afirmado que la estrategia predominante en esta industria durante los últimos veinte años cuando menos, ha sido la de competir en el negocio de café genérico. Durante la década de los años ochenta y parte de los noventa, los beneficios y exportadores se prepararon para ser más eficientes en el manejo de grandes cantidades de producto, y lo lograron. En esos años el país entero se estaba preparando para producir, procesar y exportar cinco millones de fanegas. Toda la atención y esfuerzo de los sectores participantes se habían enfocado hacia esa meta, debido a que la rentabilidad que estaban obteniendo era buena, y a que la industria mundial se estaba moviendo en esa dirección desde hacía bastante tiempo. Pero en 1989, el sistema de cuotas que funcionaba desde 1982 en el seno de la OIC, se rompe, poniendo fin a siete años de precios artificialmente elevados. A partir de ese momento y hasta principios de 1994, los precios descendieron a un nivel cercano a la mitad del precio que se obtuvo mientras funcionó el convenio internacional. La industria de Costa Rica perdió dinero varios años, la producción nacional se estancó y luego descendió, y muchos beneficios y exportadores, que se habían preparado para procesar y vender mayores cantidades de café, comenzaron a pelear agresivamente para aumentar su volumen y participación de mercado, con el objetivo de mejorar su rentabilidad. El sector productor se favoreció en esta lucha, pues ahora recibe más servicios y una mejor atención de parte de los beneficios. Los adelantos parciales y las liquidaciones finales también han aumentado, debido a mejoras en la eficiencia de procesamiento de los beneficios, y por el mayor sacrificio que estos hacen sobre su propio margen de operación. La competencia por fruta y la constitución del fondo de estabilización de precios en 1992, ayudaron al sector agrícola a sobrevivir, pero la rentabilidad siguió siendo negativa y en los mejores casos insignificante, hasta que sobrevinieron las dos heladas de Brasil en 1994.

Actualmente la situación de rentabilidad de la industria no es mala, debido a que el precio del café arábigo genérico está ubicado en un nivel muy pocas veces visto en el pasado. Además, los sectores de beneficiado y exportación se han hecho muy eficientes en el

aprovisionamiento de grandes cantidades de café para los importadores y tostadores del exterior. Sin embargo, esta estrategia no es sostenible para un sector productor que tiene la misma productividad promedio que hace quince años, costos de producción en dólares más altos que nunca, y una gran inversión en tierras. Las empresas agrícolas mejor organizadas y de mayor tamaño, se vieron forzadas y pudieron mejorar su eficiencia y productividad en los últimos años. Sin embargo, los productores más pequeños y menos organizados, así como los que tienen problemas financieros, han disminuido su eficiencia y producción, pues no han podido salir del círculo vicioso de la baja producción, pérdidas operativas o baja rentabilidad, y problemas financieros.

En el sector agrícola no existe rivalidad y competencia entre productores, pues la oferta de café en fruta es menor que la demanda de los beneficios. La rivalidad no ha sido un disparador de la productividad e innovación, como si lo ha sido la crisis de precios de los últimos años.

A nivel de beneficios tampoco hay competencia en la venta del producto, por la misma razón de los productores: la demanda de los exportadores supera la disponibilidad de café que tienen los beneficios. Esto quiere decir que los beneficios pueden vender toda su producción sin problema alguno, al precio internacional del café genérico. Al igual que los productores, la fuerza que ha impulsado la eficiencia y el mejoramiento en los últimos años, ha sido la estrategia de vender café sin diferenciación alguna, pues ha producido una baja rentabilidad. Esta misma estrategia refuerza la necesidad de aumentar el volumen para aumentar las ganancias, situación que ha desembocado en la pelea por una mayor cantidad de materia prima. Este otro círculo vicioso, que afecta a los beneficios que procesan y venden café genérico, también ha sido una fuente de mejoramiento de la eficiencia de operación, y de las destrezas y conocimientos requeridos para fijar el precio de venta en forma más competitiva.

En el sector exportador la situación de competencia y rivalidad también es parecida, pues dado que el café de Costa Rica tiene buena aceptación en el mercado de café arábico de buena calidad, le resulta fácil a los exportadores vender el café al precio que establezca el mercado. El factor crítico no es colocar el producto en el mercado. Al igual que con los beneficios, la competitividad se basa en ser muy eficiente en el proceso operativo, y muy hábil para fijar el precio de venta, con el fin de hacer más dinero en el proceso, poder pagar mejores precios a los beneficios para acaparar más fruta, y sacar del negocio a los exportadores menos eficientes y capaces.

