

de algunas especies animales y vegetales, el narcotráfico y otros que podríamos seguir enumerando. La realidad nos muestra que ningún país es capaz de resolver por sí solo cada uno de estos problemas. Se requiere, como ya mencionamos, la cooperación y solidaridad entre todas las naciones. La Conferencia Mundial de Río de Janeiro, en 1992, propuso llevar adelante una estrategia de "desarrollo sustentable" que, siendo coherente con el planteamiento, lleva a un compromiso solidario internacional entre naciones por buscar un progreso que no destruya las condiciones ambientales de la vida humana y genere desarrollo sostenible tanto en la agricultura como en el resto de la economía.

b) La tragedia de la pobreza es el aspecto más importante de la realidad mundial y latinoamericana. Es cierto que como problema existe tanto en el Norte como en el Sur; pero es en los países pobres donde el drama alcanza niveles intolerables con la ética y la convivencia humana. Según datos del Banco Mundial, en la actualidad más de 1,200 millones de personas subsisten con menos de 1 dólar diario, y otros 1,000 millones lo hacen con menos de 2 dólares al día. Asimismo, la desigualdad se acrecienta en el mundo y la distancia que hay entre el ingreso del 20% más rico y el 20% más pobre del planeta ya es más de 60 veces durante la década del 90, según informe del Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo. Es claro que se requiere un cambio profundo en las relaciones internacionales.

Hoy existe una oportunidad signada por la fecha simbólica del año 2000 e inicio de un nuevo milenio. Diversas organizaciones y ciudadanos de los países desarrollados y no desarrollados, donde esta presente la Iglesia, promueven un "Jubileo" para el año 2000 como forma de ingresar al tercer milenio en mejores condiciones materiales y humanas para los países pobres o empobrecidos, en particular buscando hacer realidad una condonación o reducción significativa de la deuda externa de dichos países, a fin de que tales recursos sean usados en el desarrollo social. He aquí una oportunidad importante de aprovechar, pues de nuestros países andinos, Bolivia ha recibido una condonación de más de 1,000 millones de dólares de deuda por parte del Grupo de los 7 países más ricos, para que sean invertidos en el combate a la pobreza.

En el mismo sentido, la acción solidaria con América Latina, por parte de las organizaciones de la sociedad civil de los países del Norte, busca que sus administraciones estatales invoquen a las compañías transnacionales para que adopten códigos de conducta compatibles con el medio ambiente y la reducción de la pobreza y la desigualdad. De esta forma podría ser mejor canalizada la inversión externa y los acuerdos de comercio con nuestros países. Así también, las organizaciones de la sociedad civil y de los productores del Sur podrían articular mejor su actuar con las del Norte sobre ámbitos concretos de la economía, tal es el caso del comercio equitativo o justo y los derechos de propiedad intelectual más favorables a nuestros países. Estas corrientes por un comercio justo se hallan en crecimiento sustancial en la actualidad en todo el mundo.

3. COOPERACION INTERNACIONAL: GLOBALIZAR LA SOLIDARIDAD

En la actualidad, el conocimiento se ha convertido en uno de los factores claves de la economía. Cada vez somos más conscientes que, dado que el conocimiento se

halla concentrado en los centros de generación del progreso tecnológico y científico del Norte, es también un elemento que profundiza el abismo entre el mundo desarrollado y el sub-desarrollado, pues sus frutos no fluyen hacia todos los ámbitos de la economía mundial sino que tienden a seguir cada vez más concentrados, beneficiándose del mismo solamente quienes están involucrados en tales centros económicos.

Pero el conocimiento como tal debe ser tratado como bien público. Es decir que nadie debiera estar excluido de su utilización y beneficios; y así podría disponerse de él para avanzar en las distintas dimensiones del desarrollo económico. No debiera privatizarse extraordinariamente y concentrarse en pocas manos. El hecho, sin embargo, es que el conocimiento científico y tecnológico se ha vuelto un importante factor de polarización y de aumento de la desigualdad en el mundo y dentro de cada país. De esta forma se impide aún más el "enganche" de muchos países al proceso de desarrollo económico impulsado por la globalización. La cooperación internacional tiene un desafío central ante esta situación, pues su actuación es muy importante en este terreno, y no debiera operar profundizando la brecha tecnológica entre países pobres y países ricos, ni menos aún haciendo más dependientes a los países del Sur.

Las innovaciones tecnológicas ya no se incorporan principalmente en las mercancías o productos, sino más bien se hallan fundamentalmente en las mentes de los individuos, los cuales deben haber superado un determinado umbral formativo para entenderlas y dialogar con ellas. Por esto, el libre intercambio y apertura económica de los países pobres es insuficiente y no asegura por sí sola la transferencia y difusión de la tecnología avanzada. Es preciso un nivel educativo en el propio país que pueda dialogar con las innovaciones tecnológicas; por ello es clave obtener recursos para mejorar radicalmente la educación, la capacitación, la calificación especializada, etc. La cooperación internacional debiera apoyar en este terreno, principalmente en los medios rurales.

Pero también se requiere la movilización y llegada de las propias empresas transformadoras, no sólo extractivas, con toda su capacidad tecnológica e interlocución técnico-profesional de la cual sea posible aprender, mejorar y progresar. No es posible la simple imitación del producto industrial que ingresa a nuestros países como camino de progreso económico, como tal vez si lo fuera en otro tiempo; pues, las mercancías se han hecho más complejas y sus secretos no se hallan dentro de ellas físicamente, sino que están dentro de la mente de sus creadores o productores. Y nadie que no tenga el nivel tecnológico o de conocimientos necesario para captar lo que hay en ellas de inteligencia incorporada, podrá copiar, mejorar o crear algo nuevo a partir del producto que tiene ante sus ojos.

Así pues, el libre intercambio de mercancías no es garantía de la anulación de la diferencia económica entre los países. Se requiere no sólo la liberalización de los conocimientos, sino la transferencia y difusión de los mismos por medio de un esfuerzo de cooperación global. Pero tenemos que crear nosotros mismos la capacidad humana y tecnológica necesaria para traerlos o para recibirlos. El "aprender haciendo" o "aprender usando" no son suficientes en la economía global, sino que se requiere de una capacidad educativa y formativa cada vez más avanzada y eficiente para lograr adquirir las claves del conocimiento sobre la producción de bienes y servicios. La tecnología que permita elevar la productividad del café en nuestros países andinos nos

hará seguramente más competitivos en el mundo y con más posibilidades de desarrollo de nuestra agricultura.

4. ALGUNAS OPORTUNIDADES PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE DE LA PRODUCCION CAFETALERA

a) Desde las posibilidades de liberar recursos de la deuda externa:

La situación creada por la campaña internacional por lograr una reducción significativa de la deuda externa de los países pobres, a fin de que dichos recursos sean utilizados en el desarrollo social es una oportunidad del entorno mundial. Hay varios países de Africa que han recibido condonaciones de parte de su deuda con los países industrializados, aunque el proceso es todavía lento. Es el G-7 quien ha asumido un papel decisivo en esta importante acción. De los países andinos, Bolivia ha recibido aproximadamente 1,300 millones de dólares de condonación de su deuda externa, fondos que se podrán utilizar desde el presente año a un monto de alrededor de 100 millones de dólares por año.

El Foro Nacional Jubileo 2000 de Bolivia ha elaborado una propuesta para combatir la pobreza y propiciar el desarrollo nacional, que ha sido discutida por casi todas las organizaciones representativas de la sociedad civil boliviana. Para llevar adelante la propuesta el gobierno de Bolivia debe establecer un diálogo con la sociedad civil como condición propuesta por los países acreedores donantes y organizaciones multilaterales. Los productores cafetaleros bolivianos tienen la oportunidad de ser participes en el uso de dichos recursos. Hay que buscar cómo aprovecharlos eficazmente.

En Ecuador la campaña de Jubileo 2000 promueve la realización de un proceso de arbitraje internacional para reducir la deuda de dicho país. La situación económica de Ecuador es bastante crítica, con una inflación que estará cercana al 90% en el año 2000 y una clara dificultad para sostener el servicio de la deuda a la que ha sido empujado por los propios acreedores, al interior de un proceso de dolarización oficial de la economía. La negociación de la deuda ecuatoriana tiene que ser conducida por el gobierno mismo, quien representa al Estado, pues Jubileo 2000 pertenece a la sociedad civil. Pero el mejor resultado sólo podrá salir de un proceso de arbitraje, que por lo demás ya fue usado como mecanismo en años anteriores para problemas similares.

El Perú realiza un servicio anual de la deuda cercano al doble (30% de las exportaciones) de lo que los organismos internacionales consideran sostenible para los países pobres. En 1998-99 al no ser considerado como país pobre tampoco fue considerado para recibir reducción de deuda, a pesar de que la coalición mundial Jubileo 2000 lo propuso, dada la real situación de pobreza de la población mayoritaria del país. Sin embargo, existen varias conversiones o canjes de deuda por inversiones sociales que están en curso. Estos son los siguientes a partir del canje de la deuda concesional:

- Con Estados Unidos, denominado Fondo de las Américas, para financiar proyectos de infancia y medio ambiente, principalmente. Comprende la suma de 24 millones de dólares.
- Con Alemania, por implementarse un Fondo Contra-Valor, para financiar proyectos de empleo y medio ambiente. Ascende a un monto de 7 millones de dólares aproximadamente.
- Con España, al parecer para financiar programas de Contradrogas, quizás en desarrollo alternativo. Se trata de una suma de alrededor de 5 millones de dólares.

El acceso a estos fondos en los tres países puede ser parte de un proceso de concertación con el Estado y gremios empresariales del sector privado para generar una “institucionalidad cafetalera que propicie la producción de café de calidad y la competitividad del café peruano y andino en el mercado internacional”. Dicho sea como agregado, en el Perú se dio la experiencia de pagar la deuda externa con productos. Fue durante la década de los 80, uno de cuyos productos fue justamente el café.

b) Desde las oportunidades que abre la corriente por un comercio justo:

Se trata de una corriente en crecimiento en particular en los países desarrollados. Busca proponer una alternativa a la asimetría que existe en las negociaciones del comercio internacional convencional. Las cadenas de tiendas en los países del Norte son un ejemplo de ello, como también la certificación industrial de redes como por ejemplo la de Max Havelaar, que van permitiendo crear un mercado solidario y penetrar en el propio mercado competitivo por la mayor ganancia, generando conciencia (lenta pero crecientemente) en los consumidores/as del medio local principalmente.

Uno de los grandes aportes de esta propuesta y práctica de la solidaridad ha sido cuestionar las políticas comerciales y de cooperación internacional de los países industrializados que no propician efectivo desarrollo en los países pobres sino mantenimiento de los mecanismos económicos de reproducción de la pobreza. En diversos foros y encuentros internacionales han sido analizados estos aspectos y se han planteado acciones concretas.

Sin embargo, en la discusión actual sobre el tema, algunos asuntos relevantes para nuestro caso son los problemas concretos que vienen afectando la posibilidad de un crecimiento sostenido y efectivo del comercio solidario. Estos problemas son a nivel microeconómico principalmente los siguientes:

En el Sur:

- Fallas en la transparencia de la información sobre el acopio.
- Incumplimiento en las cantidades, calidad y oportunidad de los envíos.
- Dificultades para lograr verdaderas uniones de productores.
- Fallas en la gestión empresarial.

En el Norte:

- Fallas en la transparencia de los precios de venta final de los productos en los países del Norte.
- Ciertos incumplimientos en los pagos, que generan problemas de financiamiento y liquidez.
- Fallas en la información.

Y a nivel macroeconómico la agenda relevante de discusión en el campo del comercio justo debiera ser los temas globales del comercio internacional: las nuevas reglamentaciones o desreglamentaciones, los nuevos proyectos como el ALCA, AMI, disolución de la UNCTAD, la OMC; pero también las uniones y desuniones regionales como por ejemplo en América del Sur: el MERCOSUR y la COMUNIDAD ANDINA.

Finalmente, cabe señalar que buena parte de los temas que preocupan a las corrientes de la economía social y solidaria serán tratados en el Segundo Simposio Internacional de "Globalización de la Solidaridad" que se llevará a cabo en la ciudad de Quebec, Canadá; entre el 17 y el 21 de abril del año 2001, al cual concurrirán personas e instituciones de los cinco continentes, siguiendo la ruta iniciada por el Primer Simposio Internacional de Globalización de la Solidaridad que se realizó en Lima, Perú, entre el 1 y el 4 de julio de 1997.



ENCUENTRO ANDINO DE PRODUCTORES CAFETALEROS

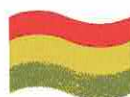
Av. Arequipa 375 - Lima - Telf: 332-7914 / Telefax: 433-1477 / E-mail: jncperu@terra.com.pe

"LA COOPERACION INTERNACIONAL EN EL DESARROLLO SOSTENIBLE DE LA AGRICULTURA Y LA PRODUCCION CAFETALERA: BALANCE Y PERSPECTIVAS"

Comisión
Organizadora:



Ing. Víctor Mencia Alfaro
Coordinador Regional
Proyecto BID/SEM/Enterprise/Works



BOLIVIA



PERU



ECUADOR



COLOMBIA



VENEZUELA

Proyecto BID/SEMI

Iniciativa Regional para la Integración de las Etapas de Procesamiento y Mercadeo de Pequeñas Cooperativas de Café en El Salvador, Honduras y Nicaragua

OBJETIVOS Y COMPONENTES

Presenta: Ing. Victor E. Mencia

Coordinador Regional

Sistemas Empresariales de Mesoamerica

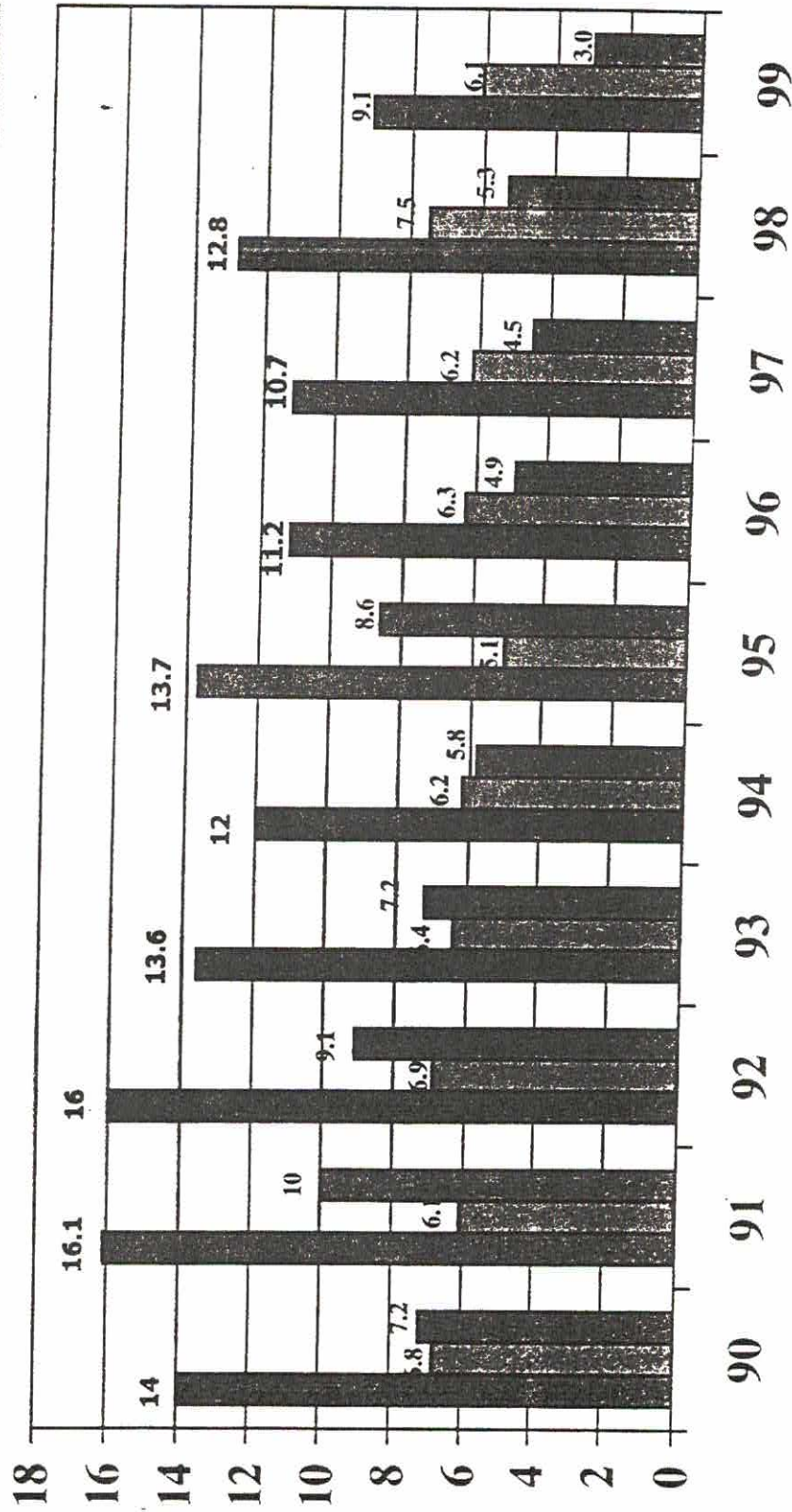
S E M

Misión:

Nuestra misión es desarrollar empresas a través de la integración vertical de productores agrícolas para su transformación en agroempresarios sustentables.

