

LA CRISIS DE MERCADO EN CADENAS GLOBALES DEL CAFÉ

*Win Pelupessy**

INTRODUCCIÓN

El café constituye un generador de ingresos de gran importancia para más de 125 millones de personas en 52 países del trópico en vías de desarrollo¹. Alrededor de 25 millones de pequeños productores cultivan este producto perenne en 11.8 millones de hectáreas de tierra fértil y con ello anualmente producen 6.6 millones de toneladas de café para consumo. Estas son las grandes cifras que se ocultan detrás de la taza de café que tomamos cada mañana. Cerca de la cuarta parte de la producción la consumen los países de origen y las restantes tres cuartas partes se comercializan en el mundo para importarlas a los 25 países más desarrollados del mundo y a otros destinos. El café es el segundo producto básico en el comercio mundial después del petróleo.

La caficultura forma parte de cadenas globales específicas de mercancías las cuales son redes de productores, comerciantes y proveedores de servicios que crean y distribuyen el valor agregado (Pelupessy, 1999; Fitter y Kaplinsky, 2001; Ponte, 2002). En estas cadenas se recolecta a mano la materia prima agrícola, el café uva, para luego transformarla en grano verde de exportación. Una vez que es importado el café verde en los países desarrollados, proceden a tostarlo y molerlo para terminar con el empaque final del producto que llega al consumidor que lo toma por taza. Las redes productivas y de comercialización que cruzan las fronte-

* IVO, Universidad de Tilburg, Holanda. E-mail: pelupessy@uvt.nl

¹ A menos que se indique lo contrario, los datos provienen del sitio web de la Organización Internacional del Café.

ras entre países desarrollados y en vías de desarrollo, incluyen al menos dos procesos de transformación, una secuencia de mercados imperfectos o de coordinación y se ven afectadas por intervenciones gubernamentales y de asociaciones privadas. Todos estos elementos hacen que a la cadena global de café se le considere una cadena larga con un patrón de creación y distribución de ingresos complicado y fragmentado a nivel internacional.

El propósito del presente artículo es explicar cómo las repetidas crisis internacionales del café son consecuencias de la dinámica específica y complicada de las cadenas globales de mercancías. Las propuestas de solución que no tomen en cuenta esta realidad tienen altos costos sociales. Desarrollamos el análisis en cinco secciones. La segunda que sigue a esta introducción discute la distribución geográfica de las diferentes variedades de café. La posición actual de los distintos países productores en los mercados de café se examina en la sección tres. La estructura de mercado en los países consumidores es materia de la sección cuatro, mientras que la sección cinco examina las imperfecciones en países productores. La sexta evalúa la política de la OIC para llegar a un equilibrio de mercado del café. Finalizamos con las conclusiones.

1. La diferenciación primaria

Las dos especies de café más explotadas comercialmente son la Arábica, que proviene del Macizo Etíope, y la canephora, conocida por su nombre común Robusta. La primera se da en tierras altas de más de 600 m y de clima templado, pero se produce mejor en alturas de 1000 m o más. La especie Robusta crece en tierras bajas, calientes y húmedas, produce más fruto, es resistente a epidemias como la roya y su contenido de cafeína es de 2.0-2.5% o más. El café Arábica contiene 1-1.5% de cafeína y madura más rápido que la otra especie. El sabor del café Robusta es más ácido y amargo, por lo que se le considera de menor calidad.

La expansión geográfica inicial que tuvieron las dos especies podría atribuirse a ventajas naturales, pero las diferencias ya no se consideran tan claras. Brasil, el mayor productor de la especie Arábica, está aumentando la producción y exportación de las otras especies; y Vietnam, donde predomina el café Robusta, está introduciendo el Arábica. Por otra parte, los países productores tradicionales de cada especie han desarrollado toda una gama de variedades o subespecies

diferentes: Brasil desarrolló la Caturra y el Mundo Novo a partir de la Arábica Típica y el Bourbon; posteriormente Colombia y Costa Rica crearon su Caturra, Catuai y Catimorra; en Jamaica se produjo el Blue Mountain, etc. En Costa Marfil se desarrolló la variedad Kouilon a partir de la canephora, mientras que en Indonesia y Congo, se seleccionó el Robusta comercial (de Graaff, 1986: 21-2).

