
Perspectivas de la política económica internacional del café*

José Alberto Pérez Toro Ph.D. **

Resumen

Reconocido el comportamiento cíclico de la industria cafetera nacional a lo largo del siglo, nos proponemos analizar la dinámica y competitividad ganada por el sector desde tres escenarios estratégicos, que incidieron en el crecimiento de la economía nacional. El primer escenario es el que estudia el cambio en las condiciones mundiales del mercado, afectado por la evolución de la estructura de la oferta y la demanda del producto, y se analiza también el efecto de la combinación de factores productivos en el crecimiento. El segundo escenario, explora el efecto de las exigencias y reclamos que efectúan los cafeteros y productores nacionales frente a las exigencias políticas que implican sostener el nivel de ingreso real generado por las fincas productoras. El tercer factor, se identifica con la línea de la política económica internacional que se proyecta como tendencia

* El trabajo que presentamos resume algunos aspectos consignados en un trabajo más amplio que registramos en la Dirección de Investigación de la Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano, con el número de Referencia 326-06-10, y que fue aprobado por dicha instancia académica.

** El doctor Pérez Toro es profesor titular en la Facultad de Ciencias Jurídicas y Políticas en el programa de Relaciones Internacionales de la Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano. Ofrece las asignaturas de Relaciones Económicas Internacionales y de Política Económica de Colombia. Tiene títulos de Ingeniero Industrial en la Universidad de los Andes, diploma en Desarrollo Económico y M. Phil en Estudios Latinoamericanos en la Universidad de Oxford. Realizó estudios de doctorado en Ciencias Sociales en UNW en el 2001 y en Historia en la Universidad Nacional de Colombia en el año 2010. Como profesional ha sido funcionario en la Federación Nacional de Cafeteros, Planeación Nacional, Anif, Incomex, Proexpo, y el Ministerio de Comercio Exterior. Por varios años se ha desempeñado en calidad de profesor universitario.

Sus investigaciones más recientes son:

"Universidad y gerencia en el medio internacional. Investigación, innovación y competencias". Revista Universidad y Empresa (revista indexada) Universidad del Rosario. Diciembre de 2009, No. 17. 156-182.

"Colombia frente al sistema comercial adoptado por los Estados Unidos". Armenia: Kinesis. Mayo 2010.. En colaboración con Juan José Botero Villa.

"Ciclos económicos cafeteros". I Encuentro de centros CLACSO. 29 y 30 de septiembre de 2010. Las ciencias sociales en América Latina. Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano.

"Negociaciones de TLC Colombia-Estados Unidos". Revista Análisis Internacional. Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano. 2010. No 2. Diciembre de 2010.

"Colombia y al idea económica de la industrialización. 1946-2000". Tesis de doctorado. Universidad Nacional de Colombia. Octubre 8 de 2010. Registro: 335. Folio: 23. Libro 8. Número 25524.

"Tratado de Libre Comercio. Colombia-Estados Unidos". 2009. Bogotá: Revista Expeditio. Mayo de 2011. No 6. Pp57-68. Publicación Universidad de Bogotá: Jorge Tadeo Lozano.

que agrega valor y que le permite a los actores obtener mayor participación a lo largo de la cadena internacional de valor.

Palabras clave: Ciclo económico, mercado cafetero, innovación, competencias, cadena de valor, gremio cafetero.

Abstract

Colombian coffee economy experienced a cyclical growth pattern along the twentieth century. Thanks to coffee industry dynamism in the world market, producers gained competitiveness through microeconomic developments in three scenarios that conditioned growth in the national economy. The first scenario is explained through the study of changing conditions in the world market that affected the supply market structure of local producers and contributed through factor productivity to sustain growth in the national economy. Secondly, by exploring conditions to improve local market prices we understand how national coffee fund, helped to sustain income in the local market. Thirdly, the paper makes proposals to develop new competitive formulas to add value into coffee business, as the supply change management approaches offers new alternatives to coffee growers to gain participation in the trading and detail world markets.

Keywords: Economic cycle, coffee market, innovation, competences, supply chain, coffee growers.

Introducción

De cara al desempeño del mercado mundial del café en la última década, es interesante repasar los acontecimientos históricos que caracterizaron el avance de la industria emblemática del país, por la línea de competitividad de la industria, y contrastar mediante el uso de un escenario estratégico que permita efectuar una “*foresight*” y explorar la conveniencia de persistir en el modelo cafetero tradicional del país o buscar nuevas estrategias de política económica internacional.

Reconocido el comportamiento cíclico de esta industria a lo largo del siglo, nos proponemos analizar la dinámica y competitividad ganada por el sector desde tres escenarios estratégicos, que inciden en el crecimiento de la economía nacional. El primer escenario es el que estudia el cambio en las condiciones mundiales del mercado, afectado por la evolución de la estructura de la oferta y la demanda del producto, y se analiza también el efecto de la combinación de factores productivos en el crecimiento. El segundo escenario, explora el efecto de las exigencias y reclamos que hacen los cafeteros y productores nacionales frente a las necesidades políticas que implican sostener el nivel de ingreso real generado por las fincas productoras. El tercer factor, se identifica con la línea de la política económica internacional que se proyecta como tendencia que agrega

valor y que le permite a los actores obtener mayor participación a lo largo de la cadena internacional de valor.

1. Colombia y el cambio en las condiciones del mercado cafetero mundial

En el nuevo milenio, el problema de los productos que cifran sus esperanzas productivas en el desempeño económico de la finca cafetera, proviene de la presión por competir con su producto en los países desarrollados, adelantando estrategias competitivas que les permita a los productores ganar participación en la cadena de suministros de un producto. La Ronda de Doha como organización que propone cambios institucionales en el mercado de los productos agrícolas, sugiere dentro de las mejoras comerciales, incrementar la participación de los productores y países en la cadena producción-distribución en el ámbito nacional e internacional. El objeto de este cambio institucional, consiste en mejorar la participación de los países productores en la cadena internacional que genera y agrega valor.

Para entender esta propuesta institucional, observamos que ante las nuevas tendencias de los mercados, la política económica apoya cambios en el modelo de producción y distribución, pensando en impulsar en la primera fase de la cadena, cambios como los que introduce el modelo de producción del comercio justo u optimizar su posición comercial como propone La Ronda Doha. Para el primer caso de acceder a los mercados, el mercado del café experimenta una tendencia hacia la diversificación del consumo, acogiendo formas de presentación del producto a fin de satisfacer los gustos del consumidor. Para atender este cambio, se negocia con la oferta de cafés especiales de mejor calidad, y que sean saludables para el consumidor. Este concepto distingue entre la práctica de tomar café producido con abonos con muchos químicos y sujeto a modificaciones genéticas, por los nuevos tipos de café que requieren de una siembra y producción distinta, caracterizada por la siembra de cafés sin cambios genéticos, y amigables al medio ambiente, lo que le otorga condiciones de origen, con efectos saludables y diferencias de sabor y presentación. El nuevo café especial, una vez tostado, y servido como capuchino, francés o expreso, permite al productor ofrecer calidad y una oportunidad para ganar la participación en la cadena de valor en la industria mundial. Los cafés identificados por su condición de origen, proporcionan acceso a nuevos nichos del mercado, y la oportunidad de ofrecer un producto de origen de alta calidad (Gómez y Echeverri, 2003). Estos cafés de origen, han tenido un gran desarrollo en años recientes y atienden nichos de mercado con mayor poder adquisitivo. Esta modalidad representa un 10 por ciento del mercado internacional, y para generar niveles de rentabilidad más altos, las naciones buscan ingresar en el negocio de los cafés “especiales” y con ello tratan de compartir en segmentos de mayor remuneración de la cadena de internacional de valor. Agencias nacionales como la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia, aprobó desde el año de 1996, una nueva normatividad enfocada al desarrollo de cafés especiales (Pizano, 2001). El objetivo de la

nueva normativa, consistió en aprovechar la diversidad climática de las regiones Colombianas, determinadas por la geografía, calidad de la tierra, prácticas culturales del cultivo, factores que en su conjunto agregan características particulares al producto final, como son el aroma y el sabor. En este medio, se venden lotes limitadas, caracterizadas por sus condiciones particulares, tales como forma y tamaño del grano, humedad, apariencia y aspectos sensoriales: olfativos y gustativos. Deben acogerse a prácticas culturales en materia de recolección, lavado y secado.

El trabajo de Cailleba y Casteran (2009) muestra un segundo elemento que caracteriza las nuevas modalidades comerciales con las cuales se compete en el medio cafetero mundial: por ejemplo la propuesta de prácticas como el comercio justo. La descripción de este modelo la presentan los autores en la obra *The fair trade coffee consumer* que muestra cómo en Europa, el 35% del intercambio se hace respetando el ingreso de los productores, del cual hoy se vende una porción comercial, cuyo valor asciende a 2.3 billones de euros en el 2007, producto que convertido por su tostión para el mercado detallista, reportara ventas de más de €660 millones de euros en dicho año, en comparación con 60 millones en el 2005. En cuanto al valor de café certificado, que es una forma de vender café en la modalidad de comercio justo, los autores referidos sostienen que en los Estados Unidos y Europa se celebran transacciones que colectivamente superan los 700 billones.

La modalidad macroeconómica de mercado, o comercio justo como lo definen Cailleba y Casteran sostiene que:

Fair trade is a trading partnership, based on dialogue, transparency and respect that seek greater equity in international trade. It contributes to sustainable development by offering better trading conditions to and securing the rights of, marginalized producers and workers" ... "In July 2006 one in five cups of filter coffee drunk in the UK are now being supplied from a "fair" source. Sales of Fairtrade coffee in the UK totalled £65.8m on 2005, up from £34.3m in 2003 (5 % of the UK market) although FairTrade coffee sales account for only 0.5% of the global market they remain well below the levels witnessed in the mid 1990.

El tercer componente que señala cambios en la estructura comercial de los productos agrícolas, se genera con base en los avances y propuestas de La Ronda de Doha, organismo multilateral en el cual se negocian formas nuevas de acceso a los mercados de los países industrializados y cuyas propuestas intentan desactivar el efecto de las ayudas y subsidios en la producción. La reflexión de este cambio institucional para efectos de entender la nueva dinámica del comercio, se entiende con base en los indicadores del Banco Mundial, que resaltan el efecto de la pérdida de participación de los países productores sobre el valor en taza de café. Newfarmer estima que de un total de 141 países en desarrollo, 95 de ellos dependen de las exportaciones de productos básicos para sus ingresos totales en divisas. Para el caso de Burundi, dependiente del mercado y producción del café, por lo menos del 75% de sus ingresos totales provienen de este mercado y Uganda el 54%. El enjuicia-

miento grave es que en el último país, los productores reciben tan solo 2.5% del precio final del café en taza vendida en el Reino Unido. En el mundo cerca de 25 millones de familias que producen o venden café para su subsistencia se ven afectados por esta desigual distribución (Newfarmer, 2006; Garay, 2009).

Las ventas globales de café en taza valen según los distintos cálculos efectuados por estos y otros autores como Stiglitz, que la estiman entre US\$ 100 billones y US\$ 130 billones anuales, de los cuales, los países productores reciben entre US\$ 15 billones y US\$ 17 (Stiglitz, 2006). Esta realidad reclama una mejor participación de los productores en la cadena productiva.

Competir en este mercado concentrado no es fácil, en virtud de las barreras de entrada que erigen las grandes multinacionales en los mercados en que monopolizan el consumo. La concentración industrial se evidencia en los Estados Unidos, donde la firma Procter & Gamble (P&G) produce la marca Folgers, Kraft produce las marcas Maxwell House y Yuban, y el conglomerado Sara Lee posee las empresas Hills Bros, Chock Full O' Nuts, MJB y Chase & Sanborn. P&G es la firma más grande en los Estados Unidos para la venta de productos para el hogar y Kraft Foods es la procesadora de alimentos más importante. Estas firmas venden muchos millones de sacos de café por billones de dólares de café en taza, de acuerdo con los estimativos de Cecafé¹.

2. Comercio y desarrollo económico

2.1. Aportes recientes

Comercio y desarrollo son dos temas que determinan la política económica internacional seguida por un país, en virtud del efecto que la venta externa de un producto primario produce en la línea del desarrollo. Recordemos que en los países en desarrollo se considera que el sector productor de bienes agrícolas es el que genera excedentes para la exportación, como es el caso del sector cafetero, actividad que es muy sensible a las señales de la demanda internacional. En el contexto interno de la economía, las externalidades que genera el incremento de la producción, promueve el crecimiento y el desarrollo. Este último efecto, proviene del incremento de la oferta que generan nuevas inversiones, y los procesos de innovación y aumento del producto determinado por la mayor productividad de los factores. El resultado de este impacto se puede comprobar empíricamente, ya que las cifras permiten ver que por cada punto que crece el producto bruto, el 20% de dicho aumento, se atribuye al aporte o contribución proveniente de la actividad exportadora. Este hallazgo se encuentra documentado en el trabajo escrito por Lewer (2003: 372-384) y otros autores, titulado "How large is international trade's

1 Cecafé. <http://www.cecafé.net/>. Tomado el 14 de junio de 2011. También ver "Market for coffee". Disponible en: <http://tutor2u.net/economics/revision-notes/as-markets-coffee.html> Tomado el 19 de septiembre de 2010. © Tutor2u Limited All Rights Reserved. AS Markets & Market Systems.

effect on economic growth?”, en el cual se incluyen estimativos con conclusiones semejantes².

El peso que se le asignó al comercio como factor de desarrollo es importante ya que como la afirman los referidos Lewer y van den Berg (2003), la contribución del comercio al crecimiento es del 22%, cifra que se ajusta con el hallazgo general encontrado para 402 ecuaciones de regresión simple apoyadas en varias pruebas muestrales, y que en conclusión por cada aumento de una unidad en el producto el 0,22 del incremento está determinado por el crecimiento del comercio. En otro modelo que agrupa 100 regresiones referidas a países y momentos económicos, la proporción positiva del intervalo de confianza frente a los coeficientes asociados dispone que el valor asociado al comercio, caiga en el intervalo del 82% de los casos. De los 299 coeficientes restantes analizados con la muestra, el aporte del comercio al crecimiento tuvo un efecto rezagado como lo sugiere la prueba de la raíz unitaria. El aumento del comercio y el del crecimiento del producto, expresados mediante una ecuación cuadrática, tuvo un coeficiente promedio del 26% de la variable comercio sobre el resto de las variables rezagadas. Para las otras 103 series que se les hizo la citada prueba de la raíz unitaria, tan solo se apartan del valor estimado del 22% un 8% de las ecuaciones cotejadas (Lewer y van den Berg, 2003: 370-375)³.

