

# TENDENCIAS DEL MERCADO ORGÁNICO MUNDIAL, CON ÉNFASIS EN CAFÉ ORGÁNICO

Manuel Amador\*, Hugo Valdés\*\* y Jaime E. García G.\*\*\*

## TENDENCIAS GENERALES DEL MERCADO DE PRODUCTOS ORGÁNICOS EN EL MUNDO

El mercado mundial de productos orgánicos ha experimentado cambios dramáticos en los últimos 10 años, produciendo un verdadero “boom” dentro de la agricultura mundial, principalmente en los países industrializados. Las razones que explican este fenómeno son muy variadas y entre éstas se destacan a continuación las siguientes:

- \* Deterioro y contaminación alarmante del medio ambiente: suelos, aguas, biodiversidad, otros (Conway y Pretty, 1991; García et al., 2000), confirmándose las advertencias que sobre este se hicieron desde los comienzos de la agricultura industrializada, y especialmente con el inicio de la denominada “revolución verde” (Carson, 1964; García, 1997; Maroni y Fait, 1993; Rusch, 2002).
- \* Aumento dramático de enfermedades en la población producto de los cambios ambientales y las costumbres alimentarias (Baker y Wilkinson, 1990; Colborn et al., 1997; Fox, 1998; Lappé, 1991; McGee, 1997; NIH, 1993). Esta situación ha motivado un aumento en la demanda de productos más sanos, especialmente por parte de las personas más concientes de esta situación.
- \* Aumento creciente de diferentes escándalos relacionados con los alimentos, como la peste en los cerdos, el exceso de hormonas en la crianza de pollos, los residuos químicos en la leche y el problema de las vacas locas.
- \* Aumento de la influencia política de los partidos ecologistas en los países industrializados, lo que obliga a los partidos tradicionales a prestar más atención a los problemas del ambiente y la salud en la población.

---

\* Ing. Agr., M.Sc. en Desarrollo Rural de la Universidad Nacional, Heredia, Costa Rica. Con experiencia docente en cursos de capacitación y comunicación rural. Consultor de ONG cubanas en desarrollo sostenible. Coordinador de un equipo de consultores centroamericanos para la elaboración de un estudio sobre oferta y demanda de productos orgánicos en América Central. Tel. (00506) 236-16-95 o 236-51-98. Fax (00506) 236-16-94. Correo electrónico: cedecosc@racsa.co.cr

\*\*Estudios universitarios en Economía de la Universidad de Hohenheim (*Dipl. oec.*), con especialidad en Economía Agraria. Ha trabajado en diversos proyectos de la cooperación alemana y europea en América Latina. *Product Manager*, entre 1995 y el 2000, en la Organización Certificadora de Comercio Justo (Fairtrade Labelling Organization, FLO) con sede en Bonn, Alemania. Actualmente trabaja en la Corporación Educativa para el Desarrollo Costarricense (CEDECO) como asesor en comercialización. Tel. (00506) 236-16-95. Correo electrónico: h.valdes@cedeco.or.cr

\*\*\*Doctorado alemán en Ciencias Agrícolas (*Dr.sc.agr.*) de la Universidad de Hohenheim, con énfasis en Protección de Cultivos. Catedrático de la UNED (Centro de Educación Ambiental) y de la UCR (Escuela de Biología). Autor y coeditor de varios libros y de alrededor de un centenar de artículos. Telefax (00506) 253-21-21, ext. 2255. Correo electrónico: jaimegcr@softhome.net

## Oferta

La principal característica de este mercado es un crecimiento sostenido de la producción y las áreas cultivadas bajo condiciones orgánicas a nivel mundial en los últimos años. Hasta diciembre del 2001, más de 17 millones de hectáreas habían sido convertidas a orgánicas, lo que representa un incremento de más del 15% en relación al año anterior. En el cuadro 1 se citan algunos de los principales países con las mayores áreas orgánicas.

**Cuadro 1. Área certificada orgánica en algunos países, en hectáreas.**

País	1999	2000	2001	Cambio, en %
Australia	1 700 000	7 654 924	7 654 924	0 (45)
EE. UU.	900 000	900 000	900 000	0 (5)
Italia	800 000	958 687	1 040 377	8 (6)
Alemania	400 000	452 279	546 023	21 (3)
Argentina	380 000	3 000 000	2 800 000	- 7 (16)
Otros	2 320 000	2 659 732	4 215 131	58 (25)
<b>Total</b>	<b>7 500 000</b>	<b>15 813 817</b>	<b>17 156 455</b>	<b>15,5</b>

Fuente: Willer y Yussefi (2002), compilado y adaptado para esta publicación por Valdés.  
Entre paréntesis: participación en el área certificada orgánica mundial.

El crecimiento mundial muestra una mayor participación de otros países, representando el 25% del área total y una disminución relativa de Australia y Argentina, cuya participación en el área total certificada disminuyó de 67 a 60%.

A pesar de este crecimiento absoluto impresionante, los esfuerzos reales de transformación hacia formas más sostenibles de producción se ven mejor reflejados si se contraponen la participación del área orgánica con el área cultivable total de cada país (cuadro 2).

**Cuadro 2. Participación de la agricultura orgánica en la agricultura total de algunos países entre 1999 y el 2000 (en %).**

País	1999	2000	2001
Austria	8,4	7,8	8,6
Suiza	7,8	9,0	9,0
Finlandia	6,8	6,8	6,7
Italia	6,4	6,8	6,8
Alemania	2,4	2,6	3,2
Inglaterra	1,8	2,4	3,3
Australia	0,4	1,6	1,6
Argentina	0,2	1,8	1,6
EE. UU.	0,2	0,2	0,2
Japón	0,1	0,1	0,1

Fuente: CCI (1999) y Willer y Yussefi (2002), compilado y adaptado para esta publicación por Valdés. Valores redondeados.