También existe una clasificación comercial adicional según la naturaleza de las primeras técnicas de procesamiento o beneficiado: Naturales y Suaves. Las variedades comerciales más importantes y cuyos precios de mercado fluctúan de valores inferiores a superiores, están agrupados en Robustas (35% del volumen mundial de exportaciones 1997-2002), Naturales Brasileños (24%), Otros Suaves (27%) y Suaves Colombianos (14%). Es interesante notar que dentro de los países productores, en la mayoría de los casos son las instituciones nacionales privadas y públicas las que han controlado y manejado la investigación, el desarrollo y distribución de las semillas y plantillas de las variedades y subvariedades de café. Esta es una gran diferencia en relación con otros cultivos, como el banano y melón, cuyo desarrollo y abastecimiento de semillas está en manos de compañías multinacionales.

2. La competitividad de los productores

Los cinco países productores y exportadores más importantes en el período 1997-2002 fueron Brasil (Naturales Brasileños), Vietnam (Robusta), Colombia (Suaves Colombiano), Indonesia (Robusta/Arábica) y México (Otros Suaves). A nivel mundial, menos del diez por ciento de los países productores cosecharon más del 60% del cultivo.

Los siguientes cinco países del Cuadro 1 produjeron apenas un 18% en forma conjunta. Los volúmenes de exportación y los ingresos se comportaron en un orden similar. No obstante, la cuota del cultivo en el ingreso nacional de divisas es en promedio, más alta para el segundo grupo; incluso hay países productores más pequeños como Uganda y Burundi, cuyas exportaciones dependen del café, que tienen cuotas de 60% y 70% respectivamente. Las exportaciones son de casi 80% en la materia prima o café verde; el resto corresponden a café industrializado descafeinado, tostado y soluble, así como a extractos de café. Alrededor de una cuarta parte de todas las exportaciones son reexportadas por países no productores, entre los cuales Alemania, Estados Unidos, Bélgica, Singapur e Italia figuran

CUADRO 1

Producción Cafetalera Mundial 1997-2001/2 (promedios)

<i>Países productores</i>	<i>Producción %</i>	<i>Productividad Kg/ha</i>	<i>Contribución en Exportación Nacional ¹⁾</i>	<i>Precio Exportación \$cts/lb</i>
Brasil	31.0	752	3.8%	87
Vietnam	9.4	2142	5.2% ²⁾	41
Colombia	10.0	756	11.0% ³⁾	116
Indonesia	6.5	482	0.8%	62
México	4.5	473	0.4%	111
India	4.5	900	0.7%	80
Guatemala	4.0	900	15.1%	93
Costa de Marfil	3.7	175	6.7%	54
Etiopía	3.0	909	28.9%	117
Honduras	2.4	684	14.2% ³⁾	100
Resto	21.0	540		83
Total %	100	594		84
Total (1000MT)	6575			

Fuentes: Cálculos basados en CEPAL, 2002: cuadro 2; ICO y bases de datos del Banco Mundial

Notas: 1) Bienes y servicios
2) 1997
3) 1997-2000

como los más importantes. Alemania es el cuarto exportador mundial de café en cuanto a cantidad, y mantiene una cuota considerable de productos más elaborados (ICO, 2002)

Para la mayoría de los países productores, el café no es simplemente un generador de divisas. Una parte importante de las tierras cultivables y de la mano de obra rural ha sido y aun sigue siendo empleada en esta actividad. En el caso de

América Central, el café ocupa 53% de las tierras de cultivos permanentes y 28% de la fuerza laboral de las zonas rurales (CEPAL, 2002).

