


Spring 2005

El Papel del Café en la Economía de Nicaragua: Desafíos, Estrategias, y el Futuro

Matt Shuman
SIT Study Abroad

Follow this and additional works at: https://digitalcollections.sit.edu/isp_collection

 Part of the [Agricultural and Resource Economics Commons](#), and the [Growth and Development Commons](#)

Recommended Citation

Shuman, Matt, "El Papel del Café en la Economía de Nicaragua: Desafios, Estrategias, y el Futuro" (2005). *Independent Study Project (ISP) Collection*. 458.

https://digitalcollections.sit.edu/isp_collection/458

This Unpublished Paper is brought to you for free and open access by the SIT Study Abroad at SIT Digital Collections. It has been accepted for inclusion in Independent Study Project (ISP) Collection by an authorized administrator of SIT Digital Collections. For more information, please contact digitalcollections@sit.edu.

El Papel del Café en la Economía de Nicaragua:
Desafíos, Estrategias, y El Futuro

Matt Shuman
Tutor: René Zúñiga
Director Academic: Aynn Setright
Managua, Nicaragua
Primavera 05

Tabla de Contenidos

- Introducción - 3
- Metodología - 4
- Repaso General del Mercado Mundial del Café - 5
 - Bolsa de Nuevo York y Mercado de Futuros
 - Modos de Producción
- El Papel del Café en la Economía de Nicaragua y Nicaragua en El Mercado Mundial - 8
 - Cantidad y Que Tipos de Café
 - Visión del Futuro del Sector del Café
- Variantes en el Precio de Café - 13
 - Causas Generales
 - Cíclica
 - Derrumbamiento del Acuerdo Internacional del Café
 - Crisis del Café de 2001
 - Historia y Causas
- Estrategia para Enfrentar Variantes - 19
 - Diversificación
 - Inmigración y Ventas
 - Café Certificado
 - Trabajo de Organismos de Ayuda
 - Mejoras de Calidad
 - Cambio de la Estructura
- Mercado del Café De Comercio Justo - 26
 - Repaso del Concepto
 - ¿Está Sostenible como una Repuesta Mundial?
- Conclusión - 30
 - Desafíos
 - Estrategias
 - Futuro

Introducción

Este programa, SIT en Nicaragua, atrae a estudiantes que les interesan en (muy obviamente) revolución, transformación político, y la sociedad civil. Aunque, estos temas me interesan mucho, una gran parte del porque yo vine a Nicaragua fue para conocer en lo intimo las complejidades de una economía de un país en desarrollo. Un aspecto de muchos países en desarrollo es una economía basado en unos pocos productos de exportación. Algunas veces son: el oro, el algodón, o la gasolina, pero con frecuencia el café es el producto que da de comer a países con su moneda extranjero y mantiene sus economías. La dependencia de tantas personas de sus salarios en la exportación del café también me da mucho interés en el tema. No solamente en Nicaragua, sino en el mundo entero, los cafetaleros pobres y sus familias reciben su alimentación a través de la exportación del café, lo que hace la siembra, la cosecha, la exportación, las leyes del comercio de café, y el mercado mundial de café cuestiones muy importante en la lucha contra la pobreza y por el desarrollo sostenible. De esta forma la cuestión del papel del café en Nicaragua representa un papel que es una mezcla de economías, políticas, desarrollo, el gobierno- con elementos de la sociedad civil, y la filosofía de gobierno, y de los negocios.

Entonces, cuando entré en este proyecto yo quería investigar varios temas. El mas general de estas fue, ¿Cual es el papel del café en la economía de Nicaragua?.

Pero, más específicamente me interesé en:

- como el comercio del café en el mercado mundial funciona y como Nicaragua encaja en el mercado mundial
- variantes en el precio mundial de café, sus causas, maneras de estabilización, y específicamente la crisis del café de 2001

- como los cafetaleros enfrentan estas variantes, como están planeando hacerlo en el futuro, y cómo las agencias de ayuda están trabajando en esta cuestión
- el trabajo del café de comercio justo en Nicaragua y si es una respuesta sostenible a los problemas de los cafetaleros pobres
- y, simplemente, como la bebida más popular en el mundo es sembrado, cosechado, procesado, y comercializado.

Este reportaje presenta mis conclusiones a estas cuestiones de mis entrevistas con especialistas en el área de café, y de algunas fuentes secundarias.

Metodología

Porque el objetivo de mi proyecto fue para entender e investigar el papel del café en la economía de Nicaragua, no fue para observar una organización específica en acción, gran parte de mi investigación fue hecha con entrevistas. Casi todas mis entrevistas ocurrieron en el lugar de trabajo de mis temas. Este fue una ventaja para mí porque cada entrevista que yo hice, también me dio la oportunidad para observar los funcionamientos de diferentes partes del proceso del café en Nicaragua. Por ejemplo, cuando yo hice la entrevista con el trabajador de Selva Negra, Gregorio Cruz Roman, hablamos en su lugar de trabaja donde tenia todos sus implementos de trabajo, incluyendo un microscopio, materiales naturales para hacer abono, y utensilios viejos de la finca. Por otro lado, cuando yo fui a la exportadora Atlántic, yo vi las computadoras nuevas donde exhibieron los precios internacionales de café a cada minuto y el potencial del caudal que es disponible en el mercado del café.

Mis contactos fueron relativamente fáciles para entrar en contacto. Algunos recibí de Anita, otros de Rene, y mucho aprendí al preguntarle a la persona de la entrevista si había otra persona con quien yo debía hablar. Me di cuenta que casi todos

mis contactos fueron agradables y contento al hablar conmigo sobre sus trabajos. Además, traté de hablar con por lo menos una persona en cada sector del proceso del café- con los cafetaleros y sus familias, directores de cooperativas, empleos de organizaciones de ayuda, dueños de fincas de café, exportadoras, y academias. Esta estrategia me permitió tener una comprensión mas completa del mundo del café en Nicaragua. Después de mis primeras entrevistas, hable otra vez (por correo) con algunos de mis contactos para complementar y enfocar mis preguntas.

Obtuve mi información de fuentes secundarias vino a través de sitios del Internet, folletos que recibí de varias organizaciones, y artículos de revistas y periódicos. Aunque esta información fue útil para asegurar mí hechos, específicamente estadísticos y económicos, y también para tener más información a fondo, basé mi investigación en su mayor parte en mis primarias fuentes, entrevistas. Continué es mi reportaje, consultando la tabla de contenidos para mas información especifico.

Repaso del Mercado Mundial del Café y Su Producción

Para entender el café en Nicaragua es necesario tener un conocimiento básico del los funciones del mercado mundial. Cómo los precios y los negocios de la mercancía del café funcionan, el crecimiento del arbusto del café, del beneficio a la taza, y donde y quien compra el café. El café como una mercancía comercial en dos bolsas primariamente, en Nueve York y luego Londres. Hay cuatro tipos principales que comercian, y son: Suaves Arabica de Colombia, Otro Suaves Arabica, Arabica Naturales de Brasil, y Robustas. Suaves de Colombia y Otros Suaves usualmente comandan un precio muy similar, Suaves Naturales de Brasil son más baratos, y Robustas, que son de baja calidad del café y tienen un precio mas bajo¹. Dentro de estas

¹ Edmundo, Roman. 18 de Abril, 2005.

bolsas hay dos mercados independientes, el mercado del dinero y el mercado de futuro. El mercado del dinero representa el precio que se pagaría este momento para recibir café. El otro mercado, mercado de futuro, representa un contrato para comprar café en el futuro a un precio arraigado. El mercado futuro es un mecanismo para proteger a compradores y vendedores, a menudo los acuerdos se arreglan en el mercado futuro donde están pasado. El funcionamiento del mercado futuro es ayudar a minimizar los riesgos de variantes en el precio de café que existe en el mercado de la mercancía del café. Por supuesto, el mercado y el precio de café funcionan como todos los otros productos, según las leyes de oferta y demanda. Cuando el precio es alto, hay mas producción mientras los cafetaleros quieren aprovechar el buen precio. Esta extra producción, eventualmente hace bajar el precio lo que hace que los cafetaleros cambian a otra cosecha. El precio igualmente es determinado por corredores de bolsa reunidos en una sección de la bolsa dedicada a una sola mercancía (en el Cambio de Café de Nueve York) y gritan para arreglar un acuerdo de ese mandato específico². De esta manera el café de todos partes del mundo es comprado y movido alrededor de la tierra.