El cuadro 2 muestra que la producción orgánica, a pesar de las altas tasas de crecimiento logradas en los últimos años, es aun marginal, ya que en la gran mayoría de los países del mundo el modo de producción dominante, con un mínimo del 90% del total, continua siendo convencional. Sin embargo, la tendencia es claramente ascendente en casi todos los países. La mayoría de los estudios de mercado que se han realizado en diversos países coinciden en señalar que la producción es, y por un tiempo largo continuará siendo, el principal cuello de botella para el desarrollo del mercado de los productos orgánicos.

En la mayor parte de los países en desarrollo la agricultura orgánica se encuentra aún en un nivel muy bajo, estando su desarrollo orientado básicamente hacia los mercados de exportación. En el cuadro 3 se muestra la situación actual en los países de América Central.

**Cuadro 3. Área de producción orgánica en América Central (1998 y 2000), en hectáreas.**

País	1998	2000
Costa Rica	9 000	6 487
Guatemala	7 000	14 746
El Salvador	4 900	4 900
Nicaragua	1 400	7 000
Honduras	no disponible	1 769
Panamá	no disponible	5 111
Belice	no disponible	1 810
<b>Total</b>	<b>22 300</b>	<b>41 823</b>

Fuente: Willer y Yussefi (2000) y Amador, IICA (2001), citado por Gutiérrez (2001).

Aún aceptando que pudieran haber diferencias metodológicas en las estadísticas de ambos periodos, se puede constatar una clara tendencia ascendente del área de producción orgánica en la región centroamericana, especialmente en Guatemala y Nicaragua.

## Demanda

Una característica muy común al respecto es que las informaciones de mercado que existen a nivel mundial son escasas, incompletas y dispersas. A pesar de estas limitantes, se puede destacar una clara tendencia de alto crecimiento en la demanda de alimentos orgánicos (ver cuadro 4). Los mayores mercados de estos productos son los EE. UU., Europa y Japón, los cuales acumulan más de 65% de éste.

**Cuadro 4. Ventas de productos orgánicos en 1997 y el 2001 (en millones de dólares), así como crecimiento esperado (en %).**

(%)	País	1997	2000	2001	Crecimiento
	EE. UU.	4 200	7,5-8 000	9-9500	20
	Alemania	1 600	2,1-2 200	8-8500*	10-15
	Japón	1 200	2 -2 500	2-2500	---
	Francia	720	8 - 850	--	10-15
	Italia	750	1 -1 050	--	10-20
	Inglaterra	450	1,1- 1 200	--	15-20
	Suiza	350	450-475	--	10-15
	Otros	1 730	--	--	---
	<b>Total</b>	<b>11 000</b>	<b>17 500</b>	<b>21 000</b>	

Fuente: CCI (1999) y ITC (2002), compilado y adaptado para esta publicación por Valdés.

Nota: las cifras son estimadas.

\*La estimación de ventas corresponde a la Unión Europea en su totalidad.

En el año 2001 las ventas totales estimadas por el ITC fueron de 21 000 millones de dólares americanos, es decir, se logró casi una duplicación del mercado en un plazo de cuatro años, lo que significa un desarrollo espectacular. Otra organización inglesa, Organic Monitor estimó incluso que las ventas superaron los 26 mil millones de dólares. Tal como en la oferta, la casi totalidad de la demanda está concentrada en los países industrializados. Todos los estudios realizados coinciden en que el mercado orgánico seguirá creciendo en los próximos años,

registrándose tasas que pueden ir de un 10 a un 20% promedio anual en los distintos países (ver cuadro 4). Según estimaciones de expertos, las ventas podrían crecer al año 2008 a un valor de 80 mil millones de dólares americanos con un crecimiento promedio anual de 17,6% donde el mayor mercado sería Europa con un 46% del total (Kortbech-Olesen, 2002). Muchos expertos coinciden en señalar que el “techo” del mercado orgánico en los países desarrollados puede ser de un 10% del total del mercado de productos alimenticios. Si tomamos en cuenta que la participación de los productos orgánicos en el total del mercado de alimentos es aún bajo (ver cuadro 5), se puede concluir que la demanda tiene aún un amplio potencial por desarrollar.

**Cuadro 5. Participación de los alimentos orgánicos en los mercados de diferentes países europeos 2001, en porcentaje.**

<b>País</b>	<b>Dinamarca</b>	<b>Austria</b>	<b>Suiza</b>	<b>EE. UU.</b>	<b>Alemania</b>	<b>Italia</b>
<b>%</b>	2,5-3,0	1,8-2,0	2-2,5	1,5- 2,5	1,6-1,8	0,9-1,2

Fuente: Willer y Yussefi (2002).

## EL CULTIVO DEL CAFÉ EN AMÉRICA CENTRAL

El cultivo del café ha sido uno de los principales productos de los países centroamericanos desde la segunda parte del siglo XIX. Durante ese recorrido ha sufrido una serie de transformaciones productivas, pero continúa teniendo una fuerte influencia en la economía de los países: su participación promedio en el producto interno bruto (PIB) es de 4,6%, abarca 28% de las exportaciones, genera empleo permanente a más de 700 000 personas y cubre 898 000 ha, lo que representa un tercio del área cultivable de la región (PROARCA/CAPAS, 1999).

Además de eso, el café tiene un fuerte componente social en la sociedad centroamericana. Como lo muestra el cuadro 6, en los países de la región la mayoría de los caficultores son pequeños productores dependientes de ese producto, son en consecuencia, los que sufren el mayor costo social en periodos de precios bajos, como en la actualidad.