PRODUCCIÓN REGISTRADA COMPRAS COMERCIANTES Y COOPERATIVAS DE CAFICULTORES

(EN MILLONES DE SACOS DE 60 KILOS DE CAFÉ VERDE)
1990-1999



DIVISIÓN DE COOPERATIVAS

COOPERATIVAS

COMERCIANTES

PRODUCCIÓN.

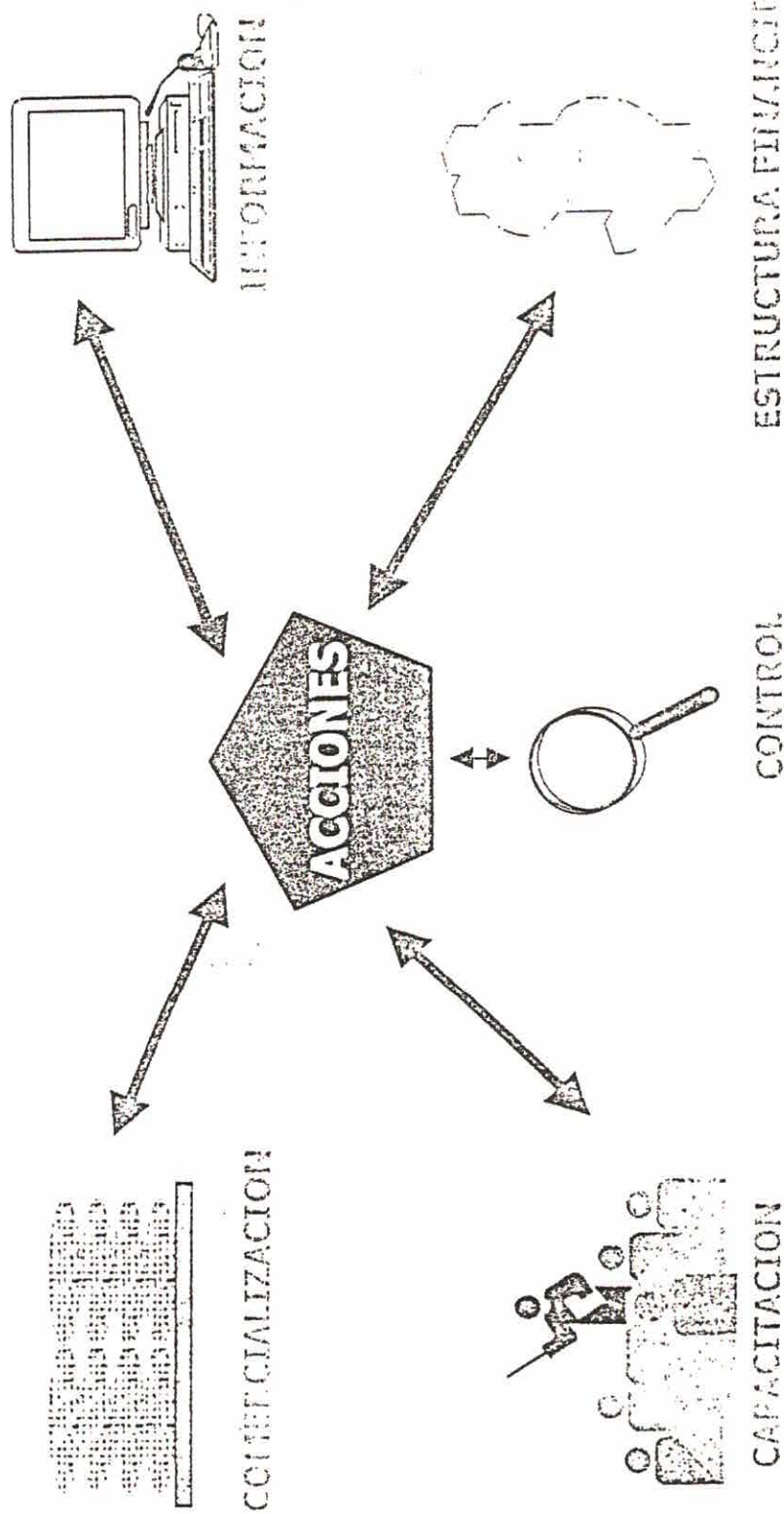
**PROGRAMA DE
PRODUCTIVIDAD Y
COMPETITIVIDAD DEL
COOPERATIVISMO
CAFFICULTOR
COLOMBIANO.**

OBJETIVO

Lograr un
cooperativismo
empresarial, al servicio
del productor cafetero.



PROGRAMA DE PRODUCTIVIDAD Y COMPETITIVIDAD DEL SECTOR COOPERATIVO CAFICULTOR



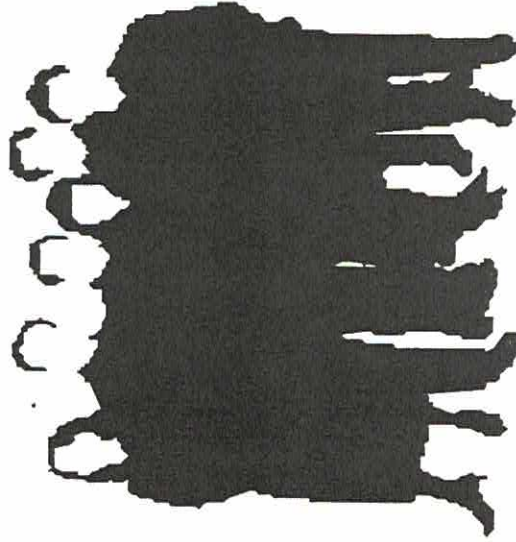
PLAN ESTRATEGICO DE GESTION

Nuestra Visión: Lograr una caficultura organizada y mundialmente competitiva



DIVISION DE COOPERATIVAS

VALORES CORPORATIVOS



- * HONESTIDAD
- * CREATIVIDAD
- * RESPONSABILIDAD
- * LIDERAZGO
- * AUSTERIDAD
- * COMPROMISO DE SERVICIO

Nuestra Visión: Lograr una cultura organizada y mundialmente competitiva



DIVISION DE COOPERATIVAS

LA CONFIANZA

* "LOS EQUIPOS DE ALTO DESEMPEÑO SE CARACTERIZAN POR UNA ALTA CONFIANZA MUTUA ENTRE SUS MIEMBROS."

* "LA INTEGRIDAD Y LA CAPACIDAD SON LAS CARACTERISTICAS MAS IMPORTANTES QUE UNA PERSONA BUSCA CUANDO DETERMINA LA CONFIABILIDAD DE OTRA."



CONCEPTO DEL PROGRAMA

- **SABOR**
- Utilización de avances en ciencia y tecnología para mejorar atributos de calidad e incrementar la demanda por cafés especiales.
- **CONFIANZA**
- Utilizar avances en comunicación y comercio electrónico para desarrollar nuevos contactos entre agricultores y consumidores a través de canales de comercialización ya existentes.



CONCEPTO DEL PROGRAMA

- ***Identificar Cafés con Valor Agregado***
- Establecer Estándares de Alta Calidad
- Crea Sistema de Verificación
- Estimula el Mejoramiento de Precios



CONCEPTO DEL PROGRAMA

- ***Identificar Cafés con Valor Agregado***
- Acredita los Cafés de Origen Seleccionados
- Valida Científicamente la Calidad de Variedades Seleccionadas
- Evalúa el Esquema Tecnológica Productivo
- Da Asistencia Técnica al Productor.



CONCEPTO DEL PROGRAMA

- ***Establece Estándares de Calidad***
- Acredita Estándares de Calidad o Reglas para Exportación
- Registra Marcas Acreditadas
- Realiza Competencias de Taceo para Otorgar el Acreditamiento de Calidad
- Crear una Red de Agentes Importadores y Exportadores Certificados



CONCEPTO DEL PROGRAMA

- ***Crea Sistemas De Verificación***
- Establece una Red de Datos Geoespaciales GIS/GPS
- Acredita y Garantiza el Sistema de Evaluación
- Desarrolla un Protocolo de Prueba para Verificar el Origen del Café
- Genera Programas de Certificación Sostenibles.



CONCEPTO DEL PROGRAMA

- **PROMUEVE EL MEJORAMIENTO DE PRECIOS**
- Genera una Plataforma de Información Internet
- Realiza la Venta por Correo Electrónico de Lotes acreditados
- Promueve el Consumo Interno de Lotes Acreditados
- Difunde entre Consumidores las Marcas Acreditadas.



CONCEPTO DEL PROGRAMA

- **CRITERIOS PARA COMERCIALIZACION**
 - Valor Agregado = Alta Calidad
 - Alta Calidad = Verificable con Estándares de Calidad
 - Estándares Verificables = Precios Favorables
- **Valor Agregado = Precios Favorables**



CONCEPTO DEL PROGRAMA

- **Iniciativa Conjunta Consumidor**
- ***Estrategia Perspectiva Mundial***
- ***Foco Mercado de Cafés Especiales***
- ***Compromiso Desarrollo Sostenibles***



ENCUENTRO ANDINO DE PRODUCTORES CAFETALEROS

Av. Arequipa 375 - Lima - Telf: 332-7914 / Telefax: 433-1477 / E-mail: jncperu@terra.com.pe

"LOS CAFES ESPECIALES Y LAS ORGANIZACIONES DE PRODUCTORES : CAFÉ ORGANICO, COMERCIO JUSTO Y OTROS"

Comisión Organizadora:



FECAFEB
Federación de Caficultores Exportadores de Bolivia



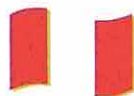
CORECAF
CORPORACION COLOMBIANA DE CAFETALEROS



Sr. Ted. R. Lingle
Director Ejecutivo de SCAA



BOLIVIA



PERU



ECUADOR



COLOMBIA



VENEZUELA

RESUMEN

Propuesta de la Asociación Americana de Cafés Especiales.

Un Marco Global de Trabajo para Actividades Cafetaleras

Ted Lingle

Director Ejecutivo de la Asociación Americana
de Cafés Especiales de los EEUU.

Lima, 19 de Junio de 2000

Importancia.- El café se cultiva en más de 50 países tropicales cubriéndose 11 millones de hectáreas arables. En términos de valor total, el café es el commodity más importante después del petróleo como fuente de ingresos por exportaciones en los países en desarrollo y en algunos años ocupa el segundo lugar (en base al valor bruto) como commodity en el comercio mundial. En forma similar al petróleo, el café se comporta casi como una moneda internacional pues puede ser fácilmente convertido en dinero en los Estados Unidos, Alemania y Japón. El valor total de las exportaciones mundiales de café en la década 1990 – 1999 fue en promedio de 14000 millones de dólares.

Más significativo aún es el hecho que un gran número de países en la franja tropical dependen del café como su principal fuente de ingresos de divisas. En Africa países como Uganda, Etiopía y Burundi obtienen tres cuartas partes de sus ganancias de exportación del café, y en América Latina países como Colombia, El Salvador y Perú adquieren la mitad de sus ganancias de exportación del café. Para por los menos 40 países en desarrollo, el café es un producto de sustancial importancia económica.

El café es un cultivo que usa abundante mano de obra dado que los cerezos maduran en forma dispareja y que el cafeto está sembrado en terreno accidentado. Por ello, se requiere ejecutar la cosecha manualmente y en zonas con difícil acceso a pie. Se estima en la Organización Internacional del Café (ICO) que entre 20 y 25 millones de personas dependen en el mundo, del café para vivir.

En áreas donde el café es cultivado en pequeñas parcelas, este producto puede ser la única fuente de ingresos económicos ,en una agricultura expresamente de subsistencia. En esas comunidades rurales, las ganancias derivadas de la exportaciones cafetaleras tienen mayor impacto, dado que los dólares circulan en las regiones colindantes expandiendo el comercio local.

Situación Actual. La producción mundial de café continua creciendo, alcanzando alrededor de 107 millones de bolsas para la campaña agrícola del año 1999 / 2000, de acuerdo a estimado del departamento de Agricultura de los EEUU (FAS) mientras que el consumo mundial de café ha crecido más rápidamente alcanzando las 111 millones de bolsas para el mismo periodo. Mientras que las exportaciones

Cuales son las estrategias de SEM??

- Transferir tecnologías adecuadas y adaptables a las condiciones sociales, culturales y económicas de los países de Latinoamérica
- El desarrollo institucional mediante la adopción de estrategias modernas y capacitación para estimular el desarrollo de empresas agrícolas, agroindustriales y de entidades financieras/crediticias.
- Canalizar recursos financieros provenientes de instituciones nacionales e internacionales hacia programas de fomento y coordinación de empresas.

El Proyecto BID/SEM

ATN/ME-4560-RG

Información Básica:

Organismo Contribuyente:	BID/FOMIN
Organismo Ejecutor:	SEM
Agencia Supervisora:	E.W.
Beneficiarios	UCRAPROBEX, CCCH PRODECOOP y otras Cooperativas de primer nivel
Costo y Financiamiento:	BID/FOMIN: \$1.579.00 Aporte Local: \$ 682.00 Total: \$2.261.00
Período de Ejecución:	36 meses a partir de la firma del convenio (30/06/99)

Objetivo General del Proyecto:

- Mejorar la productividad y la competitividad de los pequeños productores de café en El Salvador, Honduras y Nicaragua, apoyándolos a integrarse verticalmente en las etapas de procesamiento y comercialización de café

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Fortalecer las capacidades administrativas y comerciales de las pequeñas cooperativas de café, de modo que puedan prestar servicios de mayor calidad siendo sostenibles desde el punto de vista financiero
- Aumentar la eficiencia de los pequeños productores en el procesamiento de café
- Transferir tecnologías ecológicamente inocuas y promover su incorporación
- Ayudar a las organizaciones de productores a cooperar en escala regional y negociar con compradores actuales y potenciales

Componentes del Proyecto:

- 1. Fortalecimiento de la capacidad de administración de las cooperativas.**
- 2. Iniciativa para comercialización regional del café.**

Actividades de el Fortalecimiento a la capacidad de administración de las cooperativas (1):

- **Asistencia Técnica para el procesamiento y control de calidad.**
- **Asistencia Técnica para Control y Aprovechamiento de Subproductos provenientes del beneficiado de café**
- **Asistencia Técnica para el mercadeo, comercialización y exportación de café**

Iniciativa para la creación de una Empresa Comercializadora de Café a nivel Regional

Se creará una entidad que se encargue de comercializar y promover internacionalmente los cafés de las beneficiarias , especialmente los tipificados como CAFES ESPECIALES

Costo y Financiamiento

Componente	FOMIN (US \$)	LOCAL (US \$)	TOTAL (US \$)
1. Administración de Cooperativas			
a. Fortalecimiento Institucional (en cada país)	360.000	67.500	427.500
b. Asistencia Técnica en plantas de procesamiento y control de calidad (con base en SEM)	156.000	372.000	528.000
c. Asistencia técnica para administración ecológica adecuada (con base en SEM)	144.000	12.000	156.000
d. Asistencia técnica para comercialización (con base en SEM)	190.000	32.000	222.000
e. Otra asistencia técnica en administración (cooperativas de primer piso, en cada país)	180.000	67.500	247.500
Promoción / Diseminación	30.000		30.000
Coordinación regional	174.000		174.000
Supervisión del proyecto	100.000	35.000	135.000
Costos administrativos SEM		36.000	36.000
2. Comercialización regional del café (El Salvador)	80.000	50.000	130.000
Evaluación de impacto ambiental , social y auditoría	35.000	10.000	45.000
Evaluación	50.000		50.000
Imprevistos	80.000		80.000
TOTAL	1.579.000	682.000	2.261.000