Pero, antes que los acuerdos del café estén comprados en la bolsa de Nueve York y Londres, lo necesitan cultivar, cosechar, y procesar. Este proceso es una parte integral del mundo de café porque las condiciones en que el café crece, se cosecha, y se procesa necesitan controlar la calidad del café, y la calidad, como verá, es clave en el mercado del café en Nicaragua. El primer paso es sembrar plantas. Las plantas usualmente necesitan tres años para crecer hasta que puedan producir granos³. Las plantas los podan continuamente durante el año, además, árboles que provine sombra los podan también (especialmente si la finca es certificada, si crece en la sombra o es "orgánico", lo que usualmente requiere un porcentaje que crezca en sombra). El podado

² Coffee Research. www.coffeeresearch.org/market/coffeemarket.htm

³ Martínez, Xiomera. 22 de Abril, 2005.

de plantas de café ayuda a mantener a las plantas saludables y a incrementar las cosechas. Empieza en Abril o Mayo las plantas a brotar flores blancas, luego durante los próximo seis o siete meses los granos crecen. Mientras las plantas están creciendo a base de abono, o abonos orgánicos o químicos, que se les agregar. En el invierno, y empieza en Noviembre la cosecha. Durante esta época una ola de personas son empleadas para empezar a cortar los granos. La cosecha perdura hasta Febrero y depende en que parte está la finca, y específicamente, la elevación. Después de la cosecha los granos pasan por dos pasos de proceso, el beneficio húmedo y el beneficio seco. Muchas fincas y cooperativas tienen beneficios húmedos, pero el paso seco usualmente pasa después de la venta de los granos. A veces, los cafetaleros venden su café directamente a un beneficio seco, o lo venden a un "coyote", o un comprador independiente (quien usualmente ofrecen un precio muy bajo), quien luego lo vende a un beneficio. Frecuentemente los coyotes los miran como a alguien que se están aprovechando de la posición vulnerable (insolación físico, falta de conocimiento del precio actual y de otras opciones) de los pequeños cafetaleros. Pero, por lo menos una persona con quien yo hablé tuvo la opinión de que los coyotes tienen un papel, si no necesario, por lo menos importante en el movimiento del café. Francisco Zamora, de la exportadora Atlantic me dijo que los coyotes permiten que los cafetaleros (usualmente con insolación física extrema) de otra manera no tendrían un comprador para vender su café⁴. Una tercera opción de los cafetaleros quienes son miembros de una cooperativa, es para vender su café a la cooperativa, lo que puede usar su talla grade para obtener un precio mas alto.

El premier paso es del beneficio húmedo. Es hecho el mismo día que los granos son desplumados para prevenir la fermentación, y puede ser hecho en agua o en seco.

⁴ Zamora, Francisco. Entrevista 29 de Abril, 2005.

En esta etapa los granos se llaman "café en uva". Una máquina quita la capa carnosa y deja los granos con una capa mucilaginosa. Luego, los granos se dejan por 24 horas para secar la capa y después se ponen en agua para disolver la capa⁵. Afortunadamente los granos malos bajan en el agua y los granos buenos flotan. Ahora se llaman café pergamino y terminan con el proceso de beneficio húmedo. Los granos todavía tienen una cáscara dura, y en esta etapa se vende a los beneficios secos. Aquí los granos son puestos en el sol para secarlos y rastrillarlos para que no se quemem⁶. Después se guardan en un edificio con 12% humedad hasta que los envíen como café. Luego, recién antes que les quiten la capa y ya clasificados al quitarles los granos malos, ahora ya es café oro. Los únicos pasos que faltan ahora son tostar, moler, y el embalaje, los que se hace usualmente en el país de consumo⁷.

El Papel del Café en la Economía de Nicaragua y de Nicaragua en el Mercado Mundial

La producción del café es de mucha importancia en la economía de Nicaragua. Los 43.000 productores de café en Nicaragua emplean el equivalente de 280.000 trabajadores⁸. Este sector representa el 13% de la mano de obra nacional y el 30% de la de mano de obra agrícola⁹. Además, el café integra usualmente entre el 25% y el 40% de la exportación de Nicaragua, aumentando a 140.000.000 dólares cada año a la economía¹⁰. En los últimos años el café ha representado un poco menos de las

⁵ Medrauo, Crescencio. 13 de Abril, 2005.

⁶ Cruz, Gregorio. 22 de Abril, 2005.

⁷ Berman, Josh y Wood, Randy. Moon Handbook Nicaragua. pp 44. Emoryville, CA. Avalon Press, 2003.

⁸ Bacon, Chris. "Confronting the Coffee Crisis". Pg 501. Diciembre, 2004. UCSC Press.

⁹ Berman, Josh y Wood, Randy. Moon Handbook Nicaragua. pp 44. Emoryville, CA. Avalon Press, 2003.

¹⁰ Torrez, Freddy. 7 de Abril, 2005.

exportaciones totales, alrededor 20%, como las maquilas han crecido en importancia y los precios bajos han afectado la venta del café¹¹.

Es muy importante distinguir entre los tipos de café que son cultivados en el mundo y observar le conviene a Nicaragua en el mercado. Como mencioné antes hay dos tipos principales de café en el mundo, Robusta y Arabica. Arabica esta reconocido como el café superior e integra todos los cafés especiales. Es cultivado más en América Latina, Etiopía, y Kenya. Robusta esta reconocido como el café normal y es usada en cafés comerciales (como Maxwell House y Folgers), y es producido en gran parte en Brasil, Vietnam, y Uganda. Aunque el café es muy importante para la economía de Nicaragua, Nicaragua queda como productor pequeño en relación al mundo. En el 2004 los dos productores mas grandes, Brasil y Vietnam, producen alrededor de 26 millones y 14 millones 60 kilos de bolsas respectivamente, mientras Nicaragua produce 1.300.000 bolsas de Arabica, un poco menos del la promedio de 2.000.000. Los otro países en América Central producen alrededor de lo mismo, para dar una perspectiva: Guatemala, 3.300.000; El Salvador, 1.300.000; Costa Rica, 1.400.000; y Panamá, 900.000 (en 60 kilo bolsas)¹².

En vocablo non-numérico y non-económico el café es también clave en la cultura de Nicaragua. Aunque el café empezó aquí después de otros países en América Central (Guatemala y Costa Rica) le ha tocado un desempeño duro en el campo. Francisco Zamora, un exportador de la empresa Chemonics, lo describió como una necesidad biológica y un cultural, "Yo creo que hay una diferencia de los otros grupos, y es que el café se cultiva a largo plazo (refiriéndose a la necesidad para esperar 3-5 años desde la siembra antes que una planta de café produzca granos¹³). Pasando de una a la otro. Y hay una diferencia entre los cafetaleros y los otros productores, ellos son

¹¹ Zamora, Francisco. 29 de Abril, 2005.

¹² International Coffee Organization. <http://www.ico.org/frameset/traset.htm>

personas que tienen mucho tiempo cultivando café. Son productores que no pueden propiamente cambiar su situación, es un cultivo a largo plazo. Entonces por lo general, casi todo los productores de café palean, palean fuertemente para mantener su cultivo. Hay diferencia de los otros, si hay un precio bajo, cambian a otro actividad.¹⁴ Si este es la condición del sector del café ahora, adonde va en el futuro. ¿Brasil, Colombia, y Vietnam apartarían productores de América Central afuera del mercado? ¿Habrá demasiada oferta en el mercado por el café de alto calidad alto y café de comercio justo?

Este tema fue una cosa que me interesó mucho, las opiniones de líderes en el mercado del café Nicaragüense. Les pregunte casi todo mis temas “¿Que piensa usted del la futuro del café en Nicaragua?” La verdad es que este no fue nuestra objetivo, como casi todos tuvieron un interés en el éxito del café en Nicaragua y en la promoción de la imagen saludable del mercado. Pero, todavía su respuesta tiene valor y enfoca en que temas son importantes en el futuro del café y así que el futuro de Nicaragua.

