

# ***Panorama del café, Costa Rica***

Documento de estudio

*Investigación y redacción por Róger Chaves y Carlos Solano*



**VECO-CR 15 de mayo de 2003**



**VECO COSTA RICA**

## **RESUMEN**

Después de la suspensión de las cláusulas económicas del Convenio Internacional del Café, en 1983, los precios del café verde en el mercado del mundo tienen una caída sostenida. En Costa Rica, la situación de pequeños/as y medianos/as caficultores, se agrava desde la baja en 1998.

Generalmente, se mencionan que la baja de precios del café se origina en el exceso de oferta sobre el consumo, causada principalmente por la producción de café Robusta, con Vietnam, Brasil, Indonesia y Costa de Marfil a la cabeza. Otro factor es el amplio volumen de existencias de café oro en el mundo. También, en las fases de industria del producto se encuentran las mayores concentraciones del valor generado, en los principales países consumidores.

En Costa Rica y para el año 2001, las pérdidas en fincas se estiman en más de US\$900 por hectárea (US\$29 por quintal), como promedio, con base en costo promedio de producción por quintal de café oro de US\$86 y el precio pagado al productor (US\$57). Se calcula pérdidas equivalentes a 6.700 empleos, ingresos no percibidos por US\$12.7.

En las cinco zonas visitadas, la crisis de precios del café verde presenta manifestaciones en común, así como semejanzas en alternativas planteadas por las organizaciones consultadas. Algunas de las principales manifestaciones en pequeños/as productores/as incluye lo siguiente:

**Vulnerabilidad por monocultivo**, es decir, dependencia monetaria de la población de una zona, por una o pocas actividades productivas.

**Seguridad alimentaria erosionada**, pues la especialización de fincas y zonas en cultivo de café u otros (pocos) rubros, limitó las capacidades para asegurar la alimentación básica familiar.

**Endeudamiento y crisis económica familiar**, conduciendo a la liquidación de activos, mitigado por mecanismos nacionales de previsión de bajos precios y adecuación de deudas.

**Desempleo, empleo extra-predial, migración:** en razón de la baja en requerimientos de mano de obra y en los salarios a trabajadores/as en fincas.

**Abandono y estancamiento de cafetales:** lo primero es una expresión de altos niveles de desesperanza; lo segundo, a veces es una forma de comenzar transición a sistemas sustentables.

**Diferenciación en el sector cooperativo** de pequeños caficultores, asociado a las oportunidades emergentes en el contexto de la crisis de precios.

**Deterioro del dinamismo económico y tejido social comunitarios**, en razón de la vulnerabilidad y depresión económica mencionadas.

Entre las alternativas planteadas en comunidades, la **conversión a cultivo de café orgánico** suele ser central. Tiene diversos orígenes: iniciativa propia, de asociaciones y cooperativas de caficultores/as y/o proyectos de entidades de desarrollo. Los enfoques o paradigmas son también variados: conversión tecnológica (al comienzo), sostenibilidad ambiental y visiones integrales (diversificación productiva, seguridad alimentaria, expectativas de sobreprecio de café orgánico y mayores ingresos por verticalización productiva).

Hay también propuestas globales, de ONGs internacionales, organismos multilaterales y nacionales, así como avances en esquemas y nichos alternativos para café.

Un **Grupo de Trabajo Holandés sobre Café (GTC)** actualmente está centrado en la propuesta por Un Código de Conducta centrado en derechos laborales, a cumplir por la industria del café.

Particularmente Hivos está reformulando su política y, eventualmente, códigos sociales tendrá importancia de largo plazo.

**Oxfam Internacional** actúa a favor de un Plan de Rescate del Café, con un claro efecto movilizador al poner en agenda pública la crisis de precios a quienes producen el grano.

El **BID, AID y BM** recomiendan a Centroamérica cambio de cultivo en zonas cafetaleras con baja productividad y calidad y alto costo de producción, ofreciendo créditos blandos para ello.

**CEPAL** recomienda coordinar entre agentes de la cadena (incluyendo países consumidores), mejorar infraestructura, tecnología, gestión empresarial y de la deuda cafetalera renegociada y ampliar crédito a nivel nacional. A Costa Rica enfatiza en nichos verdes y mercado interno.

**ICAFFE** asume la estrategia de producir café de calidad buscando nichos de mercado, junto con mecanismos de previsión de bajos precios y rescate financiero. El **MAG** promueve también café sostenible (diferente de orgánico). En gestión hay un proyecto de café conservacionista para tres zonas cafetaleras, buscando alianzas comerciales para mercados especializados.

Las oportunidades de nichos de mercado frecuentemente mencionadas incluyen café **sostenible, orgánico, bajo sombra y en comercio justo**. Costa Rica aporta 30.4% del total centroamericano aplicando en esquema de comercio justo, y la producción de café orgánico (fruta) se duplica cada año, llegando a 9456 fanegas en la cosecha 2001-02. El consorcio cooperativo Coocafé tiene importante papel en esquemas de comercio justo. En café sustentable avanza un proyecto cooperativo. En café orgánico, se suman cooperativas, asociaciones y empresas privadas, buscando alternativas de beneficiado y torrefacción.

En este marco general, VECO-CR y organizaciones contrapartes (CP) deciden avanzar acciones en varios niveles:

**Nacional:** la crisis del café se incluye en programas de trabajo de CP con grupos de base, iniciando también una campaña de incidencia y sensibilización política, centrada en trabas a microbeneficios por organizaciones de pequeños/as caficultores/as.

**Regional:** estimular alianzas entre programas de VECO en Ecuador, Nicaragua y Costa Rica, tomando en cuenta aprendizaje sobre fortalecimiento de mercados internos de café, intercambios de experiencias y, eventualmente, iniciativas en conjunto.

**Internacional:** apoyar campañas internacionales y valorar el nivel de involucramiento de Costa Rica en la campaña de Vredeseilanden en 2005.

## CONTENIDO

Introducción	5
1. Crisis en el campo: impacto y búsqueda de alternativas	11
1.1 Manifestaciones y efectos de la crisis	11
1.2 Alternativas planteadas	17
2. Revisión de propuestas	18
2.1 Campañas y acciones de lobby de ONGs internacionales	19
2.2 Análisis y propuestas de organismos internacionales oficiales	22
2.3 Propuestas oficiales en Costa Rica	24
2.4 Avances en comercio justo y sostenible	27
2.5 Resumen	32
3. Algunos aspectos a tomar en cuenta	34
Fuentes de información	37

## Introducción

La economía de agro-exportación en Costa Rica, históricamente se ha sustentado en café, banano, azúcar de caña y carne bovina, con importantes aportes de la economía campesina, aunque generalmente supliendo materia prima a empresas capitalizadas (locales o extranjeras) en el sector de agroindustria, comercialización y exportación. La promoción oficial para la producción de bienes no tradicionales incluyendo el sector agropecuario, ha dado como resultado en éste sector cierta diversificación productiva.<sup>1</sup>

En general, la agricultura experimenta una importante depreciación, durante las últimas décadas, de manera que, medida por su aporte al Producto Interno Bruto (PIB), el sector agropecuario se mantuvo cercano al 12% entre los años 1995 y 1998, pero luego declina rápidamente y en 2002 este dato se estima en 7.3% (cifras oficiales, de la Secretaría de Planificación del Sector Agropecuario, SEPSA).<sup>2</sup>

En el caso del café, es conocida la participación campesina desde que se estimuló como actividad exportable, en el siglo XIX. Un aspecto fundamental, ha sido el papel que juega el Instituto de Café de Costa Rica (ICAFE)<sup>3</sup> en la intermediación de las relaciones económicas y en materia de precios<sup>4</sup> entre productores, beneficiadores, exportadores y torrefactores. El ICAFE realiza funciones tales como:

- calcula la liquidación final para cada beneficio con base en el precio recibido por éste, restando los costos de producción y el 9% de margen de ganancia. El beneficio reparte el saldo a los productores, según la cantidad de café entregada;
- interviene en casos de atrasos en las liquidaciones a los productores, reportes no creíbles, problemas comerciales o quiebra de beneficiadores;
- regula los contratos entre productores y beneficiadores;
- regula el financiamiento de beneficiadores a productores, en especial la fijación de interés y la forma de cobro.

Papel importante en la estabilidad de los pequeños y medianos caficultores, junto al ICAFE, fue el que tuvieron durante la segunda mitad del siglo XX, las cooperativas de producción y procesamiento de café, aunque actualmente muchas de estas cooperativas se encuentran en situaciones críticas.

Para defensa gremial, surgieron sindicatos de agricultores como la Unión de Agricultores de Pérez Zeledón (UPIAV), con fuerte participación de caficultores, para la defensa de los intereses de los productores frente a los beneficiadores y frente al Estado. Desde mediados de la década de 1990,

---

<sup>1</sup> Es una diversificación relativa, pues cuatro rubros no tradicionales concentran la oferta exportable, por lo cual, un estudio de la Promotora de Comercio Exterior de Costa Rica (PROCOMER) concluye: *“La agricultura es el sector más vulnerable a cambios en cualquiera de los cuatro principales productos (piña, yuca, melón y malanga) y la agroindustria el sector menos vulnerable en cuanto a productos y mercados.”*

<sup>2</sup> Otro impacto es el incremento de la dependencia de importaciones para alimentos en la dieta básica local, como arroz y maíz.

<sup>3</sup> En 1933 surgió el Instituto de Defensa del Café como una forma de intervención estatal en la regulación de los sectores de café. En 1948 se transforma en Oficina del Café y, en 1985, en Instituto de Café. En 1997, reformas a la ley convierte el ICAFE en una entidad pública de carácter no estatal, con personería jurídica y patrimonio propios, y amplia capacidad para celebrar contratos y dictar actos conforme la ley.

<sup>4</sup> Además, el ICAFE también actúa en materia de investigación científica (agronómica, económica) y en promoción de formas cooperativas de producción.

se observa una reactivación de las asociaciones locales de caficultores/as pequeños/as. Por ejemplo, la Alianza de Organizaciones de Caficultores y Caficultoras Orgánicas, en los últimos cinco años organiza producción de café especial vinculado a una estrategia de microbeneficios, para avanzar lugares en la cadena de valor; así hay otras iniciativas que reseñamos adelante.

En razón de las transformaciones en la economía y el sector agropecuario en Costa Rica, el café se coloca en el sexto lugar entre los productos de exportación (dato de 2002). El número de productores de café en el país no está determinado, pero tiende a disminuir el número de “entregadores”,<sup>5</sup> como se observa en la siguiente tabla (con datos de ICAFE):

<u>Cosecha Año</u>	<u>Entregadores</u>
1999-2000	85.552
2000-2001	72.613
2001-2002	70.523

En la última cosecha, el ICAFE registró que los “entregadores” menores de 100 fanegas<sup>6</sup> equivalen al 92.8% del total, con 45.4% de la producción nacional. Extraoficial e informalmente, en ICAFE se estima en alrededor de cincuenta mil productores/as de café, con un porcentaje grande de pequeños y medianos productores y productoras; otras fuentes, refieren cerca de ochenta mil productores(as). Además, según cálculos con base en datos oficiales, en promedio, el 40% del trabajo es realizado por trabajadores familiares: mujeres, varones, jóvenes y niños, muchas veces con bajos salarios o sin salario. Son datos de mediados de la década de 1980.

### **Costos de producción, precios al productor y empleo**

Después de la suspensión de las cláusulas económicas del Convenio Internacional del Café, en 1983, los precios del café en el mercado del mundo han experimentado una caída sostenida en el tiempo. La situación para pequeños/as y medianos/as caficultores, se va agravando desde el descenso registrado a mediados de 1998. Además, hay que tomar en cuenta que, en Costa Rica, el café en fincas generalmente sumió características de monocultivo, en menor medida policultivo centrado en café y mínima diversificación productiva.

Generalmente se atribuye al exceso de oferta sobre el consumo, como factor principal que presiona la baja de precios. Y la sobreproducción de café se explica “principalmente por la producción de café Robusta, que ha pasado de aportar el 30 por ciento de la producción en el año cosecha 1992-1993 a 40 por ciento en la cosecha 2001-2002” (ICAFE, p. 4). En los últimos años, Vietnam es el país que más aporta a este incremento,<sup>7</sup> pero también Brasil, Indonesia y Costa de Marfil. Además del amplio volumen de existencias de café oro en el mundo, que han oscilado entre 44.5 millones y 34.2 millones de sacos de 60 kg (ICAFE, con datos de OIC).

---

<sup>5</sup> La legislación y registros oficiales reconocen como “entregadores” a personas que entregan café (fruta) a firmas beneficiadoras. Estas personas son contabilizadas por el número de cédula de identidad. Entonces, una misma unidad productiva (una familia, por ejemplo) puede fraccionar sus producción en varios entregadores (as). Por tanto, no hay equivalencia total entre número de “entregadores” y productores (as).

<sup>6</sup> Fanega es una usual unidad de medida de café, equivalente a 250 kg de cerezas frescas, las cuales producen un saco de 46 kg de café oro.

<sup>7</sup> Vietnam pasó de producir 2.96 millones de sacos de 60 kg (promedio 1992-1995) a 12.14 millones (promedio de las cosechas 1999-2002). Datos de ICAFE, con base en OIC.

A la par de la caída de precios de café verde, la posición de los productores /as en la cadena de valor del café es crítica. En este sentido, el eje de dinamismo está en las industrias que demandan café verde como insumo, aumentando también la importancia de los comercializadores y cadenas en grandes supermercados en EE. UU., Europa, Japón y otros países consumidores.

Es conocido que las mayores concentraciones del valor generado por la producción de café, son apropiadas en los países industrializados, en los segmentos de la cadena productiva donde se industrializa el producto. Para el productor/a agrícola local, esto significa que percibe aproximadamente la cuarta parte del precio al por menor (al consumidor final), considerando los promedios de precio (año 1999, de precios bajos) en Estados Unidos y Alemania (Chaves, 2001).