Medir de un año a otro, efectos como el de las discontinuidades en una serie de tiempo, es un proceso difícil, sin embargo, cuando se emplea el método de las series de tiempo, es posible apreciar los datos de otra manera. Esto es confiar en el rigor de una transformada matemática que recoja el efecto de la tendencia de largo plazo de la serie económica. Empleando la técnica del promedio móvil y la prueba de la raíz unitaria, se puede apreciar el efecto de los rezagos en los momentos de cambio en la tendencia de una función de producción. En estos cambios, sacan a la luz la tendencia de largo plazo y el comportamiento cíclico de la función de producción. De esta manera se encontraron las distintas fases del desarrollo económico en la función del producto bruto y las discontinuidades producidas por los cambios en las condiciones de los mercados⁴.

- 2 El trabajo de Joshua J. Lewer y Hendrik van den Berg (2003). “How large is international trade’s effect on economic growth?” *Journal of Economic Surveys*, Vol. 17, No. 3. 363-396, muestra que sobre un total de 402 regresiones se encuentran relaciones directas entre el crecimiento del comercio y el de la economía. Los modelos los agrupan en cuatro categorías. Muestran los referidos autores, que sobre un conjunto de 100 regresiones simples, el estimativo de las series de tiempo sugiere que el coeficiente de la ecuación es del 22%, indicativo que se ajusta con el hallazgo general encontrado para las regresiones calculadas con base en pruebas muestrales. En conclusión, por cada aumento de una unidad en el producto el 0,22 del incremento está determinado por el crecimiento del comercio. En otro modelo que agrupa 100 regresiones referidas a países y momentos económicos, la proporción positiva del intervalo de confianza frente a los coeficientes asociados dispone que el valor asociado al comercio, caiga en el intervalo del 82% de los casos. De los 299 coeficientes restantes analizados con la muestra, el aporte del comercio al crecimiento tuvo un efecto rezagado como lo sugiere la prueba de la raíz unitaria. El aumento del comercio y el del crecimiento del producto, expresados mediante una ecuación cuadrática, tuvo un coeficiente promedio del 26%. Para las otras 103 series que se les hizo la citada prueba de la raíz unitaria, tan solo se apartan del valor estimado del 22% un 8% de las ecuaciones cotejadas.
- 3 Lewer, J., y van den Berg, V. (2003). “How large is international trade’s effect on economic growth?” *Journal of Economic Surveys*, Vol. 17, No. 3, 363-396.
- 4 Ver el trabajo de Dickey y Fuller sobre el tratamiento a las series que contienen raíz unitaria y no son estacionarias. *Econometrica*, Vol. 49, 1981, 1057-1072. Se trata de conocer la tendencia de largo plazo y aislar el efecto cíclico de la serie.

2.2. Comercio y crecimiento

El fenómeno de la contribución del sector externo al crecimiento ha sido un suceso histórico muy estudiado, y en Colombia se asocia su aporte con el auge del sector cafetero, suceso económico que se manifestó desde los comienzos del siglo veinte. Dicho aporte al crecimiento, provino de las externalidades positivas y de los encadenamientos de la industria del café con otros sectores productivos. Notables acontecimientos históricos que se asocian con el grado de urbanización del país, que coincidieron con la industrialización, también brindaron cambios irreversibles en la economía o situaciones de “*Path-dependence*”, pero sin duda fue el café el factor que aportó con sus externalidades, los mayores aportes al crecimiento.

El importante concepto de las externalidades fue propuesto por Marshall y corroborado por el historiador Gerschenkron quien en su obra *Economic backwardness in historical perspective* (1962), expresó que actividades productivas como las del café y otras industrias que encadenan diversas actividades productivas, propiciaron cambios estructurales o permanentes en la economía. Este tipo de desarrollo ligado con la producción de otros sectores complementarios, permitieron que el país pasara de una situación precaria o de subdesarrollo, a registrar impulsos o discontinuidades económicas que aseguraron el ingreso del país al medio de la modernidad al ingresar en otras fases productivas más especializadas. Para el caso del café, la actividad productiva conformada por un gran número de pequeños y medianos propietarios, le permitió a la economía pasar de una situación de atraso propio del mundo precapitalista, a un estadio en que se promovieron inversiones, que a nivel agregado, permitieron la explotación de distintos negocios que generaron aumentos del ingreso. De la reinversión del excedente, el campo colombiano mostró mejoras en los ingresos y salarios rurales, situación que ayudó a financiar la modernización y a sostener la estructura de la demanda nacional.

Trabajos empíricos como el de los autores Gerhard et al. (1979) explican en la obra *Measuring the impact of primary commodity fluctuations on economic development: coffee and Brazil*, la existencia de vínculos virtuosos entre la actividad del café y la generación del ingreso bruto. Destacan estos autores, que al aumentar la producción y el empleo nacional, se amplió el tamaño del mercado interno y se presentó el efecto virtuoso de la mayor demanda agregada. Hechos históricos como los ilustrados, permitieron que los países cafeteros tuvieran acceso a un flujo continuo de importaciones esenciales para el desarrollo de la industria, atender el comercio y mejorar la estructura del consumo en la mayor parte de las regiones del país. En razón de que un dólar exportado de café generaba más valor agregado que el de otras actividades extractivas, los economistas explicaron de esta manera la razón que justificaba la sostenibilidad del modelo cafetero y lo convertían en fuente de desarrollo.

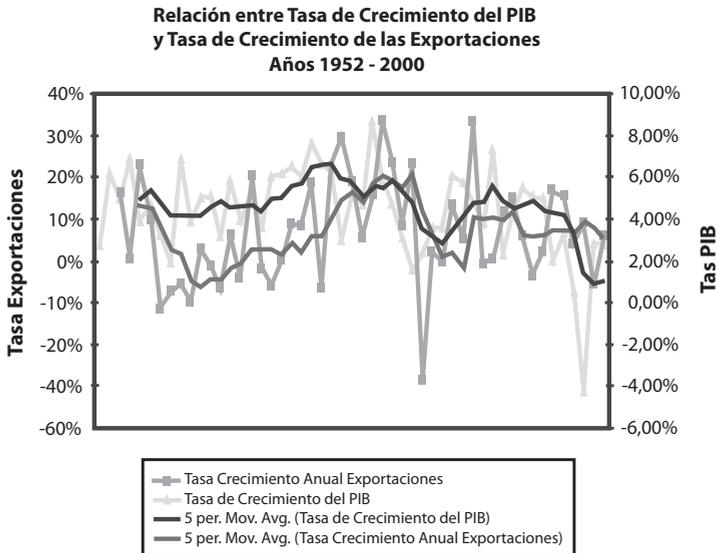
Hallazgos puntuales presentados por varios economistas sobre la incidencia de la actividad exportadora en el desarrollo, encuentran que en términos de apropiaciones impositivas, la industria movilizó recursos importantes para el fisco, y tasadas las exportaciones

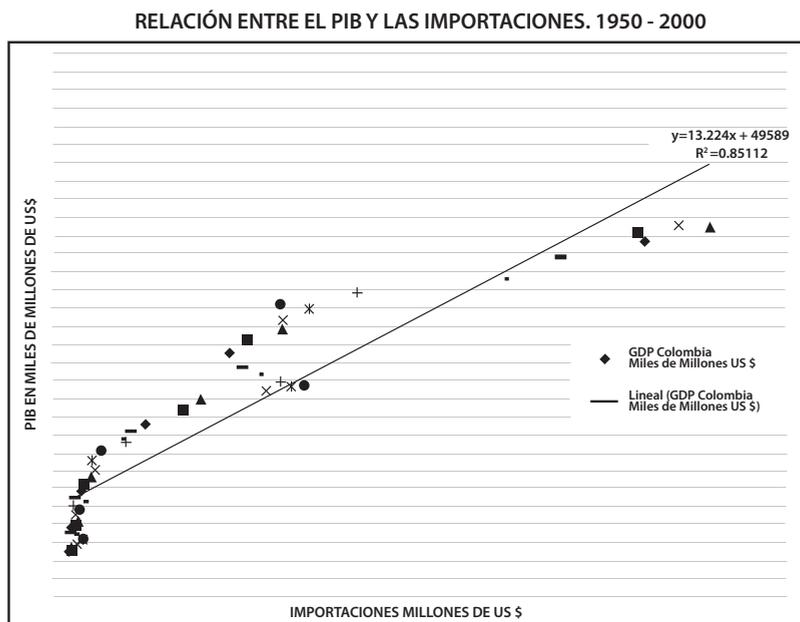
con gravámenes y contribuciones en especie, o valoradas por concepto del impuesto a la renta, a la propiedad y a las ventas, permitieron que los recaudos públicos aumentaron muchísimo. Con estos recursos directos e indirectos se dice que la industria del café ayudó a financiar las necesidades de inversión pública, hecho que se manifestó cuando el comercio exterior del café se gravó impositivamente en 1927 cuando se creó la Federación de Cafeteros, una vez en 1943 se creó el Fondo Nacional del Café y se introdujo el impuesto *ad-valorem* y con la reforma de 1967, se introdujo la retención cafetera. Estos cambios institucionales permitieron primero la capitalización del gremio cafetero y segundo adelantar programas de inversión social en las zonas productoras.

Entre las décadas de los años cincuenta y noventa, el mayor ingreso de los productores, permitió apoyar la actividad económica nacional, acumulándose recursos en moneda extranjera para financiar la importación de bienes de capital, tan indispensables para el avance de la industria manufacturera. Al facilitar la importación de maquinaria, equipo e insumos básicos, el sector productivo moderno se capitalizó y otorgó al país una ventaja competitiva en el mercado externo. El cuadro 1 muestra la relación entre las tasas de crecimiento del café, el PIB y la disponibilidad de importaciones frente al desempeño del producto.

Cuadro 1

Relación entre la tasa de crecimiento del PIB, las exportaciones y las importaciones. 1950-2000.





Fuente: Greco. Banco de la República. 2002. *El crecimiento económico colombiano en el siglo XX*. Director: Miguel Urrutia Montoya. Fondo de Cultura Económica. Bogotá. Cuadro 6.3. Exportaciones e importaciones y su relación con el PIB. Comportamiento del tipo de cambio tabla IX.12.a. Además tablas VII 3.1.a y VII. 3.3.a. Los datos del PIB para 1820-1994 son tomados de Angus Maddison "Monitoring the world economy 1820-1994". Tabla C-16 d. Página 202 y empatados según la misma metodología con cifras del FMI para 1995-2000. Las cifras de población son de Maddison hasta 1994 y empalmadas con CELADE.

2.3. Café y nuevas teorías del comercio

El documento del Banco Mundial *Agriculture and the WTO*, ofrece una primera mirada a futuro sobre las emergentes oportunidades que otorga la agricultura a la economía en el mercado mundial abierto. Dicho trabajo que también explora el elemento político del comercio, ilustra cómo el sector cafetero y en general la agricultura actúa como motor que impulsa el desarrollo económico (2004). Este trabajo amplía el concepto en el cual el sistema comercial que justifica la Organización Mundial del Comercio (OMC), dispone de un mecanismo institucional confiable para organizar el mercado de productores a través de mecanismos como el de la Ronda Multilateral de Doha de 2001, que promueve un conjunto de políticas que apoyan la liberalización del comercio mundial de productos agrícolas. La Ronda de Doha en una de sus mesas de trabajo adoptó un conjunto de disposiciones para eliminar gradualmente el efecto de las distorsiones que aun existen en el mercado mundial agrícola. Las nuevas disciplinas permiten proteger el mercado nacional de los países en desarrollo de situaciones desleales de competencia, y apoyar con las nuevas normas el acceso de los países en desarrollo a los mercados externos.

Países como Colombia muy dependientes para su desarrollo de la actividad del comercio exterior, tienden a justificar en diversos marcos teóricos las mejores alternativas de su

política económica internacional, a fin de asegurar el sostenimiento de la actividad productiva, y relacionar su nivel de competitividad con la superación de barreras de acceso a los mercados internacionales. Nos referiremos brevemente en esta sección al significado que tiene para la política internacional del café, los marcos teóricos del comercio exterior que proponen soluciones de política económica para ganar mejor posicionamiento en los mercados externos.

Un segundo enfoque sobre el papel del comercio en el desarrollo, proviene del modelo de Douglas A. North, quien en su obra teórica desarrolla el concepto del *path dependent growth*, elemento entendido como un estímulo que justifica el aumento de la participación de un sector que con su impulso, permite sostener el crecimiento de toda la economía de un país. Este modelo se explica bien en la obra titulada *Institutions, institutional change and economic performance*. El modelo, parte de un enfoque teórico que tiene aplicación para la industria cafetera, al sugerir que una industria tan difundida en el mercado productor del mundo, evoluciona y envía señales positivas como en el caso en que los precios relativos pueden ser favorables para el desarrollo de la industria y al mismo tiempo, ofrecer nuevas oportunidades para que las utilidades generadas por la industria, se empleen en la apropiación de nuevos anillos que conforma la cadena de valor de la industria cafetera (1998: 93).

En este tipo de mercados emergentes el criterio del *lock-in* significa para la preservación de los ingresos según North, que ante la generación de cambios económicos y sociales, se puede participar en distintas facetas crecientes y lucrativas de la actividad exportadora-comercializadora y así apropiarse para la industria parte del valor generado por el negocio en el mejoramiento competitivo de ulteriores etapas del negocio⁵.

Un tercer tema es el que desarrolla el premio Nobel de Economía Paul Krugman (1998) quien en su obra *Increasing returns and the theory of international trade* ofrece un nuevo enfoque económico, que modifica la teoría neoclásica del comercio exterior, al proponer teóricamente razones heterodoxas que sugieren que se puede transmitir el efecto virtuoso de los rendimientos crecientes de la industria exportadora a otros sectores o segmentos ubicados en la misma región, aprovechando el efecto de las economías de aglomeración que se suscitan del desarrollo de actividades productivas complementarias, y asociadas con el desarrollo de la industria principal. Dicha actividad comparte con varios eslabones de la cadena, la formación de *clusters*. Su teoría dispone que el comercio exterior es un elemento importante que permite impulsar regionalmente el desarrollo, y que al aglomerar en una región o localidad procesos productivos complementarios, se logran formas de especialización que aportan a la generación regional de valor mediante *spill-overs* o derrames productivos⁶.