Eddy Kuhl ha sido dueño de la finca de café y del hotel Selva Negra en Matagalpa desde 1975. Su papa, un inmigrante de Alemania, fue un pionero en la producción de café, inventando una maquina para quitar la cáscara de los granos. Eddy ahora está más o menos retirado y pasa su tiempo como un escritor, vicepresidente de Selva Negra, y cuida de su nieto. Eddy piensa que el sector del café en Nicaragua es creciendo y tiene potencial para lograr mas éxito en el mercado especial. El mercado especial es definido por un café de calidad alto o certificaciones como café de comercio justo, orgánico, u otros y es vendido a un precio diferente que el precio en la bolsa en Nueve York¹⁵. Eddy adelanto que “En mi experiencia yo creo que los productores pequeños y medios están haciendo lo mejor por medio de su producción, lo que es la

¹³ Smith-Vaughn, Thomas. 18 de Abril, 2005.

¹⁴ Zamora, Francisco. 29 de Abril, 2005.

¹⁵ Manuel, José. 26 de Abril, 2005.

calidad y la cosecha. Además, la comercialización empieza a mejorar ahora, lo que es importante¹⁶.

José Manuel es uno de tres los principales empleados de Chemonics, un contratista del desarrollo internacional empleado por Agencia de Estados Unidos para Desarrollo Internacional (USAID). Su empleo es para realizar los pasos que USAID ha considerado importante para el desarrollo de Nicaragua. Ahora mismo Chemonics trabaja en su segundo año de un contrato de tres. Este contrato tiene tres aspectos: desarrollo empresarial, desarrollo de mercados nuevos, mejorar la calidad a través de mejoramientos en beneficios húmedo, seco, y catación. Antes el Señor Manuel me habló de sus ideas generales sobre el mercado de América Central y Nicaragua, me dio un aviso, y es que el estar "puede ser completamente equivocado", pero él me pareció particularmente erudito. Él me dijo que hay dos países que tienen producción particularmente fuerte, Guatemala y Costa Rica. Estos países han estado ayudando mucho en la campaña de comercialización patrocinada en parte por el gobierno. Nicaragua no ha tenido esta ventaja en el pasado, pero todavía tiene una producción fuerte. Además, el Señor Manuel me adelantó que hace pocos años Starbucks estuvo comprando mucho de la producción de Costa Rica y Guatemala. Por eso había poco café de los otros importadores para comprar. Entonces, por eso muchos importadores en Los Estados Unidos empiezan a comprar café de Nicaragua. En resumen me explico que él piensa que la producción de café en Nicaragua está creciendo y estará creciendo porque cada vez más cafetaleros nicaragüenses están aprendiendo y cuidando más sobre la calidad de su grano, y granos de alta calidad representan el camino a un precio más alto y más estable¹⁷.

¹⁶ Kuhl, Eddy. 3 de Mayo, 2005.

¹⁷ Manuel, José. 26 de Abril, 2005.

Uno productor de café me dio una buena perspectiva sobre la producción de café en América Central y Nicaragua. Tomas Smith-Vaughn es una tercera generación productor de café en Carazo, Nicaragua. Su abuelo vino aquí de Inglaterra en 1871 y empezó San Francisco Estates. Desde entonces la finca ha estado en las manos de su familia (excepto por 11 años entre los setentas y noventas) y se ha expandido para incluir huevos y aves de corral a fin de contrarrestar los pocos cosechas de café debido a la falta de lluvia. El Señor Smith-Vaughn puede hablar con autoridad sobre la historia del café en Nicaragua, especialmente en Carazo. Cuando le pregunté sobre el futuro del café, el Señor Smith-Vaughn respondió que el futuro en Carazo es poco favorable. Dijo que, hace 100 años Carazo era un lugar perfecto para cosechar café, pero con un clima que esta cambiando (menos lluvia, tiempos mas alto), Carazo menos y menos sirve como una lugar para sembrar café. Por eso el Señor Smith-Vaughn esta incrementando sus inversiones en aves de corral y recientemente empezó una pequeño fabrica (5 empleos) de chinelas (se llama Nomad, de North Carolina). Generalmente, el me habló mas sobre sus ideas del desarrollo del sector agrícola de América Central. "Como cosas que podrían desarrollarse aquí en Nicaragua y producen mas empleos en otro sector, además la agricultura será problemas en la sector agrícola de Costa Rica. Porque ahora Costa Rica depende mucho de la labor de los Nicaragüenses. Los de Costa Rica no quieren hacer estos empleos y cuando los Nicaragüenses no tengan que salir de su país para encontrar trabajo, no serán nadie para trabajar en los campos de Costa Rica. Este procesó pasara aquí también. Ya hay maquillas aquí en Carazo, hay cinco, y cuando las cosas se desarrollen será como Gran Bretaña en la época de la revolución industrial – siempre el trabajo agrícola que es una labor intensiva y será el trabajo de los pobres"¹⁸.

¹⁸ Smith-Vaughn, Thomas. 18 de Abril, 2005.

Finalmente, yo hablé con el presidente de La Unión de Cooperativas Agrícolas en San Ramón, Alejandro García. La UCA da servicios a los agricultores en y alrededor de San Ramón, específicamente con crédito, tecnología, y disputas de tierra. Cuando le pregunté sobre el futuro del café, el Señor García respondió con una respuesta directa y vio la cuestión como temas de empleo. El dijo, "El empleo en el café crece cuando hay inversiones en el café. Hay muchos productores que dejaron su propiedad. En los ochentas y noventas había fincas que empleó a cientos de personas, que ahora no tienen nadie y se fueron para trabajar en otros sectores. El gobierno dice que va a hacer algo, pero no hace nada. Un cambio de nuestro trabajo es que las cooperativas tienen menos desempleo porque hacemos tanto con la diversificación y la calidad. Pero, para mí el futuro del café en Nicaragua está conectado a las inversiones en la tierra, beneficios, cataciones, etc"¹⁹.

Todas estas cuatro figuras en el café tuvieron una visión optimista del café en Nicaragua. Un área que todos estuvieron de acuerdo fue la importancia de mejorar la calidad del café y un enfoque en el mercado especial. Nadie piensa que es una buena idea cambiar la producción a café Robusta- las condiciones climáticas no son correctas y sería casi imposible competir con Vietnam por este mercado. Y el mercado del café Arabica regular tiene una gran oferta. A muchas personas les parece el mercado especial con su precio alto, o el mercado de café de comercio justo con su precio fijo son los repuestos más prometedoras.

Variantes en el Precio de Café y su Causas

La respuesta más obvia a la pregunta ¿Cuáles son las causas de las variantes en el precio de cualquier mercancía? es la respuesta tradicional económica lo que dice, como

¹⁹ García, Alejandro. 22 de Abril, 2005.

la oferta y la demanda fluctúan los precios que suben y bajan, y con estos productores entraran y saldrán al mercado que causan el precio para fluctuar más o estabilizar²⁰. Esta explicación sirve a largo plazo. A corto plazo, en un hora a hora base, el precio se mueve con los acuerdos arreglado por corredores de bolsa en Nueve York y Londres. ¿Pero, este es un fenómeno cíclico que es inevitable o este es un problema estructural que puede repararse con la cooperación internacional? Las personas que entrevisté no estaban de acuerdo una con el otro.

Cuando visite la exportadora Atlantic, la exportadora más grande en Nicaragua con el 26% de la exportación nacional de café, me mostró una presentación que ha sido preparada por una compradora Finlandesa. La presentación finalizó en una pantalla que dijo en letra grande e imponente, "La crisis es cíclica, no estructural". Cuando le pregunte al Señor Zamora sobre eso me dijo que esta pantalla existe para comunicarles a sus clientes la idea de que hay variantes naturales en el precio de las mercancías y no se preocupan cuando el precio sube y tienen que pagar más²¹. Además, yo creo que esta postura de la crisis es cíclica y permite exportadoras (y otros miembros del sector de café) como Atlantic para desestimar responsabilidades y para corregir el problema. Si el problema no existe, es decir, es inherente en la estructura, nadie tiene que admitir responsabilidad por los problemas de los pobres, y nadie tiene que sentirse culpable por los problemas.

La postura del problema no es arreglable y sirve para a mantener un sistema que resulta en éxito para los exportadores, entonces por supuesto está a la vista que la crisis es cíclica. Es importante notar que no necesariamente estoy acertando que la crisis es estructural, solamente digo que esta postura es lógica para una entidad que se aprovecha del sistema como hasta ahora. De la misma manera tiene sentido en el contraste de

²⁰ Román, Edmundo. 19 de Abril, 2005.