MARCO LÓGICO SIMPLIFICADO E INDICADORES DE DESEMPEÑO DEL PROGRAMA

Objetivos generales del Programa	Indicadores verificables a la terminación del programa	Medios de verificación	Supuestos
Mejorar la productividad y la competitividad de los pequeños productores de café en El Salvador, Honduras y Nicaragua, ayudándolos a integrarse en forma vertical en la elaboración y la comercialización.	Las cooperativas de los tres países comercializan un café de mejor calidad, consiguen un mejor precio y se da protección al medio ambiente.	El precio mayor (en relación con el mercado) que consiguen los miembros de las cooperativas participantes.	El proyecto es responsable principalmente de los aumentos de los sobreprecios medios.
COMPONENTE I: MEJORAMIENTO DE LA ADMINISTRACIÓN DE COOPERATIVAS			
Fortalecer las cooperativas y prestar asistencia técnica en elaboración y control de calidad, gestión ambiental y comercialización.	Las cooperativas de segundo nivel y algunas del primero están mejor administradas y equipadas para elaborar y comercializar el café sin efectos perjudiciales.	Evaluaciones de la asistencia técnica y de los programas de capacitación e inspecciones de las plantas de elaboración.	Los administradores de las cooperativas participantes reconocerán que necesitan asistencia técnica y capacitación.
Actividades:			
1. Proporcionar servicios de consultoría y capacitación para mejorar las aptitudes administrativas y comerciales de las cooperativas de segundo nivel.	Se capacitan los administradores de las cooperativas de segundo nivel en planificación, finanzas, contabilidad de costos, sistemas de información y administración general.	Evaluaciones de intervenciones individuales y discusiones con los administradores de las cooperativas.	Ninguno
2. Prestar asistencia técnica y capacitación en elaboración de café y control de la calidad a cooperativas de segundo nivel y algunas del primero	Se mejoran las plantas de elaboración en seco y en húmedo y los equipos, los jefes de planta están más calificados para hacerlas funcionar con eficiencia y producir un café de mejor calidad	Evaluaciones de intervenciones, inspecciones de plantas de elaboración y discusiones con los jefes, sobreprecios medios del café.	Ninguno
3. Transferir tecnologías de elaboración inocuas para el medio ambiente a cooperativas seleccionadas de primer nivel	Se modifican y equipan plantas seleccionadas de elaboración en húmedo y los jefes están mejor calificados para hacerlas funcionar sin causar daños al medio ambiente	Inspecciones de las plantas de elaboración y las zonas circundantes y discusiones con los jefes de planta	Habrá mercado para la casaca elaborada (como fertilizante orgánico)
4. Desarrollar una capacidad de comercialización que haga hincapié en los cultivos especiales en las cooperativas de segundo nivel y algunas del primero	Las cooperativas de segundo nivel y algunas del primero conocen mejor los mercados del café, los sistemas de comercialización y de información y están mejor equipadas para usar el sistema de información	Evaluaciones de las intervenciones, uso de los sistemas de información en las cooperativas y análisis de los datos proporcionados por las cooperativas a sus miembros	Ninguno
5. Capacitar técnica y administrativamente a los directivos de cooperativas seleccionadas de primer nivel	Los administradores de las cooperativas de primer nivel seleccionadas están mejor capacitadas en la elaboración y comercialización del café y en la administración comercial	Evaluaciones de las intervenciones, menos rotación de los administradores y más satisfacción de los miembros en las cooperativas de primer nivel	Los fondos del proyecto serán suficientes para poder ayudar también a algunas organizaciones miembro además de las cooperativas de segundo nivel
COMPONENTE II: INICIATIVA EXPERIMENTAL DE COMERCIALIZACIÓN REGIONAL DE CAFÉ			
Apoyar el establecimiento de una cooperativa de comercialización de propiedad de cooperativas de segundo nivel en tres países	COMERCAPI se convierte en una Sociedad Cooperativa y comercializa con eficacia el café de las cooperativas de segundo nivel participantes y de otras organizaciones de productores	COMERCAPI se convierte en un Sociedad Cooperativa, cantidad de café que comercializa para sus miembros y no miembros y participantes que obtiene sobreprecios que obtiene	Las leyes de El Salvador permiten el establecimiento de una operación comercial de propiedad de las cooperativas de segundo nivel, algunas de las cuales se encuentra en otros países

MUCHAS GRACIAS POR SU
ATENCIÓN!!!!





ENCUENTRO ANDINO DE PRODUCTORES CAFETALEROS

Av. Arequipa 375 - Lima - Telf: 332-7914 / Telefax: 433-1477 / E-mail: jncperu@terra.com.pe

"ESTRATEGIAS Y HERRAMIENTAS INNOVADORAS EN LA COMERCIALIZACION DEL CAFE"

Comisión
Organizadora:



ECAFEB
Asociación de Caficultores
Exportadores de Bolivia



CORECAF
CORPORACION ECUATORIANA
DE CAFETALEROS



**Junta
Nacional
del Café**

Sr. Manoel Vicente F. Bertone
Vicepresidente Consejo Nacional del Café



**COMUNIDAD
ANDINA DE
NACIONES**



BOLIVIA



PERU



ECUADOR



COLOMBIA



VENEZUELA



Manoel Vicente F. Bertone

**Encontro Internacional
“LA PRODUCCION CAFETALERA EN LA SUBREGION ANDINA Y EL ROL DE LA
INSTITUCIONALIDAD DE LOS PRODUCTORES”**

**Lima – Peru
22/06/2000**

**As Cafeiculturas Brasileira e Mundial e a
Necessidade de Novas Estratégias e Ferramentas na Comercialização**

Perspectivas do Mercado de Café

A importância do setor no Brasil
Objetivos dos produtores e da nação
Perspectivas e ângulos de visão

Perspectivas:

do Brasil – excelentes, crescimento, desenvolvimento tecnológico, qualidade, organização, (vide 10 anos atrás) – seremos ainda maiores

dos cafeicultores – curto e longo prazos – dificuldades previsíveis

Crise anterior e atual euforia – perspectiva de excesso de oferta em relação à demanda

Situação da cafeicultura mundial:

Ásia – Vietnã e Indonésia
América Central e México
Colômbia
África

Colômbia – Produção, Marketing (ações de mercado e distribuição, principalmente estabilidade de quantidades, qualidade e condições comerciais) e Propaganda

O mercado mudou – qualidade, just in time, bolsas, fundos. No Brasil – bolsas, CPR's, vendas a fixar, ações de cooperativas;

CARACTERÍSTICAS DO CAFEIEIRO E SUA INTERLIGAÇÃO COM O MERCADO

- * Cultura perene - dificuldade de mudança tecnológica – tecnologia é definida no plantio
- * Altos investimentos iniciais – decisão de “parar” é sempre retardada – igual casamento
- * Baixa tolerância ao forte frio/calor e à falta de água – geadas e secas são problemas frequentes
- * Ciclo de produção bienal exige marketing diferenciado - Temos que ter “pão quente toda hora”
- * Custos elevados de produção - alto valor agregado
- * Produção não perceptível
- * Armazenagem relativamente fácil e barata (exceto pelo custo financeiro)
- * Produzida em regiões de baixa renda per capita – impacto social da atividade



- * Países produtores altamente dependentes da atividade – reflexos na política cambial
- * Produzida em várias regiões do mundo, o que se reflete em qualidades diferentes. Ao contrário de outras mercadorias, não tem um padrão único - O Brasil é peculiar pois tem vários tipos de café.
- * As diversas cafeiculturas brasileiras – “Os cafés do Brasil”
- * Exemplificar falando das evoluções tecnológicas previstas no “projeto café do cerrado de Goiás”

A ECONOMIA CAFEIEIRA INTERNACIONAL

- * Principais regiões e países produtores - nível de renda per capita
- * A importância do Brasil - Produção, exportação, consumo, industrialização.
- * Principais regiões e países consumidores
- * Concentração de compradores internacionais x dispersão de vendedores
- * Acordos internacionais
- * OIC
- * APPC
- * A atuação das bolsas internacionais
- * A questão da liberdade de mercado
- * O descolamento do comportamento do mercado em relação aos fundamentos estatísticos
- * As variáveis que afetam o mercado

A ADMINISTRAÇÃO DA POLÍTICA CAFEIEIRA BRASILEIRA

- * A importância da política de forma geral
- * O Funcafé, os estoques governamentais e o patrimônio institucional da cafeicultura
- * A formulação da política cafeeira brasileira - história rápida das crises passadas e das formas de administração da política cafeeira
- * As associações dos setores privados - ABIC ABICS CECAFE e CNC / CNA
- * A atuação do governo nos vários ministérios envolvidos

CONSELHO DELIBERATIVO DA POLÍTICA DO CAFÉ

- * A diferença entre administração da política dos “Cafés do Brasil” e intervenção no mercado
- * Composição: iniciativa privada e governo (ministérios envolvidos)
- * O patrimônio da cafeicultura aos cuidados do CDPC - Funcafé, estoques e patrimônio do extinto IBC (físico e tecnológico)
- * Principais decisões imediatas:
- * Ativação do Funcafé
- * Saneamento financeiro da produção – uma nova tentativa: conversão da dívida em café
- * Políticas de ampliação do mercado interno e ampliação do mercado internacional – nossos objetivos já definidos: crescimento interno e manutenção do “market share” no mercado internacional
- * Política consistente de comercialização de estoques estratégicos



- * Reativação dos programas de pesquisa cafeeira e implantação de pesquisas industriais
- * Estabelecimento de programas de marketing
- * Definição de um cronograma de financiamentos de custeio, comercialização e investimentos que nos permitam a recuperação e ampliação da produção para atender as necessidades do mercado
- * Manutenção de um sistema de informações estatísticas confiáveis – previsão de safras inclusive

Os “Cafés do Brasil”

O modelo paranaense (A exemplo do Peru)

- Diversificação
- Adensamento
- A busca da recuperação da qualidade e do prestígio
- A coordenação entre as entidades
- A precocidade do Iapar 59
- O sistema de podas

A ATUAL SITUAÇÃO DO MERCADO

- Produção mundial - destacar países produtores, principalmente o Brasil
- O efeito de dez anos de crise no Brasil x a crise no mundo pós suspensão das cláusulas econômicas do Acordo Internacional do Café
- A situação da lavoura cafeeira brasileira e internacional considerando as diversas regiões do mundo - arábica e robusta
- A renda do produtor nos últimos anos
- Probabilidade futura de super produção - preços presentes x preços de dez anos atrás – a decisão do CDPC de não incentivar plantio
- Consumo Mundial - Tendência de crescimento
- O balanço entre exportação e consumo - Déficit crônico desde 1993
- Estoques Internacionais (EUA - totais e certificados; e mundiais)
- Estoques no Brasil (estoques, recebimento e venda de café nas coop.)
- Índice de disponibilidade de café para as indústrias (como pode ser tão apertado com exportações tão dinâmicas?)
- Comparação dos números com 94
- Comportamento dos preços - volatilidade e especulação
- Fluxo previsto para o Brasil – característica do fluxo deste ano deste ano – conillon é precoce
- Ufanismo da super produção
- Objetivos da retenção: vantagens e desvantagens do sistema – não confundir com sistemas permanentes de intervenção – a função dos estoques reguladores no caso brasileiro – o peso nos preços da localização dos estoques – o impacto dos preços na produção (quando se cresce e quando se erradica?)
- Produção mundial – quando os países aumentam suas áreas de produção? Com preços excepcionais (clima Brasil), ou com bons preços? Quando diminuem a produção? O efeito do custo de vida e do nível de renda de sobrevivência na “competitividade” e na permanência dos produtores no mercado:
- Programas de financiamento – pré comercialização
- O novo marketing brasileiro – San Francisco< China, denominações de origens, qualidade total
- A importância da estabilidade da oferta – quantidade, qualidade e preços – verdadeira política de marketing. Ex. Paraná – esforço pela qualidade é marketing puro
- Exemplo da padaria e da manteiga



CONCLUSÃO

- Para onde vamos? / de onde viemos! - perspectivas para os próximos anos dependem de nossas ações
- É fundamental exercermos bem nossa administração da política cafeeira – profissionalismo, objetivos bem definidos (econômicos e sociais – não é razoável transferirmos renda e patrimônio a países ricos) e agilidade.
- União, coesão, organização e ação - cooperativismo, associativismo e sindicalismo, aplicando-se o mesmo em nível internacional, nas ações da APPC

Uma certeza – caminhamos para produção acima do consumo, portanto devemos buscar decisões que ampliem mercado, sendo que nesse caso a importância do mercado interno dos países produtores se reveste de fundamental importância.



MANOEL VICENTE FERNANDES BERTONE

VICE PRESIDENTE DO CONSELHO NACIONAL DO CAFÉ

INFORMAÇÕES CURRICULARES BÁSICAS

- 45 Anos;
- Administrador de Empresas, formado na Escola de Administração de Empresas de São Paulo - **Fundação Getúlio Vargas** e Contador formado na Faculdade de Ciências Administrativas e Contábeis "Paulo Eiró" - Instituto de Educação "Costa Braga";
- Presidente da **Cooperativa dos Cafeicultores da Região de Garça (Garcafé)**, tendo sido seu Diretor de Comercialização de Café de 89 à 95;
- Vice Presidente do **Conselho Nacional do Café - CNC** na gestão 95/97 reeleito para as gestões 97/99 e 97/2001. Foi seu Presidente na gestão 93/95 e Diretor na de 91/93;
- Em dezembro/96 foi designado pelo Presidente da República Sr. Fernando Henrique Cardoso, membro titular do **Conselho Deliberativo da Política do Café - CDPC**, para um mandato de dois anos, por indicação do Conselho Nacional do Café, cargo ao qual foi empossado em 17/01/97 pelo Ministro da Indústria do Comércio e do Turismo Francisco Neves Dornelles e mantido desde então;
- Membro da Comissão Técnica do Programa Nacional de Pesquisa e Desenvolvimento do Café, sob a coordenação da Embrapa;
- Membro da Câmara Setorial do Café da Secretaria da Agricultura e Abastecimento do Estado de São Paulo;
- Enquanto presidente do CNC (93/94) foi membro do **Comitê Brasileiro do Café - CBC** - órgão que congregava os presidentes das entidades representativas dos produtores, exportadores, torrefadores e indústrias de solúvel, e que antes da criação do CDPC era consultado pelo Governo Federal para a formulação da política cafeeira brasileira;
- Desde 1990 integra as delegações brasileiras que negociam os Acordos Internacionais de Café na Organização Internacional do Café, em Londres;
- Membro da equipe brasileira que negociou a formação da Associação dos Países Produtores de Café - APPC - e o plano de retenção de café executado por esses países no ano safra 93/94, e dos grupos de trabalho que definiram os programas de ordenamento da oferta mundial de café desde a fundação dessa entidade, inclusive o plano de retenção aprovado em junho/2000 para as safras 2000/2001 e 2001/2002;
- Membro dos grupos de trabalho formados pelo Governo Federal nos últimos sete anos, para estudar a formulação de políticas cafeeiras tais como:
 - Vendas dos estoques governamentais;
 - Plano de saneamento financeiro da Cafeicultura;
 - Acordos Internacionais de Café;
 - Planos de safra e políticas imediatas ou emergenciais;
- Como consultor ou representante de classe acumulou considerável experiência internacional em viagens aos Estados Unidos (San Francisco, Oklahoma, Dallas, New York, Chicago), Inglaterra, Alemanha, França, Itália, Suíça, Holanda, Colômbia, El Salvador, Costa Rica, Peru, Argentina e Japão;
- Como representante de classe é sempre convidado para expressar suas opiniões sobre o mercado e política setorial em palestras, nas mais diversas regiões cafeeiras do Brasil e no Exterior;

Garça(SP), Junho de 2000.