5 North, D. C. (1998). *Institutions, institutional change and economic performance*. Cambridge: Cambridge University Press.

6 Krugman, P. (1985) "Increasing returns and the theory of international trade". *NBER Working Paper* No. 1752, november.

La contribución de esta teoría al desarrollo es que permite alcanzar grados de competitividad mayor a lo largo de la cadena de producción y cuando se integra la producción regional con el desarrollo de industrias complementarias, como son al café las actividades de la torrefacción, fábricas de café liofilizado y otros alimentos procesados, se generan rendimientos crecientes en la economía.

Desafortunadamente para el país y la industria del café nacional, no se ha incrementado de manera apreciable la participación de la industria de exportación en la cadena internacional de valor, ya que solo en una mínima parte de esta, ha ganado participación importante en la cadena distribuidora del café en el ámbito mundial.

Se ha dejado por fuera de la política comercial la alternativa de vender crecientes cantidades de café procesado de origen, vendiendo no una variedad si no varias en mercados que compran café en taza.

La nueva teoría del comercio internacional inspirada en la obra de Krugman propone fortalecer las economías regionales, aprovechando el efecto externo y complementario que aportan los *clusters* productivos, los cuales permiten alargar la cadena de valor cafetera y generar rendimientos crecientes en la economía.

Paul Krugman (1985, 1993, 1995 y 1996) integra los conceptos de la geografía económica y las economías de escala, al definir un nuevo concepto que denomina como de la localización, el cual tiene por objeto relacionar el crecimiento regional con el efecto económico de la reducción de los costos de transporte entre nodos de producción y las economías de escala, que generan la interacción entre industrias complementarias como en el caso del café procesado. En su obra analítica *Increasing returns and economic geography* (1985), explora a través de un modelo de optimización, las determinantes de los rendimientos crecientes, acciones atribuidas a las externalidades que genera la aglomeración de las inversiones en una región determinada y la minimización de los costos de transporte.

Cuarto, en años recientes, la economía neoclásica del crecimiento, adelantó con varios analistas, fórmulas nuevas para estimular el crecimiento, al aplicar el principio de que una industria puede convertirse en una fuente duradera de apoyo a la eficiencia y productividad, en la medida en que en el proceso se adicione conocimiento. Los autores que difundieron las bondades de este modelo son principalmente Lucas, Romer, Barro y Sala-i-Martin. Una vertiente de esta nueva corriente, sostiene que el conocimiento considerado como un activo que se renueva, cambia la estructura de la función neoclásica de producción al endogenizar su efecto como lo explicó Buckley en los capítulos segundo y tercero de la obra *The future of the multinacional enterprise*⁷.

Se dice que en el modelo propuesto por Solow, ocurre que el cambio tecnológico es un elemento exógeno al modelo que suele ser independiente de lo ocurrido en la economía, ya

7 Buckley, P. J., y Casson, M. (2002). *The future of the multinacional enterprise*, 25 th anniversary edition. UK: Plagrove. _____. (2003). *The changing global context of internacional busines*. U.K: Plagrove.

que pende del acceso que se tenga de los factores y de cuál sea la combinación que se haga de ellos. En cambio en el modelo del crecimiento endógeno, se incorporan en el proceso productivo, grados sucesivos de innovación. En este enfoque, el café deja de ser un bien ordinario para convertirse en uno no-rival, es decir, que es perfectamente excluible. Esta distinción es importante hacerla, pues en el caso del café soluble, este tiende a comportarse como un bien público no-exclusivo al cambiarse los gustos y consumirse unidades con más valor agregado, proceso que se asemeja a lo que hacen las variedades consumidas en Juan Valdez, donde se interpretan nuevos gustos del consumidor.

Quinto, el economista y premio Nobel de Economía, Robert. E. Lucas en su aporte a la economía del desarrollo y publicado en la obra *On the mechanics of economic development*, formula una teoría reveladora para hacer explícito el sistema dinámico de la economía y poderlo simular. Este autor plantea en calidad de hipótesis, cómo las expectativas racionales se apoyan en una economía basada en la relación entre factores y en los aportes del conocimiento al crecimiento.

El aporte central para el proceso de desarrollo, es el de convertir en teoría algunos de los hallazgos empíricos de Angus Madisson, y predecir procesos económicos de convergencia como los ocurridos en distintas economías. Parte del enfoque propuesto por Solow, sobre el efecto acumulado del factor tecnológico sugiere analizar la interacción entre el capital físico y la acumulación del capital humano.

El distintivo del modelo de Lucas que presentó el efecto del capital humano en los modelos de crecimiento, establece que es el conocimiento útil acumulado y el conocimiento humano de los factores quienes permiten en el medio de la transformación elevar la productividad (Lucas, 1988: 17-27). El tema pasa por las distintas formas de representar el conocimiento técnico como pueden ser los contratos que disponen distintas maneras de producir y agregar valor a lo largo de la cadena.

En una obra de tenor similar, el autor Romer (1986, 1990) trae una novedad analítica basada en las propuestas incorporadas en su tesis de doctorado de 1983, en la que sugiere que si bien no todas las ideas se encuentran protegidas, al no tenerse jurisdicción sobre ellas, como ocurre aquellos procesos donde funcionan los derechos de autor, las patentes y licencias, se debe que las restricciones lleguen en un momento en que se hace posible el ingreso de terceros que se beneficien de las creaciones de otros. Define este proceso como el campo de acción de los denominados bienes no-rivales, que rompen la estructura de protección y permiten pasar de la producción marginal a la fase creciente que emplea un mayor número de insumos incluyendo viejos y nuevos saberes (Romer, 1986: 1003).

3 Condiciones emergentes del mercado cafetero

Los elementos que hemos visto en la anterior sección, muestran lo susceptible que es la estabilidad de la industria exportadora frente a los cambios en las condiciones iniciales que se originan en el proceso de producción-distribución, a decir por los nuevos modelos

de crecimiento. De acuerdo con la apreciación teórica que ofrecen los distintos modelos económicos sobre la repartición del ingreso cafetero, se pueden formular hipótesis que exploran el efecto del reparto del ingreso entre productores, distribuidores y comercializadores del café. Es decir, se pueden plantear propuestas que proponen mejoras en el grado de bienestar de los productores o estímulos para la diversificación económica.

3.1 Exigencias y reclamos

Frente a esta característica histórica que caracteriza el comportamiento del mercado mundial del grano, nos referiremos en esta sección a las exigencias y reclamos que hacen los productores nacionales ante la necesidad de sostener el ingreso real del productor local, como una condición para atender oportunamente las ventas externas. También establecer cuáles son las condiciones que deben surtir para que el productor permanezca en el mercado en momentos en que fluctúan los precios.

Recordamos que tanto los organismos internacionales que intervienen en el mercado cafetero, como los países y los productores individuales cuando actúan en calidad de exportadores privados, requieren de ayudas estatales cuando es necesario conservar el nivel de ingreso para alcanzar el nivel de subsistencia en la finca cafetera. En ocasiones cuando se presentan fallas del mercado, el Estado, los agentes económicos y el gobierno apoyan la sostenibilidad de la industria, mediante el aporte de subsidios, tipo de cambio diferencial, o utilización del ahorro generado en momentos de altos precios, todo con el objeto de preservar niveles de precios remunerativos o de subsistencia.

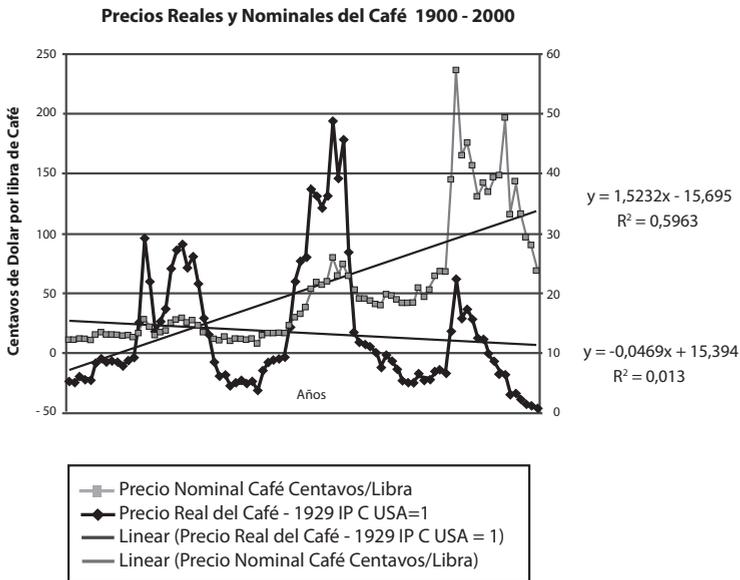
Las cifras históricas registradas en cuanto a los precios mundiales del café, permiten apreciar que la sostenibilidad de la actividad de la extracción depende de factores históricos que determinan que los precios no caigan por debajo del nivel de subsistencia del sector. Esta situación cambia de país a país, y la condición para que el modelo de mercado funcione, requiere que en general la suma de los costos de extracción, producción y transporte, sean inferiores al nivel de rendimiento de la industria cuando se efectúa una exportación. Las cifras referidas medidas a precios históricos muestran que durante las partes descendentes del ciclo cafetero, es cuando se registran las mayores tensiones entre productores y países consumidores, y también es cuando las agencias gubernamentales y los organismos multilaterales tratan de equilibrar el nivel del ingreso⁸. Al referirnos a las condiciones de largo plazo que determinan la sostenibilidad de la industria del café, encontramos que históricamente la línea de precios registra una tendencia que medida en términos nominales, suele ser creciente, con lo cual algunos productores y algunos países con costos marginales relativamente altos, pueden permanecer algún tiempo en el mercado. Sin embargo, independientemente de la línea de tendencia de precios históricos, el análisis estadístico de la línea de precios mundiales del café, muestra un componente cuyo

8 Ver: Hoyt y McMillan. (2004). *The global coffee trade...* Stanford. Stanford Graduate School of Business. p. 21. Cuadro 3. En este trabajo se muestra cómo a precios corrientes y distintos niveles de precios mundiales del café y costos locales, algunos países pueden quedar por fuera del mercado. Cuando la relación precios-ingresos no compensan los costos, los países se vuelven poco competitivos.

comportamiento exhibe tres grandes ciclos, cuya duración promedio fue de unos treinta y tres años, y es en las fases descendientes de precios cuando los productores marginales sufren las peores consecuencias por sus altos costos de producción (Hoyt y McMillan, 2004: 21).

La tendencia del ciclo de precios de largo plazo, tiene como característica histórica, que para un número de productores nacionales e internacionales, el promedio de precios estuvo por encima del costo de producción, lo que le ha permitido a la industria contar con un ingreso mínimo de subsistencia. Las fases de mayores ingresos ocurridas durante la parte ascendente de los tres ciclos o fases de precios, se definen como las fases o etapas de mayor acumulación económica y de considerable modernización económica y social del país.

Cuadro 2
Ciclos de precios del café y valor de la cosecha

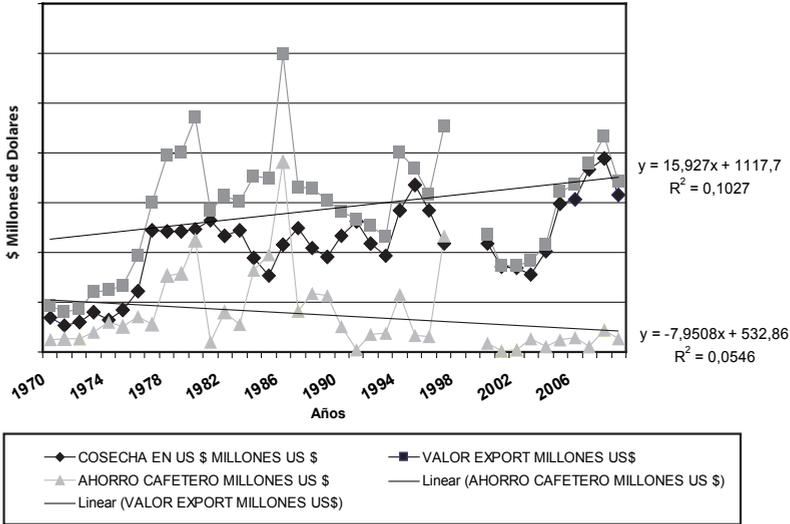


Fuente: DNP (1999) y http://www.federaciondecafeteros.org/clientes/es/quienes_somos/119_estadisticas_historicas/ 3
Tomado el día 3 de septiembre de 2010.

Cuadro 3

**Participación de la cosecha cafetera en el total del ingreso de exportaciones de café,
1970-2010**

**Evolución del Ingreso Cafetero por Concepto de Exportaciones,
Valor de la Cosecha Cafetera y Ahorro Cafetero.
1970-2010**



Fuente: DNP (1999) y http://www.federaciondecafeteros.org/clientes/es/quienes_somos/119_estadisticas_historicas/ 3
Tomado el día 3 de septiembre de 2010.

3.2. Sostenimiento del ingreso

Como enunciamos en la sección anterior, el tema del ingreso cafetero en finca, depende del nivel de actividad en el medio exportador. El ingreso del productor es una proporción del ingreso en dólares de la industria, y este último se asocia con el precio internacional. Esta relación entre precio externo y precio interno es la condición o cota para sostener el ingreso mínimo que recibe el productor luego de perfeccionar las ventas al exterior. En la actual sección, se exploran otras condiciones que deben surtirse en el mercado para preservar el nivel de sostenibilidad del ingreso del productor, y en el ámbito de la industria local, determinar en qué condiciones se estrecha el vínculo entre el nivel de ahorro cafetero generado en el largo plazo, y las determinantes de la economía, entendidas como fuerzas que ejercen efectos macroeconómicos tendientes a estimular la formación del producto interno bruto⁹.

9 Giovanucci, D. et al. "El café". En Guigale, M. M., Lafourcade, O., Connie, L. (2003). *Colombia fundamentos económicos de la paz*. Washington: Banco Mundial y Alfaomega. Ofrece un detallado informe sobre el contexto y tendencias mundiales del sector cafetero colombiano y su relación con el mercado mundial.