En cuanto a costos de producción agrícola, el ICAFE actualiza regularmente un modelo mediante la combinación de recomendaciones técnicas del mismo Instituto para la asistencia del cultivo (léase, cultivo convencional) y otras variables determinadas en estudios de campo. Es un modelo teórico, por tanto, no refleja necesariamente situaciones empíricas ('reales' o efectivas) a nivel de fincas, ni siquiera es un promedio nacional. Además, es conocido un patrón de variabilidad (altibajos) en la producción de las plantas, a partir del quinto año, por lo cual los caficultores(as) aplican diversas prácticas culturales (como la poda).

Sin embargo, el modelo de costos de ICAFE tiene validez indicativa, a efectos de análisis. A continuación reproducimos dicho modelo, al cual agregamos la conversión de moneda local a divisa.

Resumen del Modelo de Costos de Producción Agrícola de Café  
(colones y dólares estadounidenses, por hectárea y por fanega)  
Junio, 2001

Concepto	Costos Unitarios				Porcentaje
	Colones		Dólares		
	Area (ha)	Produc. (fan)	Area (ha)	Produc. (fan)	
<b>I. Costos variables</b>	<b>575736,19</b>	<b>16933,42</b>	<b>1663,11</b>	<b>48,92</b>	<b>67,00</b>
a. Labores de cultivo	152102,24	4473,60	439,37	12,92	17,70
b. Recolección y transporte	271659,10	7989,97	784,73	23,08	31,61
c. Materiales	151974,85	4469,85	439,01	12,91	17,69
<b>II. Costos fijos</b>	<b>283560,05</b>	<b>8340,00</b>	<b>819,11</b>	<b>24,09</b>	<b>33,00</b>
<b>Total</b>	<b>859296,24</b>	<b>25273,42</b>	<b>2482,22</b>	<b>73,01</b>	<b>100,00</b>

Notas:

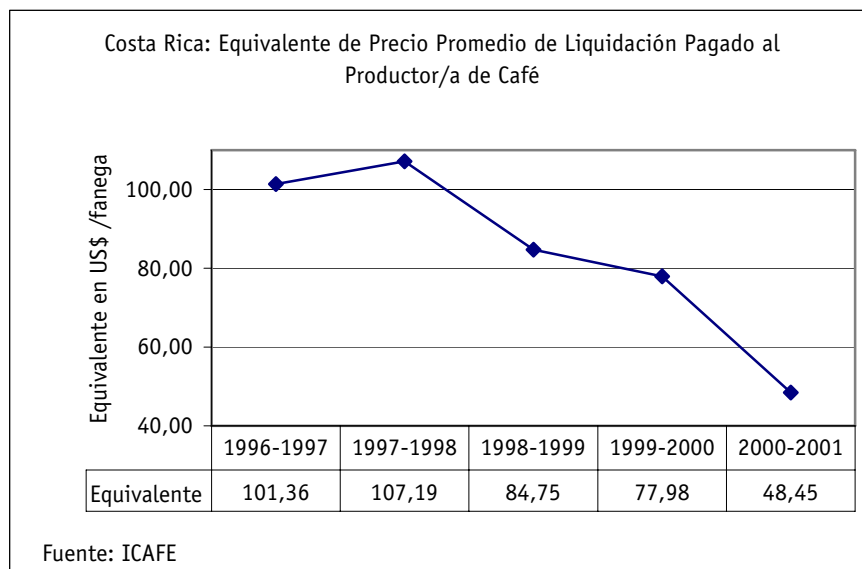
- Para el cálculo de producción, se asume un rendimiento promedio de 34 fanegas por hectárea
- Para la conversión a dólares estadounidenses, se asume tipo de cambio de US\$1=CR¢346,18

Fuente: ICAFE, junio 2001

Evidentemente, los costos de producción agrícola (café cereza) se incrementan constantemente. Por ejemplo, según el modelo de costos de 2001, este indicador se ha incrementado en 257.6% desde el modelo de costos de 1991 (cálculos en colones corrientes).<sup>8</sup>

<sup>8</sup> El costo estimado por el modelo ICAFE para 1991 fue de ¢7067.60 por fanega.

En términos nominales, según informes de ICAFE, el precio promedio de liquidación pagado por los beneficios a los y las caficultoras, por fanega, descendió de ₡22.711.06 en la cosecha 1996-1997, hasta ₡15.233.85 en la cosecha 2000-2001. En el gráfico siguiente se observa los precios promedio, pagados al productor, equivalentes en dólares según el tipo de cambio promedio; todos datos de ICAFE.



Si bien el rendimiento promedio del cultivo de café en Costa Rica está en los lugares más altos del mundo, desde la década de los setenta permanece alrededor de 30 quintales por hectárea, mientras que, en los últimos diez años, el costo de producción unitario aumentó 43%. Un estudio para la Comisión Económica para América Latina (CEPAL) ha estimado las pérdidas en fincas en algo más de US\$900 por hectárea (US\$29 por quintal), como promedio; tomando como referencia el costo promedio de producción por quintal de café oro de US\$86 y el precio pagado al productor, de US\$57 (el 66% del precio internacional) en el año 2000. Así, la magnitud de excedente para capitalizar y para el desarrollo del productor es muy limitada.

Por supuesto, el precio de liquidación final al productor/a varía según características de la región, beneficio, tipo de cambio aplicado, precio y proporción entre mercado interno y exportación (ICAFE). Por ejemplo, en la cosecha 2000-2001 esta cifra varió entre ₡17.110 (US\$54.38) por fanega en la región Los Santos, y ₡12.670 (US\$40.29) por fanega en Pérez Zeledón. Este año, la zona de Pérez Zeledón y Coto Brus aportaron, juntas, 25.3% de la producción total; pero los precios de liquidación (promedio) allí fueron los menores del país. El Valle Central Occidental aportó 20.6% de la cosecha, con precio promedio de liquidación cerca del superior.

Hay también impacto en empleo. Según el estudio de CEPAL ya mencionado, para Costa Rica se estima que en 2001 se dejaron de aplicar 1.675.000 jornales, equivalentes a 6.700 empleos. Se estima que las familias trabajadoras en el campo, dejaron de percibir por este concepto la suma de US\$12.7 millones en 2001. Entre las cosechas 1999-00 y 2001-02, el empleo generado por las distintas fases de la caficultura, se ha reducido en 44.399 puestos (12.75%), como se muestra en el cuadro siguiente:

Costa Rica: generación de empleos fijos y ocasionales por la caficultura, cosechas 1999-00 a 2001-02				
Cosecha	Producción y recolección	Beneficiado	Torrefacción y exportación	Total Caficultura
1999-00	316.449	21.144	10.572	348.165
2000-01	293.732	19.627	9.813	323.172
2001-02	276.094	18.448	9.224	303.766

Fuente: SUGEF

De tal manera, la mayor magnitud de afectados son pequeños /as productores/as de café que entregan lo correspondiente al 45% de la cosecha nacional; así como los trabajadores/as fijos y por temporada que laboran en las fincas, que se estima un 62% son personas extranjeras.

Todo lo anterior, da una imagen del impacto social diferenciado de los bajos precios del café verde, que probablemente no cambiará de manera favorable al caficultor(a) en el corto plazo. Como lo plantea el estudio para CEPAL:

*“Los efectos sociales de la crisis de la caficultura podrían continuar manifestándose en los próximos años. La nula o negativa rentabilidad económica de la producción cafetalera ha afectado a muchas fincas que comenzaron a caer en abandono, declinaron las labores de mantenimiento y, más aun, pospondrán nuevas inversiones... Uno de los resultados posibles del fuerte aumento del desempleo y de una probable escasez de alimentos en varias subregiones de Centroamérica es el aumento de la migración hacia las ciudades o a otros países”. [Y, además:] “...se estima que los precios no se recuperarán de manera significativa en los siguientes tres años” (CEPAL, 2002; p. 24 y 27).*

Dicho en forma sumaria, la actual crisis de precios del café (el declive de precios pagados al productor de café cereza, hasta debajo de los costos de producción), responde a la combinación de varias causas, tales como:

- el exceso de oferta mundial de café
- el crecimiento de la oferta mundial de café tipo robusta
- el rápido crecimiento de la producción en algunos países
- el incremento constante de los costos de producción de café verde

### **De este informe**

Un examen refinado, que no es este informe, podría tomar en cuenta las variaciones en precios de liquidación, estructuras de costos, estratificación de productores/as, el impacto en el empleo /migraciones, género y activación organizativa e institucional, en diferentes zonas cafetaleras.

Este informe tiene alcances más limitados. El informe responde a una solicitud del Grupo de Conducción Estratégica, el cual es una instancia integrada por representantes de organizaciones contrapartes, la Representación y la Oficina Nacional de VECO-CR. El tema es planteado en agenda del Grupo tomando en cuenta dos elementos: i) la situación real de crisis del café y su incidencia en las familias caficultoras, vinculadas a organizaciones socias de VECO Costa Rica (VECO CR) y ii) la demanda hacia VECO-CR para involucrarse en iniciativas de VECO (Ecuador, Nicaragua, Bélgica) y de ONGs internacionales (por ejemplo, OXFAM y otras).

Al comienzo, VECO-CR carece de conocimiento sobre el panorama y, en todo caso, el conocimiento no estaba puesto en común. Con resultados de este estudio, el Grupo de Conducción de VECO-CR tomará decisiones de abordaje y seguimiento al tema. Más específicamente, se espera que este documento entregue información básica para tomar decisiones sobre qué hacer en este tema, vinculado a incidencia política (nacional-internacional), pues según los Términos de Referencia, el objetivo es que *“VECO-CR y organizaciones socias tienen criterios para optar por las acciones y estrategias a seguir en relación con la crisis del café en Costa Rica.”*

Se recogen aquí los aspectos más importantes de las expresiones de la crisis del café y las propuestas que se plantean en diversas zonas del país. Son los análisis hechos por grupos de caficultores/as pequeños presentes en cinco zonas del país (Occidente, Carraigres, Turrialba, Pérez Zeledón y Coto Brus); entre las cuatro últimas formando una Alianza alrededor de oportunidades de mayor participación en la cadena de café orgánico. Básicamente son percepciones de la situación propia y de la zona, por líderes y lideresas de las organizaciones visitadas. Esto aparece en el primer apartado del informe. Vale mencionar, de paso, que las zonas de Carraigres y Occidente producen un café muy bien apreciado en ciertos mercados, gracias a las condiciones de clima y altura (*café strictly hard bean*), mientras que el café de las otras zonas en lenguaje común se menciona como de menor calidad (*médium hard bean* y *hard bean*).<sup>9</sup>

También se hace una revisión de diversas propuestas y planteamientos hechos por ONGs internacionales, organismos financieros multilaterales y entidades oficiales en Costa Rica. Se complementa con información relevante de otras organizaciones, cooperativas o proyectos con iniciativas para hacer frente a la situación crítica de la caficultura. Aparece esto en el segundo apartado y corresponde a una revisión de literatura y documentación, más un par de entrevistas.

El tercer apartado, plantea algunos aspectos que sobresalen de la revisión de literatura y los sondeos y observación en el campo. Aspectos a tomar en cuenta al momento de analizar qué hacer, como conjunto, respecto a acciones demandadas por:

- i) los grupos de base con quienes trabajan las contrapartes de VECO-CR,
- ii) otras organizaciones sociales trabajando en el tema,
- iii) la institución VECO en su conjunto.

El Grupo de Conducción Estratégica de VECO-CR, a cuyo pedido responde todo el informe, ha hecho un análisis y ha tomado decisiones para llevar a cabo acciones en el nivel nacional, regional e internacional, como se indica aquí.

---

<sup>9</sup> En CEPAL (2002) se recoge una clasificación de la calidad del café de Costa Rica, en distintas zonas por altitud y clima.

## 1. CRISIS EN EL CAMPO: IMPACTO Y BÚSQUEDA DE ALTERNATIVAS

En las cinco zonas que hemos visitado, encontramos que la crisis de precios del café verde, presenta un conjunto de manifestaciones en común, así como el planteamiento de alternativas por las organizaciones consultadas. Lógicamente, hay variaciones en criterios o percepciones; pero para efectos de este informe, no ha sido necesario profundizar en ello. Lo que sigue es un vistazo general de las situaciones originadas en las zonas de Caraigres, Occidente, Turrialba, Pérez Zeledón y Coto Brus.

### 1.1 MANIFESTACIONES Y EFECTOS DE LA CRISIS EN PEQUEÑOS (AS) CAFICULTORES (AS)

*La crisis se refleja a nivel de mujeres y familias desintegradas, el comercio de cantonal deprimido y la gente desalentada. Hay pueblos abandonados por la migración, principalmente masculina pero también familias enteras. En las fincas, se llega a labranza mínima, se reduce el uso de abonos químicos y la aplicación de chapías. Se refleja todo en baja en la producción. También se ve fincas botadas o cambios de café por caña o ganado. Este es el panorama que predomina.*

*Vinicio Murillo, Secretario General de UPIAV y directivo de ICAFE, feb. 2003*

#### 1.1.1 El monocultivo y la crisis general

En comunidades y zonas visitadas, el café ha sido plantado inicialmente como una fuente de riqueza y/o bienestar familiar; alcanzando características de monocultivo. Monocultivo entendido como dependencia monetaria de la población de una zona, por una o pocas actividades productivas.

Así lo dicen los productores/as de Turrialba, Coto Brus y Pérez Zeledón con quienes hablamos: “En Turrialba se dependía de la caña de azúcar y el café. Con la crisis, se perjudicó la agricultura pero también el transporte y el comercio de la zona”. También: “Desde hace muchos años, las empresas metían a la gente que el café era todo. Al bajar los precios, vimos que era una mentira... Pero es cierto que la baja de precios del café ha afectado todo: incluso las ventas en muchos negocios no cafetaleros han caído”.

El monocultivo promovido limitó el despliegue de capacidades productivas locales para objetivos de desarrollo: “En esta zona se da de todo, pero cuando entró la revolución verde, nos decían que era solo café lo que debíamos sembrar”.

Por supuesto, una de las primeras reacciones ante la caída de precios por debajo de costos de producción (en promedio), es la reducción de las áreas de siembra del café. En números redondos, para Pérez Zeledón, se estima que en la cosecha 2001-2002 había unas 18.000 hectáreas de café; en la siguiente cosecha se había perdido unas 1.000 hectáreas y otras 2.000 ó 3.000 hectáreas habían sido ‘abandonadas’. Situación que se observa tanto haciendas como fincas familiares.<sup>10</sup>

---

<sup>10</sup> Estimaciones extraoficiales de la Agencia regional del Ministerio de Agricultura y Ganadería.