²¹ Zamora, Francisco. 29 de Abril, 2005.

USAID, Chemonics, toma la mismo postura de Atlantic, que la crisis es cíclica. Esto tiene sentido porque USAID, un organismo del gobierno de Estados Unidos tiene un interés (la verdad es que EEUU tiene un interés) en mantener el sistema así, o por lo menos, no admitir que hay un problema grande inherente en el sistema internacional de la segunda mercancía mas valiosa del mundo²². Si lo admitiría, recibiría mas presión de la comunidad internacional de ayuda para hacer algo; y raro que cualquier país esta preparado para hacer algo grande por altruismo. Por otro lado están hay organizaciones de ayuda como Oxfam y profesionales en el sector del café que piensan que el problema es estructural. Aquí Maria Vásquez, directora de Mercado de la Liga Cooperativa de los Estados Unidos escribe en *El Observador Económico* que "El problema del mercado no es temporal, ni cíclico, es un problema estructural; debemos ser competitivos y producir un café de excelente calidad y sostenible, y buscar nuevas alternativas de mercado enfocadas a darle valor agregado a nuestro grano, el caficultor no puede hacerlo solo debe contar con apoyo gubernamental y de la comunidad cooperante internacional"²³.

Sean cíclicos o no, hubo en los ultimo 5 años una crisis muy seria de todos los tiempos. Ahora el precio ha recuperado un buen nivel (120-125\$ por una bolsa de 100 libras de Otro Suaves²⁴), pero al empezar en 1997 el precio de todo tipo de café, (excepto el café de comercio justo lo que es garantizado por recompensa) bajón y alcanzó un bajo nuevo en el 2001 a alrededor de 60\$ por 100 libras de café de Otro Suaves (el tipo que es cultivado en América Central)²⁵. Hubo desempleo masivo, especialmente en el departamento de Matagalpa donde los cafetaleros y sus familias se mudaron a las carreteras para pedir comida y dinero para sobrevivir. ¿Cuáles fueron las causas de esta crisis? Que factores se juntaron para crear una crisis tan seria.

²² Huatusco, Margot Roosevelt. "The Coffee Clash". 1 de Marzo, 2004. Time Magazine.

²³ Vásquez, Maria. "El Café y la Bolsa de Nueva York". Noviembre, 2002. El Observador Económico.

²⁴ Garcia, Alejandro. 22 de Abril, 2005.

²⁵ Bacon, Chris. "Confronting the Coffee Crisis". Diciembre, 2004. UCSC Press.

Esta pregunta fue una de mis favoritos que hice durante mis entrevistas. Y como gran parte del fenómeno, complejo en el mundo ha estado bastante simplificado en la memoria del público. Se hice la a casi toda persona que yo hablé ¿Cuál fue la causa de la crisis de café? Y casi todos respondieron con el nombre de un país- Vietnam. La respuesta usual fue algo así, "Vietnam aumentó su producción bastante, bastante!" "¿Quién le dijo que aumentara su producción?" "Yo creo que fue el Banco Mundial y tal vez Los Estados Unidos, sí". Esto fue la respuesta más o menos de casi todos, de Carlos Blandon, un cafetalero de la comunidad de La Pita, a Freddy Torrez, director de una intermedia de mercancías UPANIC. Esta cita del Organismo de Marca de Comercio Justo representa una respuesta común, "el factor más importante ha sido la aumentación grande de Vietnam, estimuló por las empresas multinacionales de café, gobierno de Vietnam, y bancos internacionales"²⁶.

Y Vietnam fue parte de la causa, pero solamente parte. Vietnam había estado aumentando su producción por años, no lo hicieron sin noticias en el año 2001. En 1990 produjeron 1.4 millones 60 kilo bolsas (lo mismo que Nicaragua hoy) y han crecido constantemente a 14 millones bolsa en 2004²⁷. Pero, en adición de Vietnam había un gran número, de otro, más sutil, factores también.

Estos factores están desintegrando el Acuerdo Internacional de Café (AIC) en 1989 y en la liberalización del mercado, modelos que cambian de producción en Brasil y otros países, y la substitución del Robusta granos por Arabica en mezclas de café comercial, junto con otros factores también. La AIC es un organismo de las NU que reguló la producción y el consumo del café entre 1962 a 1989. Los Estados Unidos salio del acuerdo en 1989 como "se sintió menos amenaza de la izquierda en América Central" y así hubo menos interés en mantener la estabilidad política a través de

²⁶ Fairtrade Labeling Organization. <http://www.fairtrade.net/sites/products/coffee/why.html>

²⁷ International Coffee Organization. <http://www.ico.org/asp/display1.asp>.

estabilidad de precios del café (EEUU respondió al AIC en Marzo de 2005). Esto indicó más producción mundial del café. Además, este tiempo coincidió con el crecimiento del modelo neoliberalismo. El Señor Smith-Vaughn me dijo que bajo la presión del FMI y del BM los países que han sido miembros de la AIC pusieron en venta la existencia del café que ha sido para regular precios. A causa de esto pone en venta esta existencia. Había un suministro excesivo del café, hacia el precio bajo en los últimos años de los noventas.

Además, en este tiempo Brasil e Indonesia cambiaron su modelo económico de Industrialización de Importación por la Substitución de un modelo basado más en la exportación. En línea con este modelo Brasil obviamente aumentó su producción, y también cambió su producción para incluir más Arabica, y proveer más la competencia a América Central²⁸. En el pasado Brasil había tenido la desventaja de los helados ocasionales lo cual afectaba su producción. Pero, durante esta época Brasil cambió más su producción al estar más cerca del ecuador para evitar las heladas. Y también Brasil, porque su tierra es plana pudo mecanizar mucho su producción, al hacer la cuenta del kilo mas bajo. Desafortunadamente para Nicaragua las montañas en América Central previenen la mecanización del café aquí²⁹. La combinación al aumentar la producción en Indonesia y Brasil (en Brasil el café Arabica), Brasil tiene cosechas mas estables por su movimiento mas cerca del ecuador, mas producción, y un precio por kilo mas bajo por la mecanización combinada para esforzarse en los precios bajos. Un problema similar me fue comunicado a mí por el Señor Zamora de la exportadora Atlantic es en la producción Vietnamita que incluye Arabica. Aunque en el pasado Vietnam no había tenido un buena clima están trabajando para cultivar este tipo de café allí, y además el

²⁸Bacon, Chris. "Confronting the Coffee Crisis". Diciembre, 2004. UCSC Press. pg 498.

²⁹ Tomas Smith-Vaughn. 18 de Abril, 2005.

Señor Zamora adelantó que China sería una fuente de competencia más grande en los años siguientes³⁰.

Finalmente, un factor importante en la crisis fue la costumbre de las empresas del café largo para sustituir al café Robusta por el café Arabica. Con una nueva metodología al tostar el café, la eficiencia del procesamiento, y el uso de dinero y el conocimiento para bajar los costos y aumentar el valor de los materiales³¹. La importadora pudo comprar cualquier tipo de café que era mas barato³². "En el pasado el café común, como Folgers, fue del 80% Arabica 20% Robusta" dice USAID contratista por José Manuel, "pero ahora esta lo opuesto, 80% de Robusta, y 20% Arabica"³³. Esta habilidad para evitar los granos que están mas caros es aumentado por lo talla enorme en gran parte por las empresas de café. Cinco empresas, Sara Lee, Proctor y Gamble, Nestlé, Phillip Morris, y Tchibo controlan el 69% del mercado de café tostado e instintivo³⁴. Por su tamaño, y con menos regulación (después de la caída del AIC), pueden comprar existencias grandes de café cuando el precio esta bajo, y así que cuando el precio esta mas alto pueden usar sus existencias en vez de comprar mas café. Así son las causas de la crisis mas reciente. El efecto no es tan difícil para adivinar- el desempleo, y hay menos habilidad para los cafetaleros para comprar ropa, comida, útiles de escuela para los niños, y pequeños artículos de lujo. Para exportadores, o dueños de fincas mas grandes, y otro lado-alto asociados, con precios bajos estés personas que pierden algunos salarios, quizás están forzados para investigar otras maneras de trabajar, como vender su propiedad o producir cosechas diferentes. La sección que sigue vuelve a examinar a los cafetaleros, grandes y pequeños, y lo que hacen las exportadoras para enfrentar variantes en el precio del café.