De manera empírica se observa que frente a los vaivenes del comercio mundial, existen ciclos de largo plazo, en los que industrias como la de la torrefacción y comercialización-distribución, registran niveles de ingreso que equilibrados, muestran instantes en los que proporcionalmente el nivel de ingresos de los comercializadores y distribuidores, es muy superior al de los productores. Diversos analistas económicos consideran que con todo y el comportamiento alcista del nivel de precios en el largo plazo, el margen de rendimiento de la industria torrefactora y distribuidora en todos los casos, ha sido más alto que el ingreso obtenido por los productores.

Esta situación de distribución desigual del ingreso, reconocido en la totalidad de la industria del café, ha repercutido en el medio de la política económica internacional, ya que organismos como el Banco Mundial y la OMC han sugerido propuestas de política pública, siendo su objeto el de procurar la estabilización y asegurar una participación mayor en cuanto hace al repartimiento del ingreso generado por la cadena internacional de valor¹⁰.

Durante la primera década del año dos mil, se registra un cambio en la tendencia del precio del café y se insinúa una nueva fase económica que se pronuncia con una tendencia alcista de los precios mundiales del grano. Este nuevo ciclo se extiende a varios productos básicos, como es el caso de los precios del petróleo, los metales preciosos, los granos y algunas oleaginosas, situación que merece de nuevo un análisis detenido, que estudie modalidades para aprovechar las nuevas oportunidades de inversión que se pueden presentar en la economía. Las causas que originan esta nueva fase son múltiples y se originan en factores como la mayor demanda que ejerce China por este tipo de bienes, por la debilidad registrada en el dólar y varias monedas europeas y por el creciente poder de compra mundial que registran países tales como los BRICS.

El director de la Organización Mundial del Café reportaba a las naciones productoras, sobre esta nueva situación de precios ascendentes del café verde, a partir de los primeros años del siglo veintiuno, que muestran cómo el volumen exportado para el año cafetero 2009/2010 fue del orden de 53.3 millones de sacos, y que su precio indicativo compuesto computado por la OIC ascendió de 129,48 centavos de dólar por libra en mayo de 2010, en tanto que el de los suaves colombianos registraron para el mismo mes, un promedio de precios por libra de 200,51 centavos de dólar.

Durante esta nueva década del siglo, hay que destacar el hecho que la volatilidad de los precios disminuyó, excepto para los precios indicativos de los cafés robustas. Así que la diferencia entre el precio de los cafés suaves colombianos y otros suaves se redujo en mayo un 10,6% en comparación con el mes de abril de 2009, y el cálculo que efectúa el director de la OIC en materia de producción mundial se situó entre 133 y 135 millones de sacos, para los años cafeteros de 2010 y 2011¹¹.

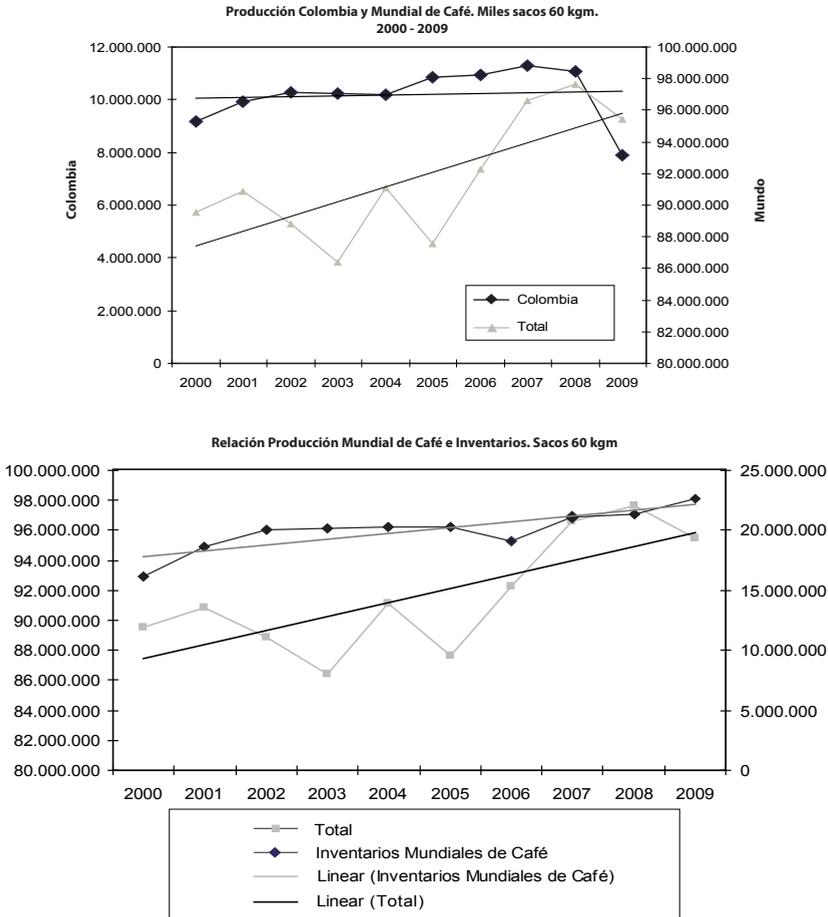
10 World Bank. (2001). *Commodity market reforms*. March. "Lessons of two decades". Informe preparado por Takama-saak, I., Affes, J. J., Donalda, R., Panovsa, R.

11 OIC. Carta del director ejecutivo. Informe sobre el mercado del café, mayo 2010.

El hecho interesante de este cambio que se registra en cuanto hace a la tendencia de la producción y el comportamiento ascendente de los precios, sobre todo en el renglón de los suaves, se debió en parte al descenso registrado en la participación del café colombiano sobre el total del ingreso de exportaciones, debido a la disminución de la cosecha nacional, o por la reducción del área sembrada. Este hecho que se registró desde el año 2006, cuando la producción nacional declinó de 12.5 millones de sacos a 9 millones en el 2009, revela un cambio en la composición de la producción mundial, situación que se vio afectada también por el ingreso de nuevos productores al mercado, como ocurrió con los casos de Vietnam e Indonesia. Todos estos cambios, sugieren que en el corto plazo no se percibe una situación en que el ingreso del productor pueda caer por debajo del nivel de subsistencia.

Cuadro 4 (a)

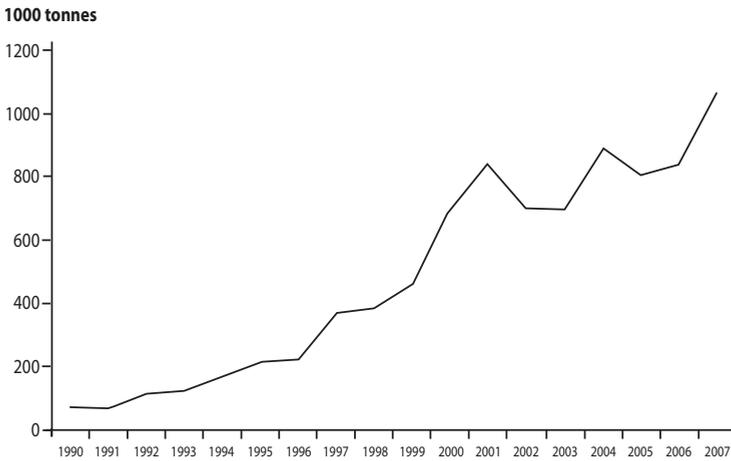
Exportaciones y producción mundial y nacional de café
Miles de sacos de 60 Kgm . Años 2000-2009



Fuente: International Coffee Organization y Carta del director ejecutivo. Informe sobre el mercado del café, mayo 2010. Cuadro 3, p. 5.

Otro factor que incide en el precio del café verde en el mundo, es el del ingreso de nuevos países productores como Vietnam y Borneo. Estos son mercados de costos bajos de producción, situación que significa una pérdida de competitividad para países de “altos costos”, de persistir esta situación, pueden salir del mercado¹². La asimetría en los costos de producción, favorece a los países más pobres, en detrimento de aquellos que llevan más tiempo en el mercado, y han logrado superar los niveles de subsistencia en sus fincas productoras. Esta nueva circunstancia económica y política la estudia Jytte Agergaard, quien en el trabajo titulado *Global-local interactions: socioeconomic and spatial dynamics in Vietnam’s coffee frontier* analiza cambios sociales como los ocurridos en la provincia de Dak Lak, ubicada en las tierras altas de Vietnam, en la que aumentó grandemente la producción de café mejorando su capacidad de competir con café de bajo precio y buena calidad. En la región referida se produce ahora el 50% del café de todo el país.

Cuadro 4 (b)
Incremento de la producción de café en Vietnam



Fuente: Tomado de *Exports of coffee from Vietnam, 1990-2007*. ICO Statistics. <http://www.ico.org/asp/select2.asp>

12 Ver la obra de Hoyt y Mac Millan. (2004). *The global coffee trade*. Case: IB-53. Date: 02/19/04. Stanford, Stanford Graduate School of Business. Exhibit 3. Los países de más altos costos y en los cuales la industria del café no era rentable para los precios promedio de 1996-2001 incluía mercados como los de Honduras, Ecuador, México, Venezuela y Costa Rica. Colombia es uno de estos países cuyo precio del Contrato C de Nueva York haría inviable su industria exportadora del café, excepto por el hecho de que exporta la calidad “suaves”, y con ello se genera una prima en su precio. Esta consideración extraeconómica le permite permanecer en el mercado. Los café de calidades “especiales” también tienen un premio, pero de esta variedad se producen tan solo siete millones de sacos frente a un total de 120 millones de sacos de café verde para el año 2009 de acuerdo con las cifras de la OIC. Ver: OIC y Carta del director ejecutivo. *Informe sobre el mercado del café*, mayo 2010.

3.3 Subsistencia de la industria local

La subsistencia de la industria del café en la mayor parte de los países, está condicionada a que el ingreso que recibe el productor por concepto del cultivo del grano, sea suficiente para cubrir los costos directos de producción, atender el sostenimiento de las familias y evitar hipotecar la finca familiar. Primero, corresponde a las instituciones públicas y privadas como es el caso de la Federación velar por la estabilidad del ingreso de las fincas productoras. La autora Rosemary Thorp destaca en un trabajo sobre la “actuación colectiva y el mercado del café” que gracias a la actuación colectiva representada por la creación y organización gremial alrededor de la Federación Nacional de Cafeteros, esta organización gremial le permitió a la industria del grano y sus productores, contar con el apoyo oportuno de un sistema de crédito y de recursos como semillas y mejoras en las condiciones físicas y sociales que apoyan a los campesinos.

La Federación desde su fundación en el año de 1927, actúa como una organización cooperativa que representa ante el gobierno a los productores con cédula cafetera, transfiere recursos a los municipios y a los departamentos productores, a través de los impuestos cafeteros, y aporta con sus contribuciones, planes, programas y proyectos económicos y sociales, orientados principalmente a estabilizar el nivel de ingresos y preservar la competitividad de las regiones productoras. A esta gestión gubernamental y gremial se le conoció como la “actuación colectiva”, lo que le permite a la industria alcanzar un beneficio que permita acelerar el desarrollo regional¹³.

Segundo, con los recursos del Fondo Nacional del Café, se acuerda con el gobierno y el gremio caficultor en el congreso cafetero, la conferencia cafetera y el Comité Nacional de Cafeteros, las políticas económicas y sociales, programas y proyectos que brinden estabilidad y bienestar a la industria. En desarrollo de esta política de apoyo a la producción, se acuerda también a través de la banca especializada, la extensión de líneas de crédito en beneficio del caficultor particular.

Sobre la contribución de estos recursos para la promoción de la industria del grano, el autor Andrés Lozano en su trabajo *Acceso al crédito en el sector cafetero colombiano* muestra cómo la caficultura nacional respondió primero al estímulo de precios y luego al aporte del capital financiero, al suministrar recursos indispensables para atender los gastos de sostenimiento de la industria durante las diversas etapas de la producción y la distribución del grano. Estas etapas que comprenden la siembra, cuidado y atención del cafeto antes de la cosecha, se complementa con el avance de otras etapas de la producción y con la realización de programas de sostenimiento y renovación de cultivos¹⁴.

13 Thorp, R. (2001). “La actuación colectiva y el mercado cafetero en el desarrollo colombiano”. *Ensayos sobre Economía Cafetera*, No.16-17.

14 El autor Fidel H. Cuellar B. en la obra *El crédito cafetero en Colombia. Economía, instituciones y política. 1920-2002*. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia, Ediciones Uniandes. 2004, ofrece una cuidadosa evaluación de la contribución del crédito cafetero al desarrollo de la industria.

Tercero, la estructura productiva que está conformada por pequeños, medianos y grandes productores, que requieren en distinta cuantía y oportunidad de fuentes de recursos para preservar la calidad de vida de las unidades cultivadas, depende del componente tecnológico aplicado a la producción, factor que ha sido un eje fundamental para permitir el funcionamiento y estabilidad del sector, y permitir que se continúe adelantando el proceso de acumulación de capital en las regiones productoras¹⁵.

En el ámbito colectivo de la industria nacional del café, el gerente de la Federación de Cafeteros, Luis Genaro Muñoz¹⁶ en su trabajo “Acuerdo por la prosperidad cafetera. 2010-2015” informa a la comunidad –como un cuarto punto– y al gremio de los cafeteros en particular, qué es lo que “constituye la carta de navegación para la política cafetera durante los próximos años” y ratifica a la caficultura como fuente de capital social estratégico para el país, cuya estructura productiva es irremplazable.

Considera el gerente que el café, por ser un motor fundamental para el crecimiento del sector agrícola y el desarrollo rural, su estabilidad es fuente para preservar un entorno de paz y prosperidad al permanecer como un factor que contribuye al empleo en el campo. Para alcanzar esta meta política, el gerente de la Federación, resume en siete pilares los grandes logros que debe apoyar esta institución y que debe cumplir en la próxima década del 2010, para preservar la estabilidad en el sector.