Home Page: www.bertone.com.br
E mail: bertone@garcafe.com.br



ENCUENTRO ANDINO DE PRODUCTORES CAFETALEROS

Av. Arequipa 375 - Lima - Telf: 332-7914 / Telefax: 433-1477 / E-mail: jncperu@terra.com.pe

"LA GESTION EMPRESARIAL DE LOS PRODUCTORES CAFETALEROS : NUEVOS RETOS EN BOLIVIA, ECUADOR, PERU, VENEZUELA Y COLOMBIA "

Comisión Organizadora:



FECAFEB
Asociación de Caficultores Exportadores de Bolivia



Junta Nacional del Café



COMUNIDAD ANDINA DE NACIONES

Sr. José Cueva
Director Programa CORECAF



BOLIVIA



PERU



ECUADOR



COLOMBIA



VENEZUELA

LA REALIDAD CAFETALERA DEL ECUADOR

FOTO



**Importancia del Sector
Agropecuario en la
Economía Ecuatoriana**



**Indicadores principales de
la Caficultura en el Ecuador**



**Limitantes al Desarrollo
Cafetalero**



**Principales Políticas
desarrolladas por los
productores organizados**



Importancia de la Agricultura

La agricultura es el sector más importante de la economía por:



Contribución al PIB



Generación de Empleo



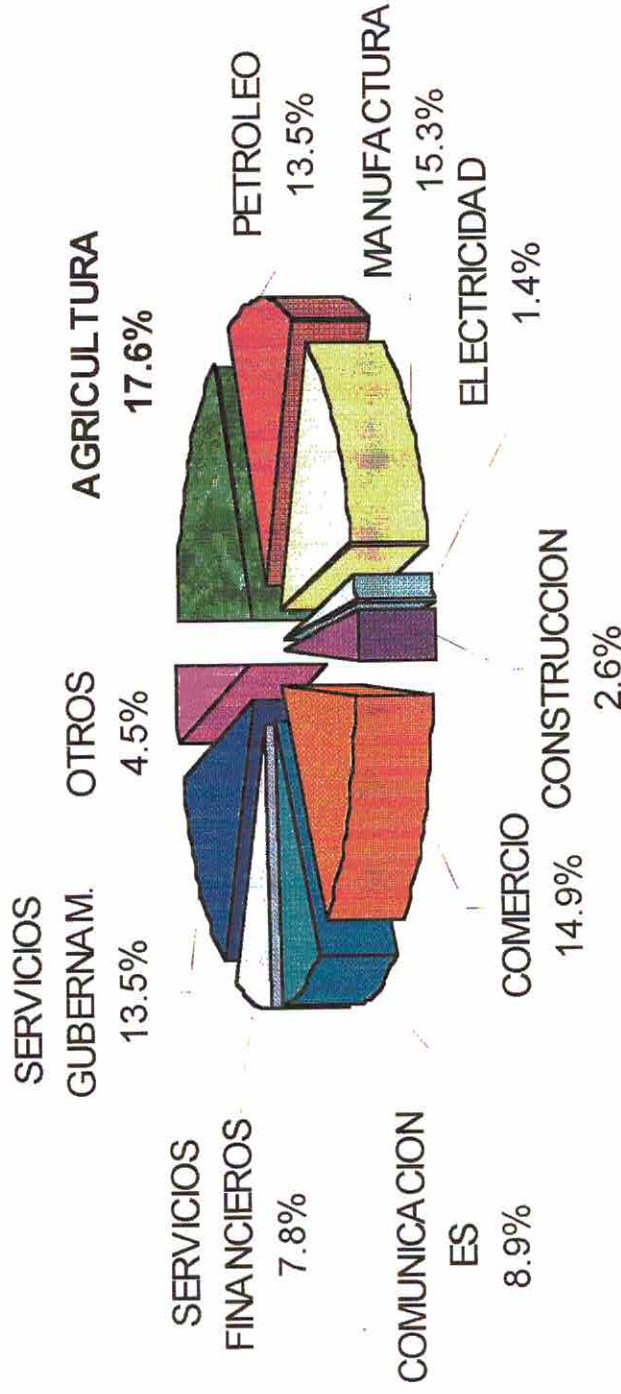
Generación de Divisas



Contribución de la Agricultura al PIB

Ecuador: PIB Participación por sectores

1990-1999



- Entre 1990 y 1999 la Agricultura contribuyó con un 17.6% al PIB nacional, siendo este el sector de mayor importancia en la economía ecuatoriana.
- Si sumamos a la agroindustria la participación de la agricultura alcanza el 25.1% del PIB total en el último quinquenio.

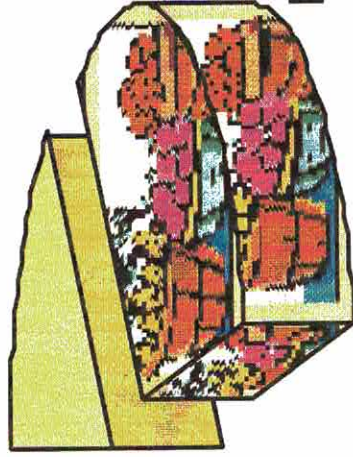
Contribución de los subsectores a la Producción Agropecuaria

Promedio 1990 - 1999

Pesca y caza
17.0%



Silvicultura,
tala y corta
6.0%



Banano, café,
cacao
14.6%

Otras
producciones
agrícolas
32.3%

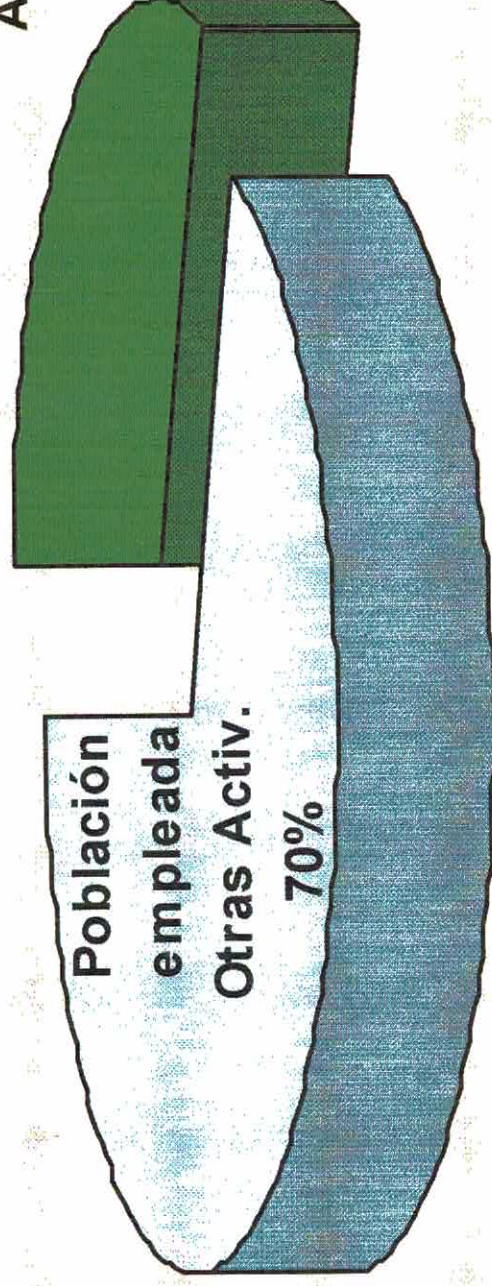
Producción
animal
30.0%



Población empleada en el sector agropecuario

Promedio
1991 - 1999

Población
empleada
Sector
Agropec.
30%

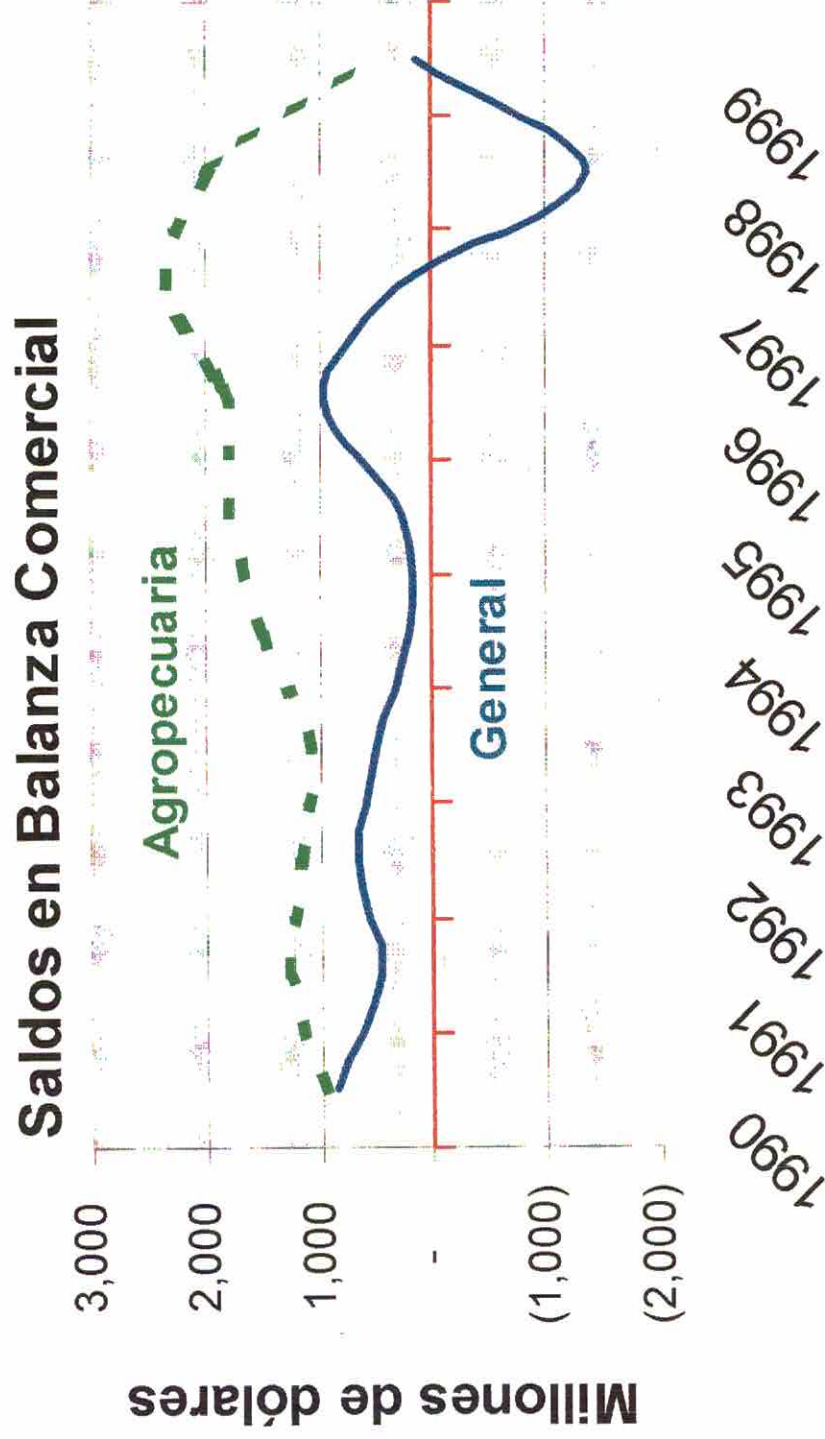


En 1999 la Agricultura empleó a 1'252.468 habitantes que corresponde al 30.8% de la Población Económicamente Activa



Generación de Divisas

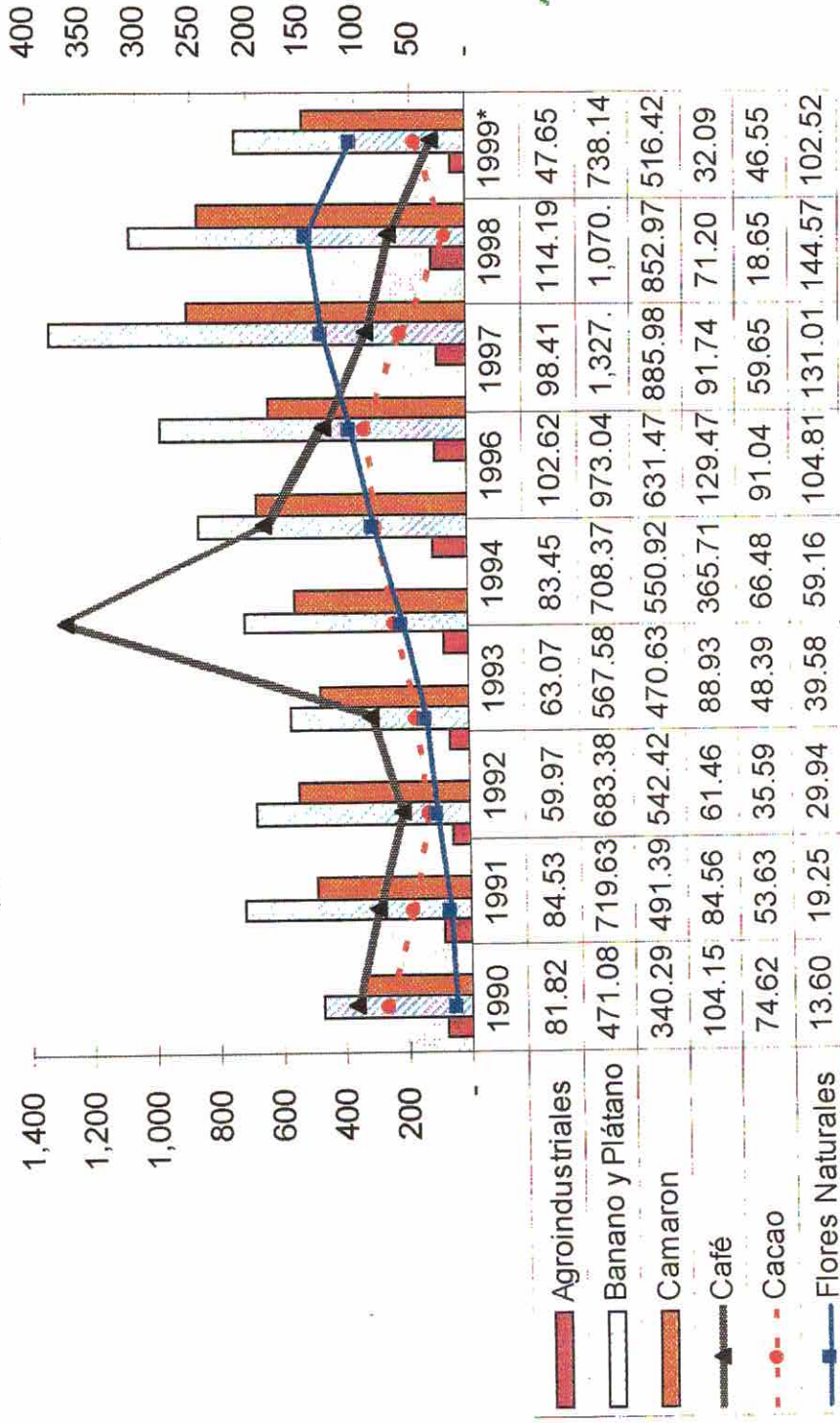
Comercio Exterior Agropecuario



En 1999 las Exportaciones Agrícolas representan el 56.6% de las Exportaciones Totales y las Importaciones Agrícolas representan el 7.5% de las Import. Totales.

Exportaciones

ECUADOR: Exportaciones por producto principal
(millones de dólares FOB)



* A Septiembre de 1999

El aporte en divisas del sector agropecuario fue mayor que el que generó el petróleo durante el período 1992-1995, 48% frente a 35.4% respectivamente, y en 1997 solo el banano superó al petróleo.