³⁰ Zamora, Francisco. 29 de Abril, 2005.

³¹ Daniels, Stephanie y Petchers, Seth. "La Crisis del Café Continúa". Oxfam, Abril, 2005. pg 20.

³² Bacon, Chris. "Confronting the Coffee Crisis". Diciembre, 2004. UCSC Press. pg 498.

³³ José Manuel. 26 de Abril, 2005.

Estrategias para Enfrentar Variantes en el Precio de Café

El tema de ¿Qué se puede hacer para enfrentar las variantes? Fue otra pregunta favorita mía, las repuestas fueron fascinantes y revelaron mucho sobre las realidades de la vida de productores de café y la vida de otros miembros del sector. Hice entrevistas con cafetaleros pequeños, exportadoras, contratistas de organismos de ayuda, dueños de fincas, y otros, y la temas que oí una y otra vez fue diversificación y el mercado especial (alta calidad, café de comercio justo, ave favorable, contra favorable, etc.).*

La diversificación es una idea general. He determinado que hay tres tipos principales de diversificación en el mundo del café Nicaragüense hoy. Esta diversificación de cosechas, diversificación de actividades económicas, y diversificación de mercado, el cual incluye su papel en el proceso de café, y a quien le venden su café. Gran parte de los productores usan las tres mitologías de diversificación, algunas veces intencionalmente, a veces no. La idea básica de diversificación es que cuando un sector de sus actividades es menos rentable los otros sectores pueden sostener su finca o familia.

Esto es una breve explicación de diversificación de mercado. Esto puede significar cómo un productor de café va a hacer una decisión conciente para sembrar tipos diferentes de café entonces podrá vender a sectores diferente (baja calidad, alta calidad, y mercado especial) del mercado. De esta manera si el precio de un sector del mercado baja, el cafetalero podrá vender a los otros mercados³⁵. La verdad es que, todavía estoy produciendo *un* tipo de cosecha. Pero, por lo menos yo tengo un poco de diversificación dentro de mí cosecha. Esta estrategia es buena si un productor no tiene otro cultivo que pueda sembrar, debido a su conocimiento, tipo de clima, tipo de tierra,

³⁴ Bacon, Chris. "Confronting the Coffee Crisis". Diciembre, 2004. UCSC Press. pg 499.

* Aunque la producción de café de comercio justo técnicamente es un tipo de diversificación del mercado, lo he separado como una estrategia independiente porque representa un sector de café especial y me gustaría dirigirlo independientemente de las estrategias de diversificación.

o cualquier otra razón. El otro tipo de diversificación del mercado es diversificación vertical. Esto significa simplemente que un productor aumenta su operación para incluir el proceso del café. Entonces en vez de vender simplemente café oro, procesa (mezcla, tuesta, empaqueta) el café aquí, aumenta el valor, y exporta el producto final a EEUU. Este tipo de producción sería una manera muy buena para aumentar el PIB y el valor de los productos de exportación. Pero, muy pocas personas están discutiendo este tipo de diversificación, el enfoque ahora es más en los otros tipos de diversificación y el café del mercado especial.

En La Pita, una comunidad de 600 campesinos, una hora a pie fuera de San Ramón, cuando el precio es muy bajo, bastante bajo que no pueden comprar todas las comidas que necesitan, siembran otras cosechas. Juan Martínez, el presidente de la Cooperativa Denis Gutiérrez Codoza, me dijo que aunque café es el cultivo más rentable, a veces (específicamente en el pasado antes de su involucrarse con el café de comercio justo) no gana suficiente dinero para sobrevivir. Durante estos tiempos siembran y comen otras comidas, más frecuentemente granos básicos (frijoles y maíz), banano, y cítricos. Venden las cosechas en San Ramón o Matagalpa, pero no es rentable por la distancia³⁶. Sembrar sólo para comer representa diversificación de cosechas. Además, La Pita ha estado trabajando en la diversificación de sus actividades económicas, específicamente con ecoturismo. Su programa de ecoturismo es manejado por el Centro de Cooperativas Cafetaleras del Norte (CECOCAFEN), un segundo nivel de cooperativas (consta de 12 cooperativas, y 1300 productores pequeños) y el comercializador que sostiene a los cafetaleros, en la compra del café de los productores locales, y promete un café de comercio justo. Los turistas pueden quedarse una noche o semanas en una casa y trabajar en los campos, caminar caminos, pasar tiempo con las

³⁵ José Manuel. 26 de Abril, 2005.

³⁶ Juan Ramón Blandino Martínez. 21 de Abril, 2005.

familias, pero en la Pita solamente, y bañarse en la piscina. Esperan que ecoturismo pueda traer una nueva fuente de recursos a La Pita, y enseñar a los extranjeros sobre la vida de las agrícolas agriculturas en países en desarrollo, y aumentar el mercado del café de comercio justo. Finalmente, la diversificación del mercado es el área en que La Pita trabaja menos. Aunque ellos venden a mercados diferentes, como mercado tradicional y mercado de café de comercio justo, no me pareció como una estrategia intencional y no hay planes para aumentar sus actividades con el proceso del café.

Un tipo de finca, a primera vista, es muy diferente de La Pita en Selva Negra (lo mencioné antes). Tiene un hotel grande, una reserva forestal con caminos, y varias cosechas. Con una inspección muy cerca, se puede ver que Selva Negra y La Pita emplean estrategias similares para sobrevivir. (La usa de la palabra "sobrevivir" puede ser una exageración en el caso de Selva Negra, y menos de una como La Pita). Selva Negra ha sido diversificada de la misma manera que La Pita, y con más diversificación del mercado. Su diversificación de cosechas y actividades están entrelazadas. El visedueño me dijo que hay doce actividades, del cual alrededor de cuatro son cultivas, cinco son tipos de cría de ganado, y las últimas dos son café y para tostar café. Me adelanto que el café tiene el 40% de participación de todo sus ingresos, el turismo tiene 20% participación, y las vacas con sus productos tienen el 20%. Producen un número de cosechas y productos que pueden vender si hay un año malo para el café. También, hay otras actividades, como el turismo, salchicha, y ganadería, que no depende del clima, de la tierra, o del precio de la mercancía³⁷. Vi este tipo de diversificación de actividades de gran escala cuando fui a San Francisco Estates del Señor Smith-Vaughn. En 1953 el papa de Señor Smith-Vaughn observó una subida en sus cosechas y pensó invertir en huevos y aves de corral. Ahora, el hijo, esta diversificando su fábrica de chinelas³⁸.

³⁷ Kuhl, Eddy. 3 de Mayo, 2005.

³⁸ Smith-Vaughn, Tomas. 18 de Abril, 2005.

Además, diferente de La Pita, Selva Negra trabaja con la diversificación de mercado, en un sentido vertical. Tienen que tostar su propio café, aumentarse valor, y tienen su propia marca de café ("Selva Negra"). Es interesante ya que, hay algunas actividades que no son rentables, específicamente la cosecha de verduras, pero los hacen porque es una atracción a los clientes del hotel ya que Selva Negra siembra sus propias verduras. Yo le pregunte al Señor Kuhl si él mira esta actividad como una estrategia económica o algo diferente. Respondió que él y su esposa empezaron el hotel por su deseo de compartir Nicaragua, y su amor por Nicaragua, con los viajeros, pero las otras actividades fueron hechas por un cálculo económico. En resumen, Selva Negra emplea todas las tres formas de diversificación identificadas antes como estrategias para enfrentar los precios del café inestable. Aunque sus riesgos son diferentes de La Pita, en el sentido que no son como graves, sin embargo necesitan evitar los efectos de las variantes, y con la diversificación es como lo hacen³⁹.