Implicaciones técnicas y económicas pero sobre todo sociales, como sigue en seguida.

### **1.1.2 Seguridad alimentaria erosionada**

Una de las capacidades, limitadas a las familias campesinas, por la extensión del monocultivo, fue la de asegurar la alimentación básica familiar. Como plantean en Turrialba: *“El problema del campesino es que nos hicieron caer en que tenemos que producir para ir a comprar. La cultura fue «siembre bastante café y caña y usted compra todo»; y perdimos la autosuficiencia”*.

En otras zonas, como las regiones Central y Central Occidental, también se observa la especialización cafetalera y de otros cultivos (hortalizas, plantas ornamentales) para el mercado. La producción para autoconsumo familiar y mercado interno es muy reducida. Grupos mixtos y de mujeres, intentan restituir estas capacidades locales.

### **1.1.3 Endeudamiento y crisis económica familiar**

La baja en precios, que generalmente no compensa los costos de producción, provoca también el endeudamiento, crisis económica, liquidación de activos y otras formas de hacerse de dinero para las necesidades diarias. Así se nos fue dicho en Pérez Zeledón: *“Los costos de producción hace dos años, fueron de unos veinte mil colones la fanega y la liquidación final fue de quince a dieciocho mil colones por fanega. Hoy está entre trece mil hasta diecisiete mil máximo”*.

También asociado con ausencia de capitalización: *“En épocas de buen precio, no se economizó; con bajos precios los costos siguen igual o aumentan y no se puede pagar deudas e intereses... Muchos productores están en crisis porque tenían deudas. Según la zona, sin deudas no hay crisis por la calidad del café de la zona. En la zona sur, la crisis es por la calidad de producto. En Los Santos, no se ha tenido que abandonar tanto el café”*. Entonces, las calidades de cafés son factores que matizan las crisis, así como los fondos de previsión y adecuación de deudas, como el Fondo Nacional de Estabilización Cafetalera (FONECAFE) y el denominado fideicomiso cafetalero, a los cuales nos referimos más adelante.

### **1.1.4 Desempleo, empleo extra-predial, migración**

Estas manifestaciones están presentes en todas las seis comunidades visitadas. Probablemente, es generalizado a más zonas, con contadas excepciones.

Se asiste a una disminución de los requerimientos de mano de obra y la retribución salarial: *“En esta zona [Carraigres, Los Santos] las fincas se mantienen, la familia medio se mantiene. Lo que no se sostiene es el trabajo. Es cierto que hay menos demanda de empleo y el café no da para mantener los salarios. Muchos trabajadores se ven afectados con los jornales. Si antes trabajaban 8 personas, ahora trabajan 6. Además, los finqueros ven gente desocupada y pagan menos por la hora de trabajo.”* Los salarios e ingresos reales tienden a bajar.

En Naranjo, según un reporte periodístico, la situación es similar. *“Antes, la mayoría del distrito (de San Juan) vivía del café. Ahora, los pequeños propietarios son obreros de fábricas, de viveros, maquilas o viajan, o siembran tomate o maíz”* (La Nación, 19-03-03). En general, se observa que los agricultores y sus familias, combinan el trabajo agrícola con otros empleos (agrícolas y no agrícolas, éstos últimos quizás en aumento). En breve, el multiempleo como estrategia de reproducción familiar campesina.

El empleo fuera de la finca, por familias campesinas, complementa los bajos ingresos que depara el café: *“En las fincas pequeñas, la cogida de café se hace con mano de obra familiar. Pero sí van de Turrialba a la zona de Los Santos a coger café”*. Sucede igual en otras zonas cafetaleras deprimidas, como Coto Brus y Pérez Zeledón.

Pérez Zeledón y la zona de Los Santos, son las más conocidas por expulsión de familias; pero es un hecho presente en más y más cantones de base agropecuaria, como Turrialba, Coto Brus y otros que no hemos visitado para este sondeo. En la zona de Occidente, muchas personas buscan fuera de su finca, agrícola o en otros sectores; tomando en cuenta la cercanía a centros de mercado urbano (Alajuela, Heredia, San José y otras ciudades). Implica emigración para jornadas laborales, más que emigración permanente y temporal.

Fuentes del Gobierno en la Región Brunca estiman que entre 15 y 25% de la población de Pérez Zeledón ha emigrado a los EE. UU., pero también a otros destinos en Costa Rica. Por supuesto, el fenómeno emigratorio ha estado presente en esta región, desde hace varios años, quizás más de una década; la caída de precios de café, en cantones cafetaleros, ha intensificado la emigración.

Se ha observado que quienes migran a EE. UU. suelen estar 2 ó 3 años fuera del país, regresando luego a reinvertir sus ahorros, mas no en actividades agropecuarias sino principalmente en bienes de consumo. No es raro que estas personas han vendido o perdido sus propiedades, para pagar servicios de los “coyotes”: *“Para emigrar, mucha gente o vende las tierras o las deja abandonadas. La venta es cara. Ahora hay un dicho: la finca no produce pero la tierra sí vale. Los coyotes se han vuelto un grupo importante, que obtiene 30 ó 40 millones de colones en tres meses y han recogido tierras por hipotecas y se vuelven poderosos, aunque no son productivos”*.

También, hay conciencia que la migración no es una alternativa: *“La gente que ha regresado de San José ve los problemas allá, como bajos salaros que no alcanzan para el alquiler, los gastos de luz y agua, el mantener los niños en la escuela, los pasajes. No queda nada”*.

### **1.1.5 Abandono y estancamiento de cafetales**

Esta es una de las formas más frecuentes como reacción a la crisis en el campo. Como ya se mencionó, algunas zonas presentan estas manifestaciones en menor magnitud. Al menos, en Coto Brus se plantea que: *“La última respuesta a la crisis es el estancamiento. Los subsidios temporales por trabajo favorecen mucho esto”*. Posiblemente, el abandono del cafetal manifiesta un alto nivel de desesperanza.

También en Pérez Zeledón: *“Con la crisis del café, lo que pasa es que no se puede trabajar. Hay desilusión en la gente. Hay apatía por entrar a los cercos a darle un mínimo de asistencia. Calculo que 60 ó 70% de los cafetales están en media asistencia; 20 ó 30% están botados o abandonados”*. Estos son *“productores de café que aguantan, no cambian de alternativa y absorben la crisis. Estos buscan abaratar costos en abonos, trabajan menos los cafetales, los chinean menos. Llegan al punto que con lo que recogen, pagan los peones y tal vez algo les queda”*.

Se denota, así, que cafetales ‘estancados’ o con baja aplicación de paquetes tecnológicos convencionales, podrían ser germen para cambio tecnológico hacia café orgánico. En las palabras que nos fue dicho: *“Hay familias que no pueden comprar agroquímicos. Los grandes gastos de insumos químicos se reducen. De 3 a 2 y 1 abonada, no se fumiga, se bajan las chapias. Esto trae un cambio, por medio de la crisis. Antes, con otros precios, podía la familia comprar químicos; ahora piensan en cambiar con insumos orgánicos como brosa. Ahora se busca tener más sombra que*

*antes.*” Por supuesto, implica bajas en la cantidad y calidad del café cosechado, así como un costo de conversión: *“El primer año que empecé a orgánico, en la finca cogí 200 fanegas, el segundo bajó a 140 y este tercer año es de 35”*.<sup>11</sup> No solamente por efecto del ‘acostumbramiento’ de la planta, sino también de aprendizaje para ajustes necesarios en el manejo de la finca.

Sin embargo, en Turrialba se plantea así: *“Han bajado los precios y también la producción. No se puede dar un tratamiento ni convencional ni orgánico”*. Por último, es clara la vulnerabilidad de una conversión tecnológica iniciada por la necesidad meramente de bajar costos o, más específicamente, gastos en dinero. Por ejemplo, se nos ha informado que en Pérez Zeledón se inició una iniciativa de promoción de café orgánico, sin éxito entre otras razones por el repunte que tuvo el precio del café en el mercado, justo en ese momento.

### **1.1.6 Deterioro del dinamismo económico y del tejido social comunitarios**

La dependencia del monocultivo, la poca diversificación productiva, el escaso desarrollo de los mercados internos y locales, la migración; son algunos de los factores que inciden en el deterioro del dinamismo económico y social de varias comunidades y zonas cafetaleras. En estas comunidades, las cooperativas y beneficios de café han jugado un importante papel, que en estos años se ha visto lesionado por efecto de los problemas económicos que han enfrentado.

La población local es reticente a emplearse en actividades de cosecha, tomando en cuenta la baja remuneración. Muchos obreros/as en estas actividades son emigrantes temporales, nicaragüenses, panameños o indígenas de Costa Rica, quienes movilizan sus recursos a sus comunidades de origen. La población local *“busca otros empleos y se vuelve dependiente de algo, por ejemplo de una fábrica... La gente se va materializando a que solo se es feliz con plata, televisión, carro... El problema cultural que aparece es la dependencia”*, nos cuenta un caficultor en Pérez Zeledón.

El tejido social de las comunidades se está modificando, en muchos casos tendiendo a la desarticulación comunitaria y de los grupos organizados. La migración tiene un fuerte impacto en la vida de las instituciones sociales, como las escuelas, iglesias he incluso festividades culturales: *“La crisis ha afectado a todos, a las escuelas, a las juntas de caminos, etc. Se planea una actividad como un turno para fondos comunales y muchas veces se fracasa. Afecta a la familia, a la comunidad y a las organizaciones sociales.”*

En zonas como Turrialba, dependientes durante decenios de la actividad cafetalera y azucarera, la crítica situación de estos rubros afecta al conjunto de actividades, tales como el comercio y transporte.

### **1.1.7 Cooperativas e industria del café**

En lo económico, el panorama es parecido. En los últimos años de la década pasada, se mantuvo un registro de 100 beneficios, cifra que en la cosecha 2001-2002 bajó a 93 beneficios. El 25% son beneficios cooperativos, que han recibido el 39.3% del café fruta de la cosecha 2001-2002. El beneficiado es una etapa que lentamente se viene concentrando en pocas empresas: los beneficios que procesaron cantidades mayores a 80.000 fanegas, fueron 17% en la cosecha 1981-82, cifra que pasó a 13% en la cosecha 2000-02 (con 47% del café fruta recibido).

---

<sup>11</sup> Cálculos de un caficultor para una finca de café en Pérez Zeledón. No son datos de rendimiento por área, pues no tenemos éste último dato.

Vale notar que también grandes empresas y transnacionales tienden a participar en beneficiado; para la cosecha mencionada, 25.8% de beneficios estaban ligados a empresas exportadoras. El año recientes, varios grupos y cooperativas de caficultores pequeños inician la instalación de microbeneficios, aunque han encontrado importantes limitaciones legales o de tramitología.

La concentración geográfica es otro de los aspectos que influyen en los precios pagados al productor/a. Tal como lo plantea un líder a quien visitamos: *“Donde solo una cooperativa o empresa recibe el café, generalmente no alcanzan a mejores precios. En zonas de altura hay más competencia, en las bajas la competencia es mejor... Pero los bancos han limitado los créditos a las cooperativas y éstas dejan de financiar los insumos”*. Así también la percepción de la población respecto estas organizaciones: *“Las cooperativas, no se escucha que planteen alternativas para contrarrestar la crisis... Financian a quien tiene capacidad de pago, trabajan para los ricos”*.

En contraste, en la zona de Occidente hay actualmente beneficios privados o cooperativos, así como proyectos de desarrollo, promoviendo el café orgánico; lo cual otorga cierto dinamismo a cuatro asociaciones de caficultores/as pequeños/as en San Ramón, Palmares, Naranjo y Grecia; buscando canales de comercialización del café.

En otra opinión (Montero, 2003), hay cooperativas que enfrentan a un dilema o contradicción: algunas empiezan a recuperar tierras de caficultores que no han podido cancelar sus créditos, pero esto no resuelve el problema de liquidez de la cooperativa o beneficio y se debilita su base social o sus proveedores de materia prima.

Finalmente, el comercio del café torrefactado y la exportación es otra fase a considerar en la industria del café. Costa Rica, país productor con mayor consumo per cápita en los años 90s (5-6 kg/ año), destina alrededor de 12% del café oro para el mercado interno, con 34 empresas torrefactoras locales. De estas, solo 10 controlan casi todo este mercado; tres empresas dominan el 70-80%. En cuanto a empresas exportadoras, se observa un leve incremento en el número de firmas registradas en ICAFE: de 49 en 1995 a 51 en la cosecha 2000-01 y 56 empresas para la cosecha 2001-02; aunque las más importantes son algunas pocas. Aunque la ley busca limitar la utilidad del sector exportador en 1.5-2.5% del precio de venta, en la práctica resulta complejo el control (Pelupessy, 1998).

Entonces, hay también contratendencias: al tiempo que beneficios de café entran en crisis y desaparecen del mercado, organizaciones y cooperativas inician actividades con modelos de microbeneficio, para quienes el mercado interno resulta importante.

### **1.1.8 Consideraciones de género**

La participación de mujeres en la actividad cafetalera, a nivel de fincas, está limitada y, en todo caso, invisibilizada. La literatura sobre café revisada, en general, ignora el enfoque de género; salvo el trabajo de Montoya (2003). En este trabajo, se recuperan varias manifestaciones de la situación de mujeres en el campo:

- A menudo sus aportes a la economía familiar y nacional resultan desvalorizados: *“Aparte de coger café, yo nunca me he metido en nada. (...) En la venta no participamos; de eso se encarga Enrique, mi cuñado...”* (campesina, Altamira).
- O valorizados sus aportes a la seguridad alimentaria y la reducción de gastos monetarios: *“Yo participo en casi todas las actividades de la finca, y aquí en todo le ayudamos también*

a él (esposo). A la lechería cuando yo puedo voy, sino va ella (hija de 13 años) porque hay que darle mantenimiento, al ternero hay que darle chupón y todo y hay que ir a ayudarlo a él" (campesina, Palmital).