1. Considera que la caficultura por ser la actividad agrícola idónea para reducir la pobreza, debe mejorar el nivel de ingresos y la calidad de vida y contribuir a la vinculación de las familias cafeteras a la seguridad social¹⁷.
2. Dice a renglón seguido, que el aumento de la producción con cultivos renovados puede lograrse interviniendo trescientas mil hectáreas, apoyando una estrategia de valor agregado y diferenciación como aquella impulsada por la Federación, elemento que le permitirá al gremio de Colombia mantenerse como el primer productor de café suave del mundo.
3. Propone que se debe formalizar el empleo en las zonas cafeteras y que se debe contar con fincas sostenibles para preservar la unidad de las familias en cada unidad productiva.
4. Además estima que es necesario mejorar la competitividad de la industria, a través de la construcción de infraestructura física, educación y formación especializada para el trabajo de los hijos de los caficultores, y en un nivel más abstracto, apoyar la investigación tecnológica.
5. Estos fines se sostendrán con el concurso del programa Caminos para la prosperidad, el mantenimiento de la red vial terciaria, el establecimiento de proyectos de vida

15 Lozano, A. (2009). “Acceso al crédito en el sector cafetero colombiano”. *Revista Ensayos sobre Economía Cafetera*, No. 25, 18-119.

16 Ver el Editorial de Luis Genaro Muñoz. “Acuerdo por la prosperidad cafetera. 2010-2015”. *Revista Ensayos sobre Economía Cafetera*, No. 26, 2010, 7-11.

17 La institucionalidad cafetera está presente en veinte departamentos y en quinientos ochenta y ocho municipios del país, lo que constituye el más valioso tejido social.

en torno de la caficultura y adelantando investigaciones en materia de biodiversidad, cambio climático y genoma del café.

6. Al fortalecer las finanzas del Fondo Nacional del Café, dice Muñoz que se evita el riesgo cambiario de la revaluación y se guarda una equivalencia entre el precio internacional y el interno. Esta orientación de política económica debe lograrse mediante la concertación entre el gremio y el gobierno nacional.
7. Como condición de marca para preservar la representación del café nacional en el mundo, aspectos como el emblema de marca “Juan Valdez permite que la industria se comporte como una multinacional de los cafeteros con dimensión de negocios” (2010: 9).

Otros puntos que refiere al sostenimiento del ingreso a través de la acción colectiva, estabilización del nivel de crédito, apoyo tecnológico y financiación de la estabilidad política, son los que permitirán en los próximos años a la industria, competir en el medio de la globalización, avanzar con una mirada estratégica y gerencial, hacer más competitiva la industria a lo largo de la cadena de valor y obtener mayor participación en el ingreso de la actividad cafetera mundial.

3.3. Elevación en la participación del ingreso cafetero por parte de los países productores

A pesar de las mejoras e intenciones por preservar la estabilidad del ingreso de los productores de café en el país, es un poco difícil cambiar esta situación de una forma apreciable en virtud de los condicionamientos que impone el mercado internacional en materia de volúmenes vendidos y precios de venta. Una idea sobre las posibilidades que existen para elevar el ingreso del cafetero nacional en el mediano plazo, es que la manera como se reparte el ingreso del café en el mundo depende de la participación que un país tenga dentro de la cadena productiva internacional.

Con el objeto de aproximarnos a este tema, tenemos en cuenta los cálculos efectuados por la agencia internacional Cecafé que estima que las ventas de café procesado (tostado y soluble) son del orden de US\$ 35 billones anuales, en tanto que el valor de la cosecha que mide el ingreso que reciben los productores mundiales es próxima a los US\$ 17 billones de dólares. Si el cálculo del precio al detal del café tostado vendido por taza al consumidor final se hace sobre la base de la calidad “Costa coffee and starbucks” que representa entre un 20% o 30% del consumo mundial, se puede usar este indicador para multiplicarlo por el número de tazas consumidas en el mundo, y con base en este indicador, se estima el valor total de la industria mundial del café. Esta cifra asciende a la nada despreciable suma de US\$ 120 billones anuales (Cecafé. <http://www.cecafé.net/>. Tomado el 14 de junio de 2011), cifra que contrasta con el nivel de ingreso que reciben los países exportadores que es de US\$ 17 billones de dólares anuales por concepto de la cosecha.

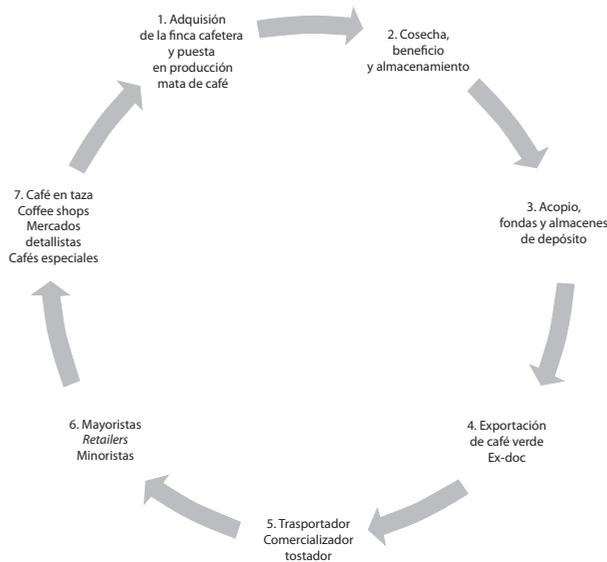
Se dice que la baja de participación de los productores sobre el ingreso total generado por la industria mundial del café obedece a varias razones.

Primero, se observa que los costos de almacenamiento, transporte seguro y fletes y distribución, aumentan continuamente y repercuten en el ingreso del productor. Segundo, pierden participación los productores sobre su ingreso en finca cuando los gobiernos y agencias gremiales elevan los impuestos, contribuciones y retenciones, como se muestra en el cuadro 3. Tercero, la literatura estima que es difícil elevar las ganancias por concepto de aumento de exportaciones de café verde, porque los países importadores aumentaron solo el 1.5% anual su consumo, en tanto que el de los alimentos lo hacen a razón del 4.0% anual, durante los primeros cinco años del 2000¹⁸.

La asimetría en la repartición del ingreso se origina en que los mercados fluctúan en condiciones de inelasticidad y en la ausencia de estrategias de penetración en el mercado, con el objeto de atacar los eslabones más lucrativos de la cadena de valor, en particular los de la comercialización y distribución al detal.

La importancia de esta hipótesis consiste en que si los países productores incrementan su participación en el mercado de distribución en el diez por ciento del valor de US\$ 120 billones que vale el ingreso global del café, verían que se multiplicaría el ingreso recibido en una cifra cercana a los doce billones de dólares anuales. Esta cifra al compararla con el valor de la cosecha exportada de diez y siete billones de dólares, equivaldría a elevar los ingresos de los países productores en cerca del 70,6%, sin tener que producir un grano de café adicional.

Cuadro 5
Cadena de valor de la industria cafetera mundial



Fuente: Antônio Maria Gomes de Castro 1, Suzana M. Valle Lima 1, Bruce B. Johnson. S. f. *A strategy for agribusiness demands prospective analysis*. In *Agricultural R&D In Brazil*. Basado en cuadro 2, p. 4. También en Antônio Maria Gomes de Castro. *Cadeia produtiva e prospecção tecnológica como ferramentas para a gestão da competitividade*. Eng. Agrônomo, MSc, Ph.D. Em Systems analysis and simulation, The University of Reading, England.

18 Cecafé. <http://www.cecafé.net/>. Tomado el 14 de junio de 2011.

Con los estimativos efectuados, los eslabones que tienen mayor incidencia en la formación de los precios mundiales, son los factores 6 y 7 conformados por la gestión de los comercializadores mayoristas y minoristas y los proveedores de tienda y *coffee shops*. El conocido investigador Joseph Stiglitz, en su obra titulada *El café y los nuevos rumbos de la economía*, publicado en el año 2001, critica esta distribución del ingreso cafetero mundial, apreciando que existen unas razones extra-económicas que originan una desigual distribución del ingreso cafetero entre productores y distribuidores. Las cifras recogidas por el autor muestran que la industria global del café que aportaba al mundo más de US\$ 120 billones de dólares anuales por concepto de ventas, destaca que a los productores les llegaba menos de la sexta parte. Este ingreso disminuido debe ser compartido por 100 millones de personas distribuidas en 60 países.

Considera Stiglitz que los países productores no han expresado su insatisfacción por dicho estado de cosas, ni se han pronunciado, alegando que es necesario trabajar política y diplomáticamente para mejorar las condiciones de acceso a los mercados y participar institucionalmente de la parte más lucrativa de la cadena de valor. Durante la presente década, en que la economía global ha crecido, el valor recibido por parte de los comercializadores continúa siendo mayor que el de las ventas de los productores de café en el mercado mundial. Critica el referido autor, que existen otros signos que demuestran el grado de inequidad que afecta al mercado mundial del café, en el sentido que de un año a otro, el cambio en los precios recibidos por el productor tiende a ser más inestable que aquella parte referida al cambio en los precios de una taza de café vendida al consumidor final. Considera injusta esta situación, porque en la cadena internacional de valor, y en el corto plazo, el precio en taza es menos inestable que el cambio en los precios que recibe el productor del grano.

Stiglitz (1981, 2001) conjuntamente con otros analistas, complementan lo dicho, al sugerir que el nivel total de las ganancias de la industria del café continúa en aumento en la presente década, a lo cual se une el hecho que así el ingreso generado en el mercado global haya aumentado, la repartición de las ganancias continúa siendo asimétrica, ya que los productores se reparten en términos proporcionales una menor parte del ingreso.

4. Propuesta para la vinculación del sector cafetero al modelo de la cadena internacional de valor y redes de productores

El problema con el análisis del tema cafetero en Colombia es que históricamente los tratadistas convencionales, explican su comportamiento con base en la ayuda de los modelos macroeconómicos que asocian su desempeño dentro de la dinámica del comercio internacional y analizando los factores que determinan la estabilidad del sector y su efecto en el equilibrio del mercado doméstico. Existen otros modos de análisis del orden microeconómico, que son los que exploran el comportamiento de la actividad desde la perspectiva de la economía de la finca productora y miden el desempeño del árbol productor en la economía de la finca. Han faltado enfoques que incorporen la actividad cafetera en el ambiente económico del mercado mundial globalizado.

Los nuevos enfoques microanalíticos como se les conoce a estos últimos, se refieren a las rutinas estratégicas que desempeñan los empresarios del café, en el proceso de inserción y acceso a los mercados globales, a la participación en la cadena de producción, comercialización y distribución del producto final. Los nuevos modelos teóricos conocidos como estratégicos, son aquellos que permiten estructurar contratos entre productores y distribuidores, con el objeto de participar equitativamente en las diversas etapas de la cadena que genera valor.

Estos nuevos procesos estratégicos los describimos con base en siete aportes teóricos propuestos por reconocidos autores de la economía estratégica o de la celebración de contratos.

I. Mecanismos contractuales de mercados segmentados para el caso del mercado del café.

En mercados especializados de productos agrícolas, como en el caso del café, las propuestas políticas inspiradas en la visión del Banco Mundial, sugieren que temas como el de la comercialización del grano en la forma de café verde, se debe organizar de forma tal, que los productores sean quienes mercadeen internacionalmente el café, con el objeto de tener una participación progresiva en el precio final del producto y en la utilidad que genera la venta externa, primer eslabón de la cadena de valor. Propone la institución mundial, que a través de la creación de bancos sectoriales, los productores locales se puedan proteger del riesgo de las fluctuaciones de precios de corto plazo en el mercado, mediante la suscripción de instrumentos de cobertura de riesgo o a través de la venta de café a futuro.

El procedimiento seguido para ganar valor en este esquema se obtiene mediante:

1. La venta de la producción directamente a los exportadores y no a las agremiaciones del gobierno o *Traders* oficiales.
2. Aprovechar las estructuras informales del mercado, evitando incurrir en menores costos de transacción.
3. Retener los propios inventarios a la espera de buenos precios.

Vender el café en ofertas públicas y no guardarlos en los almacenes de depósito del gobierno, ya que estos activos suelen estar sujetos a costosas fluctuaciones de precios.

5. Beneficiar en finca el propio café y vender directamente el producto al exterior.
6. Apoyar firmas privadas que trillen y beneficien el grano.
7. Aprovechar la gestión de los *market maker* quienes en el exterior suelen tener capacidad de efectuar el pago del producto de contado. El *market maker* es quien determina el precio diario del producto en el mercado nacional.

Con la actividad de ventas a futuro, se espera que los productores mejoren las condiciones de estabilidad del mercado, pudiéndose recibir parte del valor de la cosecha anticipadamente o a la espera de mejores precios en el corto plazo. En cuanto a las macro decisiones, se estima que es mejor impulsar la participación creciente en la cadena de valor de la industria global. Al capitalizar las posibilidades de posicionar el producto como una marca, seleccionar estrategias que generen valor y establecer políticas de localización de nuevas inversiones que disminuyan el componente del riesgo, se fortalece la posición dentro de la cadena de valor del *cluster* cafetero.

II. El autor Carlos Gabriel Borbón Morales (2001) analiza el subsector de exportación de los *commodities* en México. Sostiene que el modelo de negocios ha cambiado con posterioridad a las negociaciones del TLC-NAFTA. Las condiciones comerciales impuestas por el acuerdo, significaron una reestructuración en las formas tradicionales de hacer negocios, partiendo del reconocimiento de los hábitos de consumo en el país del norte. Sobresale la tendencia por preferir alimentación sana, fuentes de energía baja en grasa y alto contenido en fibra. Este tipo de productos determina para los productores adaptarse a producir alimentos bajos en abonos y fungicidas como es el caso de los cafés orgánicos. En general en este trabajo de Borbón se sugieren tres visiones novedosas respecto a la comercialización de este tipo de productos.

1. Aprovechar los cambios en la división internacional del trabajo, que reconoce el beneficio de la segmentación productiva, los procesos de globalización de los mercados y la interdependencia de actores para adelantar propuestas de negociación por mercados, segmentos, marcas y calidades.
2. Reconocer que con la internacionalización de las empresas multinacionales es posible romper su estructura con el concurso de asociaciones de productores, negociando el acceso a las cadenas de abastecimiento y la concentración de organizaciones de acopio y distribución nacional e internacional. Es el caso de las cadenas comerciales globales (CCG) controladas por países en desarrollo.
3. Formando cadenas de suministro con conexiones a través de las fronteras.