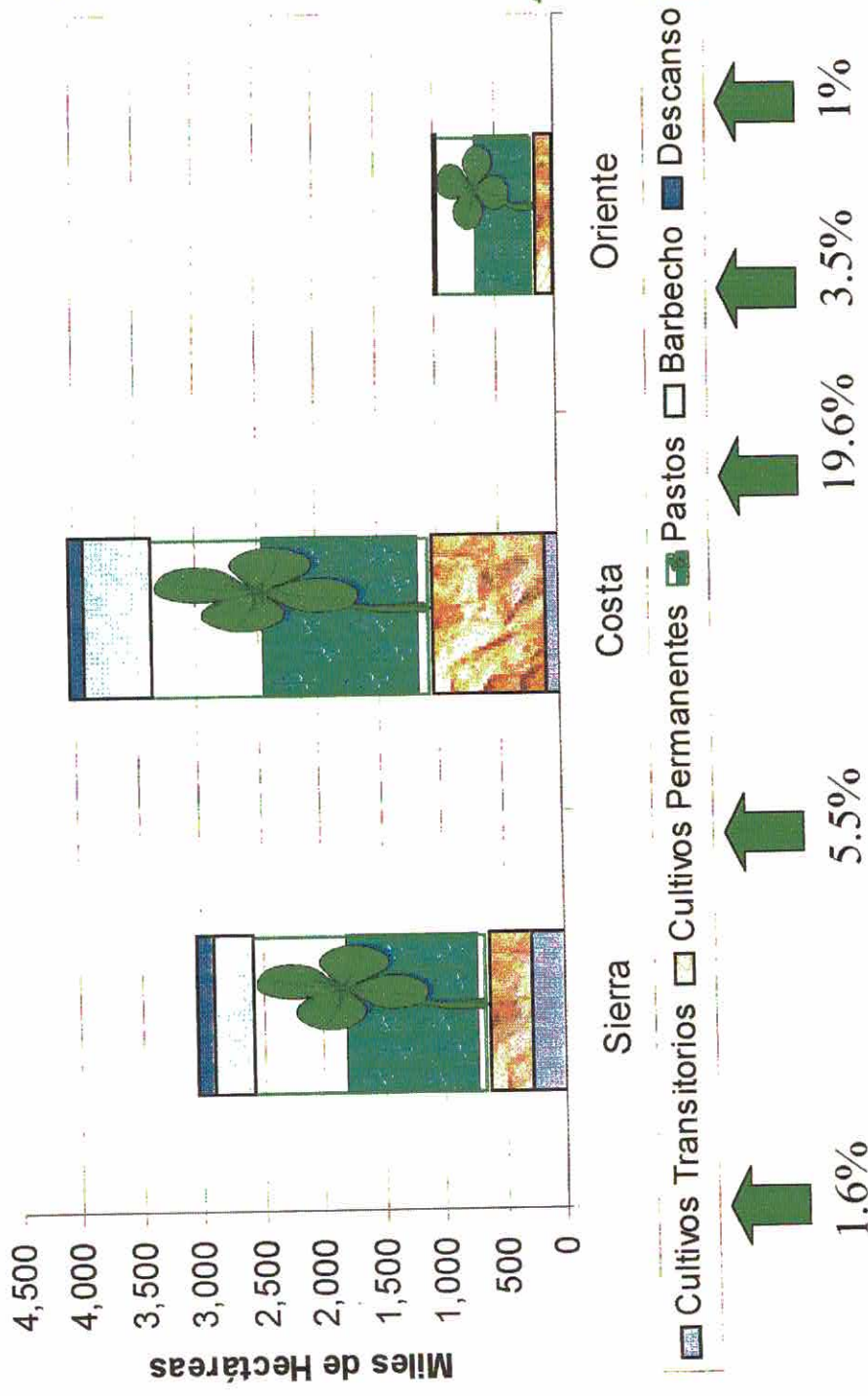


Principales Productos Agropecuarios Exportados en 1999 (Miles de dólares)

<u>No.</u>	<u>PRODUCTO</u>	<u>VALOR</u>
1	Banano	940,097
2	Camarones	581,430
3	Rosas y Flores	134,562
4	Atunes	100,620
5	Cacao Crudo	62,436
6	Café	55,096
7	Manteca de Cacao	21,576
8	Aceite de palma	21,345
9	Albacoras	18,428
10	Palmitos	17,921
11	Coliflor y Brócoli	17,081
12	Cacao sin desgrasar	14,007
13	Maíz Amarillo	12,213
14	Arroz	10,604



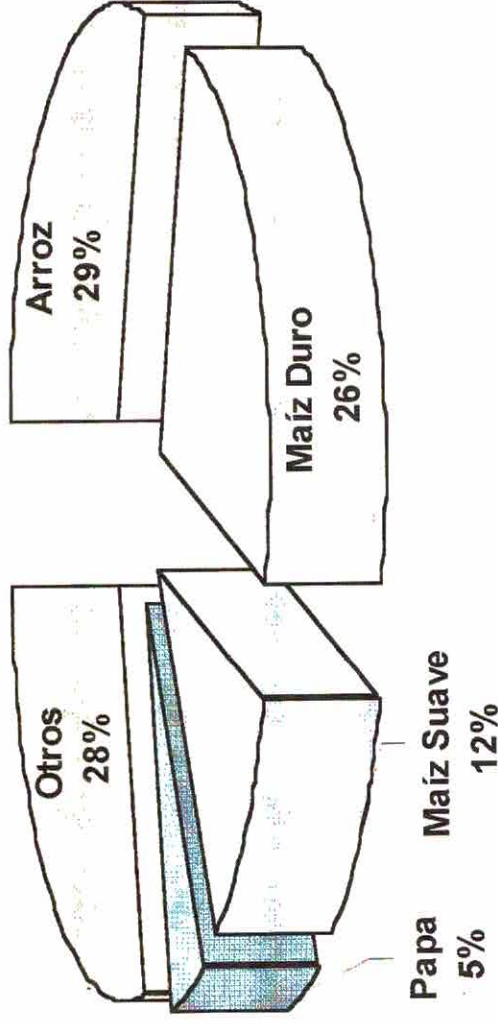
Uso del Suelo



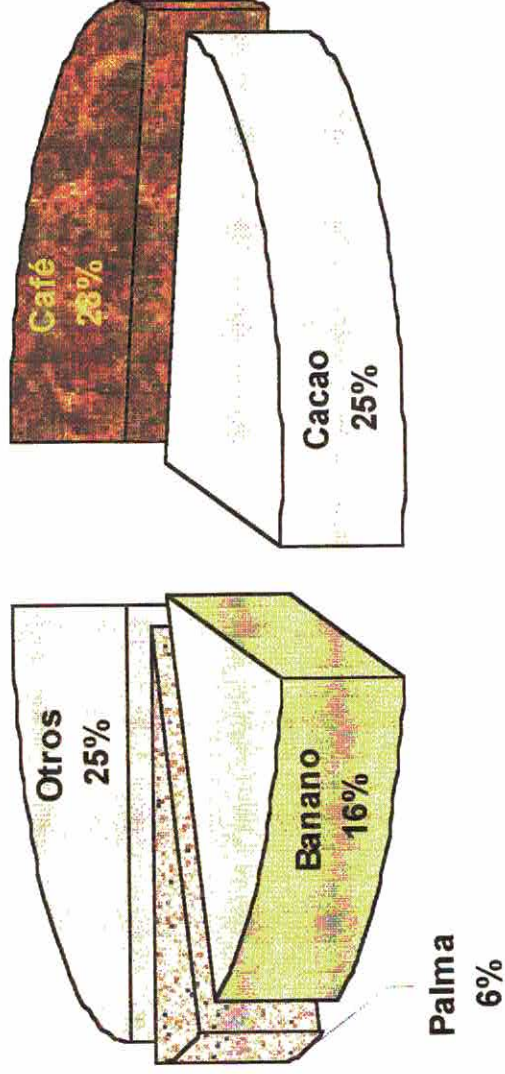
La Región de la Costa es la que más superficie agropecuaria ocupa con 4 millones de Has. La sierra con 3 millones de Has. Y el oriente 1 millón de Has.

Area Sembrada Según Cultivos

Cultivos de Ciclo Corto



Cultivos de Ciclo Permanentes





Importancia del Sector ✓
Agropecuario en la
Economía Ecuatoriana



Indicadores principales de
la Caficultura en el
Ecuador



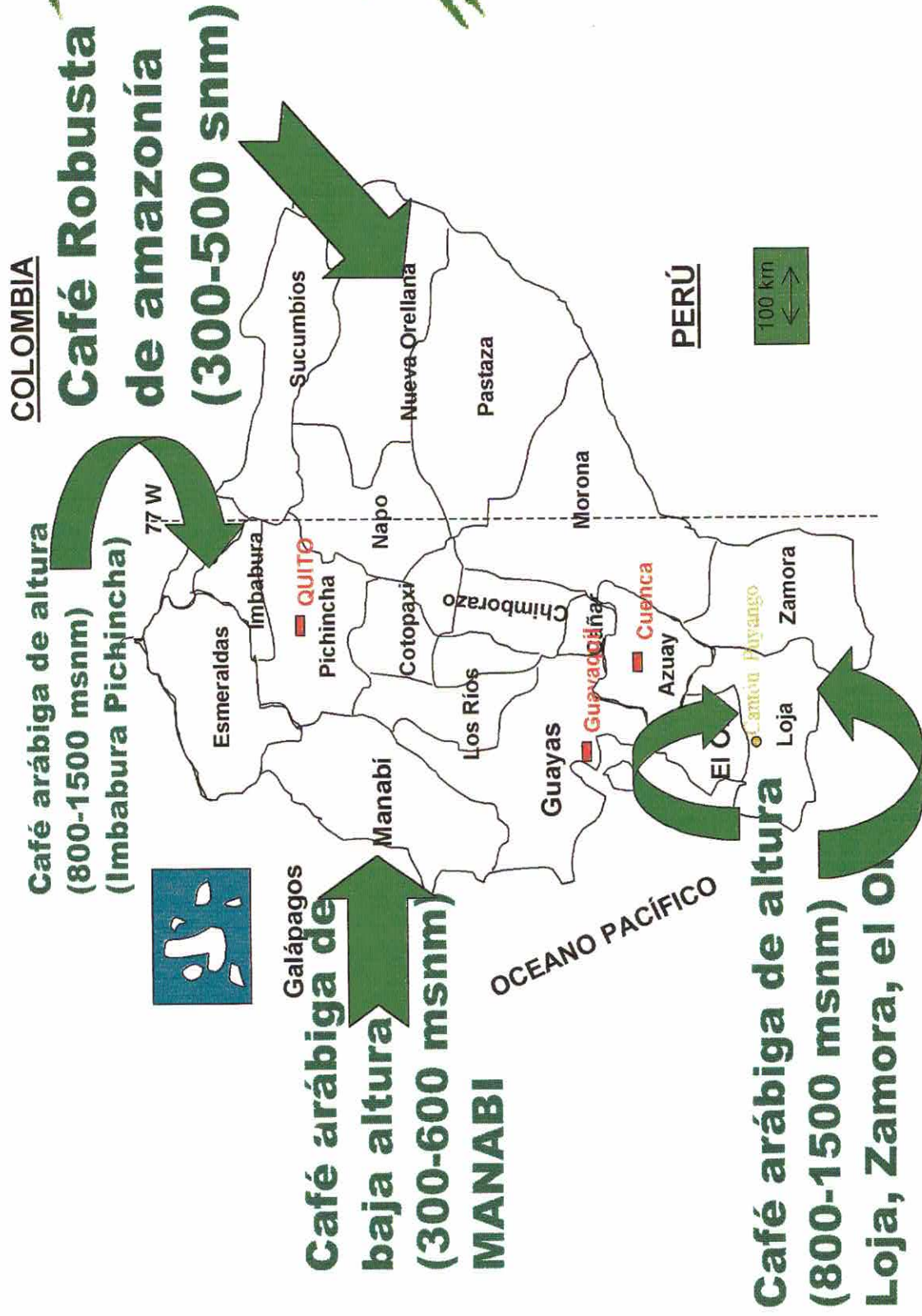
Limitantes al Desarrollo
Cafetalero



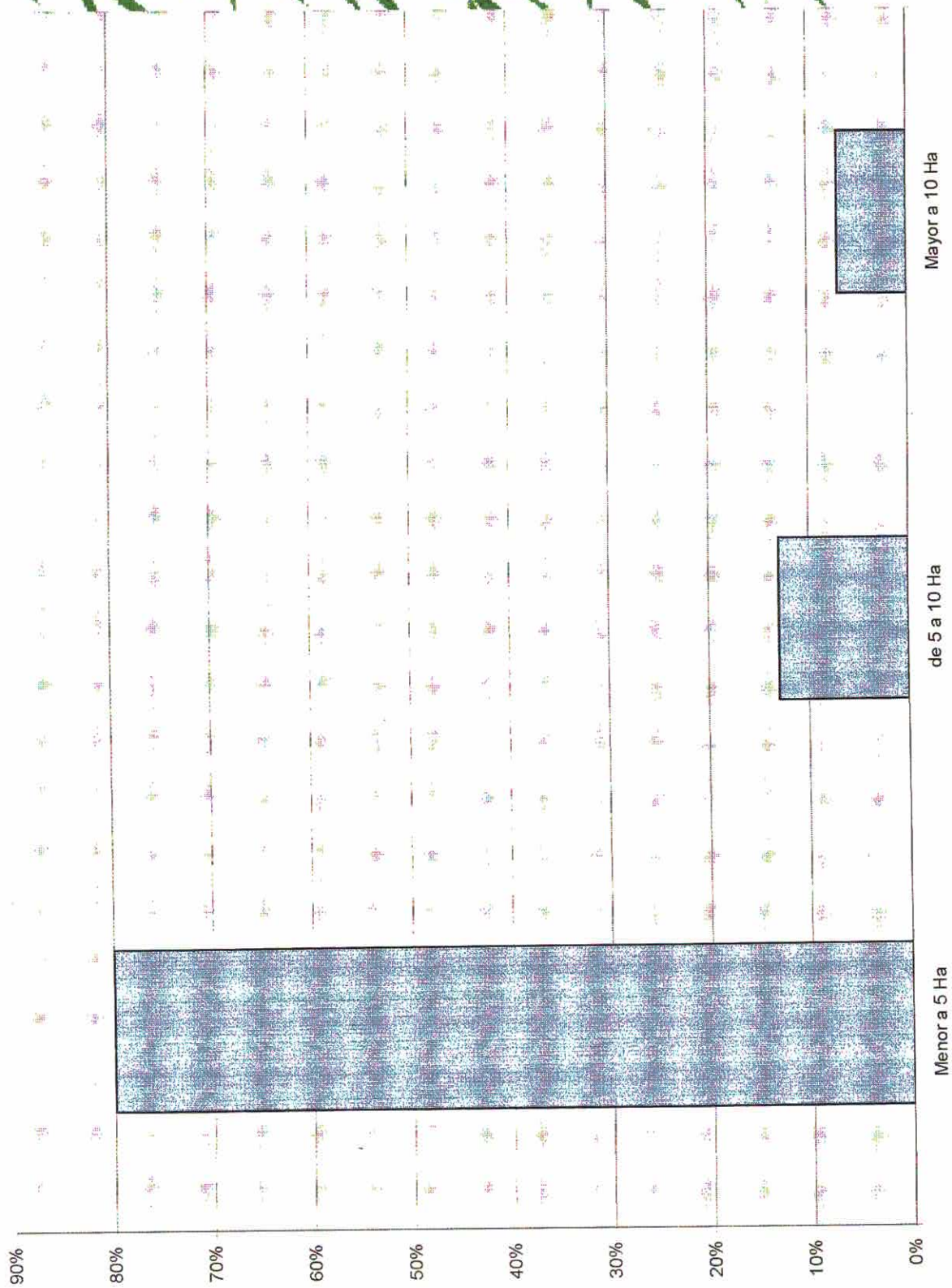
Principales Políticas
Defendidas por la
CORECAF y las
productores organizados



Se considera que existen 130.000 Unidades de Producción Cafetalera en el Ecuador



DISTRIBUCION DE UNIDADES DE PRODUCCIÓN CAFETALERA SEGÚN EL TAMAÑO



%

Características de las fincas cafetaleras:

 Nivel de rendimiento promedio (café verde):

* 3-6 qq/ha. en arábica

* 6-7 qq/ha. en robusta

 90% de los cafetales sin fertilización (química o orgánica)

 90% de las fincas nunca han recibido asistencia técnica.