Como se puede observar en el Cuadro 1, las productividades presentaron grandes variaciones entre los países. Los niveles más altos los alcanzó Vietnam, el gran país de la variedad Robusta; los principales países productores de Arábica tuvieron rendimientos no tan altos pero que están por encima del promedio mundial; mientras que Etiopía, India y Guatemala tuvieron los mejores rendimientos dentro de este grupo. En la mayoría de los países, el cultivo está a cargo de pequeños productores y esta actividad constituye una importante fuente monetaria para su subsistencia o la adquisición de servicios básicos. Los precios promedio para las exportaciones del período 1997-2002, que recibió cada país, siguen en cierta medida el orden de las cotizaciones de las variedades de café comercial. Pero existen excepciones. Etiopía recibió el precio más alto de Naturales Brasileños, siendo esto un posible indicador de alta calidad. Dentro de una misma variedad existen diferencias considerables, como es el caso del Robusta de Vietnam, que obtuvo el precio más bajo, mientras que Indonesia recibió 50% más por la misma variedad.

Los efectos de la baja de precios se puede diferenciar según la estructura de producción (ICO 2002:2). Así, en los casos donde existe tecnología bien desarrollada y costos de producción bajos, como en Brasil, se pueden observar los efectos adversos en la reducción del gasto de los agricultores y en la disminución de las tasas de empleo.

En otros casos en que el café es el único cultivo comercial en una agricultura de subsistencia, como sucede en África y algunos países asiáticos, los efectos se observan en la disminución de los gastos básicos de sustento (medicinas, educación, etc.). Por último, cuando los cultivadores dependen casi por completo de sus ingresos del café, hubo reducción en compras de alimentos, incremento del endeudamiento y abandono de las tierras. El resultado fue que algunas áreas cafetaleras de Nicaragua y Guatemala se vieron afectadas por la hambruna en los inicios del siglo XXI. Por todas estas razones, la baja en los precios del café a menudo provocarán aumentos y no disminución de la oferta en los países en vías de desarrollo, manifestándose de esta manera los efectos procíclicos. Finalmente debemos mencionar que en contraste con el comportamiento de los cultivos de

exportación como el banano, en el caso del café este cultivo también generó eslabonamientos de procesamiento, servicio y provisión de insumos, además de que a través de la historia apoyó el advenimiento de las clases capitalistas y otras instituciones sociales (Williams, 1994: 197-233).

3. Fallas de mercado en países consumidores

No existe un mercado de café donde los consumidores puedan relacionarse con los productores. En las cadenas globales, cada uno opera en extremos opuestos, sin que existan intercambios directos de señales de mercado entre las dos partes. En la cadena encontramos otros segmentos con actores que generan el valor agregado en una secuencia de mercados con interrelaciones de naturaleza primordialmente imperfecta, como lo veremos más adelante.

El Cuadro 2 ofrece una vista panorámica de las dinámicas de los mercados de consumidores más importantes del café. El 70% del consumo mundial de café se concentra en una docena de países; solamente Brasil, como el productor líder, ocupa el segundo lugar entre los países que más consumen café. Los restantes mercados de consumidores más significativos se ubican en países desarrollados. Las elasticidades de la demanda son bajas, entre -0.2 y -0.4 , excepto en Japón y el Reino Unido por ser naciones que principalmente consumen té que tienen posibilidades de sustitución por el café. Esto significa que en todos los demás casos, las fluctuaciones en los precios apenas afectarán el consumo del café, y los ingresos lo afectarán en forma limitada. Es posible que ésta sea una de las consecuencias de la naturaleza de formación de hábito que tiene el producto (Olekals y Bardsley, 1996). En el Cuadro 2 indicamos el grado de saturación de estos mercados y las tendencias de finales de los noventas, basándonos en el consumo per cápita. Los mercados están saturados y muestran tendencias a la baja en Alemania, los Países Bajos y Suecia. Estos mercados constituyen 14% del consumo global, con un promedio per cápita de 4 o más tazas por día. Los mercados maduros de consumo de 5 a 7 kg. por habitante son Francia, Italia y Brasil, aunque los dos primeros se están estancando. En general, el consumo por persona no está aumentando en los mercados importantes. Los mercados emergentes de 2 a 5 kg. están creciendo, mientras que los menos desarrollados como Rusia (0.7 kg.) y Vietnam (0.3 kg.) tienen un buen potencial de crecimiento. Sin embargo, puede haber un amplio ámbito de sustitución entre las variedades y sus mezclas. Dentro de los mercados