**Cuadro 6. Número de productores cafetaleros y estratos de producción en los países de América Central, 1988 (¿?).**

País	Total productores	*Pequeños /área (%)	*Medianos /área (%)	Grandes /área (%)
Honduras	68 000	14 / 9	77 / 52	9 / 39
Guatemala	47 000	85 / 7	12 / 9	3 / 84
El Salvador	35 000	73 / -	26 / -	2 / -
Costa Rica	35 000	70 / 17	27 / 34	3 / 50
Nicaragua	30 000	60 / 37	38 / 33	1 / 29
Panamá	8 500	- / -	- / -	- / -

Fuente: Stamm, A. Políticas e instituciones cafetaleras en Centroamérica. Fundación Friedrich Ebert. San José, Costa Rica. (1998), citado por PROARCA/CAPAS (1998).

\* Pequeños : < de 2 ha; Medianos: 3 - 10 ha; Grandes: > 10 ha

En la región centroamericana la cosecha de café 2000/01 alcanzó una producción total de 18 millones de quintales, lo que representa cerca de un 11% de la producción mundial estimada en 160 millones de quintales. El 96% de la producción de la región es exportado, participando con un 15% de la exportación mundial (ICO, 2001a).

Uno de los principales problemas del mercado de café es la irregularidad de los precios, los que actualmente alcanzan los niveles mas bajos de las últimas décadas. El café para ser vendido en Septiembre del 2002 alcanzó un precio de US\$47,90 por quintal (100 libras = 46 kilos), según la bolsa de Nueva York (La Nación, 14.08.02). Este precio está por debajo de la cifra de los US\$50/quintal, estimada por algunos especialistas como el precio piso que alcanzaría el producto (ICAFE, citado por Villalobos, 2001). De todos modos, la actividad es económicamente insostenible desde hace tiempo, ya que el costo de producción

de un quintal de café oro es estimado en US\$86 en Costa Rica, U\$ 57 en El Salvador, U\$ 74 en Guatemala, U\$ 62 en Honduras, U\$ 70 en Nicaragua (CEPAL 2002), US\$74 en Brasil y US\$35 en el sureste asiático (Barquero, 2001, 2000; Jiménez, citado por Murillo, 2000b). La consecuencia es que esta situación ha obligado a miles de productores a abandonar la actividad, mientras que otros han volcado sus ojos hacia la caficultura orgánica como una posible tabla de salvación.

## **EL CAFÉ ORGÁNICO**

La caficultura orgánica como actividad se encuentra en proceso de construcción, por lo que falta mucho por aprender, investigar y lograr. Esta actividad ha tenido la oportunidad de aprovechar algunos avances logrados por la caficultura convencional y recuperar algunos elementos de la agricultura tradicional, por lo que puede considerarse como una actividad prometedora para el mercado nacional e internacional.

Sin embargo, para consolidarla como una actividad comercial y competir en los mercados, hace falta afinar una serie de detalles, que pasan por una vinculación de las organizaciones de pequeños agricultores al mercado. Al respecto, debe reconocerse que varias empresas han incursionado en el mercado del café orgánico, pero aquellos que creemos que el café orgánico es una opción para los pequeños productores, debemos propiciar espacios que permitan a las organizaciones la participación de una fracción mayor del precio final.

### **Panorama general de la producción de café orgánico**

El área total de café orgánico certificado a nivel mundial en la cosecha 1997/98 fue de 205 686 ha. México y Perú fueron los países productores más importantes en Latinoamérica (93 039 y 37 633 ha, respectivamente) (Rice, 1998). De acuerdo con Figueroa *et al.* (1998) la comercialización de café orgánico certificado en 1995 alcanzó el valor de 7 500 toneladas, una cifra equivalente al 0,12% del consumo mundial de café de ese año.

La caficultura orgánica en Latinoamérica ha sido –en gran medida– una consecuencia de las fluctuaciones de los precios en el mercado internacional y el aumento de los insumos químicos para la producción (Boyce *et al.*, 1994). Algunos pueden considerarse cafetales “naturales”, referidos a aquellas fincas de café que cuentan con un manejo mínimo y que aplican pocos insumos permitidos (CEDECO, 1998).

En México, el cultivo de café orgánico se inició hace dos décadas. La finca Irlanda en Soconusco (Chiapas) fue la empresa pionera. La Unión de Comunidades Indígenas de la Región del Istmo (UCIRI), en Oaxaca, fue la primera organización campesina que inició el cultivo orgánico en 1983. Para 1983-86 los Indígenas de la Sierra Madre de Mototzintla (ISMAN) se iniciaron también, apoyados por la Unión

de Comunidades Indígenas de la Región del Istmo, R.L - UCIRI (Trápaga y Torres, 1994).

La producción mexicana para 1992 alcanzó un total aproximado de 30 000 sacos de café orgánico certificado, para una producción mundial de 450 000 sacos en ese mismo año (Trápaga y Torres, 1994). En la cosecha 1999/2000 este país exportó 158 281 sacos de 60 kg por un valor de US\$26 095 140 (CMC, 2001a). En la actualidad México es el principal productor de café orgánico del mundo con alrededor de un 20% de la producción total.

**Cuadro 7. Área cultivada con café orgánico certificado por país en los períodos 1995/96 y 1997/98, en hectáreas.**

País	1995/96	1997/98	% cambio
México	45 796	93 039	103,06
Perú	49 818	37 633	-24,46
Indonesia	9 956	26 882	170,01
Ecuador	3 609	12 381	243,06
Nicaragua	4 365	10 116	131,75
El Salvador	4 938	9 441	91,19
Guatemala	8 613	7 895	-8,34
Bolivia	1 500	2 528	68,53
Brasil	2 100	2 100	0,00
Colombia	650	1 332	104,92
Costa Rica	742	891*	20,00
Rep. Dominicana	852	852	0,00
Camerún	700	700	0,00
Nueva Guinea	400	500	25,00
Sri Lanka	16	16	0,00
<b>Total</b>	<b>134 055</b>	<b>205 686</b>	<b>65</b>

Fuente: Rice (1998).