 97% de los agricultores no pertenecen a ninguna organización de productores de café

 Fuertes limitaciones climáticas en ciertas zonas cafetaleras (Manabí, Loja)



Café robusta

antes de la

cosecha

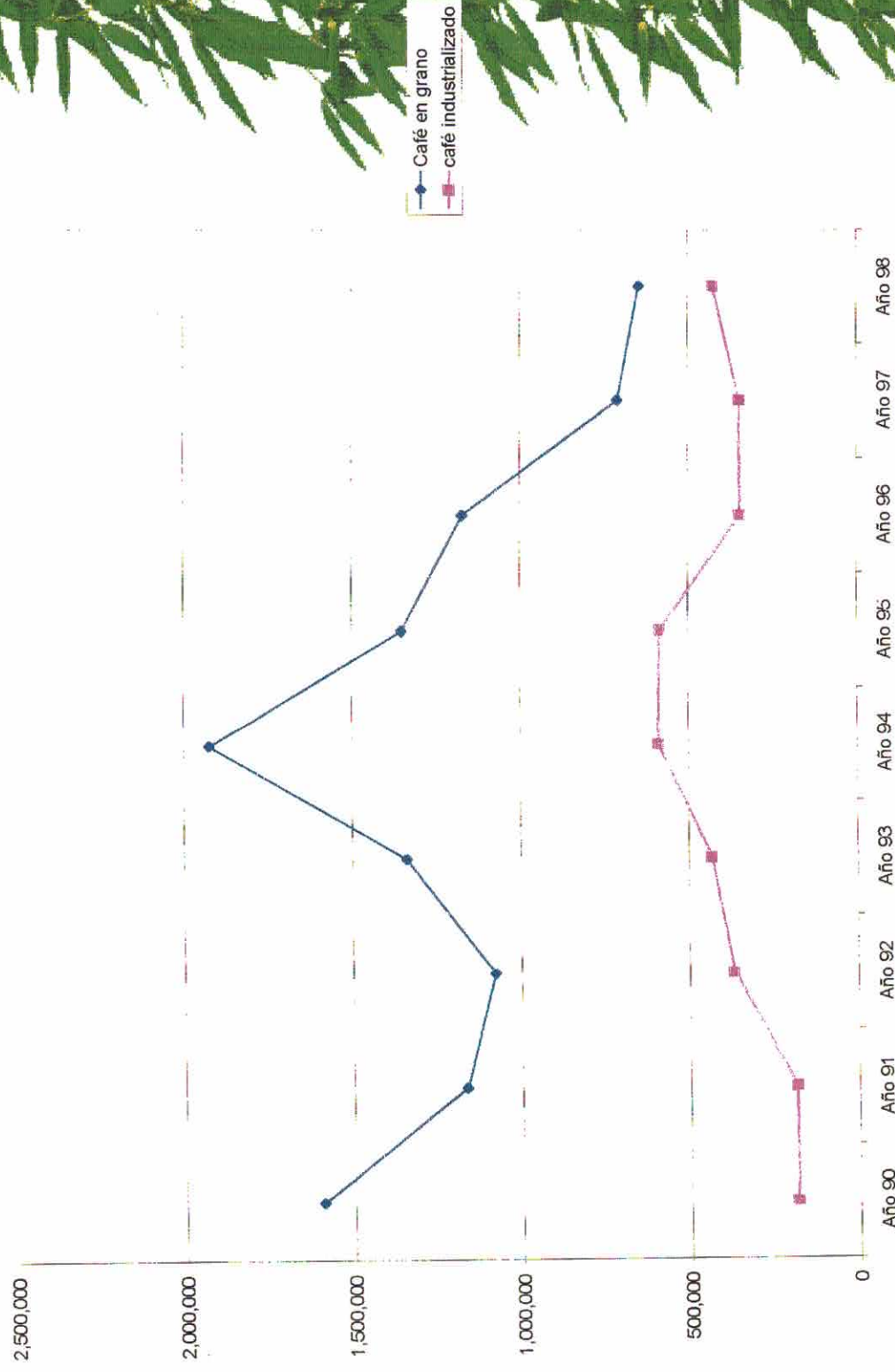
**(Región
Amazónica)**

FOTO



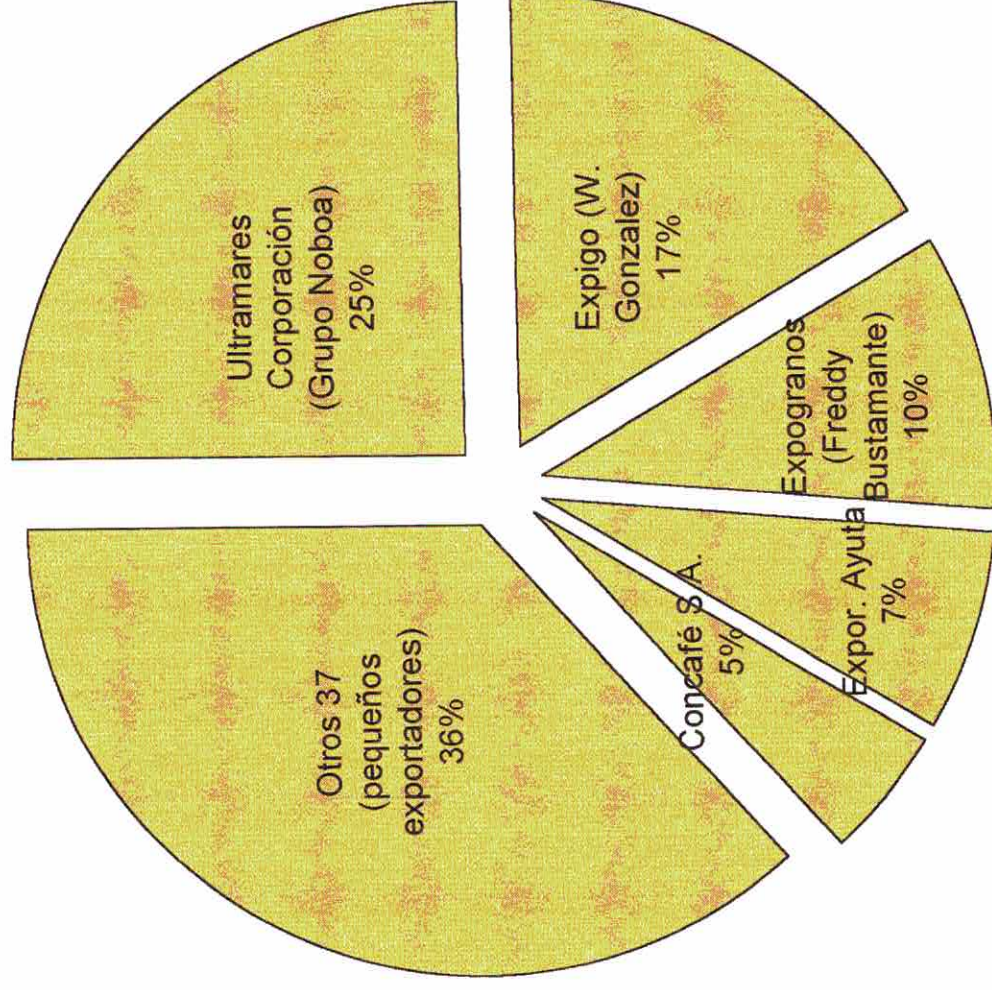
Evolución de las exportaciones de café ecuatoriano en grano y solubles

Evolución de las exportaciones de café en Ecuador 90-98
(sacos de 60 Kg.)



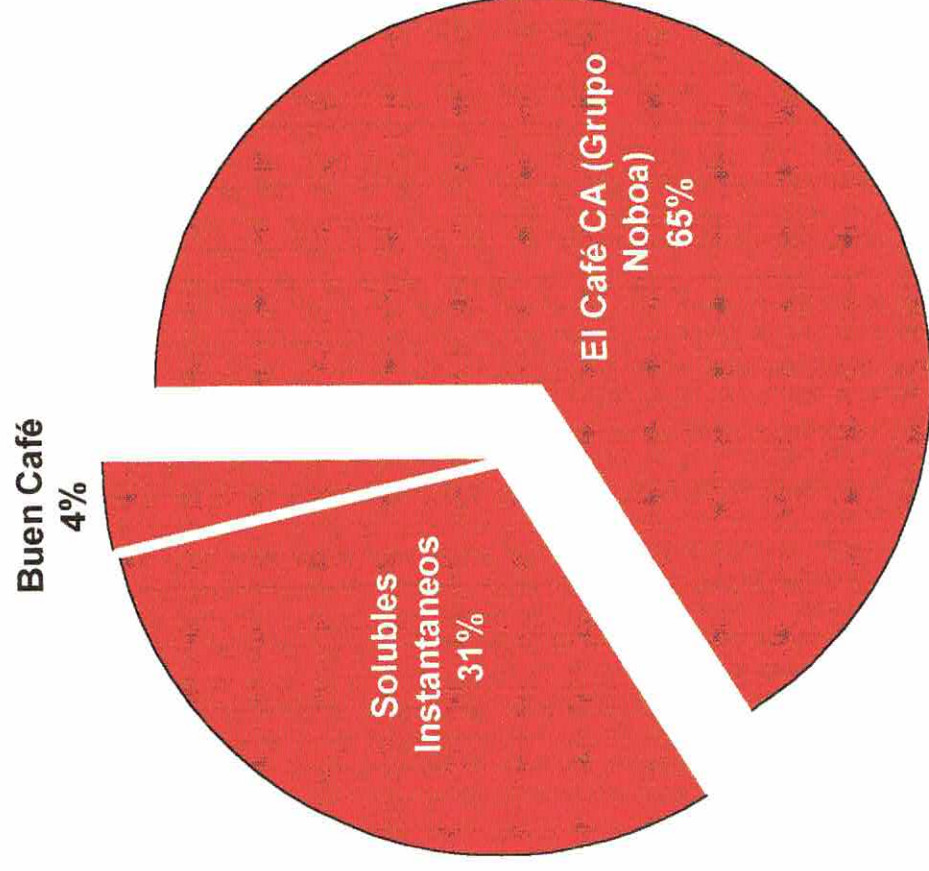
Concentración del sector exportador

Los principales exportadores de café ecuatoriano (1998)



Y, más todavía del sector industrial...

Principales industrias de café elaborados en el Ecuador



**Diferenciales de precios del
café ecuatoriano (en años
normales 1995-1999)**

Arábica lavado: - 15 (Nueva York)

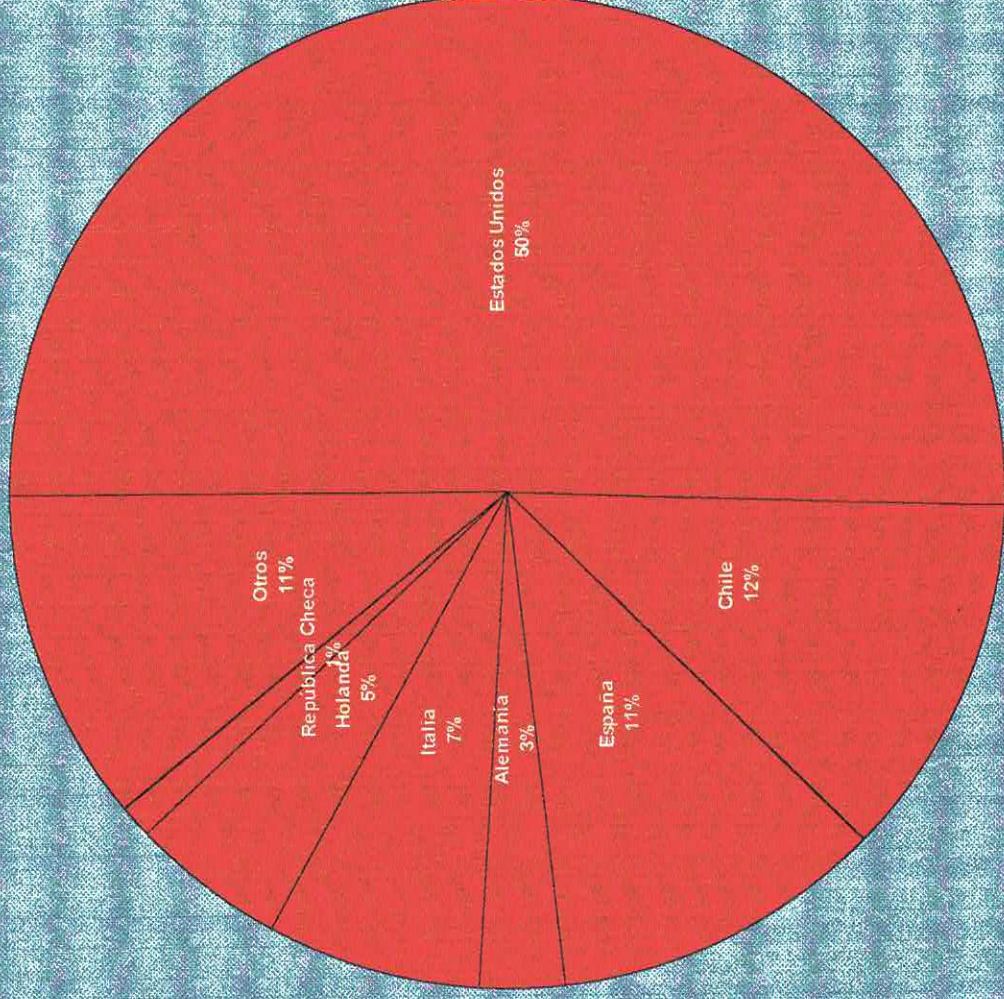
Arábica Natural: -30 (Nueva York)

Robusta Natural: - 7 (Londres)

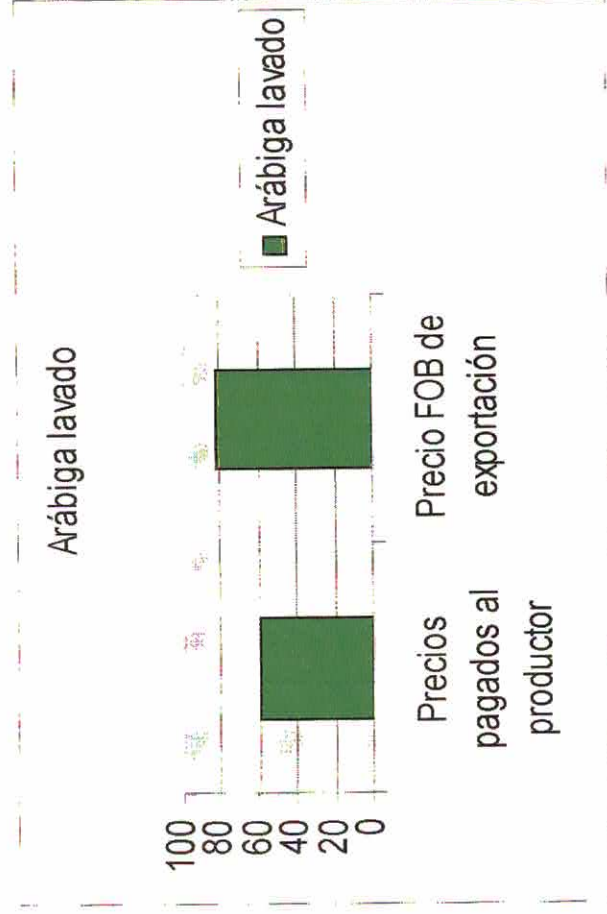
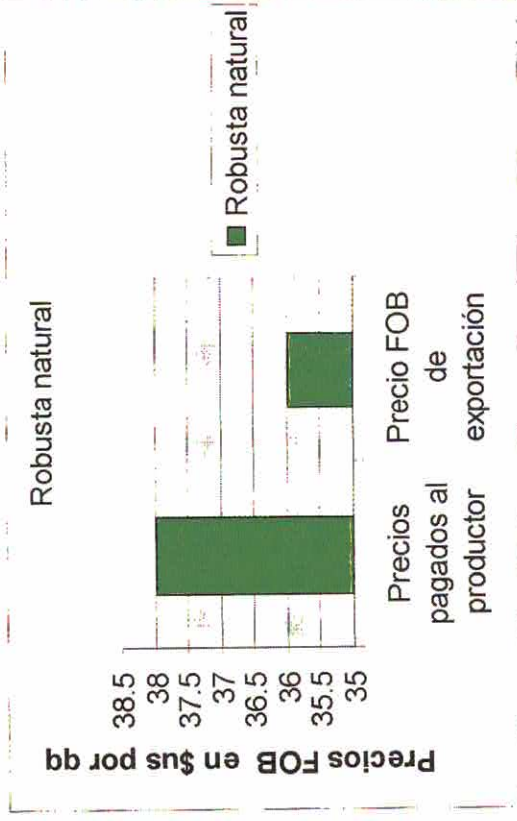


Destino del café ecuatoriano en grano

Principales países importadores de café en grano 1998



Precio pagado al productor comparado al precio FOB de exportación:





**La existencia de un organismo
de concertación intersectorial
y de definición de las
políticas cafetaleras:**

EL COFENAC

El Consejo Cafetalero Nacional (COFENAC), creado mediante una Ley Especial en 1995, es un organismo de derecho privado, con finalidad social, encargado de organizar y dirigir la política cafetalera del país.