- También en la administración de la finca: "Las decisiones de lo que se hace en la finca se toman en familia. Todo lo discutimos. Yo tengo un cuaderno de todo, control de trabajo y eso. Todo lo dialogamos" (Palmital).
- La importancia de los grupos en el desarrollo personal, también de las mujeres: "Por ejemplo si está uno en una reunión y si hay que tomar una decisión o alguna cosa, que pueda salir de uno, para mí eso es muy bonito, muy importante".

La activación de grupos de mujeres es otra manifestación presente en las distintas comunidades y zonas visitadas. Ciertamente, no podemos determinar si la activación de grupos de mujeres tiene relación directa con la crisis de precios del café y el empobrecimiento de las familias campesinas caficultoras. Pero ellas cada vez más, forman grupos entre sí y a veces mixtos, dedicados a una diversidad de fines y actividades. Esto se observa en las distintas zonas visitadas. Por supuesto, visto con la debida medida; como lo planteó una de nuestras (pocas) entrevistadas: "En las familias no se sabe el valor de las fincas, lo que se puede sacar de ellas. Solo al papá le interesa y a veces a la mamá. Las mujeres no encuentran otra alternativa. En el grupo se ve la diversificación como alternativa y allí se ve el trabajo de las mujeres".

Lógicamente, hay variaciones en las percepciones sociales sobre las implicaciones de la crisis de precios, para hombres y mujeres. Así, se afirma por lo general que son las mujeres quienes tratan de encontrar soluciones, particularmente con actividades para garantizar seguridad alimentaria familiar, disminuyendo los riesgos por bajos ingresos de las 'actividades principales' de las fincas, como el café. Incluso en contraste con varones: "... surgen más las mujeres que los hombres. Antes, los hombres se organizaban y ahora es menos. Las mujeres son más activas. A ellas les da menos vergüenza que a los hombres, tienen más formas de buscar soluciones".

Según esto, las respuestas de hombres y mujeres ante situaciones de crisis, como la presente, tiene influencia en la condición de género. Uno de nuestros entrevistados afirmó: "La crisis afecta por igual a hombres y mujeres. Pero las mujeres suelen buscar más salida, buscan otros trabajos, otros medios para fortalecer la economía familiar. Esto va en el modo de cada quien. Los hombres son más de aguantar, las mujeres piensan en la economía familiar a baja escala. Los hombres se ciegan: cuando no entró el millón de plata, dice: "bueno no entró y no entró". Y su esposa manifestó: "Los hombres en parte buscan la salida que supuestamente es fácil, como la migración".

Por supuesto, no está ausente la visión según la cual las mujeres están implícitas dentro de la totalidad familiar: "La crisis nos golpea a todos. Los ingresos de la casa son de todos... La migración es más que todo masculina, pero también a veces la familia entera emigra".

Incluso se modifican roles, hacia una denominada "feminización" del agro: "Nosotros venimos de una cultura donde los hombres trabajan en el campo y las mujeres en la casa. Ahora la situación económica nos lleva a que en la familia todos debemos producir, todos debemos aportar. Las mujeres se han abierto más al campo". Pero también en actividades seculares: "...aparece una limpiada y uno la hace, o vender pan. Las mujeres también emigran, pero casi siempre cerca del cantón".

## 1.2 ALTERNATIVAS PLANTEADAS

*Cuando la empresa o cooperativa no controla el aspecto de calidad, tiene problemas. Es manejar la estrategia de calidades, contratos especiales, diversificación de mercados, controles de calidad y liquidación de los productores. Es reconocimiento de su café en el mundo...En café sostenible, en este momento, todo mundo califica. Nicaragua, Perú, etc. y está el peligro de caer en lo mismo. Falta capacitación productiva en manejo de recursos, de finca, de financiamiento; cómo se administra... El sello ecológico es muy vulnerable. Está enfocado a un solo mercado y una sola empresa. El problema es la dependencia de un mercado que puede ser cambiante.*

*Cristian Mora, AFAORCA, febrero 2003*

### 1.2.1 Conversión a café orgánico, diversificación productiva, valor agregado, organización

La conversión a cultivo de café orgánico está presente en zonas y comunidades cafetaleras, particularmente por pequeños/as caficultores/as y grupos.<sup>12</sup> Responde a diversos orígenes: iniciativa propia, proyectos de asociaciones y cooperativas de caficultores/as, proyectos de entidades de desarrollo. También, los enfoques o paradigmas son variados: algunos impulsan la conversión tecnológica, generalmente al inicio; otros enfocan la sostenibilidad ambiental; visiones integrales también están presentes. En estos casos, se parte de diversificación productiva contemplando seguridad alimentaria, junto con expectativas de mejores condiciones de precio en el mercado de café orgánico y mayores ingresos, tomando en cuenta verticalización productiva.

En Occidente, en condiciones de una determinada diversificación de la estructura productiva en la zona, identificamos cuatro asociaciones de productores/as antes mencionadas. Ellas están vinculándose en la comercialización del café orgánico, con varios beneficios (Lomas del Río, Montes de Cristo, Coocafé). Aquí, actualmente la conversión es vivida como un cambio tecnológico a nivel de cultivo y, en menor medida, como una aspiración a fincas integrales diversificadas. Hay varias ventajas: las asociaciones están instalando microbeneficios y dando pasos hacia la comercialización en conjunto y buscando articular acciones con otros grupos, en otras zonas. Por otra parte, grupos de mujeres aportan para la diversificación productiva orientada al consumo familiar y, en menor medida, al mercado interno y mercados locales.

En Turrialba, APOT plantea la conversión a café orgánico pero en sistemas de fincas integrales, *“buscando la seguridad alimentaria, la autosuficiencia; integrar la familia al proceso”*. APOT se encuentra en un entorno de frecuentes estímulos, por diversas opciones: *“El ICAFE está promoviendo información por café orgánico y diversificación, pero no tiene un sistema de seguimiento. El ICE habla de fincas sustentables, apoyado con siembra de árboles, cítricos y maderables; conservación de suelos. En combinación con el MAG, dan cítricos, almácigos de café, cal y otros insumos.”* La organización podría avanzar en su propio fortalecimiento, con apoyo de terceros: *“Lo que falta en las ONGs, el Gobierno, las iglesias, es iniciar y terminar un proceso completo, con un grupo, hasta el final. Posiblemente se figura más dando capacitación por todo*

---

<sup>12</sup> En este apartado, referimos a las comunidades visitadas por nosotros. Hay otras experiencias documentadas, como se menciona en el apartado adelante, sobre alternativas.

lado". La diversificación productiva, la apertura de espacios para comercialización de productos orgánicos en ferias o puestos especializados (diferenciados de las ferias tradicionales), las alternativas de procesamiento de café en finca y el cantón, son algunas iniciativas en APOT.

En la región Brunca, se reporta la búsqueda de alternativas también en agricultura orgánica, diversificación, alianzas entre productores/as y grupos. Incluso, quienes "absorben" la crisis del café buscan alternativas, poco a poco.

En la asociación Base la Piedra, por ejemplo, se manifiesta un enfoque de cadena: *"La principal alternativa es darle acabado a los productos en finca. Si seguimos entregando solo materia prima como café o caña, seguiremos mal... involucrar al productor en las actividades, como la manufactura del café"*. La participación de terceros (al menos cooperativas e instituciones públicas) no tiene mucha credibilidad: *"Personeros del gobierno llegan a las comunidades y no motivan, más bien desmotivan... buscan al agricultor para justificar su trabajo en las instituciones, con proyectos de ellos"*.

Por otra parte, en la oficina del MAG de la región, se nos informó que hay varios proyectos operando con visión de fincas integrales, en grupos y con "familias innovadoras", con variadas fuentes de recursos. Se estima que casi el 50% de las familias involucradas, son caficultoras.

AFAORCA tiene su propio sistema de verticalización productiva, con 40 familias involucradas en la zona. Actualmente, las actividades incluyen la producción de cafés de calidad, orgánico y bajo sombra, procesado en microbeneficio y torrefacción; el negocio tiene varias modalidades y facetas. Esta organización se ha constituido en una fuente de experiencia y conocimiento para más grupos.<sup>13</sup> Las experiencias referidas aquí forman parte de la Alianza de Organizaciones de Caficultores y Caficultoras Orgánicos, que reseñamos más adelante.

En síntesis, es variado el grado de elaboración de las alternativas que se mencionan. Unas apuntan a la diversificación productiva en finca; otras plantean además la atención al mercadeo y comercialización (teniendo el espejo de otros proyectos con estas limitaciones) e incluso el desarrollo de los mercados locales de productos orgánicos. Finalmente, está presente la aspiración a integración vertical (avance en la cadena industrial del café) y horizontal (desde membresías de asociados/as hasta redes y alianzas entre organizaciones y empresas).

## **2. REVISIÓN DE PROPUESTAS**

Hay varias iniciativas en marcha, como parte de las propuestas ante la crisis del café. Unas son de organizaciones no gubernamentales con acciones en el ámbito internacional y en varios países, otras provienen de organismos multilaterales financieros o de desarrollo y otras son acciones emprendidas por el Gobierno o el ICAFE.<sup>14</sup> Igualmente, se registran avances en café para comercio justo y sostenible por grupos de caficultores/as en nuestro país. A continuación, una breve descripción de algunas propuestas.

---

<sup>13</sup> CEDECO actualmente tiene en prensa una sistematización de la experiencia de AFORCA; pronto estará disponible, con mayor información.

<sup>14</sup> En todos estos casos, ONGs internacionales, organismos financieros, ICAFE y MAG apoyan diversos proyectos en terreno; aquí presentamos líneas generales, no analizamos casos específicos.

## 2.1 CAMPAÑAS Y ACCIONES DE LOBBY DE ONGs INTERNACIONALES

### 2.1.1 El Grupo de Trabajo Holandés sobre Café (GTC)<sup>15</sup>

Este grupo desde hace varios años, ha hecho investigación de campo en países productores, enfocadas a las condiciones sociales de los y las trabajadoras y el la situación de derechos laborales. También realizó una alianza de trabajo entre varias organizaciones, para el intercambio de información y apoyo a campañas. Este trabajo ha sido iniciado por varias instituciones en Holanda, tomando en cuenta la importancia del nivel de consumo de café en este país y la marcha de iniciativas promisorias.<sup>16</sup>

El objetivo general de las actividades del Grupo, es mejorar las condiciones de trabajo y de vida de los trabajadores en las empresas cafetalas. Actualmente, el trabajo se encuentra en una tercera fase, enfocado en una propuesta:

*“Un Código de Conducta centrado en derechos laborales, a cumplir por la industria del café. El Código incluye directrices, sistemas de monitoreo y mecanismos de verificación.”*

Tiene dos programas de trabajo, con acciones como se menciona en seguida:

Programa del Sur (Guatemala, Brasil, Kenia; otros países en prospección):

- formación de redes de organizaciones laborales en el sector cafetalero
- intercambios entre ONGs de países productores y consumidores. El foco es: temática laboral y responsabilidad social de las empresas con actividades internacionales
- estudios de prospección en otros países

Programa del Norte (Holanda y otros países consumidores)

- lobby en el sector privado (empresas, cúpulas empresariales), promoviendo compras éticas en mercado justo y denunciando las condiciones de vida y de trabajo en la producción de café
- campaña mundial sobre derechos laborales, con el sector cafetalero como ejemplo
- investigaciones sobre la cadena de café y actividades del sector privado con respecto a compras éticas

Las actividades en países del Norte están vinculadas con el trabajo de las organizaciones miembros del Grupo, con organizaciones de pequeños productores en países del Sur. Hay una red de contactos entre organizaciones holandesas y organizaciones del Sur.

Acciones de campaña de Hivos

Hivos ha hecho una alianza con Oxfam y tiene a su cargo la campaña del próximo año (2004), en Holanda. El café es un rubro para la campaña, como experiencia piloto; también están arroz, banano, te, azúcar y cacao. La campaña de café campaña incluye otros temas: OGM, derechos

---

<sup>15</sup> El GTC es integrado por ocho organizaciones holandesas de comercio equitativo, de desarrollo, eclesiásticas y sindicales. Son: CN v Bedrijf venbond, DAWS (LVWW), Fair Trade Organisatie, FN vBondgenoten, Hivos, Novib, Oikos, Pax Christi Holanda, Fundación Max Havelaar y Solidaridad.

<sup>16</sup> Iniciativas denominadas de comercio justo están en práctica desde los años 60s.

humanos, ... Será coordinada con organizaciones de Comercio Justo, NOVIB, sindicatos holandeses. La campaña tiene su entrada por el tema de comercio justo.

Esta campaña de café incluye actividades en Guatemala y Holanda:

- En Guatemala: lobby enfocado a la certificación, códigos sociales y de medio ambiente; en cuanto al comercio justo y orgánico. La finalidad es el mejoramiento de la posición de caficultores en países consumidores del norte. Esta iniciativa involucra FLO, IFOAM, Fundación Max Haavelart y tiendas de comercio justo. El punto de partida es el respeto por los acuerdos internacionales en el marco de OIT.
- En Holanda, se aplicará actividades de lobby, enfocado a tres objetivos:
  - mejorar la posición del pequeño productor en la cadena de café
  - mejorar la organización y calidad del comercio justo, productos orgánicos y de microempresas
  - mayor acceso y facilidades de crédito para pequeños productores

En Costa Rica, HIVOS organiza en julio 2003 una actividad regional con diversos actores de la cadena de café, analizando el tema del café con enfoque de cadena: los cuellos de botella, los impactos en todos los eslabones por las acciones en un eslabón, etcétera. Tomando en cuenta que Hivos apoya diversos actores de la cadena, la actividad está dirigida a aprendizaje e intercambio desde distintos ángulos, con base en estudios de caso. Enseguida, se va a definir o dar pistas para la política y acciones de Hivos al respecto.

Es importante tomar en cuenta que Hivos está reformulando su política, especialmente en los temas de Economía, Medio Ambiente y Derechos Humanos. Estos temas estarán incluidos en los códigos sociales, como es previsto en la campaña sobre café. Entonces, posiblemente códigos sociales tendrá importancia de largo plazo en Hivos, más allá que la próxima campaña de café.

### **2.1.2 Campañas de Oxfam Internacional**

Oxfam Internacional<sup>17</sup> lleva a cabo acciones variadas en cuanto al café y la crisis del café. Esto incluye una campaña a favor de un Plan de Rescate del Café, involucrando a la Organización Internacional de Café (OIC), así como es acciones de presión del público ante las principales empresas tostadoras de café en el mundo. Todo esto es parte de su campaña mayor sobre "Comercio con Justicia", pues la campaña sobre café es una campaña piloto.