\*Cifra estimada por CEDECO (1998).

De acuerdo a informaciones de la Junta Nacional del Café, en el Perú la producción y comercio de café orgánico ha crecido en los últimos años de manera bastante considerable. Mientras que en el año 1994 se exportaron 1.200 quintales, esta cantidad ascendió en el año 2001 a 160.000 mil quintales. Para el año 2002 se espera aumentar esta cantidad sustancialmente esperándose exportar la cantidad de 200 mil quintales. El área certificada de café en el 2002 es de 24.000 hectáreas, cifra que parece ser mucho mas realista que la señalada por Rice. El área en transición (1er y segundo año) es de 34.625 hás. (JNC, 2002).

En Costa Rica, de acuerdo con la información generada por CEDECO (1998), existen un total de 891 ha, con un promedio de finca de 5,18 ha. Para ese año existía una producción de 31 784 quintales. De esta cifra, solamente 28,5% (9 058 quintales) se encontraba debidamente certificada y provenía del 48,1% del área cultivada con esta modalidad. El rendimiento promedio estimado en este estudio fue de 17 quintales de grano oro por hectárea (CEDECO, 1998). Para la cosecha del año 2002/03 se estima que la producción alcanzará un total entre 25-30 mil quintales (estimaciones propias).

La mayor parte de los cafetales orgánicos de Costa Rica se derivan de regiones o fincas que utilizaron durante años una forma tradicional de cultivar café con una alta cantidad de sombra y diversificación en las fincas. Estas fincas obtuvieron una oportunidad de mercado al abrirse la posibilidad de entregar café considerado como orgánico, a un precio mayor, alrededor de un 40% sobre el precio del café no orgánico en 1997 (Mena, citado por Murillo, 2000a); sin embargo, en otros casos se originó de fincas de café que muchas veces fueron prácticamente abandonadas por varios años, debido a las fluctuaciones en el precio del grano y la tendencia al alza de los precios de los insumos.

La producción total de café orgánico en América Central se estima actualmente en alrededor de los 112 250 quintales, equivalente a 85 038 sacos de 60 kg (cuadro 8).

**Cuadro 8. Producción estimada de café orgánico en los países de América Central en las cosechas 1997/98 y 2000/01, en quintales.**

País	1997/98	2000/01
Guatemala	50 000	79 090
El Salvador	16 125	3 200
Honduras	n.d.	2 543
Nicaragua	22 125	16 000
Costa Rica	31 783	10 320
Panamá	n.d.	397
<b>Total</b>	<b>120 033</b>	<b>112 250</b>

Fuente: PROARCA/CAPAS (1999); IICA (Amador, 2001).  
n.d. = datos no disponibles.

De acuerdo con las cifras presentadas en el cuadro 8, la cantidad actual de 112 250 quintales es inferior a la producción estimada para la cosecha 1997/98. Al respecto, es importante aclarar que estos valores no son comparables entre sí, puesto que las cifras del año 2000/01 se refieren sólo a café certificado, lo que no fue el caso para la cosecha 1997/98, donde para Costa Rica se contabilizaron como orgánico la suma del café certificado y el café en transición. Como se explicó anteriormente, sólo el 28,5% de los 31 783 quintales (9058 quintales),

fueron certificados. Con esta corrección y asumiendo que la producción de los otros países es certificada, la cifra de café orgánico del período 1997/98 sería de 97 308 quintales. Esto implicaría que, a pesar de la aparente caída dramática de la producción de café orgánico en El Salvador de 16 125 a 3200 quintales, en la región se produjo un incremento aproximado de un 15% en los dos últimos años. Este es un resultado excelente, si además se toma en consideración que los años 1998 y 1999 se caracterizaron por altos precios internacionales del café, que hizo que muchos productores en transición interrumpieran el proceso, para poder aprovechar mejor esta fase de precios altos, que hoy se añora.

Hasta el momento, el mayor volumen colocado de café orgánico de la región centroamericana se destina a los EE. UU., y en menor cantidad, hacia Europa y Japón.

Según el Consejo Mexicano del Café (CMC), en la cosecha de 1998/99 se exportaron a nivel mundial un total de 486 051 sacos de 60 kg de café orgánico, de los cuales 126 223 sacos (26%) provenían de México. En la actualidad México exporta su producción de café orgánico a 17 países: EE. UU., Canadá, Argentina, 12 países europeos, Japón, Corea, Emiratos Árabes y Nueva Zelanda (CMC, 2001a).

En relación a los precios que se han obtenido por el café orgánico exportado, las informaciones disponibles son muy escasas, entre otras cosas porque es una negociación individual, acorde a la calidad y el origen del producto, donde el precio referencia cotizado en la bolsa de Nueva York no tiene mayor validez. En Costa Rica, por ejemplo, los precios de café orgánico para exportación de la cosecha 2000/01 fluctuaron entre US\$140 y US\$170 por quintal para el productor (Fuente: informaciones obtenidas en entrevistas). En el cuadro 9 se muestra que el precio promedio obtenido en México en el periodo 1999/2000 fue de US\$124,63 por quintal, lo que hace que el precio de café orgánico haya sido superior en un 26,6% al precio del café convencional. También se aprecia una baja continua del precio orgánico desde el año 1996/97 lo que no necesariamente debe estar relacionado al mercado mismo del café orgánico, sino al mercado general del café, que registró una caída de los precios de un 33% entre 1997 y el año 2000.

**Cuadro 9. Exportación de café orgánico mexicano, precio promedio del café orgánico y del café convencional, así como diferencial de precios en las cosechas entre 1995/96 y 1999/2000.**

Cosecha	1995/96	1996/97	1997/98	1998/99	1999/00
Exportaciones (quintales)	51 106	83 659	303 543	166 614	208 931
Precio (US\$/quintal)					
- C. orgánico	145,59	183,63	165,01	131,91	124,63
- C. convencional	109,30	147,61	149,16	100,93	98,43

Diferencia (%)	33,2	24,4	10,6	30,7	26,6
----------------	------	------	------	------	------

Fuente: Adaptado por los autores con base en datos provenientes del Consejo Mexicano del Café (CMC, 2001b).