**La máxima instancia del COFENAC
es el Consejo Superior compuesto
de 7 miembros:**

- **El Ministro de Agricultura y Ganadería
(Presidente)**
- **El Ministro de Comercio Exterior
(Vicepresidente)**
- **El Presidente de ANECAFE (Asociación
Nacional de Exportadores de Café)**
- **Un representante de los industriales del café**
- **Un representante de FENACAFE (Federación
Nacional de las Cooperativas Cafetaleras)**
- **Un delegado de los caficultores Independientes**
- **Un delegado de los Caficultores de la Región
Amazónica**



El COFENAC está financiado mediante un impuesto parafiscal del 2% sobre el valor FOB del café en grano. Estos fondos están destinados:

80% para crédito a los productores con una tasa de interés del 50% de la tasa referencial del banco central

10% para Investigación

10% para Administración



Importancia del Sector ✓
Agropecuario en la
Economía Ecuatoriana



Indicadores principales de
la Caficultura en el Ecuador ✓



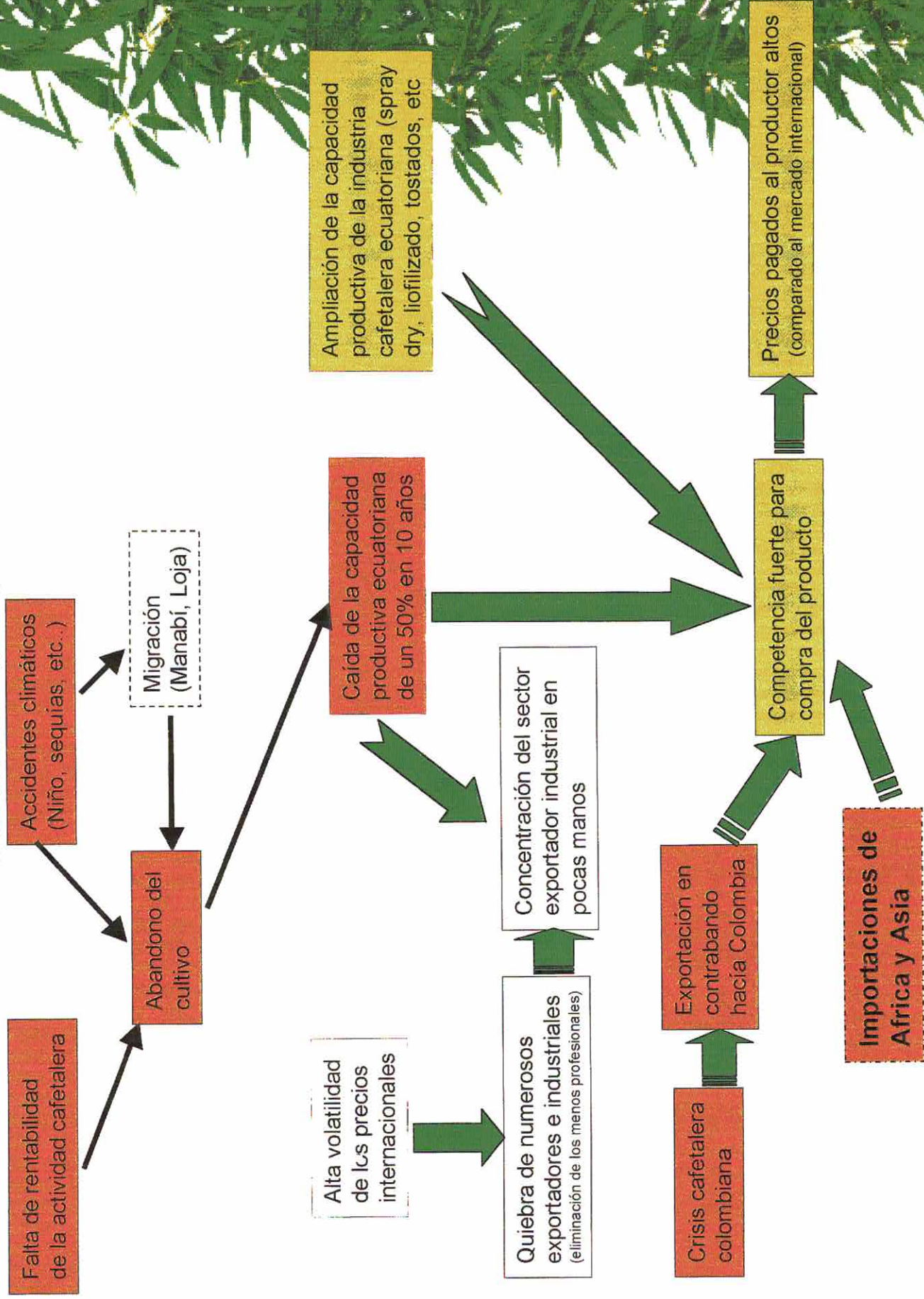
Limitantes al Desarrollo
Cafetalero



Principales Políticas
Defendidas por los
productores organizados



Un mercado coyunturalmente favorable al productor pero no sostenible en el futuro



PROBLEMAS CLAVES PARA EL SECTOR PRODUCTOR ECUATORIANO

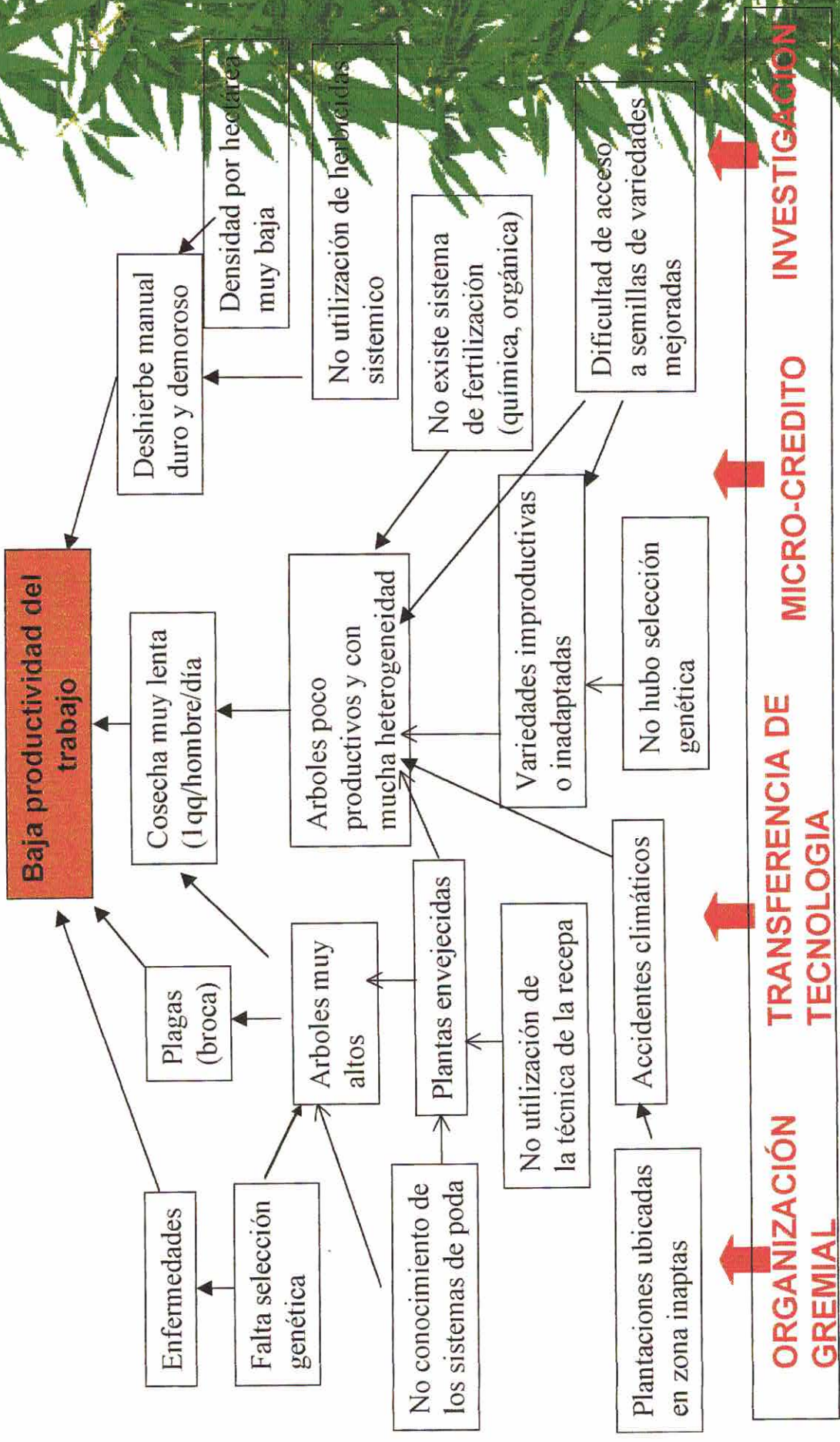
 **Baja productividad del
trabajo de los productores**

 **Precios bajos pagados a los
productores**

 **Acceso difícil a los servicios
básicos (vías de comunicación,
electrificación, salud,
educación, etc...)**

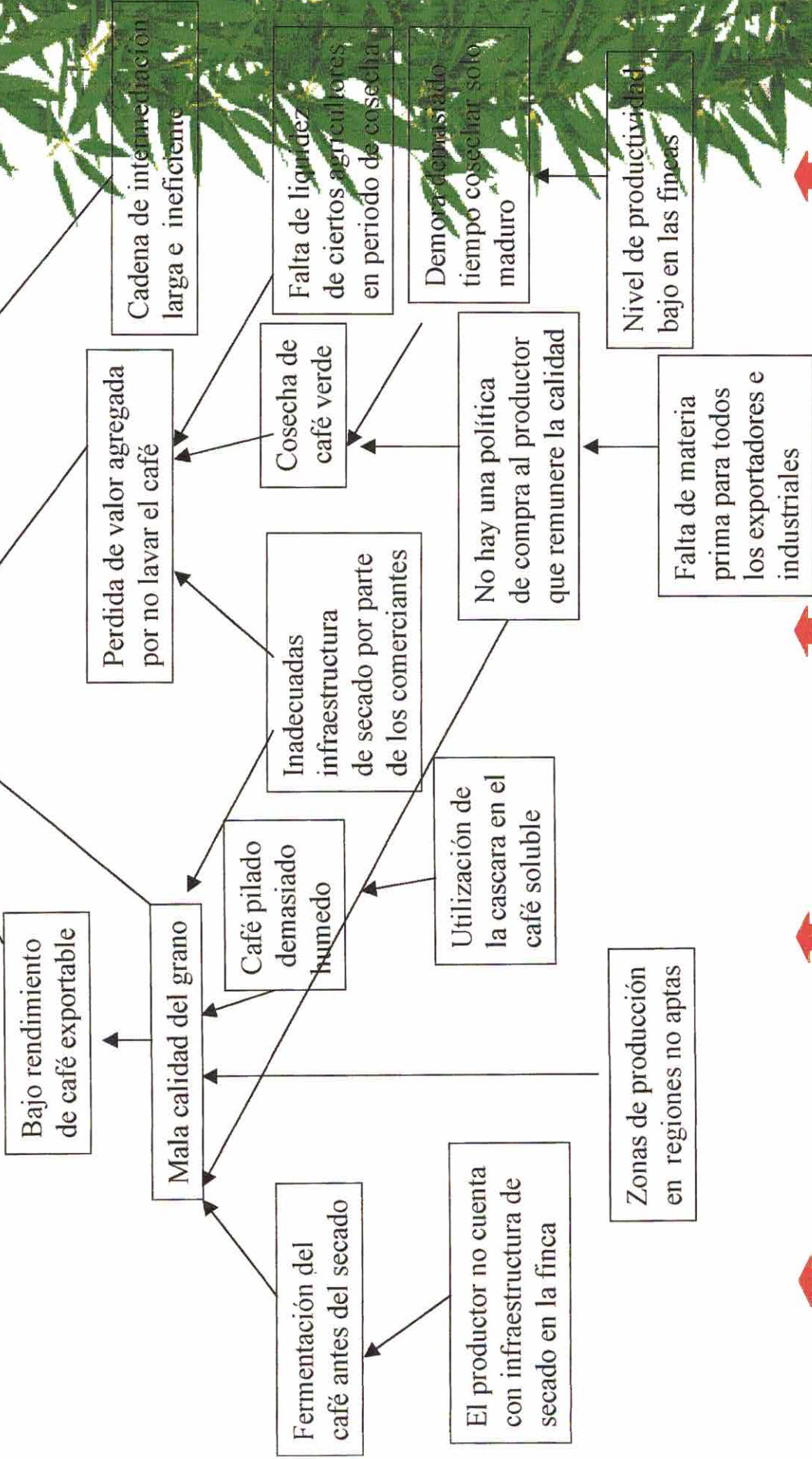


LAS CAUSAS DE LA BAJA PRODUCTIVIDAD DEL TRABAJO



LAS CAUSAS DEL BAJO PRECIO PAGADO AL PRODUCTOR

PRECIO DE COMPRA BAJO AL PRODUCTOR



ORGANIZACIÓN GREMIAL

TRANSFERENCIA DE TECNOLOGIA

MICRO-CREDITO

INVESTIGACION

FOTO



Grupo de Transferencia de Tecnología con un técnico de la
CORECAF



**Importancia del Sector
Agropecuario en la
Economía Ecuatoriana**



**Indicadores principales de
la Caficultura en el Ecuador**



**Limitantes al Desarrollo
Cafetalero**



**Principales Políticas
Desarrolladas por los
productores organizados**





1) Fortalecimiento de la CORECAF como principal gremio de los productores ecuatorianos con vocación de servicios (Asistencia Técnica, Investigación, Microcrédito, capacitación gremial, etc) financiado por la parafiscalidad

2) Exportación directa del café por asociaciones de productores regionales y/o alianzas con exportadores “progresistas”:

- * Arábica orgánico**
- * Robusta convencional**
- * Mercado solidario**



3) Consolidación del COFENAC como organismo de negociación multisectorial, y definición de políticas cafetaleras.

4) Conformación de alianzas estratégicas entre diferentes organizaciones de productores de países andino

FOTO

En Conclusión:

La caficultura ecuatoriana se encuentra ante el siguiente desafío: volverse una actividad rentable para el productor o desaparecer.

Para ganar este desafío el sector cafetalero en su conjunto deberá enfrentar en los próximos años

tres grandes retos:

- ★ Mejorar la productividad del trabajo de los productores
- ★ Mejorar la calidad del grano mediante una política de comercialización transparente
- ★ Consolidar el fortalecimiento de la CORECAF.





ENCUENTRO ANDINO DE PRODUCTORES CAFETALEROS

Av. Arequipa 375 - Lima - Telf: 332-7914 / Telefax: 433-1477 / E-mail: jncperu@terra.com.pe

"LA PRODUCCION CAFETALERA EN LA REGION ANDINA : LIMITACIONES Y OPORTUNIDADES"

Comisión
Organizadora:



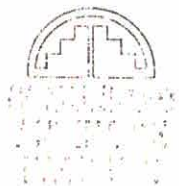
FECAFEB
Federación de Caficultores
Exportadores de Bolivia



Ing. Raúl Del Aguila Hidalgo
Presidente Junta Nacional del Café



**Junta
Nacional
del Café**



**LA PRODUCCION CAFETALERA
EN EL PERU- SITUACIÓN Y
PERSPECTIVAS**

JUNTA NACIONAL DEL CAFE

EL CAFÉ

- Genera más del 40 % de divisas del sector agro-exportador.
- 117.526 familias de productores.
- Involucra indirectamente a cerca de 1'000,000 de peruanos (producción, transporte, industria y exportación.).
- 230,544 hectáreas.