#### Un Plan de Rescate para el Café

Básicamente, este Plan pretende adecuar la oferta a la demanda (estabilidad de mercado) y el fomento al desarrollo rural para condiciones de vida dignas a los caficultores. Propone que el plan sea auspiciado por la OIC, enfocado en cinco puntos:

---

<sup>17</sup> Oxfam Internacional es una confederación de 12 organizaciones que trabajan en conjunto con 3000 organizaciones locales en más de 100 países, para encontrar soluciones definitivas a la pobreza, el sufrimiento y la injusticia. Estas organizaciones tienen principios como los siguientes: Trabajamos con personas empobrecidas; Influenciamos a gente poderosa; Trabajamos unidos junto a todas las personas. Ver más en [www.oxfam.org](http://www.oxfam.org)

- garantía de precio digno (superior al costo de producción) por el café a los agricultores, por las compañías tostadoras
- comercialización sólo de café de calidad según los estándares de OIC, por las compañías tostadoras
- compromiso de compras directas a los productores, de manera gradual y en condiciones de Comercio Justo, iniciando con 2% del volumen de compra total, por las compañías tostadoras
- creación de un fondo de diversificación para ayuda a los agricultores empobrecidos
- medida inmediata: destrucción de al menos cinco millones de sacos (de 60 kg.) de café, financiada por las compañías tostadoras y gobiernos consumidores

Oxfam incluye un conjunto de recomendaciones específicas a aplicar por distintos sectores: compañías cafetaleras (tostadoras y minoristas), gobiernos e instituciones (OIC, UNCTAD, gobiernos (países productores y países consumidores), consumidores e inversores.<sup>18</sup>

En términos generales, la propuesta de Oxfam enfoca hacia compromisos de compañías cafetaleras en relación con precios, comercio justo, compra directa y calidad del café, diversificación productiva y reducción de oferta. Algunas compañías han dado respuestas públicas.

Así, Nestlé –que apoya financieramente a Oxfam- ha manifestado (Coffeecampaign, 2003) toda su argumentación sobre la base de su manera de entender la crisis de café, como crisis de sobreproducción: *“El problema fundamental que da lugar a precios bajos del café es que la producción excede la demanda, con 117 millones de sacos producidos en 2001, y 109 millones consumidos”*.<sup>19</sup> En otras palabras, según Nestlé, la crisis del café es solo un efecto o disfunción del mercado. Afirma que ya cumple las demandas de Oxfam y que el comercio justo no debe crecer tanto como para estimular incremento en el cultivo de café, que reduciría los precios.

Por su parte, Kraft Foods ha dado una respuesta negativa, según informes de prensa (IPS Vlaanderen, 2003):

*“Directivos de Kraft arguyeron ante la asamblea celebrada este martes [22 de abril de 2003] en la nororiental ciudad estadounidense de Nueva Jersey que la escasa demanda no los alentó a comprar café a través del sistema de Comercio Justo, creado por una red no gubernamental para asegurar mayores ingresos a los caficultores.”*

Y, además:

*“El presidente de Kraft, Louis Camilleri, admitió ante los accionistas que su empresa compra en Vietnam e Indonesia café que no cumple con las normas mínimas de calidad de la OIC, aunque insistió en que sigue trabajando para que los productores de los dos países cumplan con ellas.”*

Según el mismo reporte, la compañía Sara Lee creó un mercado creciente para café en comercio justo, en cafeterías de universidades estadounidenses. Por último, accionistas de la empresa

---

<sup>18</sup> Información detallada de las recomendaciones sectoriales, está en el informe de Oxfam “Pobreza en tu taza”, disponible en su sitio web.

<sup>19</sup> Con independencia de otras consideraciones, Nestlé olvida que el mayor aporte a la sobreproducción proviene del café robusta, de menor calidad y precio, favorito por compañías para fabricar café soluble y mezclar con arábica.

Procter and Gamble –otra de las compañías meta de Oxfam- estarían solicitando a sus directores medidas que “ayuden a asegurar un medio de vida sustentable a los caficultores”.

En Costa Rica, la prensa informa que el ICAFE, en conjunto con la empresa Kraft y el Club de Leones, tiene un programa de ampliación de conocimiento sobre agricultura alternativa y economía familiar y dotación alimenticia a cerca de doscientos estudiantes de siete comunidades en Turrialba y Coto Brus. Se informó que Kraft Foods financió el programa con un total de US\$40.000 (*Informándose*, No. 2, marzo 2003).

Una de las principales metas alcanzadas con la campaña de Oxfam, es la organización de una Conferencia Internacional del Café (Londres, 19 de mayo 2003), con la participación de empresas multinacionales en el negocio, gobiernos de países productores y consumidores, el Banco Mundial (BM), la Conferencia de Naciones Unidas para el Desarrollo (UNCTAD) y la Organización Internacional del Café (OIC).

No se conoce de evaluaciones de impacto de la campaña de Oxfam. Hoy día no se aprecia una remoción de obstáculos que conducen a la exclusión de la base productiva en familias caficultoras, pero tiene un claro efecto movilizador (aunque restringido) poniendo en agenda del público, la prensa, gobiernos y sectores de la industria cafetalera.

## **2.2 ANALISIS Y PROPUESTAS DE ORGANISMOS INTERNACIONALES OFICIALES**

De manera paulatina, los organismos internacionales estudian y formulan propuestas ante la situación de crisis del café. Sigue un breve vistazo a algunas propuestas, según fuentes variadas.

### **2.2.1 Organismos financieros internacionales**

Según una publicación de organizaciones en comercio justo (EFTA),<sup>20</sup> el Banco Mundial (BM) propone a las empresas productoras (cooperativas, grupos de pequeños productores, otras), una estrategia de comercialización de café en el mercado a plazo: “*cubrirse las espaldas: comerciar en el mercado a plazo con ayuda de intermediarios y así protegerse de los riesgos de la fluctuación de precios*”, como aplica ANACAFE en Guatemala, con un banco como intermediario (EFTA, 2001). EFTA cuestiona la eficacia de la estrategia para favorecer a los pequeños productores.

EFTA menciona también un fondo de compensación económica para países productores, del Fondo Monetario Internacional (FMI): los países pueden reclamar compensación económica si bajan los beneficios por exportaciones. EFTA cuestiona que esto no toma en cuenta el nivel de pobreza del país y la situación del sector caficultor. Similar es el mecanismo por el acuerdo de la Unión Europea (UE) con los países en desarrollo de Africa, el Caribe y el Pacífico (ACP). Ambos mecanismos podrían ser sujeto de “correcciones”, por responsabilidad política, según EFTA:

- limitar la especulación, con base en tasa sobre transacciones especulativas. No hay voluntad política para esto

---

<sup>20</sup> EFTA son las siglas en inglés de European Fair Trade Association (Asociación Europea de Comercio Justo), integrada por GEPA (Alemania), EZA (Australia), Magasins du Monde-Oxfam y Oxfam-Tiendas del Mundo (Bélgica), Intermón Oxfam e Ideas (España), Altrmercato CTM (Italia), Alternativ andel (Noruega), Fair Trade Organisatie (Países Bajos), Claro (Suiza), Solidar' Monde (Francia), Oxfam Market Access Team, Traidcraft Plc, Traidcraft Policy Unit (Reino Unido). Más información en [www.eftafairtrade.org](http://www.eftafairtrade.org)

- destinar los subsidios (FMI-UE) para la sustitución de cafetales viejos por nuevos o diversificación

En abril de 2002, el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), la Agencia Internacional de Desarrollo (AID) y el Banco Mundial (BM), recomendaron que se deben abandonar en Centroamérica las zonas cafetaleras con baja productividad y calidad y alto costo de producción. Estos organismos ofrecieron, a entidades rectoras del café en Centroamérica, recursos blandos para programas de cambio de cultivo.<sup>21</sup>

En mayo de 2003, el Fondo Multilateral de Inversiones (FOMIN) del BID anunció a la prensa una donación de US\$3 millones para mejorar la calidad del café en América Central y aumentar su competitividad internacional. FOMIN es un fondo autónomo que promueve el desarrollo del sector privado en América Latina y el Caribe mediante donaciones, préstamos e inversiones. La donación serviría para desarrollar un sistema de control de calidad, que será probado en grupos piloto, en cada uno de los cinco países centroamericanos participantes (Costa Rica, Nicaragua, El Salvador, Guatemala y Honduras). El proyecto también apoyará el establecimiento de vínculos y sociedades entre productores, exportadores y tostadores de café.

También, la Agencia Internacional de Desarrollo (AID) apoya financieramente el proyecto “Agricultura Sostenible-Enfoque Café”, para una duración de 5 años (2001-2006) en Belice, Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua y Panamá. Es un componente de un proyecto regional llamado Areas Protegidas y Mercados Verdes, del Programa Ambiental Regional para Centroamérica (PROARCA/APM). En relación con café, para 2003 el proyecto prevé apoyar alianzas para comercialización de productos certificados amigables con la naturaleza. Más información en [www.proarca.org](http://www.proarca.org).

### 2.2.2 Recomendaciones de CEPAL

Tomando en cuenta que en los próximos tres años, los precios del café posiblemente no se van a recuperar significativamente, un estudio de CEPAL hace recomendaciones a Centroamérica:

- a nivel político:
  - mantener la iniciativa de la Asociación de Países Productores de Café (APPC), para ajustar la oferta exportable a la demanda mundial (retención, destrucción, reconversión agrícola), y estimular las exportaciones de café de calidad buscando una retribución en precios
  - buscar mecanismos de diálogo que involucren a los consumidores, en los que se ofrezcan garantías de cumplimiento de compromisos (no es regreso a cuotas)
  - coordinar entre los distintos agentes de la cadena “en una perspectiva de modernización, competitividad y sustentabilidad” y, en general, propiciar una estrategia comercial conjunta a nivel regional, para estimular las inversiones en la industria del café

---

<sup>21</sup> Las recomendaciones dichas, siguen la opinión de sus expertos, quienes proponen, para caficultores “competitivos” en café: mejorar la calidad, mercadeo y tecnologías; y para caficultores no competitivos, estrategias de diversificación productiva fuera del café. Por supuesto, tomando en cuenta implicaciones ambientales y sociales de la actual crisis del café (Varangis *et al*, 2003; ver también Bate, 2002). Estos expertos advierten que, aunque algunos caficultores podrían no ser competitivos, los gobiernos deberán resistirse a la tentación de escoger ganadores o perdedores.

- en el ámbito de la producción:
  - optimizar la explotación de los *“factores básicos de competitividad (suelos y climas aptos para cultivo, calidad de mano de obra y tradición de producción), por medio del mejoramiento de los “factores creados”: infraestructura, investigación y desarrollo tecnológico, capacitación y gestión empresarial... Esta es una inversión que depende de los productores, al igual que la indispensable formación bruta de capital fijo”*, con apoyo parcial de los institutos nacionales. Buscar la mejora tecnológica en beneficios para producción limpia, así como la renovación selectiva de cafetales (según criterios de calidad y empleo), tomando en cuenta los servicios ambientales que brindan los cafetales
  
- en cuanto al financiamiento:
  - en el corto plazo: gestión de la renegociación de la deuda de los caficultores/as; así como gestión de mantenimiento para evitar los riesgos fitosanitarios y diversificar la producción (cultivos de ciclo corto y frutales), junto con la valorización de los servicios ambientales
  - a mediano plazo, mejoramiento efectivo de las oportunidades de crédito, para propiciar un aumento de la productividad
  
- en cuanto a las tendencias del mercado:
  - para las *“elecciones tecnológicas”*, tomar en cuenta las tendencias del mercado: café de calidad, precios bajos y cafés especiales (orgánico, de sombra y de *“comercio justo”*).<sup>22</sup> Textualmente dice: *“La sustitución gradual de los sistemas tradicionales de producción de café traerá beneficios al medio ambiente. Costa Rica ha aprovechado muy bien estos nichos verdes, y se ha colocado como uno de los principales orígenes de café sostenibles de Centroamérica: 31.4% para el orgánico, 30.4% para comercio justo y 32% en la categoría “bajo sombra” del total producido en el área”* (CEPAL, 2002, p. 34; citando a Giovanucci, 2001).
  - estimular el crecimiento del mercado interno: *“La ampliación de la demanda interna, al igual que la externa, requerirá no sólo diversificar y modernizar la presentación del producto para su venta al consumidor final, sino también el desarrollo de nuevos esquemas y mecanismos de comercialización al menudeo. Este conjunto de actividades podría contribuir tanto al desarrollo de una mayor articulación agrícola-industrial, como a la incorporación de nuevas fases de valor agregado en el encadenamiento vertical que va desde el productor primario hasta el consumidor final”* (CEPAL, 2002, p. 29).

## 2.3 PROPUESTAS OFICIALES EN COSTA RICA

### 2.3.1 ICAFE

El ICAFE es el instituto rector en materia de café en Costa Rica, participando por delegación los sectores de productores, beneficiado, torrefactores y exportadores, así como del Gobierno. Las políticas optan por la calidad de café y la búsqueda de nichos de mercado.

---

<sup>22</sup> *“Sin embargo, en la región hay mucho que avanzar todavía en el desarrollo de prácticas productivas y esquemas de comercialización sustentados en iniciativas de estandarización de la calidad del café en general, y de la certificación del café orgánico, café de sombra y “comercio justo”. También hay un camino que recorrer en la producción de cafés especiales (tipo gourmet) que respondan a la creciente diversificación de gustos y de presentaciones que ocurre en los principales centros consumidores del mundo”* (CEPAL, 2002, p. 29)

En 2001, el XXX Congreso cafetero costarricense, máxima autoridad del sector, ratificó trabajar por producir y exportar "sólo café de la mejor calidad" para hacer frente a la crisis de precios bajos en el mercado internacional que vive este grano, así como en el mejoramiento de mejorar las normas medioambientales en la producción y procesamiento de este grano. Según el ICAFE, mientras el consumo de café tradicional aumenta un 1,5% al año, el de café especializados, tipo arábigos lavados, como el que produce Costa Rica, lo hace entre el 15 y el 18%.