CUADRO 2

Mercados de los principales consumidores de café

<i>País</i>	<i>Consumo mundial (%) 1996-2001</i>	<i>Consumo per cápita (kg) 2000-2002</i>	<i>Tendencia ¹⁾</i>
Alemania	10.6	6.8	↘
Francia	5.9	5.4	≈
Italia	5.5	5.4	↗
Reino Unido	2.6	2.3	↘
España	3.4	4.4	≈
Países Bajos	2.2	6.7	↘
Suecia	1.4	8.3	↘
Total UE	37.5	5.4	≈
Polonia	2.1	2.4	↗
Rusia	1.4	0.7	↗
USA	20.4	4.0	≈
Brasil	13.9	4.9	↗
Japón	7.0	3.2	↗
Resto	23.6		
Total ²⁾	100	4.6	≈

Fuentes: Base de datos del ICO y USDA

- Notas: 1) Tendencia en los noventas: ↗ aumento ↘ baja ≈ estancado
 Saturado: > 7 kg/cap., Maduro: 5-7 kg/cap., Emergentes: 2-5 kg/cap., En desarrollo: < 2 kg/cap.
 2) Incluye datos de Brasil

de altos ingresos, la tendencia es consumir cafés más diferentes y de mayor calidad (Lodder, 1998; Fitter y Kaplinsky, 2001). Los cafés gourmet han logrado capturar 17% en volumen y 40% en valor del mercado estadounidense (Giovannucci, 2001: 7). A la vez que la demanda mundial de café aumenta 1,5% anualmente, se estima que las tasas para cafés gourmet y orgánicos son de 8% y 20% respectivamente (ACPC, 2002).

Los mercados de consumo del café son mercados de proveedores con altas concentraciones de torrefactores, supermercados y otros minoristas y a veces con una integración vertical entre los mismos. Existen solamente cuatro grandes compañías multinacionales que abastecen más de la mitad de todo el café en los 25 países de mayor consumo (excluyendo Brasil): *Jacobs/Kraft General Foods, Nestlé, Procter and Gamble y Sara Lee/DE*. Las tres primeras controlan el 73% del mercado estadounidense, mientras que en la UE, son estas los cuatro torrefactores más importantes los que controlan la mitad del mercado. Los principales mercados de café están bajo el dominio de pocas compañías que ofrecen productos diferenciados; este es un caso de competencia monopolística donde instrumentos no precios, como son la calidad, publicidad, sistemas de bonos, etc., se usan para competir y no los precios mismos. Se puede considerar a estas compañías como las fuerzas que guían y coordinan las cadenas del café (Pelupessy, 2001b: 22-4), y están protegidos por aranceles crecientes en cafés más elaborados y por barreras no arancelarias. Entre tostadores y supermercados se apropian de la parte mayoritaria del valor generado en la cadena. Además, los impuestos al consumo del café y bienes complementarios como los coffeemakers, proporcionan altos ingresos adicionales a los gobiernos de los países importadores.