CAFÉ: PRODUCTORES, ÁREA, PRODUCCIÓN Y RENDIMIENTO (1999)

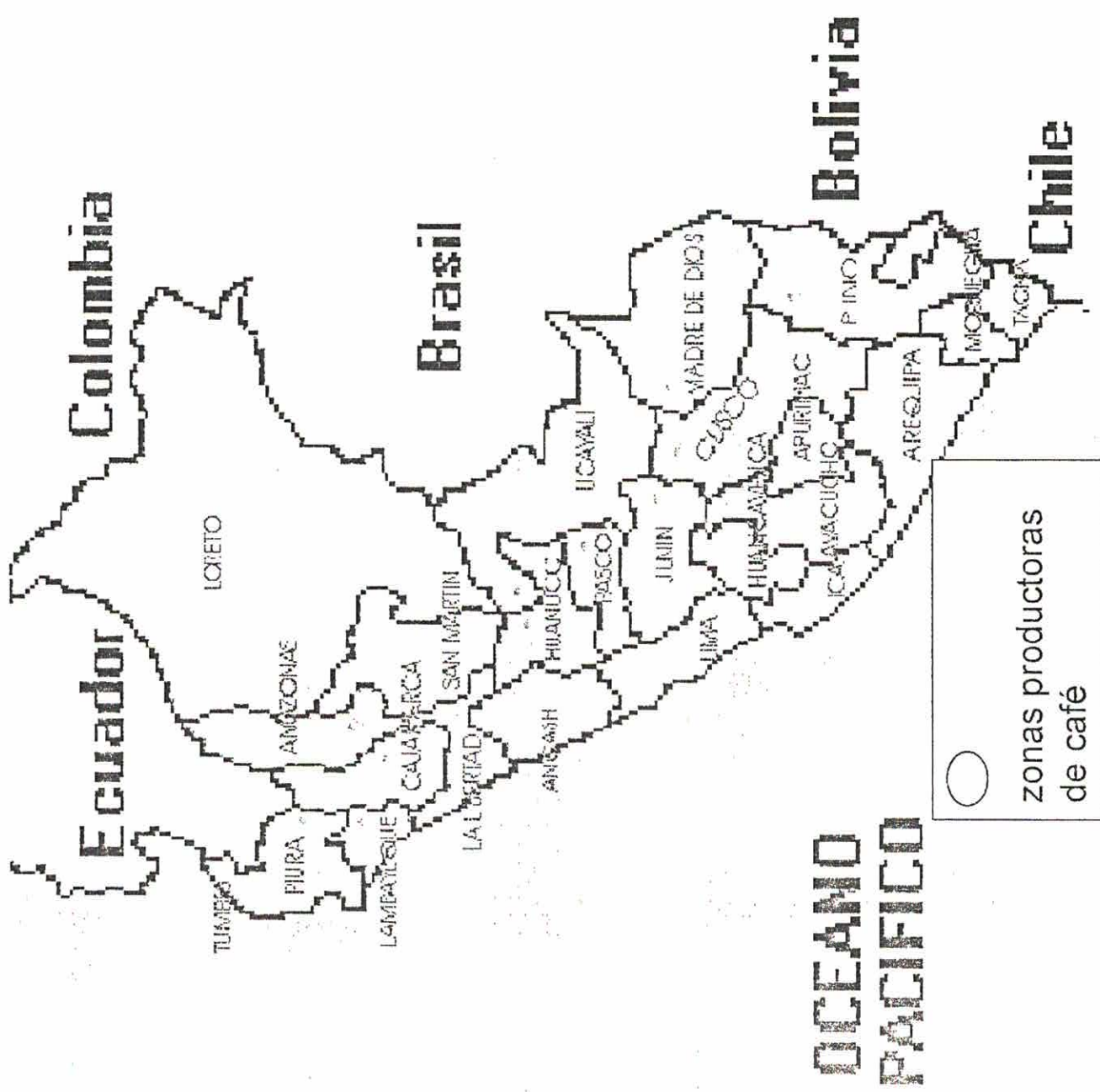
Departamentos	No. Productores	No. Há.	Produce. (QQ)	Rend. Kilos/Ha.
1. Piura	9,450	7,680	76,800	460
2. Lambayeque	976	1,245	16,185	598
3. La Libertad	237	387	5,418	644
4. Cajamarca	27,268	48,036	672,504	644
5. Amazonas	12,830	23,319	338,126	667
6. Pasco	3,230	7,190	125,825	805
7. Huánuco	4,340	5,210	67,730	598
8. Junín	17,219	58,938	813,344	635
9. Ayacucho	4,870	7,305	94,965	598
10. Cusco	18,557	37,225	483,925	598
11. Puno	4,728	7,092	92,196	598
12. Ucayali	1,016	1,307	19,605	690
13. San Martín	12,680	25,360	436,192	791
14. Madre de Dios	125	250	3750	690
TOTAL	117,526	230,544	3'246,565	644

Fuente: MINAG/OIA - CENAGRO Elaboración: JNC.

CAFÉ: PRODUCCIÓN SEGÚN REGIONES - 1999

REGIONES	No. PRODUCTORES	No. Hás.	PRODUCCIÓN (QQ)	RENDIMIENTO (KILOS/HIA)
1. NORTE	63,441	106,207	1'545,225	670
2. CENTRO	25,805	72,645	1'026,504	650
3. SUR	28,280	51,872	674,836	598
TOTAL	117,526	230,544	3'246,565	639

Fuente : MINAG-OIA/ CENAGRO Elaborado : JNC



EL CAFÉ



- 25% de productores organizados.
- 18 empresas concentran el 90% de las exportaciones.
- Las exportaciones de 1998 en quintales (1qq=46kg) fue de 2'543,325 y en 1999 fue de 3'139,996, incrementándose en 23.46%. En valores US\$ FOB fue de 285'448,000 y 264'653,825 dólares respectivamente.

CAFÉ: PRODUCCIÓN Y EXPORTACIÓN (93-99)

Año	Producción	Exportación	Valor Exportaciones (Miles US \$)
93	85,603	45,600	56,063
94	91,340	63,421	186,281
95	96,697	105,628	283,761
96	106,105	100,556	222,648
97	114,205	98,864	399,809
98	119,800	116,200	285,448
99	149,341	144,439	264,653

Fuente : Aduanas Elaboración: JNC

PROBLEMÁTICA DEL SECTOR CAFETALERO

- Dispersión de las unidades agrícolas.
- Bajos niveles de producción y de productividad.
- Baja rentabilidad.
- Sistemas inadecuados de comercialización de insumos y de productos.
- Limitada capacidad en la gestión empresarial.
- Escasa incidencia de la transferencia de tecnologías.
- Falta de información sobre las unidades agrícolas.

USO DE TECNOLOGÍA EN EL CULTIVO DE CAFÉ: 1999

Tipo de Tecnología	% del total de Ha.	Número de Hectáreas	Rendimiento promedio x Ha. (QQ)	Total cosecha (QQ)
* Sin tecnología.(x)	81	186,741	10	1'867,410
* Tecnología media.	17	39,192	28	1'097,376
* Tecnología de punta	2	4,611	60	276,660
Total	100	230,544		3'241,446

(x) Simole recolección Fuente: CENAGRO /JNC

PROBLEMÁTICA DEL SECTOR CAFETALERO

- Tenencia de tierras (titulación).
- Infraestructura vial en las zonas de producción.
- Dificultad de acceso al crédito.
- Bajo consumo interno de café.
- Falta estandarización de la calidad del café.
- El Estado no define su rol con respecto a este sector.
- Falta de institucionalidad.

**ORGANIZACIONES GREMIALES DEL
SECTOR**

- CAMARA PERUANA DEL CAFÉ.
- JUNTA NACIONAL DEL CAFÉ.
- ADEX.
- SOCIEDAD NACIONAL DE INDUSTRIA.
- APECAFE.

ORGANIZACIONES DEL ESTADO, PRIVADAS E INTERNACIONALES.

• MINISTERIO DE AGRICULTURA.

• PROMPEX.

• SENASA.

• INDECOPI

• AID

• NN.UU

• GTZ

• ONG'S

• INADE

• GOBIERNOS REGIONALES

• GOBIERNOS LOCALES.

PROYECTOS

- Proyectos de desarrollo alternativo.
- PROCAFE
- Proyectos del INADE
- Proyectos de ONG's.

VISION

✓ LA CAFICULTURA NACIONAL EN LOS PROXIMOS AÑOS DEBERÁ EXISTIR COMO UN SECTOR BIEN ORGANIZADO, CON ORGANIZACIONES DE PRODUCTORES SOSTENIBLES, COMPETITIVAS Y ARTICULADAS AL MERCADO, CON UN CAFÉ DE ALTA CALIDAD.



¿QUÉ HACER PARA LOGRARLO?

- ✓ CONTAR CON UNA POLÍTICA CAFETALERA CONCERTADA ENTRE TODOS LOS ACTORES DE LA ACTIVIDAD CAFETALERA Y EL ESTADO, PARA EL MEDIANO Y LARGO PLAZO.
- ✓ LA ASIGNACIÓN DE RECURSOS FINANCIEROS.
- ✓ LA FORMACIÓN DE RECURSOS HUMANOS.
- ✓ LA PROMOCIÓN DE LA INVERSIÓN PRIVADA.

¿QUÉ OPORTUNIDADES TENEMOS?

- ✓ EXCELENTES VENTAJAS PARA PRODUCIR CAFÉ DE ALTA CALIDAD.
- ✓ CULTIVO ALTERNATIVO A LA COCA.
- ✓ ESTACIONALIDAD DE LA COSECHA (producción entre abril-Julio).
- ✓ GENERACIÓN DE EMPLEO.
- ✓ BIODIVERSIDAD (EVITA LA DEFORESTACIÓN).
- ✓ EL MERCADO INTERNO

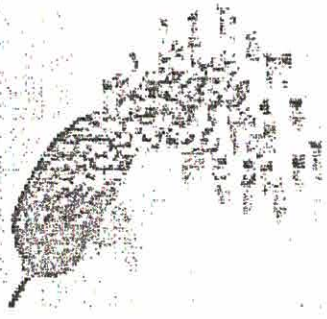
¿QUÉ IMPLICA ESTO?

✓ Desarrollar la Institucionalidad del sector cafetalero, con la participación de todos los actores y desde luego el Estado, pero un Estado dentro del ente privado, sin poder de decisión absoluta. La dirección debe estar en mano de todos los involucrados.

¿QUÉ DEBERÍAMOS HACER PARA DESARROLLAR ESTA INSTITUCIONALIDAD?

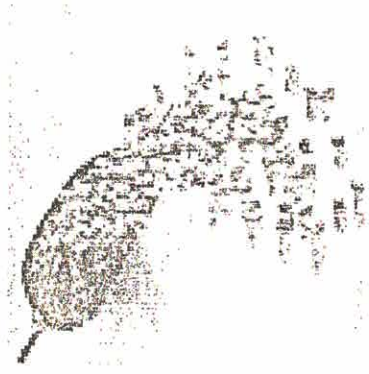
- ✓ Empezar cuanto antes.
- ✓ Concertar y trabajar en aquellas actividades y objetivos que sean comunes a todos los involucrados.

¿CUÁLES SON ESTOS OBJETIVOS Y ACTIVIDADES?

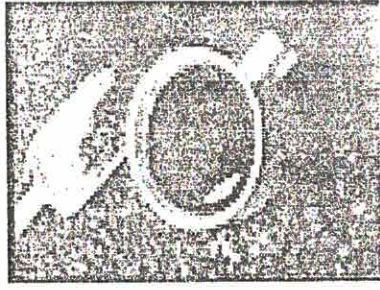


- ✓ **Objetivos principal:** Mejorar la calidad e imagen del café peruano.
- ✓ **Actividades:** Asistencia técnica, participación en ferias, promover el incremento del consumo de café en el mercado interno, estandarización del café, articular proyectos de cooperación internacional, censo cafetalero, propiciar condiciones para el crédito en al sector.

¿QUÉ NO DEBERÍA HACER?



✓ Comercializar café.

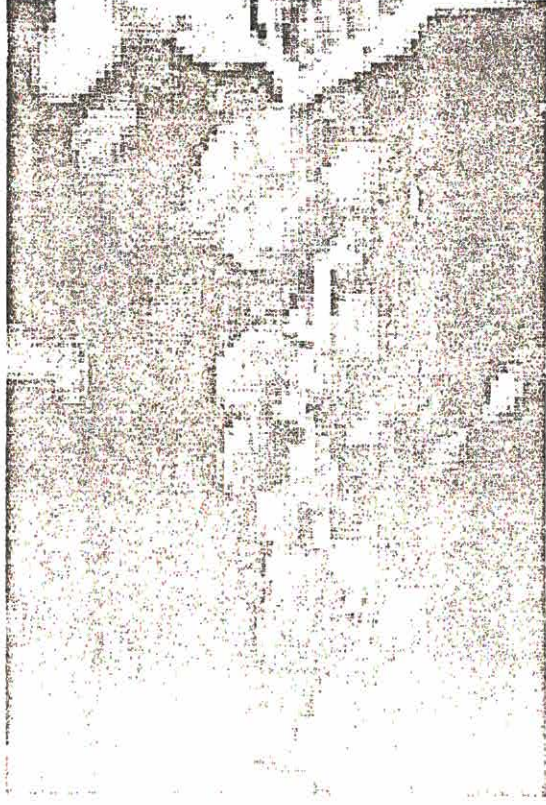


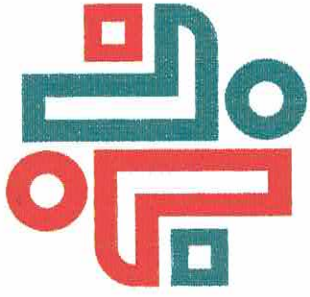
EL MERCADO DEL FUTURO

Los próximos años vamos a tener un mercado altamente competitivo con sobre producción, en el cual tendrán preferencia los cafés estandarizados y de alta calidad, para lo cual es importante la concertación de todos los actores y el diseño de políticas de mediano y largo plazo. Por ello es necesario que los esfuerzos del país sean regulados, por una institucionalidad fuerte y sólida.

LA CALIDAD DEL CAFÉ

- ✓ La calidad del café comienza desde que el productor selecciona la semilla para sembrar y se determina cuando la acepta el consumidor.





Trends of business responsibility in the coffee sector the example of Fair Trade

Bert Beekman
NovoTRADE Consult



There are 3 important trends in the food business in general, and the coffee sector in particular, I want to make a quick review with you:

1. Integrated chain management
2. Social responsibility of business community
3. The environmental response of business to growing health concerns of consumers and politicians.



1. The following notions are related to integrated chain management:

- supply chain management
- just in time delivery
- ISO certification
- Total quality management / HACCP
- Product liability

Smooth supply chain management is a precondition for social and environmental labeling. This explains why the resistance of business to Fair Trade has been decreasing.



2. The following notions are related to Social Responsibility:

- profit allocation to charitable goals
- association with charitable organizations
- business as responsible community member
- giving the anonymous (international) trade a name and a face again
- ownership
- supplier – customer partnership

social labeling: well known certification and labeling systems are CEPAA's¹ SA8000 and FLO's² fair trade labeling (Max Havelaar and TransFair)

¹ Council of Economic Priorities Accreditation Agency (US based) Social Accountability certification system.

² Fair Trade labelling Organisations (EU based)



3. The following notions are related to Environmental

Responsibility:

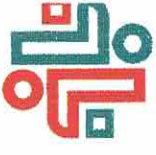
- health concerns
- environmental (ecological/organic) labeling
(Ifoam compatible like OCIA and non Ifoam compatible like Rainforest Alliance's Better Banana)
- biodiversity (translated into the Shade coffee trend)



- sustainable development: most comprehensive concept, including social issues (livability of the planet for future generations).
Integrated chain management, social responsibility and environmental responsibility are closely interlocked. By now it is broadly recognized that the business community, being the most dynamic social force of change, has a major responsibility for shaping the globe's future. Nobody can hide any longer behind the broad shoulders of the Government. But change is occurring at a slow pace:



- **as always, there is a conflict between the common interest and individual interests. Very few people, including members of the business community, want to be the first in implementing change. That is (or seems) expensive and risky.**
- **Most companies are scared about third party interference in their business and prefer internal auditing of their self declared mission statement**



–and Codes of Conduct over third party verification of compliance with public standards.

4. I have been one of the founders of the Fair Trade Labeling movement in Europe³. Fair Trade is in this case understood as a combination of:

- Price incentive over market prices
- Floor price guarantee
- Prefinancing and credit
- Direct producer – importer relationship
- Lasting commercial partnership

³ In November 1988, the Dutch Max Havelaar label was the first fair trade label to be launched in Europe. Since then, fair trade labeling expanded to 17 countries world wide, including recently the USA, under the brand name of Max Havelaar or as TransFair (the case of the USA)



- Transparency
- Small scale farmers and workers are the beneficiaries



5. Experience over the 10 years has shown:
- Consumers and industry are sensitive to the notion of Fair Trade
 - Tangible market shares are feasible, provided professional marketing is available (Fair Trade coffee in Switzerland covers a stable market share of 5%, in bananas even 20%; fair trade coffee sales in the UK have shown sustained growth rates of around 25% per year since its launch; total coffee volume per year: 14.000 ton and bananas > 20.000 ton, i.e. substantial



6. Even with the success of fair trade hitherto, the fair trade market segment maintains the characteristics of a small, inflexible market niche, where the price is largely predetermined and sales are nearly exclusively limited by demand. Hence, a responsible producer strategy cannot be limited to the maximization of fair trade sales. All market segments should be explored. An optimal producer strategy spreads its risks over the different segments of the market, notably: the conventional mass market, the gourmet market, the different ecological niches as well as Fair Trade.



7. Experience has shown also that for lasting success from the point of view of the beneficiaries, the hardware (money and markets) is not sufficient. The software is equally or even more important, including:

- Information
- Organization
- Management (support)
- Human relationship, mutual respect and cultural interlocking between the different operators along the chain.
- Environmental concern

This is the real challenge of PARTNERSHIP and SUSTAINABLE DEVELOPMENT.

I would like to call coffee producers, traders and the industry to find ways to develop real partnerships, integrating social, health, environmental, sustainability and quality concerns in one single strategy. It takes time and a serious investment, but it pays off and is much more satisfactory than making money by overexploitation of people and nature, to return part of the profit to mitigate the damage. The only road to success, however, is a comprehensive integrated and professional approach to ensure visibility and consumer response.