El otro factor es posicionar café de calidad de Costa Rica en nichos de mercado, no dependiendo del canal de la Bolsa de Nueva York. Afirma Marco Vinicio Murillo, directivo en ICAFE representando a pequeños productores/as:

*"Por muchos años se colocó café de Costa Rica bajo un solo estándar, pero aquí hay muchas calidades. La estrategia será buscar posicionar las diferentes calidades en el mercado, bajando costos de producción, aumentando la productividad y con buen manejo de los recursos. Buscar el nicho de mercado y colocar el café de calidad la calidad requerida. El caso del café veranero es ejemplo: Coopeagri R.L. hizo investigación de mercado y encontró un nicho en Asia. El caso del café de Turrialba, es uno de los preferidos en el mercado italiano. En los nichos, se busca el pago de un premio sobre el precio de referencia de bolsa. Evidentemente, no toda la producción está en nichos. Las familias deberán agruparse para llegar a nichos. O bien siguiendo a los beneficios que hacen esto. Quienes no llegan a nichos, permanecen en las condiciones generales del mercado (bajos precios, inestabilidad, etc.)."*

La propuesta de retención de café en países productores, planteada por la Asociación de Países Productores de Café (APPC), fue ineficaz y se abandonó. En mayo 2000, el ICAFE acordó retener 20% de café exportable, a partir de la cosecha 2000-2001 por dos años mínimo, pero los efectos del Plan de Retención han sido limitados. Igualmente en el acuerdo de APPC que busca eliminar cafés de baja calidad del mercado. Explica Murillo:

*"La mayoría de países optaron por colocar en el mercado lo que debía retenerse, con impacto importante a nivel global. Para Brasil, por ejemplo, la retención es equivalente a la producción de Costa Rica y fue más atractivo colocarla en el mercado, aun a bajo precio."*

### **2.3.2 Mecanismos de apoyo financiero**

En varios países productores, se ha buscado mecanismos de previsión y refinanciamiento de la deuda de las familias caficultoras; en Costa Rica está el mecanismo del Fondo Nacional de estabilización Cafetalera (FONECAFE) y el Fideicomiso cafetalero. También, se eliminó los impuestos de 1% *ad valorem* a la exportación (desde 2000) y el impuesto sobre la renta en café.

El FONECAFE se creó por ley en el año 1992, con aportaciones monetarias de los caficultores/as en momentos de precios del café superior al costo de producción. Los fondos son reembolsados a sus propietarios cuando los precios bajan US\$92 por quintal. De esta forma, en 2001 se aplicaron US\$23 millones (con fondos propios) y luego otros US\$50 millones (monto con bonos del Estado), a cancelar por los productores/as cuando el precio del grano alcanza dicho nivel (US\$92).

En complemento, el gobierno de Costa Rica creó un fideicomiso para el sector cafetalero, por un acuerdo presidencial mediante el cual los bancos del Estado que dieron préstamos a los productores, liberarán las deudas adquiridas antes del 30 de setiembre del 2001. Los caficultores/as terminarán de pagar los montos al fideicomiso, pero con mejores condiciones, y podrán

solicitar nuevos créditos. El fideicomiso es administrado por el ICAFE, por de US\$35 millones, más US\$2.2 millones aporte de ICAFE como fondo de liquidez (ver *Informándose*, No. 2, marzo 2003).

### 2.3.3 Ministerio de Agricultura y Ganadería

El Ministerio de Agricultura y Ganadería está facultado para promover un sello de café sostenible, para las distintas actividades que tienen lugar en la cadena de café en Costa Rica. El reglamento oficial tiene una definición de “café sostenible”,<sup>23</sup> y la página divulgativa del MAG en Internet lo define de la siguiente manera:

*“El café sostenible es aquel que se produce en plantaciones con alta diversidad biológica y con bajas aplicaciones de agroquímicos. Conserva los recursos, se protege el ambiente, produce eficazmente, compete comercialmente y refuerza la calidad de vida de los agricultores y la sociedad como un todo.”*<sup>24</sup>

Las inspecciones pueden ser realizadas por funcionarios del Instituto del Café de Costa Rica (ICAFE); cuyos informes remiten a la Gerencia Técnica de Acreditación y Registro en Agricultura Orgánica (GTARAO) del MAG, constituida por expertos formados en procesos de certificación de productos e independientes del procesos de inspección. El ente certificador es GTARAO, del MAG. Así lo informa la página web Infoagro:

*“Como entidad de control y certificación, GTARAO se encuentra autorizada por la Ley de Protección Fitosanitaria N° 7664 y por el Decreto N° 30280 – MAG, para emitir el Sello Sostenible, siendo así la primera institución de Costa Rica que formula una certificación en agricultura sostenible.”*

Está previsto un sistema solicitud, inspección/ concesión de certificado o sello y seguimiento. Todo está reglamentado por decreto del MAG (actualizado el N° 30938-MAG, del 25-11-2002).

Aunque hemos conocido recién la información sobre certificación de café sostenible, en vistas de campo encontramos que también se promueven propuestas sobre “café conservacionista”. Concretamente, se nos ha informado que actualmente se gestiona un proyecto de café que consistirá en apoyo a familias caficultoras con determinadas prácticas conservacionistas; por ejemplo, protección de cuencas y recursos naturales, prácticas de no quema, no cacería, etc. El cultivo de café asociado con otros cultivos, enclavado, con un margen de uso de agroquímicos y su disminución. El proyecto es impulsado por varias instituciones: Conservation International, ICAFE, Coopeagri R.L. y varias asociaciones de pequeños caficultores, MAG y otras más.

Hay tres zonas preseleccionadas: Coto Brus, Pérez Zeledón y Turrialba; relacionado esto con su ubicación en zonas de amortiguamiento de Parques Nacionales. En el sur, el área de amortiguamiento de la zona de Biosfera de La Amistad; en fincas por sobre 1000 msnm. Para el beneficiado, una posibilidad es realizarlo por Coopeagri R.L. (con beneficio ecológico) o en microbeneficios en zonas estratégicas; con los requerimientos de capacitación para homogeneizar calidades. Tampoco está definido el ente de certificación. En cuanto a mercado, la idea es establecer una alianza con la cadena de cafeterías de la compañía Starbucks, en EE. UU.

---

<sup>23</sup> El decreto oficial dispone, de manera pintoresca, una definición: “**Café sostenible:** Aquel producto listo para ser comercializado (fruta, oro, tostado, molido, o cualquier otro proceso industrial) que haya sido producido bajo un sistema de producción e industrialización de café sostenible.”

<sup>24</sup> <http://www.proteconet.go.cr/organica/Certificaci%F3n%20Caf%20E9%20sostenible.htm> visita 1 mayo 03

## 2.4 AVANCES EN COMERCIO JUSTO Y SOSTENIBLE

Por el interés manifiesto de organizaciones contrapartes de VECO-CR, presentamos en seguida información general recopilada sobre la participación de grupos de pequeños caficultores/as en iniciativas de comercio justo, así como varias modalidades de café sostenible y orgánico.

### 2.4.1 Comercio justo

En general, el principal destino del café de comercio justo es Europa (sobre todo Alemania y Holanda), donde se coloca 90% y 9% a EE. UU. (Valdés, 2003; datos de 2001). Costa Rica aporta 30.4% del total centroamericano aplicando en esquema de comercio justo (CEPAL, 2001). Coocafé es quién mayormente ha desarrollado esta experiencia (ver EMA, 1999), como reseñamos aquí.

Coocafé: Es un consorcio de 8 cooperativas (COOPETILA, COOPECERRO AZUL, COOPEPILANGOSTA, COOPESARAPIQUI, COOPESANTA ELENA, COOPEAGUA BUENA, COOPELDOS, COOPEMONTES DE ORO), cuya meta es convertirse en *“un puente entre productores y consumidores, con la venta de producto de calidad. La idea es compartir las ganancias: el proveedor gana, el cliente gana”* (Lefaye, 2003). Coocafé es propietaria de tres marcas: Café Auténtico, Café Paz y Café Forestal. Tiene también dos Fundaciones que operan como redistribuidoras de fondos para asistencia a educación de jóvenes de familias cooperativistas y apoyo a proyectos de producción y medio ambiente.

Actualmente, Coocafé funciona como canal de comercialización de café verde y torrefactado al mercado justo, con sello Max Havelaar a varios países europeos, Japón y Estados Unidos. Con la marca Café Forestal, recién incursiona en el mercado nacional, en sectores turísticos y de clase alta (rent-a-car, hoteles y cadenas de supermercados).

Hace algunos años Coocafé empezó a vender en el mercado convencional, a mejor precio que el promedio, gracias a la calidad del producto. Participar en esquemas de comercio justo permitió a Coocafé ganar experiencias y contactos; algunas empresas comprando en este esquema, pasaron también a negociar en el mercado convencional. Según informó Sebastián Lefaye, en términos proporcionales, las colocaciones en comercio justo disminuyen. Anteriormente, el café colocado en este esquema, equivalía hasta 80% del valor total comercializado por Coocafé; posteriormente, llega a equivaler 50%, debido al incremento de ventas en mercado convencional. Para la cosecha 2002-2003 se prevé que Coocafé coloca menos volumen en el mercado convencional, pero mejora los precios y en relación de largo plazo.

Las cooperativas valoran Coocafé como canal de mercadeo y comercialización, pero también porque conocen el precio de venta de exportación y tiene poder de decisión sobre el destino de los premios del esquema de comercio justo. Según Lefaye, el Consejo de Administración de Coocafé (integrado por representantes de las cooperativas) decide el destino del sobreprecio (fijo) en el esquema de comercio justo: una parte pasa a comisiones de la empresa, el resto directamente a las cooperativas.<sup>25</sup> Coocafé como consorcio cooperativo, no tiene injerencia en las decisiones autónomas de cada cooperativa sobre el destino de los ingresos por café en esquema de comercio justo, o sea, cuánto en efectivo liquida al productor(a) por café entregado. También, las cooperativas valoran otros servicios: *“Sin Coocafé algunas cooperativas no habrían tenido acceso a financiamiento. Nosotros logramos responder, aunque con dificultades”*, afirma Lefaye.

---

<sup>25</sup> En general, la información pública acerca del esquema de comercio justo (costos, precios, volúmenes, utilidades, etcétera) resulta insuficiente para análisis profundos. Referimos a dos fuentes importantes: Mendoza (2001) y Pelupessy (En: Samper, 1994).

Por último, en opinión de Lefaye, los clientes en esquema de comercio justo, ven Costa Rica como un país “no es tan pobre” como otros a los cuales prefieren apoyar con sus compras.

#### **2.4.2 Café sostenible, orgánico, bajo sombra**

Es difícil reunir datos certeros para estas distintas categorías de cafés, aunque poco a poco se sistematiza información, particularmente para café orgánico. El estudio de CEPAL, ya mencionado, cita que 31.4% del café orgánico de Centroamérica, proviene de Costa Rica; Valdés (1993) estima que este país contribuye con 9.2% del café orgánico certificado de dicha región (cosecha 2000-2001).

Según datos reportados a ICAFE, la producción nacional de café orgánico (medido en café fruta) prácticamente se duplica cada año, como se observa en el cuadro siguiente.

Cosecha	Orgánico	Convencional
1998-99	1.137	3.219.990
1999-00	1.996	3.542.278
2000-01	4.919	3.268.174
2001-02	9.456	3.032.759

Fuente: ICAFE

Evidentemente, la diferencia en producción de ambos sistemas es muy amplia, pero resalta que el café orgánico se ha multiplicado en cuatro cosechas, según los registros oficiales.

Igualmente, es limitada la información de precios y mercados para las distintas modalidades de café (sostenible, orgánico, bajo sombra) en Costa Rica. Con datos válidos para Centroamérica en conjunto, Valdés (2003) informa que el principal mercado de café orgánico está en EE. UU., seguido por países de Europa y Japón. En cuanto a precios, generalmente el promedio de precios de exportación ha superado el correspondiente al indicador de la Bolsa de Nueva York, aunque, como nota Valdés, el precio del café convencional influye en el precio del orgánico, registrándose también una declinación –lo cual es un patrón común en los productos orgánicos en general. Los reportados a ICAFE, confirman esta tendencia (ver el gráfico siguiente).

La economía de la producción de café orgánico en Costa Rica, tampoco ha tenido un seguimiento sistemático. Los datos aportados por ICAFE muestran que el café orgánico resulta favorable, desde el punto de vista de la utilidad económica por fanega del grano.

Los costos de producción en sistemas orgánicos disminuyen en términos globales, pero aumentan en términos unitarios (por fanega), al disminuir la productividad. Los ingresos reportados, compensan esta baja en productividad, resultando en utilidad mayor (en promedio) que en café convencional (datos en el siguiente cuadro).

Costa Rica: Productividad, costos de producción, Ingresos y Utilidad del Café Convencional y Orgánico. Cosecha 2000-2001

Café	Productividad (fan/ha)	Costo de Producción (\$/ha)	Costo de Producción (\$/fan)	Ingreso (\$/fan)	Utilidad (\$/fan)
Convencional	30	2413,70	80,46	48,66	-31,79
Orgánico	18	1738,00	96,56	108,38	11,82

Nota: fan=fanega

Fuente: cálculos con base en datos de ICAFE

Tomando en cuenta estos comportamientos en producción, precios y utilidades, no es casual que varias iniciativas vienen ganando experiencia en varias modalidades de producción alternativa de

café. Las iniciativas forman parte de proyectos cooperativos, de empresas privadas y de asociaciones de pequeños caficultores(as). A continuación reseñamos algunas iniciativas.