Uno de los instrumentos importantes para la competencia es el uso de la pirámide de mezclas para ajustarse a las preferencias de los consumidores; en éstas, cada variedad ocupa su propio lugar (Pelupessy, 2001a: 80). Los Suaves Colombianos y Otros Suaves de alta calidad (de México y Guatemala, por ejemplo) sirven como orientadores del sabor (taste maker) en la mezcla con una participación pequeña de alto precio. Una parte mayor, se llama filler (relleno) y está compuesta por la combinación de otros suaves y Arábica no lavado (Brasil), mientras que el restante complementario es Arábica no lavado y Robustas (Uganda, Vietnam). La composición exacta de una mezcla es un secreto del tostador. En ocasiones se hacen sustituciones con variedades más baratas siempre y cuando el sabor de la mezcla no cambie o cuando el consumidor no lo note (Sellen y Goddard 1997: 134). La mezcla hace que el tueste sea independiente de los orígenes específicos. Un nuevo avance tecnológico de los grandes torrefactores es someter el Robusta al vapor para reducir el sabor amargo; esto aumenta la posibilidad de que pueda utilizarse para reemplazar variedades de mayor costo. Como resultado, hay grandes variaciones en la composición de las importaciones de café de todos los países consumidores.

4. Imperfecciones en países productores

El siguiente eslabonamiento hacia los productores está compuesto por los mercados internacionales del café. En el mercado spot o físico, la demanda es de dos tercios por parte de los dos bloques económicos más grandes: la Unión Europea y los Estados Unidos, mientras que la oferta está igualmente concentrada en los principales países productores. No obstante, el comercio real se ejecuta entre un número muy concentrado de agentes privados de países consumidores y un gran número de proveedores de países exportadores. Tan solo siete compañías mercantiles manejan más del 50% de las importaciones globales, y las diez primeras cubren más del 60% (Fitter and Kaplinksy, 2001). Entre éstas se encuentran las cinco grandes compañías *Rothfos, E.D. & F. Man, Volcafé, Gargill y Aron*, que indiscutiblemente operan en mercados de compradores. Pero los precios spot para entrega inmediata reciben gran impacto de los mercados a futuro de Nueva York (Arábica) y Londres (Robusta) que surgieron por la posibilidad de almacenar el café verde. Se trata de mercados financieros que se utilizan para reducir los riesgos y para la especulación que a menudo están utilizados por partes que no se relacionan con el comercio o la producción del café. El hecho de que los volúmenes de las transacciones futuras para Arábica y Robusta son respectivamente nueve y cinco veces sus cifras de producción es un indicador del impacto en el precio de entrega y su volatilidad. La influencia que los países productores tienen en estos precios es limitada e incluso la intervención de asociaciones de países productores y consumidores no han dado los resultados que se esperaban (Pelupessy, 2001b).

La siguiente secuencia de mercados se encuentra dentro de los mismos países productores y consiste básicamente de los mercados de productores de café uva y los de café verde o procesado. En el pasado, estos mercados se encontraban fuertemente intervenidos por regulaciones y políticas gubernamentales (Akiyama, 2001: 83-120) con el objetivo de hacer de las exportaciones de café una actividad lucrativa, cobrar impuestos y garantizar un ingreso mínimo a los caficultores. Hoy en día, sin embargo, estos mercados han sido liberados en gran medida debido a las ineficiencias del viejo sistema y las presiones por parte de las instituciones financieras internacionales. El mercado de café uva es un mercado de compradores de naturaleza oligopsonista, ya que el gran número de pequeños agricultores son quienes proveen el producto a un reducido número de intermediarios y

beneficios de café. En la segunda mitad de la década de los noventa, la participación que las diez compañías exportadoras de café más importantes tenían en el mercado era de 50%-90% en los países del Este de África. La mayoría de los caficultores manejan propiedades pequeñas o muy pequeñas cuya extensión varía entre un promedio de 0.5 hectáreas en Etiopía y 1.6 hectáreas en Centroamérica (CEPAL, 2002: 21). La reducida capacidad económica de estos países también se evidencia en la poca elasticidad de la oferta de los países productores, que en la mayoría de los casos es de menos de 0.3 en el corto plazo. Es posible que las elasticidades están aumentando a largo plazo, pero esto depende de la disponibilidad de tierra cultivable y de bosques.