### **El mercado de café orgánico en Europa**

En general, el mercado de consumo de café orgánico brinda información muy segmentada. Además, con frecuencia, los datos existentes no se encuentran sino hasta mucho tiempo después del período de cosecha, una vez que esta ha sido procesada y colocada en el mercado.

Los países que dominan el mercado europeo de café orgánico son: Alemania, Holanda, Italia, Austria, Suiza y los países escandinavos. El café orgánico ha captado un 2% del mercado del café en Europa y se estima que crece alrededor de un 15% anualmente (Rice, 1998). Alemania es el mayor consumidor de café orgánico, con un total estimado de alrededor de 2 000 toneladas por año, mientras que los otros países europeos consumen solamente entre 50 y 150 toneladas (Figueroa *et al.*, 1998).

Los países del ex-bloque socialista constituyen un mercado con alto potencial. Entre estos se destacan Polonia, Hungría, Checoslovaquia y Eslovenia (Rice, 1998).

### **El mercado del café en los EE. UU.**

El mercado total del café en los EE. UU. fue estimado en unos US\$18.500 millones de dólares en el año 2000. Aun cuando el consumo per cápita de café es de 4,2 kg, en el contexto internacional este valor es relativamente bajo comparado con otros países como Finlandia (11,37 kg) y Alemania (7,58 kg). Sin embargo, como país, los EE. UU. es el mayor mercado de café en el mundo con una importación anual de alrededor de 22 millones de sacos de 60 kg (ICO, 2001b).

El consumo de café en este país ha aumentado de manera considerable últimamente. Así, según el estudio *“National Coffee Drinking Trends”* de la Asociación Nacional de Café de los EE. UU. (NCA 2000, citado por la Deutscher Kaffeeverband, 2001), los estadounidenses nunca habían consumido tanto café como durante el año 2000. También se encontró que 79% de los adultos (mayores de 18 años) se cuentan entre los consumidores asiduos u ocasionales de café. Esto es, 161 millones de consumidores, de los cuales 110 beben café diariamente y 51 millones lo hacen ocasionalmente. El crecimiento del consumo en el año

2000 fue de un 5% en relación al año anterior. La NCA atribuye este aumento a los siguientes factores:

- 1) Al mayor interés que manifiestan los jóvenes, entre los 18 y los 24 años de edad, por el consumo de café. El crecimiento del consumo diario entre este tipo de consumidores fue el mayor. Además, la NCA descubrió en este estudio que este grupo de jóvenes también tiene preferencia por una o varias de las siguientes especialidades de café: capuchino (45%), café helado o frío (36%), café mocca (29%), expreso (24%), y café con leche (21%).
- 2) Al incremento del hábito de los norteamericanos de beber café fuera de sus casas el cual aumentó, entre 1999 y el año 2000, de 34% a 39%. Aparentemente los consumidores han descubierto que el café tiene un mejor sabor fuera de sus casas.

El estudio de la NCA concluye que este crecimiento positivo del mercado se debe básicamente al desarrollo del mercado de especialidades. El mercado de especialidades representó ventas estimadas para el año 2000 cercanas a los U\$ 5.300 millones de dólares americanos, representando el sector de mayor crecimiento en el mercado de café. Y aun cuando el mercado de especialidades hace sólo el 17% de las importaciones, su participación en el mercado total de café de USA representa el 40% (Giovannucci, 2001), lo que está indicando de la mejor manera que el café de especialidades representa un segmento de alto valor en el mercado.

### **El mercado del café sostenible en los EE.UU.**

El llamado “café sostenible” es una categoría que forma parte del mercado de especialidades, que ha contribuido a favorecer las tendencias positivas del mercado general y que despierta un creciente interés especialmente entre los consumidores preocupados por temas ambientales y de carácter ético.

Aún cuando se reconoce que el término “sostenible” es un término muy vago y difícil de determinar exactamente, los líderes de este mercado lo han definido de una manera práctica y simple: *“un producto es sostenible cuando es producido de manera tal, que no compromete la capacidad de las futuras generaciones de producir ese mismo producto”*. Para una mayor precisión y no comprometerse, los comerciantes han encontrado que la mejor manera de evitar problemas es que existan certificadores independientes que avalen estos productos (Griswold, 2000).

El mercado sostenible en los EE. UU está constituido por tres segmentos:

1. Café del mercado justo.
2. Café bajo sombra.
3. Café orgánico.

**El mercado justo** es una certificación social, que por su importancia se explica más ampliamente en el próximo subtítulo.

**El café cultivado bajo sombra** es una certificación ambiental que tiene como elementos centrales la conservación de la biodiversidad, así como del entorno natural para favorecer a las aves migratorias (por esto es que se les denomina también, peyorativamente, “los pajareros”). Se estima que en el año 2000 fueron certificadas unas 3.000 t (66 mil quintales) provenientes principalmente de Guatemala y El Salvador. En el mismo año se vendió en USA una cifra cercana a los 12 mil quintales con un valor de mercado aproximado de U\$ 16,2 millones (Giovannucci, 2001).

Los principales criterios, según la organización certificadora Smithsonian Migratory Bird Center, para acceder a esta certificación consisten en:

- tener la certificación orgánica
- tener al menos 10 especies arbóreas en el estrato de la sombra
- usar especies nativas perennes
- cobertura de sombra de al menos 40% durante todo el año
- altura mínima de dosel de 12 – 15 metros
- minimizar la poda de árboles y siempre que sea posible, realizar la poda al inicio o durante la estación lluviosa
- dejar ramas y troncos muertos en las plantaciones
- permitir que las plantas epífitas , lianas y plantas parásitas crezcan bajo los árboles de sombra.