Comparado a los planes de estrategias a largo plazo de diversificación de las cosechas, las actividades, y el mercado de fincas grande puede no parecer como una estrategia para enfrentar las variantes. Pero, si una estrategia es cualquier forma de sobrevivir (la vida de su finca o su familia), luego la estrategia de inmigración y las ventas de productos comunes es como legitimar a los otros. Estas dos estrategias están enlistadas juntas porque son estrategias de los más pobres, ellos no esperan más. Carlos Blandon, presidente de la Asociación de Trabajadores del Campo me explicó que cuando el precio golpeó un nuevo bajón en 2001 a muchos cafetaleros, de los 30.000 permanentes y 80.000 temporales que viven en el departamento, se mudaron a Matagalpa, Managua, o Costa Rica para encontrar empleo. Muchos vendieron agua helado o raspado en las calles⁴⁰. Oxfam ha mencionado la inmigración como un

³⁹ Kuhl, Eddy. 3 de Mayo. (todo la información en este párrafo relatado en Selva Negra)

⁴⁰ Blandon, Carlos. 22 de Abril, 2005.

resultado de precios más bajos. En su reportaje de Abril 2005, "La Crisis del Café Continúa" dicen que la inmigración relatada del café ha cambiado recientemente. En vez de inmigración relatada a los ciclos de la planta, ahora más personas están mudándose a los Estados Unidos y están quedándose allí⁴¹.

En resumen la diversificación, y la otra estrategia más importante que fue mencionada en casi todas mis entrevistas fue la del mercado especial. El vocablo "mercado especial" es un vocablo general que significa cualquier café que se vende a un precio diferente del precio de la bolsa en Nueva York⁴². Casi siempre el mercado especial significa café de una calidad superior y así un precio más alto; y más y más, el café del comercio justo y orgánico son líderes en este mercado. Por ese precio más alto el mercado especial es visto como una manera de éxito y un ingreso estable. Pero, hay una diferencia muy importante en estos tipos de café. Aunque los dos ofrecen un precio más alto ahora, solamente uno de este precio es una garantía: el café de comercio justo. Porque el café de comercio tiene una recompensa (un precio que paga a los cafetaleros que no pueden bajar) los cafetaleros están garantizando su ingreso (1.26\$ cada libra)⁴³. Pero, con el mercado especial aunque ahora mismo hay un precio más alto, cuando hay más productores en este sector (como habrá, porque muchos productores están cambiando a café especial porque los márgenes de beneficio son más grandes) el precio bajará. La verdad es que, el precio estará todavía más alto del café regular porque la calidad le da más valor, pero los márgenes de beneficio no serán bastante altos para cubrir los costos de producción.

Esta estrategia, para aumentar el porcentaje de café nicaragüense que es vendido como café especial es una estrategia a largo plazo. Necesita inversiones grandes en cataciones (laboratorios para probar la calidad de café), instrucción de catadores

⁴¹ Daniels, Stephanie y Petchers, Seth. "La Crisis de Café Continúa". Oxfam, Abril, 2005. pg 20

⁴² Manuel, José. 26 de Abril, 2005.

(personas que proban el café), mejoramientos en los beneficios húmedos, e instrucción a los cafetaleros para reconocer el café bueno en la planta y en la taza. Esta puede ser una estrategia individual o nacional, pero yo creo que sería más efectivo como un plan nacional. Muchos productores podrían aprovechar esta reputación nacional, por eso una estrategia nacional con instrucción y una campaña en Los EEUU y Europa sobre la calidad del café Nicaragüense. Pero, hecho en una finca o nacionalmente las dos metodologías requieren planificación y paciencia. Aunque la diversificación, especialmente la diversificación en el turismo y de tipo vertical son estrategias a largo plazo también, el café de mercado especial representa más de una estrategia cohesiva nacional que es necesariamente a largo plazo. Se puede sembrar diferentes cultivos cada año, y aun empezar o terminar un programa de turismo simple en meses, pero para crear una reputación nacional como un productor de café de una calidad superior toma años. Estas son las estrategias empleadas por cafetaleros, la diversificación de los tres tipos, inmigración y venta de comida, y el movimiento al mercado especial. Pero, que dicen los organismos de ayuda internacionales, cuales son sus metodologías para ayudar a cafetaleros en Nicaragua y en el mundo.

Gran parte de los organismos están haciendo cosas similares en los proyectos de los cafetaleros y están apoyando en sus esfuerzos. Específicamente, yo tuve la oportunidad de conocer los proyectos de dos organizaciones: USAID a través de mi entrevista con el Señor Manuel y, Oxfam a través de un reportaje, y de un contacto personal, y Chris Bacon, un investigador que había trabajado con Oxfam. USAID, a través de la contratista Chemonics, está trabajando para mejorar la calidad de café en clases de catación y mejoramientos en infraestructura (usualmente en beneficio húmedo, donde gran parte de los problemas suceden con la calidad) para concederles a los

⁴³ Bulter, Felicity. 22 de Abril, 2005.

cafetaleros el acceso al mercado especial con su precios mas altos. El problema con este plan, como expliqué antes, es que cuando muchos productores cambian a este tipo de producción los márgenes de beneficio, mermarán. Cuando presento este critico el Señor Manuel admitió que si todos los países producen café de alta calidad habría demasiado oferta, pero, el adelantó que "la verdad es que estamos en América Central y no producimos ni el 5% del café del mundo, aun si todos los países de América Central produjeran café bueno el mercado todavía no estaría saturado"⁴⁴. USAID también hace proyectos para el desarrollo empresarial y para nuevos mercados afuera de Nicaragua entonces los cafetaleros podrían vender todo su café. Chemonics, y USAID, apoya la diversificación de cosechas y actividades ideológicamente pero no trabaja en este tema. Un organismo de ayuda que trabaja con diversificación de actividades es Lutheran Relief Services. Ellos ha hecho mucho en la promoción del café de comercio justo, pero también han enfocado mucho su esfuerzos en ayudar a cooperativas a diversificar sus actividades con ecoturismo, en Nicaragua en sociedad con CECOCEFEN la cual patrocinan con un presupuesto de 40.000\$ cada año⁴⁵.

Oxfam Internacional también ha reconocido el café como una cuestión cardinal en la pelea contra la pobreza. Oxfam apoya la expansión del café de comercio justo y también apoya a cooperativas que ayudan a cafetaleros a tener acceso al mercado. Aunque Oxfam esta activado con estos proyectos enfocan mucho su trabajo en los cambios estructurales⁴⁶. En su reportaje más reciente "La Crisis de Café Continua" Oxfam resume tres pasos muy importantes para reparar un sistema que lo miran como una fuente de los problemas de los productores de café. El primero es la medida para estabilizar el precio del café, como sistemas para dar información de mercado a productores pequeños entonces pueden hacer decisiones informando sobre su

⁴⁴ Manuel, José. 26 de Abril, 2005.

⁴⁵ Butler, Felicity. 22 de Abril, 2005.

producción y aumentando su producción de café que tiene. El segundo es asistencia desarrollado a productores pequeños para. Esto incluye más crédito disponible a productores, aumentando la instrucción en la catación y calidad, y apoyo para la diversificación de actividades económicas. En la tercera, Oxfam ha identificado la participación de productores pequeños en el debate internacional (en la ICO y otras organizaciones) acerca del café⁴⁷. Estos proyectos, que incluye apoyo al café de alta calidad, diversificación, cambio estructural, y café de comercio justo han ayudado en una inútil espera a los cafetaleros vulnerables. En mi experiencia con mis entrevistas, conversaciones informales, y observaciones me pareció que la espera donde muchas personas están hablando, y la cuestión que mas enfocó es para mejorar la calidad y el café certificado, la cual incluye el café de comercio justo y café orgánico. Aumentado la calidad del café es más o menos simple, un producto mejor recibe un precio más alto. Pero, el café certificado es un poco más complicado, con sus propios desafíos y preguntas. Por eso lo justifica una discusión separada.

Mercado del Café De Comercio Justo

El café certificado es un tópico muy caliente hoy en día. Los productores están dándose prisa para obtener certificaciones y vender su café como certificado, organismos de ayuda están hablando sobre su potencial, y analizadoras del mercado de café indican con ansia el crecimiento este sector⁴⁸. De hecho el sector ha crecido mucho en los últimos años y hay señales de más crecimiento, pero todavía el café certificado es un porcentaje pequeño, 1-2% de todo el café que es vende en el mundo⁴⁹.

⁴⁶ Harris, Shayna. comunicación personal. 12, Diciembre, 2004.

⁴⁷ Daniels, Stephanie y Petchers, Seth. " El Crisis de Café Continúa ". Oxfam, Abril, 2005. pg 4-6.