Siguiendo estas líneas se pueden perfeccionar tres fórmulas de negociación para los tres casos descritos. En el primer caso:

- a. Estimulando el desempeño de la productividad del segmento cafetero por la vía del incremento del área sembrada, aumentando los rendimientos por hectárea, reduciendo costos y ordenando la producción que depende de los gustos de los diversos consumidores.
- b. Apoyando a los productores locales y comercializadores internacionales cuando efectúan negocios con empresas transnacionales.
- c. Celebrando alianzas estratégicas y *joint-ventures* con los comercializadores en el exterior, reconociendo que existen etapas contractuales a lo largo de la cadena de valor, que

es donde están concentradas la mayor parte de las utilidades del negocio internacional del café.

Para el segundo caso o sistema de las cadenas comerciales globales (CCG) se identifica rutas para:

- a. Aprovechar la especialización por países.
- b. Expandir la producción por producción de origen.
- c. Apoyar la estrategia exportadora y participación en la cadena.
- d. Estimular la especialización como perfil de exportación a través de empresas y cadenas internacionalizadas.
- e. Vincular al proceso a los compradores extranjeros que hacen parte de cadenas globales. Con la globalización se aprovechan los grados de integración funcional a lo largo de la línea de la expansión del comercio.
- f. Establecer relaciones de control entre el comercio orientado desde la producción, *producer driven*.
- g. Impulsar el comercio desde la demanda *buyer driven* permitiendo que las *traders* lleven el producto final al medio de los detallistas. En el modelo *buyer driven*, acordar que las ganancias se distribuyan entre la investigación, los promotores de productos y variedades, la promoción, el mercadeo, los propietarios de marcas, *brokers* locales o cooperativas, y la unión de productores como exportadores.
- h. Aprovechar los términos contractuales de la subcontratación y la especialización flexible.
- i. Apoyar a los *brokers* que orientan la producción en los nichos de mercado e identificar y aprovechar las necesidades de los canales de distribución en los supermercados.

Dice Borbón Morales (2001:171) que “Una cadena comercial global que se forma en la horticultura no es un mero flujo de materias primas entre naciones, sino una red bien integrada en forma vertical donde los grandes supermercados dirigen la producción... ”.

III. El tercer trabajo analizado, *Redes sociales y clusters empresariales* recoge los hallazgos de García-Macías (2001), quien estudia empresas y empresarios en México de distintos sectores, incluyendo el sector de los *commodities* agrícolas. Emplea el enfoque teórico de la sociología económica, y como estrategia de organización sugiere avanzar en el marco de las cadenas de subcontratación de empresas, identificando grandes pequeños negocios, completados como un proceso que genera y extrae valor. El punto central de esta propuesta social tiene por objeto aprovechar las economías que se generan a través del apoyo

de la región productora especializada, en la cual, se apoya la especialización flexible como forma de competir¹⁹.

Al integrarse la producción a través de redes de empresas, se combinan factores sociales como formas para generar competitividad del *cluster*. Dentro de los factores para alcanzar estas metas sobresalen:

- La creación de una nueva cultura.
- Impulsar los factores compartidos.
- Apoyar la creación de confianza.
- Construir capital social.

Dentro de las cualidades que resaltan en la conformación de economías en red, se destaca la búsqueda por el rendimiento económico, combinado con la sociabilidad, el reconocimiento, el estatus y el poder para negociar. La construcción económica de la red ayuda a integrar móviles individuales, y apoyar la formación del tejido que construyen entre sí las personas. En la estructura de redes, las ligas sociales traducen las expectativas en oportunidades de mercado. Para García Macías, el capital social representa la historia acumulada de un negocio.

En regiones productivas como las del Eje Cafetero, se ha encontrado que cuando se especializa la producción, es posible mejorar la posición negociadora de la industria, articulándose con las cadenas de distribución locales e internacionales. Se observa que una de las fortalezas entre cafeteros y comercializadores consiste en que puedan acercarse comercial y contractualmente a los centros de acopio en los mercados internacionales. Algunas de las ventajas que se perciben al construir redes regionales de productores les permiten:

- a. Fortalecer las numerosas unidades productivas en el campo, y entre todos estructurar *clusters* compuestos por productores, proveedores, competidores y compradores.
- b. Disponer de redes que pueden subcontratar servicios y tareas de investigación con el objeto de mejorar la competitividad.
- c. Organizar redes suficientemente complejas para que las empresas cooperen y compitan.

19 García Macías. (2002). *Redes sociales y clusters...* Hace algunas referencias a autores como Schwentesius y Gómez (1997), quienes exploran el desempeño de la productividad del subsector frente a los productores de Estados Unidos, y destacan la presencia de la producción agrícola en el ámbito internacional. Analizando las estadísticas sobre superficie sembrada, valor de la producción, rendimientos y costos de producción, estacionalidades y tecnología, identifican la forma de dependencia y competencia entre estos dos países dentro del escenario del TLCAN. La escuela de la Universidad de California en Los Ángeles-UCLA explora las redes de comercialización. Sparring y Cook en 1999, en la universidad UCLA, examinan las alianzas estratégicas y los joint-ventures concluyendo que las interacciones entre las organizaciones pueden tomar distintas formas, y que en las transacciones del mercado es difícil distinguir dónde una organización finaliza y dónde la otra empieza.

Para García Macías (2002), la especialización productiva de una región se define como el lugar donde la abundancia de productores de la rama de producción en una zona geográfica determinada, que depende de la disponibilidad y dotación de recursos, les permite integrarse con la actividad de algunas regiones vecinas y especializarse en ramas productivas, conformando una red que puede cooperar o competir entre sí según el caso.

Con base en estos principios, un negocio en red permite aprovechar:

- a. Las unidades con especialización flexible.
- b. La especialización de otras unidades de corte familiar.
- c. Otras unidades basadas en la construcción de relaciones de confianza.
- d. La transmisión de conocimiento o de cohesión social en un plano informal.

Lo fundamental de estas redes proviene de las relaciones de parentesco, amistad y acuerdos basados en la confianza y la reciprocidad. Otras son redes de colaboración, contratación, cooperación y subcontratación que se pueden ampliar al contexto del comercio internacional²⁰.

IV. Cuarto, en Inglaterra y sus excolonias existe una creciente relación comercial con sus redes de suministro de perecederos y aromáticos. Dicha actividad comercial contractual, exhibe formas que determinan nuevas estructuras de intercambio. Los autores Dolan et al. (s. f.) y otros referidos en diferentes apartes de la obra, proponen la construcción de cadenas lideradas por los grandes distribuidores que se relacionan entre sí, mediante la suscripción de contratos con las redes de productores de sus viejos mercados naturales. Es el caso del mercado de las hortalizas transadas entre el Reino Unido, Kenia y Zimbabwe²¹.

Este es un elemento institucional que profundiza el análisis contractual entre los supermercados del Reino Unido y grupos de agricultores de Kenia y Zimbabwe. Destacan que se surten varios procedimientos de negocios antes de conformar una relación contractual entre productores y distribuidores en el exterior. El primero se refiere a la construcción de mecanismos de integración estimulados por los compradores que se articulan a través de cadenas.

- Luego se relacionan con las empresas de los países en desarrollo a través de la conformación de cadenas comerciales globales. *Commodity global chains*, como las refiere el autor Gereffi. Estas cadenas se integran con mayoristas y clientes en los países desarrollados,

20 Este tema es amplio y ha sido tratado por autores como Randy Stringer (1998). *Environmental policy and Australia's horticulture sector*. Center for International Economics and School of Economics. University of Adelaide. http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=86708. Borbón, C. G. (2001). "Frutas y hortalizas de exportación. Una aproximación al enfoque de las cadenas comerciales globales". *Región y Sociedad*, Vol. XIII. 22.200.1. 161-174. Cuello, A. M., y Zambrano, S. (2003). *Impacto de los tratados internacionales en la competitividad del sector lácteo colombiano. propuestas*. Bogotá: PUJ. Tesis de Grado. Metcalf, D. (1969). *The economics of agriculture*. Londres: Penguin Modern Economics.

21 Humphrey, J. Mc Culloch, N., y Ota, M. (2004). "The impact of european market changes on employment in the Kenyan horticulture sector". *Journal of International Development*. Vol. 16, No1. 63-80, jan.

y muchos productores africanos que exportan vegetales frescos dentro de una larga cadena global de productores de bienes básicos.

Segundo, la formación de cadenas más largas de producción de vegetales frescos, empleando varias estrategias contractuales.

- Una a través de las cadenas de alcance global.
- Configurando una estructura que vincule los compradores y productores.

Tercero, explorando las características del mercado que integran actividades con contenido de tecnología, estrategia concebida para superar barreras de entrada, que son determinadas por la aplicación de tecnologías básicas. En este ambiente se desarrollan las economías de escala y tecnológicas que determinan la formación de cadena de compradores, en la cual las ganancias están determinadas por las citadas economías. En este medio también se aumentan las utilidades mediante el aporte de los avances tecnológicos y la combinación de fuentes de valor, generadas por la investigación, el diseño, las ventas, el mercadeo y los servicios financieros.

• En las cadenas globales de productos básicos se pueden incluir productos de diversas características como son los que incluyen innovaciones en materia de gustos.

Cuarto, se exploran las características de las cadenas. En ellas, los compradores dependen de pocos proveedores y los proveedores de numerosos clientes. En este modelo se desarrollan procedimientos de adquisición.

Quinto, se analiza la relación con las tiendas *gourmet* o de gustos especializados que exigen condiciones cualitativas a los productores, como calidad del producto y otras condiciones como aromas, sabores y presentación del empaque. Con el objeto de integrar los mercados en torno a una estructura de cadena, las empresas y los productores se vinculan a lo largo de ella celebrando combinaciones contractuales. Primero, a través de una política de *governabilidad*, que permite estructurar una cadena de alimentos procesados. Segundo, apreciando las consecuencias en los productores y exportadores al participar en la cadena de procesamiento y producción. Tercero, sobreviviendo en el mercado, lo que significa entender, en cada momento, las oportunidades que se presentan en este.

La característica de las cadenas impulsadas por los productores —que pueden ser los colombianos o productores de Café organizados para este fin—, buscan condiciones de origen para superar las barreras de entrada. En la cadena de compradores, ocurre que las ganancias están determinadas por las economías de escala y por los avances en investigación, mercadeo y servicios financieros.

En estos casos, las cadenas se construyen sobre la base de contratos en los cuales se tiene en cuenta la:

dependencia transaccional y clientes y proveedores que se relacionan de la siguiente manera:

- Los compradores tienen pocos proveedores y los proveedores pocos clientes.
- Desarrollando procedimientos de adquisición.
- Evitando el regateo y cambiando los compromisos de corto por los de largo plazo.
- Inspección del envío, donde el comprador monitorea el sistema del productor.
- Asistencia técnica, con contratos de transferencia de tecnología bilaterales y multi-laterales.
- Comunicación, merced al apoyo de canales múltiples.
- Riesgo compartido, desarrollado sobre la base de caso por caso.

V. Los autores Humphrey et al. (2004: 63), en la obra *The impact of european market...* proponen en quinto término, que el mercado de productos de finca desarrollado en países como Kenia, ha avanzado alrededor de la organización de los productores como inicio de la cadena. Esta condición organizacional ha permitido atender con calidades y oportunidad de entrega un mercado exigente como el de la Unión Europea, en el cual, los gustos, demandas en materia de salud y disponibilidad del producto exige condiciones particulares de mercado.

En este caso, el grueso del mercado representado por unas pocas comercializadoras, está conformado por aquellas que compran y distribuyen la mayor parte del café procesado.

a. Desde el punto de vista organizacional, los comercializadores compiten entre sí, y hacen parte de una cadena de valor que se organiza de tal manera, que asegura la competitividad de los supermercados en países como el Reino Unido.

b. Una de las formas para competir y permanecer en el mercado de productos del campo es imponiendo una estructura de marca en cada producto o sello *label*.

c. En esta estructura *market-driven*, los pequeños competidores buscan fidelizar al comprador ofreciéndoles otras estructuras de mercadeo distintas a los buenos precios, como son la entrega a domicilio del producto.

d. Promoviendo el producto de origen como gancho del mercado, en virtud de que esta línea actúa como una palanca de negociación, así como fuente de la calidad y sabores distintivos.

VI. Sexto, el autor Robert N. Gwynne, (2004) en el trabajo *Clusters and commodity chains*. Explica cómo las firmas, cadenas y *clusters* de productos básicos interactúan dentro de la industria, empleando sus recursos y capacidades. En la agroindustria como caso concreto, dice que se presentan vínculos entre comercializadoras, productores y agricultores²².

22 Gwynne, N. (2004). "Clusters and commodity chains: Firm Responses to neoliberalism in Latin America". University of Birmingham. *Latin American Research Review*, Vol. 39, No. 3, October. Este trabajo resume la obra *Dynamic agroindustrial clusters: The political economy of competitive sectors in Argentina and Chile*. De Casaburi, G. Londres: McMillan, 1999.

Cuando el referido autor estudia los vínculos entre la agroindustria y la comercialización, sugiere que ocurren no solo entre industrias, si no entre productores de café, tostadores y distribuidores. El tema de la organización comercial y por ende de los contratos, depende de la forma como las empresas aprecian su negocio conforme la especialización de funciones.

Generalmente se dispone a lo largo de la cadena de:

- Modelos de integración vertical.
- Ofertas de mercado *spot*.
- Contratación de la producción a los agricultores y oportunidades de entrega.

Cuando se recaba sobre las formas de organización empresarial a escala mundial, los contratos tienden a reflejar la relación entre productores y organizaciones agroindustriales. Las imperfecciones del mercado se atacan por la vía de los mecanismos de crédito, seguros, información y factores de producción. Superados escollos como estos, las cadenas productivas toman una posición fuerte en el mercado al volverse la relación productor/distribución (*buyer-driven to product driven*). Este modelo apoya problemas de la localización de los productores para acercarlos a los canales de distribución y seguir estrategias nuevas como son la búsqueda de:

- Cooperación entre productores agrícolas.
- Cooperación entre productores, empresas productoras y comercializadores como parte de la cadena.
 - En este tipo de contratos, los productores acuerdan transferir su producción a los comercializadores internacionales y esta se compromete a prestarle asistencia técnica a los productores.
 - Efectuada la exportación, la comercializadora declara el precio de venta en el exterior y con base en este dato, procede a repartir las utilidades de acuerdo con la participación de cada productor en el negocio.