Hasta ahora este mercado no se ha desarrollado mucho, pero presenta una dinámica creciente y podría representar una opción interesante para muchos pequeños productores de poca altura, pues le permitiría diferenciar su producto y acceder a un mercado de buen precio, al que en otras condiciones no tendrían acceso por falta de calidad.

**El café orgánico** es, sin duda, el líder en el mercado sostenible de USA con ventas estimadas en el 2000 de U\$ 286 millones para una cantidad estimada de 5.390 toneladas (unos 118.600 quintales) (Giovannucci, 2001).

A pesar de carecerse de cifras empíricas confiables, razón por la que pueden encontrarse distintas cifras en el mercado, se puede concluir que la tendencia de este mercado es creciente y concuerda con el desarrollo general del mercado de productos orgánicos.

Giovannucci estima que el mercado de café sostenible en su totalidad y a nivel mundial ascendió en el año 2000 a unas 16 330 toneladas con valor de mercado aproximado de U\$ 455 millones. Asume que estas cifras pueden ascender a 18.600 y un valor de U\$ 530 millones si se toma en cuenta café etiquetado como sustentable, aunque no haya sido certificado. A pesar de todo, esta cifra representó apenas el 1% de las ventas mundiales de café en ese año.

La empresa que lidera el mercado de café sostenible y de especialidades es Starbucks. De acuerdo con Griswold (2000), el consumidor promedio del café

sostenible en los EE. UU. tiene las siguientes características: es casado, tiene estudios universitarios, una edad entre los 35 y los 45 años, con un ingreso familiar anual de alrededor de los US\$60 000, y lo más probable es que radica en una ciudad de la costa oeste de ese país.

Entre los importadores e industriales del café entrevistados por Giovannucci, la aplastante mayoría estima que el mercado de café sustentable crecerá en un promedio de 26% anual para los próximos años. Si bien es cierto que el café orgánico lidera el mercado de café sustentable actualmente, de persistir las actuales tasas de crecimiento de los otros cafés sustentables, bien podrían superar las ventas de café orgánico en unos años (Giovannucci, 2002).

## **EL COMERCIO JUSTO**

Es considerado como una opción alternativa de mercado del café orgánico para organizaciones de pequeños productores. A diferencia del mercado orgánico, el comercio justo no exige la certificación orgánica del producto, sino que considera la condición social de los productores, por lo que es una certificación social.

El comercio justo busca opciones a las estructuras o normas del mercado internacional, a la vez que mejorar las condiciones económicas y sociales del pequeño productor, a través del acceso directo al mercado en condiciones comerciales más favorables. Es decir, los mercados justos brindan herramientas básicas para que el productor pueda conducir su propio proceso de desarrollo, autorizando a compañías tostadoras a vender café utilizando los sellos Max Havelaar, TransFair o Fair Trade Foundation. Este sello garantiza a los consumidores que el café ha sido comprado directamente a organizaciones de pequeños productores bajo términos comerciales más favorables, con un precio y trato justo para los mismos, estipulados en los criterios definidos por la FLO (Fairtrade Labelling Organization), que es la organización paraguas que agrupa a todas las organizaciones que otorgan un sello y que certifica a productores y comerciantes (FLO, 2000).

### **Algunas características del mercado del comercio justo**

1. Todo el café procesado para las mezclas con sello de calidad la FLO-Internacional tiene que haber sido adquirido de la manera más directa de una o más de las organizaciones de pequeños productores inscritos en el registro de productores de café de la FLO.
2. El precio de compra es fijado en negociación directa entre productores y compradores, pero no puede ser nunca inferior a los precios mínimos establecidos en el cuadro 10.
3. El importador está obligado a anticipar en forma de crédito un 60% del valor del contrato a más tardar seis semanas antes del embarque.

**Cuadro 10. Precios mínimos fijados por la FLO para compras de café, en US\$/libra, F.O.B.**

Tipo de café	Regular		Orgánico certificado	
	A. Central México y África	América del Sur y el Caribe	A. Central México y África	América del Sur y el Caribe
Arábica lavado	1,26	1,24	1,41	1,39
Arábica no lavado	1,20	1,20	1,35	1,35
Robusta lavado	1,10	1,10	1,25	1,25
Robusta no lavado	1,06	1,06	1,21	1,21

Fuente: FLO (2001).

Si bien es cierto, FLO no exige que los productores sean orgánicos, sí incentiva el desarrollo de prácticas de cultivo sostenible, otorgando un premio de US\$0,15 por libra de café orgánico certificado, el que se paga adicional al precio mínimo.

El Comercio Justo se ha desarrollado fuertemente en los últimos años, especialmente en los países europeos, y está trabajando actualmente en 17 países industrializados. FLO certifica actualmente a productores de café, té, cacao, miel, azúcar, bananos y jugo de naranja, siendo el café el producto más desarrollado, tanto en términos de productores involucrados como de valores de venta. En el cuadro 11 se puede ver el desarrollo del mercado de café de la FLO.

**Cuadro 11. Ventas de café de FLO 1997 - 2001, en quintales**

Año	1997	1998	1999	2000	2001
Ventas	254 738	256 608	257 290	269 500	317 756

Fuente: FLO (2002).

Las ventas mundiales del comercio justo de café en el 2001 fueron de 317 mil quintales, lo que representa un incremento de 18% en relación al año anterior. Del total, el 89% fue vendido en Europa, correspondiéndole a Alemania y Holanda un 22% cada uno, mientras que sólo el 9% fue logrado en EE. UU.