⁴⁸ Bacon, Chris. 20 de Abril, 2005.

⁴⁹ Bacon, Chris. "Confronting the Coffee Crisis". Diciembre, 2004. UCSC Press. pg 500.

¿Pero, que es el café certificado exactamente, y como funciona? Hay muchos tipos de certificación, los dos más conocidos son el café de comercio justo, lo cual regula criterios acerca de las condiciones sociales y el proceso del comercio, y el café orgánico, que presta atención solamente a entradas y procedimientos durante su producción⁵⁰. Más básicamente, un productor está de acuerdo a una serie de criterios (que depende en cuál certificación), y los están investigado por inspección para asegurar que ellos estén conformes a todos los criterios, y después de este proceso el productor tiene el derecho para vender su café como cualquier certificado que es. Esto es importante para darse cuenta que el café certificado no es necesariamente café de una calidad superior, pero ahora casi siempre lo es. Pero, teóricamente sería bueno tener café de una calidad muy pobre que es el café de comercio justo u orgánico. Yo creo que los líderes del movimiento del café certificado se han dado cuenta que estos dos mercados, están usualmente superpuestos. También hay clientes que compran café de comercio justo quizás porque quieren sentirse que están consiguiendo algo más que la oportunidad para ayudar a productores que pagan un precio muy alto, y lo que es más, la calidad.

Pero, el café de comercio justo es más que una recompensa a los productores. Y lo representa un sistema de producción que es, en las palabras de Felicity Butler, directora de ecoturismo a CECOCAFEN, "sostenible, democrático, y demanda equitativa, transparente, y justo. Está sobre autorizado. Con el café de comercio justo hay bastantes posibilidades, para becas, organismos de mujeres, prestamos pequeños, e inversiones en la comunidad. Tenemos más seguridad de la tierra, que antes no tuvimos. El café de comercio justo hace a las cooperativas más fuertes, lo que nos permiten pelear mejor por los derechos de los productores. Con esta fuerza hemos obtenido un

⁵⁰ Bacon, Chris. "Confronting the Coffee Crisis". Diciembre, 2004. UCSC Press. pg 500.

nombre reconocido y podemos influir en el gobierno. Individuamente, los productores no hacen tanto dinero ahora porque su producción es poco, pero colectivamente hay mucha más posibilidades⁵¹.

La cuestión que me interesó más acerca de este asunto fue la sostenibilidad del café certificado y específicamente del café de comercio justo. Les pregunté mucho sobre mi temas para dar una respuesta a la crítica del café de comercio justo no que es sostenible como una solución mundial (por los productores en Vietnam por ejemplo que producen baja calidad de café) porque esto depende de un segmento de la población demasiado pequeña que son de buena voluntad (y pueden) pagar un precio mas alto. Yo había pensado en esta crítica antes, pero me fue presentada en mi primera entrevista formal por Tomas Smith-Vaughn. Que me dijo que simplemente no hay bastante personas que quieran pagar mas para ayudar a personas que nunca han visto, y que siempre, si hay una opción entre el café que cuesta 99 centavos y una que cuesta 1.00\$, el de 99 centavos ganará. "El comprador promedio es una mujer en EEUU con un presupuesto, y ella elegirá a tiempo el café que es más barato"⁵². En general las repuestas no me impresionaron mucho, pero tienen valor por lo que dicen sobre la visión popular del café de comercio justo y como personas piensan en su trabajo en el café. Por ejemplo, muchas de las repuestas mostraron un resultado sobre la solución en *Nicaragua*, en vez de una solución a los problemas del café mundial. Lo siguiente es más interesante y perspicaz que los comentarios que yo recibí.

Dos personas estuvieron de acuerdo con la crítica, Edmundo Román, dueño y exportador privado, y José Manuel de Chemonics, la contratista de USAID. Edmundo Román adelantó que, en resumen el café de comercio justo no es una respuesta efectiva para todos los productores, el café orgánico también no es sostenible,

⁵¹ Butler, Felicity. 22 de Abril, 2005.

⁵² Smith-Vaughn, Tomas. 18 de Abril, 2005.

porque necesita demasiado abono orgánico lo que es muy caro por el costo de la gasolina⁵³. José Manuel simplemente me dijo que estuvo de acuerdo con esta crítica y diciéndome que América Central no tiene que preocuparse sobre eso porque el mercado puede sostenerlo (incluyendo las implicaciones de otros países que producen café).

Por otro lado fueron dos personas que estuvieron en desacuerdo con esta evaluación. Los dos tienen un gran interés en el éxito del café certificado. Uno es, Felicity Butler, la directora de ecoturismo en CECOCAFEN, y el otro es Chris Bacon, un investigador quien está activo en las organizaciones de café de comercio justo. El Señor Bacon admitió la crítica y dió la respuesta más inteligente de todos mis entrevistados. La pregunta fue “¿Cómo el café de comercio justo es una respuesta sostenible para todos los cafetaleros del mundo cuando hay un número limitado de personas que tienen la buena voluntad para pagar más por el café?”. Respondió que muchos críticos del café de comercio justo dicen que el mercado es completamente externo, y fuera de control. Pero, en realidad, el mercado depende de las decisiones de individuos que pueden afectarse. Cuando le informé sobre la crítica de Tomas Smith-Vaughn, él me dijo que, por supuesto cualquier persona que no produce café certificado lo critican⁵⁴.

Cuando presenté la misma pregunta Felicity Butler no tuvo una respuesta inteligente y académica, su reacción fue más emocional. Pero, yo creo que tiene valor porque lo demuestra la onda de emoción que muchas personas tienen y que trabajan en comercio justo. Ella respondió al hecho de que muchas personas no tienen la buena voluntad de pagar más por su café (y por eso no es sostenible), “pero, ese precio es el precio que debe pagar”. Cuando le pedí con insistencia por la definición de “debe” ella

⁵³ Román, Edmundo. 19 de Abril, 2005.

⁵⁴ Bacon, Chris. 20 de Abril, 2005.

se puso nerviosa y, en mi opinión, un poco ofendida. Repitió que este es el precio que debe pagar, que es justo, y que cualquier precio menos no es justo⁵⁵.

Otro punto de vista me fue planteado por Eddy Kuhl de Selva Negra. Cuando le pregunte sobre la sostenibilidad del café certificado, compartió su creencia que la amenaza mas grande del éxito del café de comercio justo es cuestión de confianza entre el consumidor y los organismos de rótulo. "El cliente quiere saber si el rótulo es verdad". Si hay una debilidad en el rótulo habrá un problema grande"⁵⁶. Esta cuestión ha sido notificada por Oxfam también, el cual escribió que una recompensa que no fluctúa con la oferta debe tener un sistema de verificación estricto⁵⁷.

Conclusión

Esta parte de mi reportaje resumirá mis conclusiones y juntará algunos aspectos del mercado del café en Nicaragua. Lo presento en tres partes: desafíos, estrategias, y el futuro. Obviamente, cada sección superpone con los otros un poco, especialmente estrategias y futuro, como el futuro será necesariamente, empleará estrategias que han sido probados. Pero, yo he tratado de enfocar la sección del futuro mas en la dirección general del café Nicaragüense en vez de las estrategias específicas que emplearán.

Desafíos – Los desafíos del Mercado Nicaragüense del café en gran parte se originan por el carácter del mercado mundial de mercancías- inestable, con periodos bajos y altos muy fuerte. Simplemente, un precio que frecuentemente fluctúa y además es bajo viene a ser la fuente de los problemas. Pero, acerca de la inspección más cercana ambos tienen la incapacidad de los cafetaleros pequeños (los cafetaleros grande pueden hacer mas) al planificar este tipo de situación y resistir sus efectos, igual que las variantes mismas, que representan los desafíos mas serios. De ser posible las variantes

⁵⁵ Butler, Felicity. 22 de Abril, 2005.

⁵⁶ Kuhl, Eddy. 3 de Mayo, 2005.

pueden ser eliminadas, y luego no tendrían que preocuparse sobre la capacidad de los cafetaleros para enfrentar las variantes. Pero, siempre y cuando las variantes tengan esta capacidad para enfrentarlos siendo la cuestión central. Estos desafíos se manifiestan en la incapacidad de los productores para dar bastante comida o ropa a su familia, la incapacidad de los niños para asistir a la escuela por la necesidad de ayudar en los campos, y generalmente por un nivel de vida muy bajo⁵⁸.