La competencia interna se ha basado, desde hace bastantes años, en tener éxito en el aprovisionamiento de materia prima. Y para lograr esto, los beneficios y exportadores deben ser muy eficientes operacionalmente, y muy cuidadosos y hábiles en el proceso de fijación de precios. En este tipo de rivalidad, los beneficios que se integren a la exportación tendrán mayores posibilidades de éxito, pues serán más eficientes y estarán mejor informados y preparados para fijar el precio del café. Un ejemplo de lo anterior es el grupo de Beneficios Volcafé y Corporación Cafetalera La Meseta, empresas directamente relacionadas con compañías exportadoras, que en los últimos diez años han aumentado significativamente su participación de mercado a costa de los beneficios independientes.

La otra cara de la moneda la representan los beneficios Bellavista, y La Minita, que se han concentrado en procesar y vender café de muy alta calidad bajo sus propias marcas. Con esta estrategia, estos beneficios de tamaño pequeño para el estándar de la industria

local, han logrado obtener precios de venta más altos, y una rentabilidad buena a pesar del bajo volumen que procesan.

En el sector agrícola no hay mucho que los productores puedan hacer respecto a la comercialización de su cosecha, más que aliarse con un beneficio que requiera café de alta calidad para posicionar una marca, en busca de un premio en el precio. Si el productor no logra encontrar una alianza así, no le queda otra cosa por hacer más que aumentar su productividad, bajar sus costos de producción, y rezar para que los problemas de producción en otros países aumenten el precio internacional del café genérico. Para aumentar la productividad y disminuir el costo de producción, el productor debe renovar sus plantaciones utilizando tecnología de producción moderna, pero para ello requiere financiación de largo plazo a un costo razonable.

Otra solución o estrategia que la industria puede seguir, es aumentar el valor del café, y participar en el negocio de tostado y molido. Sin embargo, el sector tostador es poco competitivo en esta actividad, pues nunca ha existido una cultura de consumo dinámica y exigente que lo haya forzado a desarrollarse tecnológicamente, y a innovar y mejorar sus productos. Tampoco ha existido una competencia fuerte, pues el mercado siempre ha estado dominado por una o dos compañías. La falta de una demanda interna exigente y educada, y de una competencia agresiva, ha formado a un sector tostador pasivo y conservador, que no invierte en mercadeo y publicidad, ni en capacitación, investigación y desarrollo de nuevos productos. Un sector así difícilmente puede competir en los mercados del exterior. De hecho ningún torrefactor importante ha tenido éxito en la venta de café tostado al exterior.

GLOSARIO

- **Año Cafetero:** El período de un año comprendido entre el primero de octubre y el treinta de setiembre.
- **Beneficiador:** La persona física o jurídica, que poseyendo legítimamente una o más plantas de beneficio, financie, reciba, elabore y/o venda café sujetándose a las disposiciones de la Ley sobre el Régimen de Relaciones entre Productores, Beneficiadores y Exportadores de Café y a este reglamento.
- **Planta de beneficio de café:** El conjunto de instalaciones, maquinaria y obras de infraestructura necesarias para procesar el fruto del cafeto, desde su condición de café maduro hasta la de café oro, listo para su comercialización.

El proceso se divide en dos etapas que se conocen como fase húmeda y fase seca.

⇒ **Planta de beneficio húmedo**, consiste básicamente en:

- área de recibo y medición;
- maquinaria para despulpado y clasificación;
- sistema de desmucilaginado mecánico y bioquímico;
- sistema de lavado y clasificación; y
- maquinaria para el secado.

⇒ **Planta de beneficio seco**, consiste básicamente en:

- Unidades de recibo y almacenamiento (patios, silos y bodegas);
 - Maquinaria para limpieza y descascarado o despergaminado;
 - Maquinaria y equipo para clasificación por densidad, defectos y tamaño o color; y
 - Maquinaria para mezcla, pesaje o ensacado.
-
- **Café:** El fruto del cafeto completo, maduro, verde o bellota. Su endospermo (lavado o con mucílago), o en su condición de café oro.