El Proyecto SUSCOFF y cooperativas participantes: En la región Central Occidental de Costa Rica, opera un Proyecto Café Sostenible (Proyecto SUSCOFF), un proyecto piloto coordinado y ejecutado por la empresa Energía, Medio Ambiente y Desarrollo SA y EMI de Holanda, con fondos del Convenio Bilateral Costa Rica-Holanda. Participan en el proyecto siete cooperativas: COOPEATENAS, COOPECAFIRA, COOPRONARANJO, COOPEPALMARES, COPELLANO BONITO, COOPEMONTES DE ORO y COOPELDOS. El objetivo es facilitar al sector la competitividad en el nivel comercial, al integrar en los procesos las ventajas de un Sistema de Gestión Ambiental basado en la norma ISO-14000<sup>26</sup> y a la vez fortalecer la cadena internacional del café mejorando su sostenibilidad completa. La gran cadena de supermercados AHOLD apoyará en la estrategia de comercialización y la OIC en la divulgación de resultados. Colaboran con el proyecto SUSCOFF el ICAFE, CEGESTI (Centro de Gestión e Informática Industrial), ECOGLOBAL y la Universidad de Ámsterdam. La primera exportación de café, a Holanda, fue de 4000 qq /oro, en el año 1999.

Algunas de las cooperativas arriba mencionadas, tienen sus propios proyectos de producción o beneficiado con criterios ambientales:

- Coopemontes de Oro desarrolla, desde 1994 un sistema de secado de café con energía solar (apoyado por el Mesoamerican Development Institute- MDI, de Boston).<sup>27</sup>
- Coopeldós con certificación ISO-9002<sup>28</sup> para su beneficio de café (por INTECO, AENOR, QAI), el proceso de recibo y beneficiado de café y de alistado hasta grano de oro. Es la primer cooperativa de América Latina con este ISO.
- Coopesanta Elena tiene su marca de café torrefactado (Monteverde), con tecnología limpia, proyección comunitaria y en zona de importancia ecológica; posee su propio beneficio cooperativo húmedo y seco, comercializadora y tostadora; diversifica mercados (EE. UU. a un cliente, con sobreprecio para fortalecer el concepto de desarrollo sostenible; mercado alternativo en Europa y mercado nacional).
- Coopellano Bonito: desarrolla un sistema de aseguramiento de calidad bajo la norma ISO-9000 para posicionar el café de calidad en mercados diferenciados de alto valor agregado.

Empresas privadas: otras empresas que siguen rumbos similares a estas cooperativas. Por ejemplo:

- Café Montes de Cristo, de un productor orgánico independiente en Naranjo
- Café Cristina, de productor orgánico; secado solar, contacto de venta en EE. UU.

---

<sup>26</sup> La serie ISO 14000 es un conjunto voluntario de normas destinadas a alentar a las organizaciones a ocuparse sistemáticamente de las repercusiones ambientales de sus actividades. Las normas han sido elaboradas por la ISO en el seno del comité TC 207. El objetivo del comité TC 207 consiste en desarrollar un enfoque común de los sistemas de gestión ambiental que sea reconocido internacionalmente. Estas normas son parte del quehacer de la Organización Internacional de Normalización, fundada en Ginebra (Suiza) en 1946, con la misión fundamental de promover el comercio elaborando normas internacionales por consenso voluntario.

<sup>27</sup> Solar Trade Corporation (STC) es una empresa establecida por el Mesoamerican Development Institute. STC es dueña de una tecnología innovadora para secar el café usando biomasa y energía solar. Esta tecnología permite que los productores pequeños y cooperativas puedan vender su café con un mayor valor agregado. STC también es propietaria de la línea de café "Solar Coffee™" promovida en los EEUU y Canadá. STC ha instalado su tecnología en tres proyectos pilotos en Guatemala, Nicaragua, y Costa Rica.

<sup>28</sup> Por gestión de calidad en la producción, la instalación y el servicio.

- Café bajo sombra o amigable con las aves, por productores independientes en Tarrazú.

También, productores individuales o en grupos se vinculan a empresas privadas para la “compra” de servicios de beneficiado y de comercialización para su café (ver EMI). Cuatro ejemplos de estas empresas son:

- Ecoexport: café orgánico propio y de un grupo de productores, bajo el concepto de “state” o de origen, por la cercanía a la reserva de la Biosfera de La Amistad
- Coffee Source: tiene un depósito de café en EE. UU. para grano oro, a comercializar en pequeñas cantidades para pequeños tostadores (coffee depot). Sin certificación, es café diferenciado por alta calidad y características ambientales (café bajo sombra, secado al sol)
- Café Britt: orgánico y convencional. En orgánico tiene su proyecto Tierra Madre que “busca transferir los beneficios de la comercialización del café orgánico a los productores, con un mercado con precios adecuados y estables” (p. 93).
- Cafetalera Lomas al Río –Delicafé: convencional y orgánico, recibe de productores que apoyó y financió inicialmente para la conversión.

Alianza de Organizaciones de Caficultores y Caficultoras Orgánicos: Con el café orgánico como alternativa, CEDECO está apoyando esta Alianza, formada por siete organizaciones pequeñas (la mayoría tiene entre 6 y 15 familias afiliadas; una tiene 40 y otra 180 familias), en varias zonas del país (Solano, 2003). La Alianza está orientada a *“coordinar acciones en campos como la comercialización del café orgánico certificado en los mercados nacional e internacional, en el fortalecimiento del manejo agroecológico de las fincas donde se produce el café orgánico y de los sistemas de microbeneficiado, al igual que en la incidencia alrededor de trabas que limitan el desarrollo de la caficultura orgánica”* (Solano, 2003, p. 31).

La Alianza tiene una orientación de la caficultura orgánica que incluye la promoción del cambio tecnológico, pero buscando a mediano plazo *“una transformación del sistema de producción de la finca hacia unidades más diversificadas y autosostenibles”* con cultivos para autoconsumo y orientados al mercado. También busca incursionar en las etapas de beneficiado a pequeña escala y acortar cadenas de mercado. El marco general es la formación organizacional y de gestión empresarial de las familias afiliadas.

En cuanto a mercados, la Alianza hace una apuesta fuerte al mercado nacional. Se comprende que en el mercado internacional, los precios no se van a recuperar de manera significativa en el corto plazo; además de la dificultad de reducir la estructura de costos de producción (especialmente buscando el mejoramiento o no deterioro de la calidad de vida de trabajadores/as y familias caficultoras). En este sentido, nichos del mercado nacional son prioridad para la Alianza... y otras organizaciones similares (por ejemplo, en el distrito Biolley, Buenos Aires de Puntarenas).<sup>29</sup>

El plan de trabajo para 2003 define acciones de la Alianza, en varios campos:

- en lo productivo, intercambios de experiencias
- en certificación, todas las organizaciones –excepto una- poseen certificación
- en beneficiado, mediante un fondo rotativo hay tres microbeneficios en funcionamiento. Continuidad en capacitación y asesoría

---

<sup>29</sup> El 15 de mayo de 2003, el diario La Nación publicó un reportaje en la sección Viva, dedicado a la experiencia del grupo de campesinas de este distrito, produciendo café Cerro Biolley, de fincas en transición a cultivo orgánico y con microbeneficio. Información en [www.nacion.com](http://www.nacion.com) de esta fecha.

- en mercadeo, gestiones para exportación y para el mercado interno
- en incidencia, un estudio sobre los principales problemas legales del microbeneficiado.

Las organizaciones parte de la Alianza se encuentran en condiciones distintas. El reforzamiento de liderazgo y vínculos de filiación y pertenencia, el incremento y consolidación de sus miembros trabajando en agricultura orgánica (fincas integrales diversificadas, con atención en la seguridad alimentaria familiar, siendo posiblemente el café una actividad eje), la consolidación de las actividades y proyectos de los grupos de mujeres, la coordinación con otras organizaciones y ejecución de otros proyectos, son algunos de los desafíos presentes en las organizaciones integrando la Alianza. En su conjunto, la ejecución de su plan de trabajo anual significa réditos para convertirse en alternativa para estas y otras organizaciones en condiciones similares.

## 2.5 RESUMEN

Resumiendo, encontramos un conjunto de propuestas variadas en su contenido como en los sectores y actores que involucra. En todos los casos, se menciona las nuevas tendencias del mercado hacia las especializaciones y transformación productiva (diversificación, adecuación).

- Las propuestas más ortodoxas plantean que el ajuste debe ser hecho por los productores de café, según criterios de eficiencia económica y competitividad mercantil. También, con fondos de compensación y financiamiento para mejorar la competitividad en estos términos, incluyendo eventualmente, alianzas y vinculaciones con más agentes de la cadena de valor.
- En ICAFE, la propuesta ortodoxa se introduce gradualmente: el ajuste se hará, mas no de choque; será hecho de manera “natural” por el mercado (ICAFE opta por preferir la orientación a nichos de mercado de calidad) y por la capacidad económica en el sector productivo (con instrumentos para mitigar el impacto de las caídas de precios). También, el MAG y otras entidades no gubernamentales, aportan de diversas maneras y, especialmente en el terreno técnico-organizativo, procesado y mercadeo, por modalidades de caficultura sostenible.
- Otras propuestas llaman a sensibilizar y deliberar con sectores que orientan la cadena de café, es decir empresas grandes y pequeñas, de torrefacción o tostado final, expendedores pequeños y grandes cadenas de distribución y cafeterías, consumidores/as finalmente. Sensibilización por criterios ecológicos, de responsabilidad social corporativa y solidaridad, para oportunidades de inclusión de grupos de pequeños/as productores/as cafetaleros/as y sus familias.
- La propuesta más radical interpela directamente a grandes compañías cafetaleras en los países industriales, por un pago a los productores coherente con el precio del café en el consumo final. También para aportar a la reconversión cafetalera, junto con gobiernos de los países industriales.
- En el terreno, las experiencias presentes de asociaciones y cooperativas de caficultores, tienden a practicar transformación productiva (diversificación, conversión a orgánico, microbeneficios, secadores solares, beneficios ecológicos) insertándose en diversas modalidades de cafés de especialidad (orgánico, de sombra, comercio justo, cafés finos, etc.). Incluso, hay iniciativas de productores o familias independientes (es decir, no cooperativistas ni afiliadas a asociaciones) en varias regiones del país que están empujando iniciativas en este mismo sentido.

CUADRO RESUMEN DEL PANORAMA DE PROPUESTAS		
REFERENTE DE LA PROPUESTA	ASPECTOS RELEVANTES	ACTORES MÁS INVOLUCRADOS
GTC (organizaciones holandesas)	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Derechos laborales</li> <li>▪ Condiciones de vida de caficultores</li> <li>▪ Código de conducta</li> <li>▪ Redes y alianzas: campañas</li> <li>▪ Estímulos al comercio justo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Público consumidor</li> <li>▪ Empresas privadas</li> <li>▪ Sector cafetalero</li> </ul>
PPM y otras	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Sensibilización por comercio justo</li> <li>▪ Avance de pequeños productores en la cadena</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Público consumidor</li> <li>▪ Sector cafetalero</li> </ul>
Familia Oxfam	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Comercio Justo</li> <li>▪ Comercio café de calidad</li> <li>▪ Fondo para diversificación productiva</li> <li>▪ Destrucción de café de baja calidad</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Público consumidor</li> <li>▪ Sector cafetalero</li> <li>▪ Gobiernos (países consumidores y productores)</li> <li>▪ OIC</li> </ul>
BM-FMI-BID	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Apoyo a sector competitivo</li> <li>▪ Diversificación productiva a sector no competitivo</li> <li>▪ Comercio a futuro con intermediarios</li> <li>▪ Fondo de compensación y proyectos piloto a países</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Productores de café</li> <li>▪ Gobiernos (países de Centroamérica)</li> </ul>
CEPAL	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Manejo de la oferta exportable</li> <li>▪ Compromisos voluntarios por compañías cafetaleras</li> <li>▪ Coordinación regional (ístmica) y sectorial</li> <li>▪ Competitividad y nichos de mercado (+ mercado interno y regional)</li> <li>▪ Renegociación de deudas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Gobiernos de Centroamérica</li> <li>▪ Sector cafetalero en Centroamérica</li> <li>▪ Compañías cafetaleras en países consumidores</li> </ul>
ICAFFE	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Exportación de calidad</li> <li>▪ Nichos de mercado</li> <li>▪ FONECAFE y Fideicomiso cafetalero</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Sector cafetalero Costa Rica</li> </ul>
MAG ONGs diversas, locales e internacionales	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Café sostenible</li> <li>▪ Café orgánico</li> <li>▪ Café bajo sombra</li> <li>▪ Café de comercio justo</li> <li>▪ Café de especialidad o fino</li> <li>▪ Microbeneficios y beneficios ecológicos</li> <li>▪ Certificaciones variadas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Sector cafetalero Costa Rica</li> <li>▪ Pequeños/as productores/as</li> <li>▪ Compañías cafetaleras de especialidad (especialmente en EE.UU.)</li> <li>▪ Empresas en el comercio justo</li> <li>▪ Mercado interno</li> </ul>

### 3. ALGUNOS ASPECTOS A TOMAR EN CUENTA

Con base en las propuestas de variados analistas y observadores entrevistados, más algunos criterios nuestros, planteamos aspectos a tomar en cuenta a la hora de decir acciones de seguimiento. Nuestro punto de partida es que, efectivamente, no existen visos de que la situación de precios va a mejorar significativamente en el corto plazo; y de que el mercado de exportación se torna cada vez más estrecho, considerando el crecimiento de inversiones (locales y extranjeras; pública, privada, de cooperación y financiamiento internacional) en iniciativas de variedades de cafés especiales en otros países productores.

**FINALIDAD.** mejorar la participación de pequeños/as caficultores/as, en la cadena de café, vía modalidades organizativas adecuadas. Cuando es posible, mejorar el posicionamiento de éstas en la cadena internacional del café. Un desafío es reposicionarse a través de la actualización del producto, vía diferenciación, promoviendo simultáneamente el acortamiento de la cadena. Los nichos de café de especialidad, orgánico, bajo sombra y otras denominaciones muestran ese camino. Sin embargo, *“para países con costos más altos como los centroamericanos, se requiere un esfuerzo por desarrollar el producto sobre la base de mayor productividad debido a la incorporación del conocimiento y el desarrollo tecnológico”* (Días Porras b, p. 32).

**COMPETITIVIDAD DE NUEVO TIPO.** La competitividad vía bajos precios no resulta viable para pequeños/as caficultores/as, en países como Costa Rica. Nuevos términos o parámetros de competitividad deberán tener en cuenta el carácter de manejo de recursos naturales y las condiciones de vida de productores/as y trabajadores/as en la base. Nuevos acuerdos o convenios internacionales deberían promoverse (por producción sostenible y equitativa), apelando a *“la responsabilidad que tienen los agentes a lo largo de la cadena, es decir incluyendo a comerciantes y torrefactores”* (Días Porras b, p. 32), aquellos orientando la cadena y controlando el mercado. Campañas y otras actividades de lobby a nivel internacional, bien podrían aportar en este sentido.