Estrategias - Si los desafíos tienen un precio variable y bajo entonces la respuesta es a un precio más estable y alto. Por eso hay bastante interés en el mercado especial, ambos de café certificado y café de una calidad alta. En el caso de café de comercio justo, de hecho, ofrece un precio que tiene ambas cosas; mas alto y perfectamente estable, 1.26\$ cada libra, siempre. Las otras opciones, el orgánico y el café de una calidad alta también ofrecen un precio más alto, y por ahora, más estable. Pero, como muchas personas entran a este mercado, los márgenes de beneficio bajarán. Las acciones concretas que estas estrategias (movimiento a los mercados especiales) imponen, son acciones como mejoramientos a los beneficios húmedos y beneficios secos, instrucciones por catadores y construcción de cataciones, y más instrucción a los productores en como reconocer y cultivar buen café.

Pero, hay estrategias para tener éxito a largo plazo y hay estrategias para sobrevivir. Los tres tipos de diversificación tienen elementos de los dos, mientras el movimiento del mercado especial es por definición un esfuerzo a largo plazo. Los tres tipos son: diversificación de cosechas, actividades económicas, y de mercado. Las estrategias pueden representar estrategias a largo plazo o a corto plazo depende de que tipo de productor está y cuál es su objetivo. La diversificación de cultivos para un productor pequeño es una estrategia para comer, para sobrevivir en el sentido más real.

⁵⁷ Daniels, Stephanie y Petchers, Seth. "El Crisis de Café Continúa". Oxfam, Abril, 2005. pg 29.

⁵⁸ Martínez, Xiomara. 22 de Abril. 2005.

Pero, para los productores más grandes o avanzados esto puede ser un movimiento económico para cambiar su empresa, una diversificación de actividad a largo plazo. Pero, no importa si el objeto es un éxito a largo plazo o para comer, de cualquier forma son estrategias de los cafetaleros para mantener sus fincas y sus familias. Para resumir, al enfrentar los desafíos inherente en el mercado los productores emplean estas estrategias de los tres tipos de diversificación y están aumentando su producción para el mercado especial.

Otra estrategia que es menos formal pero todavía importante para reconocer, es la migración y venta de cosas en las calles. Muchos cafetaleros pobres que no tienen los recursos para cambiar su diversificación, sus actividades o cultivos que no producen en el mercado especial ni tratan de cambiar, solo tratan de sobrevivir al vender sus cosas, o encontrar un empleo en una alguna ciudad o país, Costa Rica, o EEUU.

El Futuro – Sin embargo el futuro del café en Nicaragua es el café del mercado especial, incluye café de una calidad alta y café certificado. Nicaragua tiene el tipo de tierra correcta, una base fuerte de los productores, y más y más cafetaleros que están aprendiendo (con la ayuda de ONGs y cooperativas como CECOCAFEN) en como sembrar y producir buen café. Nicaragua tiene el potencial para vender el 80% de su café al mercado especial, pero ahora vende solamente de 10%. Los ingresos de más producción de café especial serían grandes, un gran beneficio para Nicaragua. Las otras opciones para el café Nicaragüense no son realistas comprando la opción del buen café. Nicaragua puede tratar de competir con Brasil y Vietnam para producir calidad bajo de granos de Robusta. Pero por la producción mecanizada de Brasil sería imposible producir granos más baratos. Además, Nicaragua está ganándose una reputación como un buen productor de café especial, es mejor enfocarse en lo mejor que puede hacer.

La preocupación de este futuro son primeramente, que la efectividad del mercado especial mermará si muchos productores entran a este mercado. Sería importante mirar con cuidado el mercado para asegurarse que no está saturado. El café de comercio no tiene que preocuparse por esto porque hay una recompensa- pero su preocupación es asegurar que haya bastantes clientes para comprarlo. También, la diversificación de actividades será importante para limitar los riesgos asociados para venderlo a un mercado solamente. De ser posible, este aumento en la producción especial sería mejor con una campaña de propaganda fuerte en Europa y EEUU del café Nicaragüense para asegurar que hay personas que quieren comprar esta calidad alta de café. Pero, sobre todo el futuro del café en Nicaragua depende de la capacidad de los cafetaleros y de organizaciones de cafetaleros para tomar la cuestión en sus propias manos. Si pueden enseñarles las técnicas para sembrar y producir buen café, pueden trabajar juntos para obtener acceso a los mercados, para mejorar sus beneficios, y hacer campañas, donde pueden organizarse colectivamente para tener la fortaleza del mejorar su producto y de usar el café como vehículo de desarrollo.

Entrevistas

Bacon, Chris. Académico. Entrevista: el café de comercio justo y mercado Nicaragüense. 20 de Abril, 2005. San Ramón.

Blandon, Carlos. Presidente de Asociación de Trabajadores Camposino. Entrevista: Perspectiva de cafeteros pequeños y el café en general. 22 de Abril, 2005. Matagalpa.

Bulter, Felicity. Directora de eco-turismo CECOCAFEN. Entrevista: el café de comercio justo. 22 de Abril, 2005. Matagalpa.

Cruz, Gregorio. Emperico de Selva Negra. Entrevista: Procesar del café en Selva Negra, beneficios, y cultivar. Matagalpa.

Garcia, Alejandra. Presidente de La UCA. Entrevista: condiciones de cafetaleros pequeños y el café en general. 22 de Abril, 2005. San Ramón.

Kuhl, Eddy. Dueño de Selva Negra. Entrevista: Selva Negra y el café en general. 3 de Mayo, 2005. Managua.

Kuhl, José. Ingeniero Agrónomo de Selva Negra. Entrevista: Selva Negra y el café en general. 22 de Abril, 2005. Matagalpa.

Manuel, Jose. Chemonics. Entrevista: el trabajo de USAID en café y el café en general. 26 de Abril, 2005. Managua.

Medrauo, Crescencio. Mecánico de Beneficio Santa Rosa. Entrevista: el beneficio seco. 13 de Abril, 2005. Jinotepe.

Martínez, Juan Ramon. Presidente de la Cooperativa Denis Gutiérrez Cardoza. Entrevista: el café en general y perspectiva de un cafeteros pequeños. 21 de Abril, 2005. La Pita.

Martínez, Xiomera. Guía Turista de CECOCAFEN. Entrevista: café en general y su trabajo como una guía. 21 de Abril, 2005.

Roman, Edmundo. Dueño y exportador. Entrevista: exportación, el café en general, y el mercado Nicaragüense. Jinotepe.

Smith-Vaughn, Thomas. Dueño de San Francisco Estates. Entrevista: el café en general y perspectiva de un productor grande. 18 de Abril, 2005. Carazo.

Torrez, Freddy. UPANIC y productor agropecuario, Entrevista: el café en general y perspectiva de hombre de negocios. 7 de Abril, 2005. Managua.

Zamora, Francisco. Exportadora Atlantic. Entrevista: Exportación y el café en general. 29 de Abril, 2005. Managua.

Recursos Secundario

Bacon, Christopher. "Confronting the Coffee Crises: Can Fair Trade, Organic, and Specialty Coffees Reduce Small-Scale Farmer Vulnerability in Northern Nicaragua?". *World Development*. Vol. 33. No. 3, pp. 497-511. November 10, 2004.

Coffee Research. www.coffeeresearch.org. Viewed from May 5-10, 2005.

Daniels, Stephanie and Petchers, Seth. "The Coffee Crises Continues: Situation Assessment and Policy Recommendation for Reducing Poverty in the Coffee Sector". Oxfam America. April 20, 2005.

Huatusco, Margot Roosevelt. "The Coffee Clash". Time Magazine. March 1, 2004.

"En Busca Del Diamante Perdido". El Observador Económico. Edición No. 129. Noviembre 2002. FIDEC, Managua, Nicaragua.

"Estrategia Para la Reversión y la Diversificación Competitiva de la Cafetera en Nicaragua". Gobierno de Nicaragua Ministerio Agropecuario y Forestal. 15 de Octubre, de 2004.

Fair Trade Labeling Organization. www.fairtrade.net Viewed from May 5- 10, 2005.

International Coffee Organization. www.ico.org. Viewed from May 5-10, 2005.