También el grano tostado o molido, descafeinado, líquido o soluble.

- **Café maduro:** El fruto completo del cafeto, que habiendo terminado su desarrollo tiene abundante mucílago y pulpa de color rojo, o amarillo en algunas variedades.
- **Café bellota:** El fruto completo o seco del cafeto. Puede provenir de café verde, maduro o de junta.
- **Café verde:** El fruto completo del cafeto, que no habiendo terminado su desarrollo carece de mucílago y tiene pulpa de color verde.
- **Café pergamino:** El endospermo del fruto del cafeto, cubierto por el endocarpio desprovisto de mucílago, lavado y seco.
- **Café oro:** El endospermo del fruto del cafeto corresponde al llamado “café verde” en el mercado y comercios internacionales.

- **Café de junta:** El fruto del cafeto recogido del suelo porque se desprendió de la planta y se mantuvo en contacto con la tierra, y que ha perdido su mucílago y eventualmente su pulpa.
- **Café fermentado:** El café que ha sido perjudicado por fermentaciones en su calidad, sabor u olor, antes o durante su proceso de elaboración.
- **Café tostado:** Café tostado en cualquier grado, e incluye el café molido.
- **Café soluble:** Las partículas sólidas, secas, solubles en agua, obtenidas del café tostado.
- **Productor:** Toda persona física o jurídica que posea, el derecho a explotarla por cualquier título legítimo, una plantación de café.
- **Planta de torrefacción de café:** Establecimiento dedicado al tostado, molido o cualquier proceso industrial posterior del café.
- **Torrefactor de café:** La persona física o jurídica propietaria o arrendataria de un establecimiento dedicado al tostado, molido o cualquier otro proceso industrial posterior del café.
- **Exportación de café:** Cualquier embarque comercial de café que salga del país.
- **Exportador:** Toda persona física o jurídica que se dedique a la compra y exportación de café.
- **Contrato de compra-venta:** Es el documento formal mediante el cual una de las partes otorga el derecho de propiedad sobre el café estipulado en el mismo.
- **Permiso de Exportación:** Autorización otorgada por el Instituto del Café de Costa Rica (ICAFE) para que el propietario del café pueda exportarlo.
- **Cuota de Exportación:** Cantidad de café que el beneficiador está autorizado a exportar, de acuerdo con disposiciones.
- **Cuota de Consumo Nacional:** Cantidad de café que el beneficiador está obligado a reservar para vender al consumo nacional, de acuerdo a disposiciones.
- **Rendimiento:** Es el resultado de la conversión de café fruta a café oro.

ENTREVISTAS REALIZADAS

- Astúa Gerardo: Jefe Sala Catación, ICAFE
- Bombardelli, Giancarlo: Gerente, Café Volio
- Briceño, Minor: Gerente de Comercialización, Hacienda Juan Viñas
- Canet, Guillermo: Director Ejecutivo, ICAFE
- Cazas, Walter: Café Volio
- Dallis, David: Expresidente, Specialty Coffee Association of America, Estados Unidos
- Eppe, Miguel: Gerente, Exportadora Peters
- Fisher, Markus: Gerente, Beneficios Volcafé
- Freytag, Raimart: Presidente, Corporación Cafetalera La Meseta
- Ganes, Judith: Analista de Café, Merrill Lynch, Estados Unidos
- Guardia, Tomás: Productor de Café
- Jiménez, Eduardo: Gerente, Cafetalera Tournón
- Jiménez, Rodolfo: Presidente Hacienda Juan Viñas
- Klotti, Otto: Productor y Beneficiador de Café
- Kopper, Eduardo: Gerente, CECA S.A.
- Lizano, Arturo: Expresidente Cámara de Exportadores de Café, Cafetalera Tournón
- López, Arnoldo: Expresidente OIC y Expresidente ICAFE
- Mitchel, Wiilem: Presidente, Comercial Miroma (Exportador)
- Morales, Manuel: CECA S.A.
- Moya, Juan Bautista: Gerente, Coope Libertad R.L.
- Murillo, Carlos: Ex-Gerente, COOCAFE
- Nelson, Rob F.: Director Ejecutivo, National Coffee Association, Estados Unidos
- Ortiz, Oscar: Jefe Dpto. Producción de Café, Hacienda Juan Viñas
- Padilla, Guillermo: Jefe Dpto. Exportación, ICAFE
- Pelecano, Jorge: Gerente Técnico, CAFESA
- Pérez, Víctor: Asesor Junta Directiva, CAFESA
- Peters, Ronald: Presidente Cámara Nacional de Cafetaleros y Gerente Corporación Peters
- Picado, Rolando: Administrador, Hacienda La Isabel
- Plate, Jurgen: Gerente, Café Capris (Exportadora)
- Rodríguez, Dagoberto: Gerente, Coope Victoria R.L.
- Rojas, Carlos Manuel: Ex-Gerente, Corporación Cafetalera La Meseta