**DIVERSIFICACIÓN.** Abandonar la cultura de “lotería”:<sup>30</sup>

- Recuperando la seguridad alimentaria familiar, cultivos y crianzas comerciales apoyadas con investigación y planeamiento estratégico.
- En sistemas de policultivo centrado en café, ofrece ventajas a nivel económico: resisten a la adversidad de precios: distribuyen riesgos, bajos costos, menores requerimientos financieros, menores problemas con plagas –enfermedades, calendario de trabajo sin altos picos en el año,... También, en sistemas no muy especializados de bicultivo en finca o en cafetales, tender al policultivo.
- La generación de empleo en finca y en las comunidades, como labores asociadas al beneficiado y torrefacción a escala local u otras agroindustrias.

**MERCADO INTERNO.** Costa Rica es el país productor de mayor consumo per cápita en los 90s, con 5-6 kg /año (aunque el mercado está concentrado por unas 10 compañías torrefactoras, de 35 empresas registradas). Hoy día, en el mercado interno hay varias marcas de café tostado de buena calidad, con buenos precios locales (no subsidiados). Café orgánico en el mercado interno, es ofrecido por la empresa Britt, AFAORCA, Coocafé y otras iniciativas.<sup>31</sup> Las experiencias muestran que hay oportunidades en segmentos del mercado interno, para empresas pequeñas en variadas modalidades de alianza, desarrollando capacidades en fases de tostado y molido.

---

<sup>30</sup> Esto es: creer que algún día los precios serán buenos y “me desquitaré de las pérdidas”.

<sup>31</sup> No se conoce datos sistemáticos de café orgánico vendiéndose en el mercado interno.

**ESPECIALIZACIÓN, SU COSTO Y SU PRECIO.**<sup>32</sup> Si sigue la tendencia a la especialización de la industria cafetalera en el mundo, ésta tendrá más necesidad de abastecimiento directo desde el origen para garantizar calidad. De ahí la importancia de desarrollar calidad desde la planta y alianzas. En general, los productores pueden y desean ofrecer calidad consistentemente (Días Porras, 1998). Pero esto implica esfuerzos adicionales, mayores gastos en finca y en la exportación, incluyendo varias formas de certificación de calidad. La información a mano no duda que en segmentos de mercado hay disposición a pagar por calidad (orgánica, social, fino, origen, ...). En mercados solidarios y orgánicos, en Europa, se estima que los precios de venta al consumidor final superan de 20 a 40% al precio del café convencional. Mas actualmente, la participación en este precio, por los pequeños/as caficultores/as, está limitada por el control de las compañías transnacionales controlando la torrefacción y comercio.<sup>33</sup> Es un punto a favor de alianzas para avanzar en la cadena productiva y participar en la distribución del valor generado.

**ESPECIALIDAD ORGANICA.** El café orgánico, presenta un mercado en crecimiento pero también más exigente en calidad, con precios superiores a los del mercado tradicional, pero con tendencia a la baja igual que el café en general y los demás productos orgánicos (Valdés). En este caso, además, la transición es lenta e implica un costo de oportunidad, de aprendizaje, que debería ser retribuido por la sociedad en su conjunto. Oportunidades al respecto, podrían encontrarse en café sostenible o pago de servicios ambientales, cuidando que no desestimula la total conversión a orgánico.

**ORIGEN.** Esta es una de las fuentes de especialización. En general, en el mercado mundial crece la importancia por los orígenes del café y atender los gustos del consumidor, incluso la especialización. Los comerciantes se van interesando por vincularse con pequeños tostadores.<sup>34</sup> Hay oportunidades en casos de cafés de especialidad (gourmet, orgánico, de comercio justo, ...).

### **ALIANZAS ESTRATÉGICAS**

- Para el acortamiento de cadenas, son requeridas alianzas en varios niveles. A nivel de grupos de pequeños/as caficultores/as entre sí (*articulación horizontal*), como la Alianza de Café, buscando el máximo control de la cadena productiva (*articulación vertical*). También, alianzas de base para concentrar oferta y aliarse, a su vez, con torrefactores medianos y pequeños en los mercados de consumo.<sup>35</sup> Y alianzas regionales para una oferta de peso en el mercado internacional, capaz de ofrecer variedad regularmente (Días Porras; EMA).
- Parte de estas alianzas comprende programas de autofinanciamiento, para cooperativas y asociaciones de caficultores/as (Alianza de Café y Coocafé).

---

<sup>32</sup> Especialización evoca la producción. Mendoza propone, en cambio, el concepto de identidad, que refiere a la relación con el consumo: "...se vende un concepto social, una noción ecológica, una idea de turismo, una ilusión, una cultura, historia o algún nuevo atributo del café... toman una taza absorbiendo la identidad o comprometiéndose con ella".

<sup>33</sup> Caficultores orgánicos de Costa Rica recibían el equivalente de 42.4% del precio final, en 1989. En el año 1993 habría bajado a 32.9%, como fracción del precio pagado por los/las consumidores/as finales (Días Porras, 2001 b).

<sup>34</sup> En EE.UU., el 53% de ventas totales de café es distinguida por su origen, 25% café aromatizado y el resto café mezclado. Colombia domina las ventas directas del café por origen (18%), seguida de Guatemala (10%), Sumatra (9%), Kenya y Costa Rica con 8% cada país (datos publicados en 1998).

<sup>35</sup> En Costa Rica se reporta contratos directos entre empresas beneficiadoras y comercializadoras nacionales, con torrefactores medianos en países consumidores, a precios superiores a los de la bolsa, hasta por 3 años, con precios en el primer año por más de \$90. Según la legislación sobre liquidaciones, los beneficios y caficultores mejorarían sus ingresos. (Días Porras b, p. 31).

**DESAFIOS PARA EL MERCADEO.** Desarrollar mercadeo por calidad o especialización:

- Implica modificar el sistema de venta: de consignación a venta en firme, con mejoras en manejo de información a productores y comerciantes.
- También, coordinar la promoción internacional a nivel genérico o regional, no atomizado con muchas marcas (Días Porras). Hay control de grandes compañías, también guerra de marcas (Mendoza), por lo cual la opción será alianzas favorables con unidades posicionadas.
- Cada caso concreto requiere análisis concreto. Por ejemplo, optar por diversificación de mercados (como lo han hecho varias cooperativas), aplicar negocios independientes orientados a la diversificación y diferenciación de productos, etcétera.
- Producir café pensando en el consumidor final, no en el beneficio; conocer el mercado: qué productos demanda, dónde, cuándo, cuánto, atributo exigida, etc.
- Organizar la oferta, sabiendo que sobreoferta lleva a la caída de precios o mayor competencia en calidad y baja oferta arriesga perder el mercado.
- Definir mecanismos para conquistar el mercado: canales de comercio pequeños pero estables, alianzas en la cadena de mercado alternativo, modalidades institucionales.

**FINANCIAMIENTO.** Han predominado los fondos estabilización o refinanciamiento de la deuda. El financiamiento, en menor medida, ha estado orientado al cambio en los sistemas de producción (por ejemplo, para diversificación, seguridad alimentaria, sostenibilidad), el mejoramiento de la calidad y valor agregado. Hay necesidad de reforzar estas líneas, tomando en cuenta formas de autofinanciamiento.

**DESAFIOS DE GÉNERO**

- Visibilización de las diferencias de género, en la agricultura, la actividad cafetalera en su conjunto, la agricultura sostenible y la seguridad alimentaria. Reforzamiento de los valores, no en sí mismo, sino porque conducen a mayor autoestima de ambos géneros, cuando aportan a un proyecto de sociabilidad incluyente.
- Entre tales valores, deberá considerarse el aporte de las mujeres a la seguridad alimentaria, las actividades generadoras de ingresos o de capitalización, la administración de las fincas y, en general, las capacidades organizadoras de las mujeres.
- El fortalecimiento institucional incluirá reforzar las capacidades técnicas e instrumentales para el análisis de la cadena de café –y otras dimensiones de la vida organizacional– tomando en cuenta las diferencias de género presentes.
- Los proyectos con grupos de mujeres junto con proyectos en el sector de café y diversificación, bien podrían formar parte de un programa articulado desde los grupos de base, tomando en cuenta los criterios específicos de hombres y mujeres.

## FUENTES DE INFORMACIÓN

### Entrevistas personales

1. Agricultores en la zona de occidente, abril de 2003
2. Benavides, Olger (Servicios de Extensión del MAG), 12 de marzo 2003
3. Granados, Pablo (Asociación de Productores de Base la Piedra, Pérez Zeledón), 12 de marzo 2003
4. Lefaye, Sebastián (COOCAFE), 8 de abril 2003
5. López, Ovidio (Frente Solidario), 19 de febrero 2003
6. Montero, Denis (-PPM), 17 de marzo 2003
7. Mora, Cristian (AFAORCA, La Legua de Aserri), febrero 2003
8. Mora, Hugo (Asociación Montaña Verde, Rivas, Pérez Zeledón), 12 de marzo 2003
9. Murillo, Vinicio (UPIAV), 6 de febrero 2003
10. Nijland, Eric (HIVOS), 27 de marzo 2003
11. Pérez, José; Rolando Blanco, José Barrantes, Orleno Pérez, Javier Blanco, Abraham Goldgewicht (Asociación de Productores de Fila Pinar, Coto Brus), 13 marzo 2003
12. Salazar, Argentina; Omar Gómez, Guillermo Campos y Edgar Rodríguez (APOT), 15 marzo 2003

### Fuentes documentales y electrónicas mencionadas

1. Bate, Peter: "Comercio Solidario. ¿Una salida a la crisis del café?", en: **Microempresa Américas**, 2002 (publicación del BID)
2. CEPAL: **Centroamérica: el impacto de la caída de los precios del café**, Documento LC/MEX/L.517, 26 de marzo de 2002
3. Chaves Murillo, Johanna: Competitividad internacional de la industria cafetalera costarricense, Tesis de grado, Magister Scientiae en Política Económica, UNA, Heredia, 2001
4. Coffeecampaign (Nestle.com): Nestlé's position on low coffee prices (comunicación electrónica, 11 de abril 2003)
5. Díaz Porras, Rafael: "La importancia de los modelos teóricos de la competitividad en el comercio internacional del café", en: **Economía y Sociedad**, No. 7, mayo-agosto de 1998
6. Díaz Porras, Rafael: Situación y perspectivas de la caficultura en Centro América ante la crisis internacional de precios, Ponencia presentada en el **Seminario Agenda 21: comercio y medio ambiente**, organizada por Secretaría de Energía y Recursos Naturales de Honduras y la Comisión Centroamericana de Ambiente y Desarrollo (CCAD), Tegucigalpa, diciembre 2001
7. Energía, Medio Ambiente y Desarrollo S.A. (EMA): **Estudio centroamericano de certificaciones de café. Vol. 1. Situación actual del café certificado**. PROARCA/CAPAS, Guatemala, junio 1999
8. El Grupo de Trabajo Holandés sobre el Café (email de 18 de diciembre 2002)
9. **Informándose**, reportes de prensa preparados por el Frente Solidario (se puede solicitar a Ovidio López, <mailto:ovidiolopezj@yahoo.com>)

10. Instituto del Café de Costa Rica (ICAFFE): **Informe sobre la actividad cafetalera de Costa Rica**, preparado para el XXXI Congreso Nacional Cafetalero Ordinario, San José, diciembre de 2002
11. IPS Vlaanderen [<mailto:redactie@ipsnews.be>]: IPS Mail Sp - CAFE: Empresa Kraft contra el comercio justo (comunicación electrónica, 22 de abril 2003)
12. La Nación (periódico), varias ediciones
13. Mendoza V., René: “Café: entre la crisis y las oportunidades”; en: **El Observador Económico**, Managua ([www.elobservadoreconomico.com](http://www.elobservadoreconomico.com))
14. Mendoza V. René: La paradoja del café. **El gran negocio mundial y la peor crisis campesina**, Managua, Nitlapán, 2002
15. Montoya, Anabelle: “Conversaciones con mujeres: participación y carencias ante la producción orgánica”, en: **Aportes**, No. 127, febrero, 2003
16. Oxfam International: **Pobreza en tu taza. La verdad sobre el negocio del café**. Informe escrito por Charis Gresser y Sophia Tickell. Tomado de [www.comercioconjustiica.com](http://www.comercioconjustiica.com)
17. Pelupessy, Win: “La cadena internacional del café y el medio ambiente”, en **Economía y Sociedad**, No. 7, mayo-agosto de 1998
18. Procomer: **Posicionamiento y concentración de las exportaciones** [de Costa Rica], documento en sitio web oficial [www.procomer.com](http://www.procomer.com)
19. Renkema, David: “Café. El juguete de los especuladores”, en: **Anuario de Comercio Justo EFTA**, 2001
20. Samper K., Mario (Compilador): **Crisis y perspectivas del café latinoamericano**, ICAFE-UNA, 1994
21. Ulate, Jorge y Carlos Solano: “Alianza de organizaciones de caficultores y caficultoras orgánicos”, en: **Aportes**, No. 127, febrero, 2003
22. Valdés, Hugo: El mercado del café orgánico, en: **Aportes**, No. 127, febrero, 2003.
23. Varangis, Panos; Paul Singel, Daniele Giovannucci y Bryan Lewin: Dealing with the Coffee Crisis in Central America. Impacts and Strategies. **Policy Research Working Paper 2993**. The World Bank, March 2003
24. VECO-CR. **Actas Reunión: Grupo de Conducción Estratégica**, 14 de mayo 2003

Sitios web citados

1. [www.comercioconjustiica.com](http://www.comercioconjustiica.com)
2. [www.eftafairtrade.org](http://www.eftafairtrade.org)
3. [www.nacion.com](http://www.nacion.com)
4. [www.oxrfam.org](http://www.oxrfam.org)
5. [www.proarca.org](http://www.proarca.org).
6. [www.procomer.com](http://www.procomer.com)
7. [www.protecnet.go.cr](http://www.protecnet.go.cr)