## **ALGUNAS CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES GENERALES**

- Existe poca información acerca de las tendencias de la oferta y demanda del café orgánico. Este hecho limita la planificación y las proyecciones. La información acerca de la oferta y demanda del café orgánico es escasa y desagregada en diferentes sitios.
- Se puede y debe considerar a los mercados nacionales como una opción para la venta, para esto es necesario construir estos espacios, competir con cafés convencionales y orgánicos importados.
- La calidad del café jugará un papel muy relevante en el desarrollo futuro del mercado del café. Esto requerirá de los productores una mayor especialización. El mercado tiende a preferir los cafés de altura en desmedro de los cafés de bajura.
- A pesar de que el mercado de los EE. UU. representa una buena opción, especialmente el mercado de especialidades, se deben explorar otras posibilidades, como los mercados de Corea y Japón.
- Existen canales alternativos para la colocación de volúmenes menores de café orgánico.
- Es difícil predecir cuanto tiempo se podrá mantener el precio alto del café orgánico. Lo más probable es que a mediano / largo plazo tienda a bajar, como es la tendencia general de los productos orgánicos.

Por último, al lector interesado en profundizar un poco más sobre temas específicos relacionados con la producción y la comercialización del café orgánico en Latinoamérica se le remite además a la lectura de las publicaciones de Boyce et al. (1994), Castañeda y Castañeda (2001), Comercio Justo (s.f.), Fernández (1994), Figueroa et al. (1998), Ramírez (1998), Muschler (1999), Rice y McLean (1999), Robles et al. (¿1998?), Sánchez (1990) y UCAPROBEX (2000).

## **BIBLIOGRAFÍA CONSULTADA**

Baker, S.; Wilkinson, C.F. (eds.) 1990. The effect of pesticides on human health. Proceedings of a Workshop, May 9-11, 1988. Keystone, Colorado. Advances in Modern Environmental Toxicology (Princeton Scientific Publishing Co., Inc.), Volume XVIII. 438 p.

Barquero, M. 2001a. Precio de café cae a \$48,90 por quintal. Periódico La Nación (Costa Rica) 26.9.01: 28A.

Barquero, M. 2001b. Temen abandono de cafetales. Periódico La Nación (Costa Rica) 14.8.01: 23A.

Barquero, M. 2000. Café está por el suelo. Periódico La Nación (Costa Rica) 11.9.00: 35A.

Boyce, J.; Fernández, A.; Fürst, E.; Segura, O. 1994. Café y desarrollo sostenible: del cultivo agroquímico a la producción orgánica en Costa Rica. Fundación UNA: Heredia, Costa Rica. 248 p.

Carson, R. 1964. Primavera silenciosa. Luis de Caralt (editor): Barcelona, España. 344 p.

Castañeda, P.; Castañeda, O. (eds.). 2001. El café ecológico. Algunas recomendaciones para su cultivo, procesamiento y comercialización. Vecinos Mundiales: Guatemala, Guatemala. 221 p.

CCI (Centro de Comercio Internacional) 1999. Alimentos y bebidas ecológicos. Oferta mundial y principales mercados europeos. Ginebra, Suiza. 367 p.

CEDECO (Corporación Educativa para el Desarrollo Costarricense) 1998 (¿?). Estudio de fincas en transición hacia la caficultura orgánica desde la economía campesina. San José, Costa Rica. Inédito. 40 p.

CEPAL, 2002. Centroamérica: el impacto de la caída de los precios del café

CMC (Consejo Mexicano del Café) 2001a. <http://www.sagarpa.gob.mx/Cmc/>

CMC (Consejo Mexicano del Café) 2001b. Exportación de café orgánico. <http://www.sagarpa.gob.mx/Cmc/cafe04sp7.htm>

Colborn, T.; Meyers, J.P.; Dumanoski, D. 1997. Nuestro futuro robado. Ecoespaña: Madrid, España. 378 p.

Comercio Justo s.f. Café: ¿cuánto durarán estos precios altos? Anuario del Comercio Justo. 7 p.  
<http://www.eurosur.org/EFTA/c5.htm>

Conway, G.R.; Pretty J.N. 1991. Unwelcome harvest. Agriculture and pollution. Earthscan Publications Ltd., London. 645 p.

Deustcher Kaffeeverband 2001. <http://www.kaffeeverband.de/presse/aktuell.htm>

Fernández G., A. 1994. Café orgánico: pequeña producción y desarrollo sostenible en Costa Rica. En: Masís M. G.; Rodríguez S., C. (eds.). La agricultura campesina en Costa Rica: alternativas y desafíos en la transformación productiva del agro. Instituto para el Desarrollo y la Acción Social (IDEAS): San José, Costa Rica. p. 75-100.

Figuerola Z., R.; Fischersworing H., B.; Roeskamp R., R. 1998. Guía para la caficultura ecológica. Café orgánico. 2da. edición revisada. Proyecto Café Orgánico, Agencia Alemana de Cooperación Técnica (GTZ): Lima, Perú. p. 128.

FLO (Fairtrade Labelling Organization) 2001. El año 2000, las ventas con un sello de comercio justo siguen aumentando. Boletín Informativo N.º4, abril del 2001, 4 p.

Fox, N. 1998. Spoiled. Why our food is making us sick and what we can do about it. Penguin Books: New York. 434 p,

García, J.E. 1997. Introducción a los plaguicidas. EUNED: San José, Costa Rica. 450 p.

Giovannucci, D. 2001. Encuesta sobre café sustentable en el mercado de especialidad de América del Norte.

Griswold, D. 2000. How much is the market potential for sustainable coffee? Citado por la Specialty Coffee Association of America (<http://www.scaa.org>). Artículo reproducido en la publicación Gourmet Retailer (november 2000).

Gutiérrez, M. 2001. Orgánicos ganan terreno. Semanario El Financiero (Costa Rica) 315: 12 y 14.