- Rojas, Gilberto: Jefe Dpto. Estudios Agrícolas y Consumo Nacional, ICAFE
- Salas, Francisco: Gerente de Marca, Hacienda Juan Viñas
- Sánchez, Fernando: Gerente, Tostadora La Meseta
- Sánchez, Luis Diego: Gerente, FEDECOOP (Exportador)
- Schibli, George: Compañía Continental (Exportadora)
- Schibli, Jorn: Compañía Continental (Exportadora)
- Seevers, Ricardo: Presidente, ICAFE y Gerente, Beneficio San Antonio
- Solano, Luis Carlos: Productor de Café
- Spilka, Walter: Analista de Café, Smith Barney, Estados Unidos
- Thormalen, Erick: Vicepresidente, CORICAFE (Exportador)
- Tomás, Rodrigo: Asistente de Gerencia, CORICAFE (Exportador)
- Villalobos, Rodrigo: Administrador General, Hacienda Juan Viñas
- Zeuner, Adolfo: Gerente, Beneficio Bella Vista
- Zeust, Hans: Gerente, Compañía Continental (Exportadora)

BIBLIOGRAFIA

Acta del XXII Congreso Nacional Cafetalero, Instituto del Café de Costa Rica, ICAFE, Costa Rica, Agosto 1993

Agroindustrial Project Analysis, James E. Austin, The Johns Hopkins University Press, U.S.A., 1992

Análisis del Registro de Entregadores de Café Cosechas 1992-1993 y 1994-1995, Departamento de Estudios Agrícolas y Económicos, ICAFE, Costa Rica, Agosto 1994 y Julio 1996

Aspectos Técnicos y Económicos sobre la Caficultura Costarricense, Jornada por Costa Rica (SINTERCAFE), Gilberto Rojas y Edgar Rojas, ICAFE, Costa Rica, Noviembre 1994

Association of Coffee Producing Countries -Market Report N° 2, Marzo 1997

Avenues for Growth: a 20-year review of the U.S. Specialty Coffee Market, Margaret C. Andrews, U.S.A., 1992

Café Declarado por los Beneficiadores en las Cosechas 1995-1996 y 1996-1997, Juan Rafael González y Gustavo Aguzzi, ICAFE, Costa Rica, Mayo 1996 y Junio 1997

Cafetico, Boletín de la Cámara Nacional de Cafetaleros, N° 46, Costa Rica, Marzo 1997

Carta Cafetera, Publicación de la Asociación de Exportadores de Café de Colombia, Año 9, N° 2, Colombia, Febrero 1997

Coffee Bimonthly, Merrill Lynch, Global Securities Research and Economics Group, Abril 1996

Coffee in Central America, F.O. Licht's International Coffee Report

Coffee in Central America, K.S. MuirF., O. Licht, Coffee Economics

Coffee Market Perspective 1993 An Information Resources Report to the National Coffee Association, Information Resources Inc.

Coffee Production Strategies and the Affects on Quality, 9th Annual Conference and Exhibition "Coffee y all that Jazz", David Roche, New Orleans - Louisiana, Abril 1997

Coffee Quarterly- Third Quarter 1995, Landell Mills Commodities Studies, LMC International Ltd., pág. 7 y 43, U.S.A., 1995

Coffee Trax – Quarterly Statistics, National Coffee Association of U.S.A., Inc., 1996*

Coffee Update, Merrill Lynch, Global Securities Research and Economics Group, Enero y Marzo 1997

Coffee, When will the Bubble Burst?, Boletín LMC International Ltd., Febrero 1997

Compendio de Datos Estadísticos del Café de Costa Rica, José Angel Castillo, ICAFE, pág. 5,29 y 52 Costa Rica, Abril 1995

Compra en firme: una alternativa de comercialización, Ramón Ulate –Presidente Consejo de Adm. de FEDECOOP R.L.