Cuando se construyen vínculos internacionales entre empresarios, la experiencia sugiere que las empresas exportadoras están en una posición de privilegio, porque conocen la información del productor y pos-precios a los cuales pagan en los mercados mundiales. La ventaja de las asociaciones que se despliegan a lo largo de la cadena, es que ayudan a la cooperación entre firmas.

VII. El trabajo publicado por Antônio Maria Gomes de Castro, Suzana Maria Valle Lima y Carlos Manoel Pedroso Neves Cristo, titulado *Cadena productiva: marco conceptual para apoyar la prospección tecnológica* de EMBRAPA, Brasil (2002), tiene por objeto ilustrar en séptimo lugar, acerca de la utilización del concepto de la cadena productiva como instrumento de visión sistémica en el sector agrícola. Parte del supuesto que la producción de frutos del campo representa aspectos en los cuales el sistema determina el

flujo de materiales, de capital y de información que se conectan a través de los agentes diversos de la cadena que buscan proveer un mercado consumidor final de los productos del sistema.

- Emplea el modelo del sistema en este caso particular, con el objeto de integrar en el proceso de selección del producto, producción, organización de la comunidad, distribuidores y exportadores a través de mecanismo contractuales.

El trabajo de Gómez de Castro et al. (2002), involucra:

- Los conceptos de sistema, límite, jerarquía y modelo.

- El propósito de esta jerarquía ayuda en los procesos de contratación en la cadena productiva a ofrecer mejores oportunidades de uso, como la base conceptual para los estudios prospectivos. Los elementos tradicionales de concepto de negocio agrícola fue pensado en términos de costo de transacción asumido o hundido, para el desarrollo comercial de un complejo agroindustrial, un negocio agrícola que se asume para lo que ocurre dentro de los límites de las fincas. Cuando se piensa en términos de los procesos interconectados, los costos de transacción se reflejan en los contratos vía el *overhead*, lo que permite que la oferta de los productos de la agricultura a sus consumidores avance sobre unas bases conceptuales.

- Nos referimos al concepto de cadena productiva, que es una derivación de esta base conceptual empleada en nuestro estudio como es la integración de actores de la producción/comercialización, como son aquellos que se encuentran:

- Fuera de la finca.
- Proveedores de insumos.
- Agroindustrias.
- Estructuras de comercialización.
- Consumidores.
- Estructuras de apoyo a la producción.

En la parte empírica se trata de seleccionar las variables primordiales que ayuden a regular la parte contractual del modelo de prospectiva empleado. En el trabajo se identifican las siguientes variables para el desempeño de las cadenas o de sus componentes:

- Factores de eficiencia.
- De calidad de productos.
- De competitividad.
- De sostenibilidad.
- De equidad.
- Aportes en los campos sociales, económicos, biológicos, gerenciales y tecnológicos.

5. Conclusiones y recomendaciones

Los trabajos anteriores tienen la virtud de indicar que el mercado de un producto *commodity* tiene amplias posibilidades de integrarse como un negocio en partes avanzadas de la cadena internacional de valor, donde los elementos contractuales le permiten al país, al gremio productor, comercializadores y empresarios, ganar un espacio comercial donde se aprovechan mejor las oportunidades para apropiarse de porciones en distintos eslabones de la cadena de valor de la industria mundial del café. Colombia y otros países productores del grano han venido enfrentando un cambio en la estructura global del comercio, en el cual, el ingreso generado por la industria productora, no se distribuye en la misma proporción entre productores y comercializadores, tal como ocurría en los años inmediatos de la posguerra. El nuevo mundo de los negocios del café, se divide entre productores comprometidos en cada uno de los países en la producción de café de calidad, seguido por los exportadores privados nacionales, y luego por el segmento relacionado internacionalmente, con un pequeño grupo de monopolios especializados en la compra del café verde y otras etapas de distribución-transformación como son su distribución al detal hasta llegar a los *coffee-shops*. Quienes impulsan la industria de la torrefacción en el exterior, se unen al grupo de empresarios e industriales que hacen la distribución al detal del café en los países desarrollados, como es el caso de los supermercados y tiendas minoristas, quienes en su conjunto, integran la parte más lucrativa de la cadena mundial de distribución.

Cadenas de suministro

La denominada cadena de suministro es una institución contractual, conformada por compañías que operan en red y que hacen el *outsourcing* de las ventas en el mundo. En países como Indonesia, que es un *latecomer* en materia cafetera, ocurre que la actividad de la apropiación del excedente es un criterio comercial determinante en su actividad económica²³. Según el autor Talbot son las compañías multinacionales las agencias que se apropian de la mayor parte del ingreso cafetero en esta larga cadena de valor, al aprovecharse de la ventaja competitiva que les reporta, la especializan en su negocio. Define los inicios de los eslabones de la distribución de un producto primario de la siguiente manera:

The chain has been conceptualized as a series of nodes linked by various kinds of transactions. According to one explanation. "Each successive node within a commodity chain involves the acquisition and/or organization of inputs (e.g., raw materials or semifinished products), labor power (and its provisioning), transportation, distribution (via markets or transfers), and consumption" (Gereffi, Korzeniewicz, and Korzeniewicz 1994, 2)²⁴.

23 Ibrahim, H., y Suhaiza, Z. (2010). "A review on the competitiveness of global supply chain in a coffee industry in Indonesia". *International Business Management*, Vol. 4, No. 3, 105-115.

24 Talbot, J. M. (1997). "The struggle for control of a commodity chain: Instant coffee from Latin America". *Latin American Research Review*, Vol. 32, No. 2, 117-135.

El emergente factor de la política económica internacional, ha contribuido a reorganizar el mundo de los negocios de productos agrícolas, al introducir el concepto de la cadena mundial de producción, el cual opera globalmente. En esta cadena, el modelo de *outsourcing* es prometedor para mejorar los márgenes de utilidad de las grandes empresas, y la nueva teoría institucional de la gerencia y las apreciaciones de la geografía del desarrollo económico, permiten participar a los distintos actores de los rendimientos del total de la industria producción-distribución.

Por efectos de las economías de aglomeración y la aparición de externalidades en partes lucrativas del negocio, se cree que es posible elevar las ganancias de los países productores en la medida en que accedan a otros mercados con base en las ayudas de los acuerdos comerciales vigentes. Por ejemplo, accediendo a las numerosas cadenas comerciales o compitiendo con ellas. Recordemos que:

(...) there are approximately 1200 roasters in the US today, where large roasters usually have one blend of recipes and sell to large retailers - the big three (Kraft, which owns Maxwell House and Sanka, owned by Philip Morris; Procter & Gamble, which owns Folgers and Millstone; and Nestle) maintain over 60% of total green bean volume. Microroasters, or those who roast up to 500 bags of coffee a year, offer the product we know as specialty coffee...²⁵.

No obstante, este nivel de concentración en la parte final de la cadena, podrá llegar al día en que accediendo al mercado detallista, se acceda al proceso en el cual se alcance la cadena de distribución detallista, como ocurrió muchas décadas después con el negocio de Juan Valdez. Acceder a la cadena de valor como es el primer caso de la producción de cafés especiales, luego ingresar a prácticas comerciales como el *fair trade* del cual dependen muchos productores especializados en la producción de café orgánico, o en la venta de café en taza como en el caso del café distribuido en las tiendas Juan Valdez puede ayudar a incrementar la participación en la cadena internacional de valor del café.

El negocio *fair trade*, es un aspecto novedoso para las fincas productoras, ya que tiene por objeto social estabilizar los ingresos de muchas familias, evitar la presencia de niños trabajadores y defender a los pequeños propietarios cultivadores, buscar la preservación del medio ambiente, retener la presencia de los pájaros cantores, etc. Sin embargo, es importante avanzar mucho más en la cadena de valor, pensando en acoger dentro de las metas comerciales, la conquista de segmentos comerciales de la industria que se asocian con la apropiación de mercancía, condiciones de origen, participación accionaria en empresas que hacen parte de la cadena del café procesado y la venta y distribución del café al detal.

El trabajo que desarrolló el autor Kaplinsky correspondiente al año 2004, titulado *Competitions policy and the global coffee and cocoa value chains* muestra aspectos interesantes acerca del proceso que agrega valor en la industria mundial del café. Analiza en esta

25 Coffee in the global economy (s. f.).

obra cifras fundamentales sobre la pérdida en la participación de los productores con respecto del ingreso generado por la industria mundial del café. Observa que sobre la repartición del ingreso global del café la participación histórica del productor ha sido decreciente para el medio de los países productores que se quedaron anclados en el mercado del café verde para exportación, sin mucho valor agregado.

Los países con bajo nivel de ingreso, no han podido concentrar su actividad económica en la parte más lucrativa de la cadena de valor del negocio cafetero, como es el del procesamiento, transporte y distribución mayorista del café, y en los supermercados de barrios con población migrante, o tiendas minoristas, restaurantes y cafeterías especializadas. La situación de pérdida relativa de participación de los productores nacionales, incluyendo el gremio productor en el mercado total del café, ha sido muy sensible al apreciar las cifras. Kaplinsky (2004) observa una pobre presencia de los productores en la cadena internacional de valor, atribuyéndola al efecto del modelo vigente de la integración horizontal del mercado, y a que los países industrializados se han especializado en la actividad de la producción de bienes de calidad, dejando por fuera la acción de los *marketing boards* de los países productores que no han tenido la determinación suficiente para proponer políticas eficaces tendientes a mejorar su presencia en el negocio de la distribución.

Argumenta que los *marketing boards* no han estado dispuestos a correr riesgos, ya que situaciones como el de la superproducción de café, o las medidas sanitarias y fitosanitarias, presionan a la baja el precio de referencia y alejan a los productores de esta iniciativa. Cuando en el mercado libre de café en las bolsas de Londres o Nueva York se profundizan las pérdidas, es por falta de recursos para invertir en las *clering houses* en el mercado de futuros. En ocasiones las empresas comercializadores cuando compran a precios muy baratos las materias primas, han perdido la ocasión de vender el producto final a los distribuidores detallistas a precios más altos. Los productores en el modelo viejo son tomadores de precios, y no formadores de los mismos, situación que impide vender con buenas oportunidades. El poder adquirido por los distribuidoras se aprecia en el hecho que entre 1992 y 2000, el mercado de los supermercados controló el mercado detallista en un 26.6% en el primer año y el 42.9% en el segundo. Debido al vacío dejado por los productores en este nicho del mercado, cinco de estas firmas que eran americanas, controlaron el 80% del mercado en 16 países consumidores (Kaplinsky, 2004).

Para aprovechar las ventajas que ofrece una red comercial que abarca la producción, transporte, distribución y comercialización del café, el autor Casson en su análisis de las empresas, los mercados y las redes, escribe un texto titulado *Enterprise and leadership: studies on firms, markets and networks*, explica en el capítulo 7 (2000:161-195) el significado económico de las redes de negocios. Este concepto de las redes, es un elemento adicional importante para construir una propuesta de política económica que ayude a superar las barreras de acceso a los mercados.

Lin (2007) sugiere que cuando un negocio es nuevo e intenta incorporar en la producción y distribución su producto en la actividad de la comercialización, considera que cuando

se crean redes sociales informales en una comunidad, es posible ampliar el acceso al mercado una vez se organizan redes con mayor grado de penetración, con mayor transparencia y capacidad para adelantar prácticas empresariales que profundicen los niveles de competitividad. Enfoques comerciales complementarios, indican que con la aplicación de la nueva teoría de redes, se justifican en cuanto permiten generar mayor crecimiento de las empresas, y ampliar su actividad comercial al ámbito internacional. Los autores García Canal, López, Rialp y Valdés (1998) encuentran que los acuerdos de cooperación o alianzas estratégicas entre empresas locales y extranjeras, son las estrategias ideales que permiten coordinar acciones comerciales de cara a la generación de beneficios que comparten las ganancias a lo largo de la cadena de suministro. Ariño y García Pont (1996) indican que las alianzas contractuales permiten adquirir nuevas capacidades y que su labor se extiende a las redes de alianzas de productores-comercializadores luego de construir un esfuerzo colectivo que permite mejorar las capacidades empresariales. Al establecer “grupos comerciales de productores y comercializadores internacionales” sirven para sumar el talento empresarial de las partes y permiten estructurar y fortalecer las redes como sugiere Powell (1990). El autor Thorelli (1986) explica que existen otras formas híbridas de organización que articulan las empresas al mercado y lo integran con otras jerarquías comerciales y productivas. Cualquiera que sea la definición de un acuerdo de cooperación entre grupos de productores y comercializadores, se puede enmarcar siguiendo otros criterios como el Genescà (1995) que busca un acuerdo duradero entre empresas en red que mantienen su independencia jurídica y de gestión e integran actividades diversas en el proceso de producción-distribución.

Hay variedad de tipologías de redes basadas en sus distintas dimensiones estructurales como sugieren Johannisson et al. (1987) para quienes hay dos enfoques que ilustran estas relaciones. Las redes interorganizacionales y las redes interpersonales, que son muy utilizadas en el contexto de la función empresarial y creación de empresas. Ariño y García Pont (1996) basados en la teoría de recursos y capacidades señalan que las empresas pueden desarrollar dos tipos de alianzas: las alianzas complementarias y las alianzas de similitud. Dyer y Singh (1998), indican que la ventaja competitiva de las sociedades se resume en cuatro géneros. Inversión en relación con los activos específicos; intercambio de conocimiento sustancial incluyendo el intercambio de conocimiento que resulta en el aprendizaje del grupo; y la combinación de recursos o capacidades complementarias. De manera similar, Dyer, Kale y Singh (2001) consideran que la función de una alianza estratégica efectiva es desarrollar cuatro papeles clave, a saber: mejorar los esfuerzos para la dirección del conocimiento; incrementar la visibilidad externa; proporcionar coordinación interna; y eliminar los problemas de contabilidad y los problemas de intervención.

Cadenas comerciales globales

La organización de la producción, la distribución y el consumo de productos del campo pueden calificar para articularse dentro de un sistema de comercio integrado globalmente, en donde la tendencia es a que cada territorio se especializa en ramas y etapas del

ciclo producción-distribución-consumo. De esta forma se crea un “sistema transformador global” caracterizado por la fragmentación del proceso productivo sin que importen las fronteras políticas territoriales. Este sistema lo suelen gerenciar corporaciones centrales que representan al capital reproductivo y comercial²⁶.