ICO (International Coffee Organization) 2001a. Total production of exporting members, crop years 1995/96 to 2000/01. <http://www.ico.org>

ICO (International Coffee Organization) 2001b. Imports by importing members from all sources, april to september 2000, and october 2000 to march 2001. <http://www.ico.org>

IICA (Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura) 2001. Aproximación a la oferta centroamericana de productos orgánicos y análisis de su comercio. Presentado por Manuel Amador en el "Seminario-Taller sobre Comercio de Productos Orgánicos en Centroamérica: Lineamientos para la Construcción de una Estrategia Regional". Del 24 al 27 de abril del 2001. IICA: San José, Costa Rica.

Junta Nacional del Café de Perú 2002. Invitación a IV Encuentro Nacional de Café Orgánico 11-13 de Diciembre de 2002.

Kortbech-Olesen, Rudy. 2002. Market Situation. Artículo aparecido en Willer, H.; Yusefi, M. 2002, páginas 29 y siguientes.

Lappé, M. 1991. Chemical deception. The toxic threat to health and the environment. Sierra Club Books: San Francisco. 357 p.

Maroni, M.; Fait, A. 1993. Health effects in man from long-term exposure to pesticides. A review of the 1975-1991 literature. Toxicology 78. 180 p.

McGee, C.T. 1997. Salud, alimentación y medio ambiente. Los efectos nocivos de las nuevas tecnologías. Paidós: Barcelona, España. 270 p.

Michelsen, J.; Hamm, U.; Wyden, E.; Roth, E. 1999. The European market for organic products: growth and development. In: Organic farming in Europe, economics and policy.

Institut für Landwirtschaftliche Betriebslehre, Universität Hohenheim: Stuttgart, Germany. Volume 7, 199 p.

Murillo, N. 2000a. Gobierno impulsa el café orgánico. Semanario El Financiero (Costa Rica) 280: 37.

Murillo, N. 2000b. Proponen nueva estrategia cafetera. Semanario El Financiero (Costa Rica) 276: 28.

Muschler, R.G. 1999. Árboles en cafetales. Proyecto Agroforestal CATIE/GTZ, Centro Agronómico Tropical de Investigación y Enseñanza (CATIE): Turrialba, Costa Rica. Módulo de Enseñanza Agroforestal N.º5. Materiales de Enseñanza N.º45. 139 p.

NIH (National Institutes of Health). 1993. Impact of the environment on reproductive health. Environmental Health Perspectives, Volume 101, Supplement 2, July 1993. 482 p.

Obando E., L.D. 2000. Análisis de rentabilidad de experiencias productivas de café orgánico en Costa Rica. Informe final del proyecto de graduación. Lic. en Economía Agrícola. Escuela de Economía Agrícola, Facultad de Agronomía, Universidad de Costa Rica. San José, Costa Rica. 108 p.

PROARCA/CAPAS (Programa Ambiental Regional para Centro América / Central America Protected Areas System) 1999, Estudio centroamericano de certificaciones de café. Guatemala, Guatemala. Vol. 1, 111 p.  
<http://www.capas.org/incafe.htm>

Ramírez, O. 1998. Factibilidad económica del uso de la tierra en plantaciones forestales, manejo de bosques naturales y café orgánico-ecológico en América Central. PROARCA/CAPAS (Programa Ambiental Regional para Centro América / Central America Protected Areas System), CCAD (Comisión Centroamericana de Ambiente y Desarrollo)-USAID (Agencia Internacional para el Desarrollo de los EE. UU.): Guatemala, Guatemala. 143 p.

Rice, R. 1998. La situación del café orgánico certificado en el mundo. Revista Agricultura Orgánica (Cuba) 4(3) (diciembre): 18-21.

Rice, P.D.; McLEAN, J. 1999. Sustainable coffee at the crossroads. The Consumer's Choice Council: Washington, D.C. 184 p.  
<http://www.consumerscouncil.org>

Robles, N. et al. ¿1998? Caficultura orgánica campesina. Algunas experiencias para su aplicación. Material didáctico con dos juegos de láminas.

Sánchez L., R. 1990. El cultivo biológico del café orgánico. Indígenas de la Sierra Madre de Motozintla (ISMAM): Motozintla, Chiapas, México. 333 p.

Trápaga, Y.; Torres, F. (coordinadores) 1994. La producción de café orgánico en México ante la crisis del mercado. En: El mercado internacional de la agricultura orgánica. Instituto de Investigaciones Económicas, Universidad Autónoma de México. México, D.F. p. 151-163.

UCRAPROBEX (Unión de Cooperativas de la Reforma Agraria Productoras, Beneficiadoras y Exportadoras) 2000. Manual de caficultura orgánica. San Salvador, El Salvador.

Villalobos, E. 2001. Destrucción de café no levanta precios. Periódico La República (Costa Rica) 17.7.01: 2D.

Willer, H.; Yussefi, M. 2002. Organic agriculture worldwide 2002 – Statistics and future prospects. Stiftung Ökologie & Lanbau (SÖL): Bad Dürkheim, Germany. 4., überarbeitete Auflage. Sonderausgabe Nr. 74. 133 p.

[http://www.soel.de/inhalte/publikationen/s\\_74\\_04.pdf](http://www.soel.de/inhalte/publikationen/s_74_04.pdf)

Willer, H.; Yussefi, M. 2001. Organic agriculture worldwide 2001 – Statistics and future prospects. Stiftung Ökologie & Lanbau (SÖL): Bad Dürkheim, Germany. 3., überarbeitete Auflage. Sonderausgabe Nr. 74. 133 p.

[http://www.soel.de/inhalte/publikationen/s\\_74\\_03.pdf](http://www.soel.de/inhalte/publikationen/s_74_03.pdf)

Willer, H.; Yussefi, M. 2000. Organic agriculture world-wide. Statistics and perspectives. Stiftung Ökologie & Lanbau (SÖL): Bad Dürkheim, Germany. Sonderausgabe Nr. 74. 85 p.