Consumption in the medium term, F.O. Licht's International Coffee Report

Exportaciones por Exportador-Cosecha 1995-1996, Instituto del Café de Costa Rica, Abril y Mayo 1997

Federación de Cooperativas de Caficultores R.L., 35 Aniversario, FEDECOOP R.L., Prensa del Agro S.A., Costa Rica, 1997

From Tree to Cup, José Braz y Francimar Carvalho, Brazilian Coffee Institute

Futures Research in Depth Report March 1996, Smith Barney

Informe Anual de Labores Departamento Exportación y Consumo Nacional, ICAFE, Costa Rica, 1989, 1991, 1993, 1996 y 1997.

Informe sobre la Actividad Cafetalera de Costa Rica, Instituto del Café de Costa Rica, ICAFE, Costa Rica, 1993 (pág. 25, 28 y 111) y 1997

Instituto del Café de Costa Rica 1933-1993, Instituto del Café de Costa Rica, SUPRENDA S.A., Costa Rica, 1993

Leyes y Reglamentos Usuales sobre Café, Instituto del Café de Costa Rica, ICAFE, pág. 37, Costa Rica, Agosto 1992

Modelo de Costos de Producción de Café, Gilberto Rojas, ICAFE, Costa Rica, Marzo y Junio 1996, y Marzo y Junio 1997

New Directions in the Coffee Market, Celsius A. Lodder, F.O. Licht, Coffee Economics

New Trends in Consumption of Coffee in Europe, Frieder Rotzoll, Specialty Coffee Assn. of America, Houston, Abril 1994

Nuestro Café, Boletín Informativo de la Cámara de Exportadores de Café, Año 3, Nº 15 , Costa Rica, Noviembre 1996

Perspectivas del Consumo de Café, Celsius A. Lodder – Director Ejecutivo de la Organización Internacional del Café, Río de Janeiro, 20 a 22 de enero de 1997

Primera Reunión Técnica Interamericana de Café, Extensión y Fomento, Documento Nº 12, Víctor Ml. Pérez

Proceso Histórico de las Variedades, Cruces y Mutaciones de Coffea Arabica y Catimores en Costa Rica, Víctor Ml. Pérez

Recopilación Exposiciones Foro de la Caficultura Costarricense, II Jornada por Costa Rica (SINTERCAFE), ICAFE, Costa Rica, Noviembre 1994

Rendimientos de Beneficiado de Café en Fruta (Cosecha 1990-1991), Rolando Vásquez, Martín Montero y Gerardo Hidalgo, ICAFE, Costa Rica, Octubre 1991

República de Costa Rica, A. Angelini de Libera, Costa Rica, Setiembre 1931

Seasonality in Coffee Consumption: The Case of the United States, William C. Struning, F.O. Licht, Coffee Economics

Tecnología Empleada y Principales Problemas por los que atravesó el Caficultor (Cosecha 1992-1993), Melvin Alvarado Soto, ICAFE, Costa Rica, Enero 1994

The Book of Coffee, Francesco Illy y Riccardo Illy, Abbe Ville Press, U.S.A., 1992

The Coffee Companion, Jon Thorn, The Apple Press, Singapore, 1995

The Story of Coffee, International Coffee Organization, Century Editions, Inglaterra, 1979

Trends and Outlook 1996 Winter Coffee Study. National Coffee Association of U.S.A., Inc., pág.5, U.S.A. 1996

Trends in Specialty Coffee Retailing, Nancy Moore, Specialty Coffee Assn. of America, Houston, April 1994

Tropical Products: World Markets and Trade, United States Department of Agriculture, pág. 17, U.S.A. 1996

World Coffee Consumption, "Asia and Oceanía – Key to Future Growth in World Coffee Consumption?", William C. Struning, F.O. Licht's International Coffee Report, Vol. 10, N° 22, Junio 1996.

World Coffee Situation, DE and F Man Coffee Limited, Finagra USA Inc., Febrero y Marzo 1997.