Los mercados de café verde en países productores son con frecuencia oligopolios bilaterales donde los beneficiadores negocian con los exportadores. A veces estas dos partes están integrados verticalmente, aumentando así su poder de mercado hacia los caficultores, y casi siempre existe la posibilidad de la entrada de nuevos participantes en estos mercados de café verde, en especial de agentes del capital extranjero. Esto hace que la naturaleza de estos mercados sea de un oligopolio inestable (Pelupessy, 2001b 18-19). A partir del análisis de las Secciones anteriores se puede deducir que hay grandes posibilidades de la aparición de un desajuste global entre la oferta de café uva por parte de pequeños agricultores y la demanda final de café tostado y molido de los consumidores occidentales, que puede acarrear graves consecuencias para los precios, especialmente cuando se considera la gran variación que existe en la calidad.

5. Equilibrio de mercado y costos sociales

A inicios de 2003, el precio internacional promedio de todas las categorías de café alcanzó solamente la mitad del precio de referencia de 1997 luego de un periodo de cinco años de bajas prácticamente continuas. Los precios promedio de exportación fueron, en términos nominales, 30 a 60% más bajos que los de inicios de la década de los ochenta. Según la OIC, el precio compuesto de exportación de aproximadamente 50\$cts por libra de café verde es el más bajo que se ha dado en términos reales en los últimos cien años. Como consecuencia de la operación de diferentes mercados en la cadena, se dio una sobreoferta en el mercado de exportación global. En los últimos cinco años, la producción de café ha estado aumentando 3.6% anualmente, mientras que la demanda total creció solo 1.5%. Entre los

factores que subyacen el continuo aumento de la oferta se puede identificar la fuerte expansión en la producción de Vietnam y Brasil, el continuo aumento en la productividad como en Vietnam, y la sobrevalorización del dólar (Gilbert and Zant, 2001: 1). Sin embargo, en muchos países muchas parcelas de café han sido abandonadas, no se mantuvieron de manera adecuada, o no se recogió la cosecha. Esto podría significar, obviamente, que la crisis se resolverá “de forma natural” debido a la poca disponibilidad de café de buena calidad en el futuro, pero esto tendrá un enorme costo social.

También se podría restaurar el balance mediante la desviación de cantidades significativas de café de baja calidad del mercado por algunos años. En las actuales condiciones cada 60.000 toneladas que se eliminen pueden aumentar el precio del mercado en 2\$cts/lb de café verde (Gilbert and Zant, 2001). Esta desviación significa que la producción de aproximadamente un millón de pequeños agricultores se verá afectada durante el primer año de la medida y medio millón anuales en los siguientes cuatro años. Mediante sucesivos Programas de Mejora de la Calidad del Café, la OIC puso en efecto estándares mínimos de clasificación y contenidos de humedad máximos para las exportaciones de café (ICO, 21 agosto 2002: 3). El café que no cumpla con estos estándares deberá ser eliminado del mercado y la oferta deberá reducirse. Parece que con esto, los países productores y los caficultores tendrán que pagar la cuenta del control global de la oferta.

Ha habido un fuerte impacto redistributivo negativo en la baja de precios y ha golpeado a los países en desarrollo y sus caficultores de manera desproporcionada. A principios de la década de los noventa, los países productores recibían un promedio de 40% del valor de venta en los países industrializados que importaban café, pero en la actualidad esta cifra bajó hasta casi 8%. La comparación de precios que se pagan a los caficultores y los precios de venta a consumidores finales de países desarrollados, revela enormes diferencias que tienden a aumentar conforme bajan los precios del mercado mundial (Cuadro 3). Los precios al productor siguen las diferenciales por variedad, que parece no ser el caso de los precios finales al consumidor². Las diferencias mínimas-máximas parecen ser relativamente menos para los precios minoristas en los países consumidores en comparación con los que se pagan a los caficultores. Estos sí siguen las caídas en los

² Sin embargo, debemos recordar que las mezclas hacen que no consumamos café de un mismo origen.