El autor Borbón identificó tres tendencias que se dan al formar estas cadenas:

1. En la que se integra la producción a través de diversas regiones o segmentos productivos en las economías de los países en desarrollo.
2. La que orienta la actividad exportadora como estrategia para promover el desarrollo en las naciones exportadoras de bienes básicos.
3. Donde se generan mayores niveles de especialización en las que las empresas comercializadoras y firmas multinacionales globalizan su distribución.

La concepción teórica de las cadenas comerciales globales parte de tres dimensiones principales, según Borbón:

1. Estructuras sistémicas: de entradas, transformaciones y salidas.
2. Territorio: dispersión regional y formas de acopio mediante el apoyo de redes compuestas por comercializadores de diferente tamaño y capacidad comercial.
3. Control de la estructura: relaciones de poder y de autoridad que determinan cómo se localizan y fluyen los recursos financieros, las materias primas y los recursos humanos.

Dentro de las formas de control de las cadenas, el autor Gereffi distingue aquellas controladas por el productor y otras dirigidas por los compradores nacionales y extranjero. Las cadenas globales de comercialización de aromáticos que comparten los criterios del *technology foresight* avanzan en un análisis global de las cadenas de valor, enfatizando el empleo de las redes de comercialización del producto. Las cadenas de alcance global no desarrollan su actividad perforando las fronteras, si no que proceden a desarrollar decisiones estratégicas que tienen por objeto posicionar la cadena en el mercado. En la cadena de compradores, ocurre que las ganancias están determinadas por las economías de escala, y por los avances tecnológicos a parte de una combinación de valores generados por la investigación, diseño, ventas, mercadeo y servicios financieros.

Sobre la gobernabilidad ha correspondido a los supermercados detallistas manejar la competencia oligopolística. En este sistema, pocos agentes minoristas compiten por una participación del mercado. Lo hacen en el mercado prestando una variedad de servicios y se diferencian de la competencia por factores que están más allá del sistema de precios. Los supermercados compiten en los atributos del producto como son, la calidad, la entre-

26 Pérez, J. A., Villate, A., Otero, H., Andrade, J. M. (2006). “Prospectiva de la cadena hortícola en la sabana de Bogotá desde el lado de la oferta”. Colciencias. Programa Nacional de Prospectiva Tecnológica e Industrial. Proyecto: Informe Final. Pontificia Universidad Javeriana. Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas. Departamento de Administración de Empresas. Grupo en Negocios Internacionales. 28 de febrero.

ga oportuna durante todo el año, presentación, empaque e innovación. El dinamismo de este nuevo mercado proviene de los cambios en los hábitos de consumo, dedicando más espacio para la comida lista para el consumo.

Dentro de las condiciones de demanda que inciden en la formación de las cadenas de producción distribución, es importante tener en cuenta que factores tales como el avance mundial de la agricultura limpia y orgánica, involucran en el proceso –producción, distribución y demanda– a diversos tramos de la cadena alimentaria cuyos consumos son especializados. En Europa, solo el 2% de la tierra se trabaja con métodos de agricultura ecológica, situación que reporta ventajas para los países que tienen abundancia de tierras para celebrar agriculturas limpias. Las tasas de crecimiento por estos productos ecológicos y limpios superan en algunos países de Europa el 25%.

El trabajo de Schwentesius y Gómez (1997), pone énfasis en el desempeño de la productividad del subsector frente a los productores de Estados Unidos para el caso de México al ingresar al NAFTA. Esta obra destaca el aumento de la superficie sembrada en México, el mayor valor de la producción, rendimientos y costos de producción, estacionalidades y tecnología, generados por el nuevo mercado. La escuela de la UCLA en los Los Ángeles, muestra cómo los vegetales de invierno provenientes de México son comercializados en Estados Unidos, y cómo su estructura de mercado afecta a todos los actores mexicanos y norteamericanos. Sparring y Cook (1999) examinaron el efecto de las alianzas estratégicas y los *joint ventures* a lo largo de la cadena, concluyendo que las interacciones entre las organizaciones pueden tomar distintas formas.

La experiencia chilena basada más en la competencia que en la cooperación, ha llevado al fortalecimiento de las cooperativas, sobre todo con su concurso se ayuda a elevar los estándares de calidad de los pequeños productores. En este tipo de organización, los contratos son materia definitiva para lograr niveles de competencia internacional. Este modelo sugiere negociar los términos de los contratos como son las consignaciones que se renuevan periódicamente. Esto es importante porque:

- Efectuada la exportación, la comercializadora declara el precio de venta en el exterior y con base en este dato, procede a repartir las utilidades de acuerdo con la participación de cada productor en el negocio.
- Se deduce de la función de ingresos, las comisiones, los gastos de transporte, seguros, inspección, obteniéndose de ahí la utilidad, excepto cuando se incurren en precios bajos.
- Se pueden conciliar los intereses provenientes de las cadenas y los *clusters*, en virtud de que unas se complementan y otras compiten entre sí.
- En estos casos la ventaja de las empresas exportadores es que están en una posición de privilegio porque conocen la información del productor y las condiciones de precios que caracterizan los mercados mundiales.

La ventaja de las asociaciones que se despliegan a lo largo de la cadena, ayudan a la cooperación entre firmas, y es por ello que las compañías encadenadas se convierten en un puente entre productores y exportadores.

Al participar en la cadena de comercialización al detalle, se mejora el conocimiento en temas propios de la distribución. Humphrey (2004) explica cómo la cadena de suministro está sometida a la competencia en los puntos de la producción, y en el comercio mayorista y minorista, lo que le permite cubrir varios niveles de valor agregado como son:

- El grado de procesamiento y empaque.
- El grado de complejidad en el ámbito regulatorio.
- Los cambios en la política de comercio exterior.

La decisión empresarial de vender o no a un supermercado y las consiguientes decisiones estratégicas pueden entenderse como producto de los esfuerzos de los agricultores para maximizar la utilidad esperada de sus ingresos, que toma en cuenta tanto la maximización de utilidades como el riesgo. La literatura indica que, en general, los supermercados ofrecen retornos mayores que los canales tradicionales, aunque los costos, las barreras de entrada y los riesgos son también más altos.

Bibliografía

- ADAMS, F. G. BEHRMAN, J. R. y ROLDÁN, J. R. (1979). "Measuring the impact of primary commodity fluctuations on economic development: Coffee and Brazil". *American Economic Review*. American Economic Association, Vol. 69, No. 2, may.
- BORBÓN, C. G. (2001). "Frutas y hortalizas de exportación. Una aproximación al enfoque de las cadenas comerciales globales". *Región y Sociedad*, Vol. XIII. 22.200.1, 161-174.
- BUCKLEY, P. J. y CASSON, M. (2002). *The future of the multinational enterprise* (25th anniversary edition). Reino Unido: Palgrave.
- _____. (2003). *The changing global context of international business*. Reino Unido: Palgrave.
- CAILLEBA, P. y CASTERAN, H. (2009). "A quantitative study on the fair trade coffee consumer". *Journal of Applied Business Research*, 25 (6), 31-46. Disponible en: ABI/INFORM Global.
- CASSON, M. (2000). *Enterprise and leadership: Studies on firms, markets and networks*. MA USA: Northampton.
- CUELLAR, F. (2004). *El crédito cafetero en Colombia. Economía, instituciones y política. 1920-2002*. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia, Ediciones Uniandes.
- CUELLO, A. M. y ZAMBRANO, S. (2003). Impacto de los tratados internacionales en la competitividad del sector lácteo colombiano. Propuestas. (Tesis de Grado). Bogotá: Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano.

- DOLAN, C. HUMPHREY, J. y HARRIS-PASCAL, C. (s. f.). "Horticulture commodity chains: The impact of the UK market on the african fresh vegetable industry". *IDS Working Paper 96*.
- GARAY, L. J. (2009). *La negociación agropecuaria en el TLC. Alcances y consecuencias*. Bogotá: Planeta Paz.
- GARCÍA, A. (2002). "Redes sociales y clusters empresariales". *Redes, Revista Hispana para el Análisis de las Redes Sociales*, Vol. 1, No. 6, enero.
- GERSCHENKRON, A. (1962). *Economic backwardness in historical perspective. A book of essays*. Cambridge: The Belknap Press of Harvard University Press.
- _____. (1968). *Continuity in history and other essays*. Cambridge: The Belknap Press of Harvard University Press.
- _____. (1970). *Atraso económico e industrialización*. Barcelona: Ariel.
- GIOVANUCCI, D. et al. (2003). "El café". En: M. M. Guigale, O. Lafourcade, C. Luff. *Colombia fundamentos económicos de la paz*. Washington: Banco Mundial y Alfaomega.
- GOMES, A. M. VALLE LIMA, M. S. y PEDROSO, C. M. (2002). "Cadena productiva: Marco conceptual para apoyar la prospección tecnológica de EMBRAPA de Brasil". *Espacios* Vol. 23, No.2, mayo.
- GÓMEZ, J. y ECHEVERRI, M. (2003). *Cafés especiales: Un futuro promisorio para Colombia en el alca*. Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana.
- GWYNNE, R. N. (2004). "Clusters and commodity chains: Firm responses to neoliberalism in Latin America". *Latin American Research Review*, Vol. 39, No. 3, october. Birmingham: University of Birmingham.
- HOYT, D. y McMILLAN, J. (2004). *The global coffee trade*. Case: IB-53. Date: 02/19/04. Stanford: Stanford Graduate School of Business. Exhibit 3. Cecafé. Disponible en: <http://www.cecafé.net/>. Tomado el 14 de junio de 2011.
- HUMPHREY, J. McCULLOCH, N. y OTA, M. (2004). "The impact of european market changes on employment in the Kenyan horticulture sector". *Journal of International Development*, Vol. 16, No.1, 63-80.
- IBRAHIM, H. y ZAILINI, S. (2010). "A review on the competitiveness of global supply chain in a coffee industry in Indonesia". *International Business Management*, Vol. 4, No, 3, 105-115.
- INGCO, M. D. y NASH, J. D. (2004). *Agricultura and the WTO. Creating a trading system for development*. Washington: Banco Mundial.
- KAPLINSKY, R. (2004). *Competitions policy and the global coffee and cocoa value chains*. Institute of Development Studies University of Sussex and Centre for Research in Innovation Management, University of Brighton. Paper prepared for United Nations Conference for Trade and Development. UNCTAD.

- _____. y MORRIS, M. (2000). *A handbook for value chain research*. IDRC.
- KRUGMAN, P. (1985). "Increasing returns and the theory of international trade". *NBER Working Paper*, No. 1752, november.
- LEWER, J. y VAN DEN BERG, H. (2003). "How large is international trade's effect on economic growth?" *Journal of Economic Surveys*, Vol. 17, No. 3, 363-396.
- LIN, J. N. (2007). *Sustainable supply chains in the food and beverage industry*. Practicum submitted in partial fulfillment of the requirements for the degree of master of Science. (Natural resources and environment). At the University of Michigan, april. Case study: Coffee. 42-51.
- LOZANO, A. (2009). "Acceso al crédito en el sector cafetero colombiano". *Revista Ensayos sobre Economía Cafetera*, No. 25, 18-119.
- LUCAS, R. E. (1988). "On the mechanics of economic development". *Journal of Monetary Economics* (22), 3-42.
- METCALF, D. (1969). *The economics of agriculture*. Londres: Penguin Modern Economics.
- MUÑOZ, L. G. (2010). "Acuerdo por la prosperidad cafetera. 2010-2015". *Revista Ensayos sobre Economía Cafetera*, No. 26, 7-11.
- NEWFARMER, R. (2006). *Trade, Doha, and development. A window into the issues*. Washington: The World Bank.
- NORTH, D. C. (1998). *Institutions, institutional change and economic performance*. Cambridge: Cambridge University Press.
- ORGANIZACIÓN INTERNACIONAL DEL CAFÉ, OIC y Carta del director ejecutivo. (2010). *Informe sobre el mercado del café*, mayo.
- PÉREZ, J. A. VILLATE, A. OTERO, H. y ANDRADE, J. M. (2006). *Prospectiva de la cadena hortícola en la sabana de Bogotá desde el lado de la oferta*. Bogotá: Colciencias.
- PIZANO, D. (2001). "Instituciones cafeteras y desarrollo económico de los países productores". *Ensayos en Economía Cafetera*, No.16-17.
- ROMER, P. M. (1986). "Increasing returns and long-run growth". *Journal of Political Economy*, Vol. 94, No. 5, october.
- _____. (1990). "Endogenous technical change". *Journal of Political Economy*, Vol. 98, No. 5, october. Part II. S71-S102.
- SMALLER, C. (2005). *In the name of development: Whose ambitions for the Doha round?* Institute for Agriculture and Trade Policy. Disponible en: <http://www.globalpolicy.org/soecon/bwiwto/wto/2005/0819inthename.htm>
- STIGLITZ, J. E., y Newbery, D. (1981). *The theory of commodity price stabilization. A study in the economics of risk*. Oxford: Clarendon Press.

- STIGLITZ, J. E. (2001). "El café y los nuevos rumbos de la economía". *Ensayos sobre Economía Cafetera*, No. 16-17. Disponible en: <http://www.federaciondecafeteros.org/static/files/el%20café%20y%20los%20nuevos%20rumbos%20de%20la%20economía--%20Stiglitz%20Joseph.pdf>
- _____. (2006). "It takes more than free trade to end poverty mandelson treats the negotiations with impoverished african countries as a bargain between equals". Disponible en: <http://www.globalpolicy.org/socecon/bwi-wto/wto/2006/0203stiglitz.htm> Tomado en octubre de 2010.
- STRINGER, R. (1998). *Environmental policy and Australia's horticulture sector*. Adelaide: Center for International Economics and School of Economics. University of Adelaide. Disponible en: http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=86708
- TALBOT, J. M. (1997). "The struggle for control of a commodity chain: Instant coffee from Latin America". *Latin American Research Review*, Vol. 32, No. 2, 117-135.
- THORP, R. (2001). "La actuación colectiva y el mercado cafetero en el desarrollo colombiano". *Ensayos sobre Economía Cafetera*, No.16-17.
- WORLD BANK. (2001). "Commodity market reforms. Lessons of two decades". Informe preparado por I. Takamasaak , J. Affes, D. Rson, P. Rangos.
- WORLD TRADE ORGANIZATION. (2001). *4th ministerial conference*. Doha, 9-13, november.