CUADRO N° 3

Promedios de precios mensuales mínimos y máximos de los principales países productores y consumidores (\$cts por lb)

País	Precios	1997	1998	1999	2000	2001
Suaves						
Colombianos						
Colombia	Caficultor	94-172	88-125	76-97	68-87	53-66
Suecia	Venta	350-506	381-489	321-394	272-332	238-287
Otros suaves						
Guatemala	Caficultor	78-121	74-147	71-90	49-89	31-60
USA	Venta	330-467	345-403	334-350	321-368	291-322
Naturales Brasileños						
Brasil	Caficultor	66-102	62-105	49-67	27-61	13-34
Alemania	Venta	438-511	479-528	385-501	315-383	303-339
Robusta						
Vietnam	Caficultor	37-70	57-70	40-67	16-36	12-18
Italia	Venta	526-570	536-389	484-568	412-484	413-454

Fuente: Base de datos del ICO

Nota: Precios por equivalentes de grano verde

precios internacionales del mercado internacional, mientras que estas bajas se trasladan solo parcialmente a los consumidores. La diferencia entre los precios a los consumidores y los precios del café verde ha aumentado (Morisset, 1998; Bettendorf y Verboven 2000; Feuerstein, 2002). Las imperfecciones del mercado entre diferentes segmentos de la cadena, los impuestos y altos gastos fijos irrecuperables en los países consumidores, son algunos de los causantes de esta situación.

6. A modo de conclusión

En las cadenas globales del café operan mercados imperfectos a varios niveles. Por esto y por la naturaleza perenne y diferenciado del cultivo, es muy difícil lograr equilibrios estables entre la producción de la materia prima en países

en desarrollo y el consumo del producto final en países desarrollados. Las tendencias de consumir mayores variedades de café complican la situación.

Las soluciones propuestas por la OIC, expertos internacionales y asociaciones de productores y comercializadores proponen básicamente eliminar del mercado de exportación o de la producción, grandes volúmenes de café de baja calidad. Estas soluciones tienen altos costos sociales y afectan sobre todo a pequeños cultivadores de café de tierras de baja altura o que no tengan condiciones de producir las altas calidades del grano. Las soluciones no tienen garantía de éxito y no son necesarias. No están tomando en cuenta la práctica generalizada de aplicar mezclas que también incluyen cafés de menor calidad. Para lograr soluciones duraderas se necesita más bien considerar otra práctica común, que es la coordinación dentro y entre los mercados de las cadenas por las fuerzas orientadoras de las mismas, que son las grandes compañías de café. Las organizaciones de cultivadores, los gobiernos de países productores y consumidores deben negociar la sostenibilidad socioeconómica de las cadenas globales con sus respectivas fuerzas orientadoras. Son estas fuerzas y sus gobiernos en los países ricos, que más ventajas han logrado de la dinámica de las cadenas de café, lo que les atribuye la mayor responsabilidad en la solución de la crisis.

BIBLIOGRAFÍA

- ACPC, 2002: Association of coffee producing countries, coffee market report N° 23.
- Akiyama Takamasa, 2001: Coffee Market Liberalization since 1990, in: Commodity Market Reforms, World Bank.
- Bettendorf L. and F. Verboven, 2000: Incomplete transmission for coffee bean prices: evidence from The Netherlands, in: European Review of Agricultural Economics, Vol. 27 N° 1, pp. 1-16.
- CEPAL, 2002: Centroamérica: el impacto de la caída de los precios del café. México D.F.
- De Graaff J., 1986: The economics of coffee. Pudoc Wageningen.
- Feuerstein Switgard, 2000: Do coffee roasters benefit from high prices of green coffee? In: International Journal of Industrial Organization, N° 20 pp. 89-118.
- Fitter Robert and Raphael Kaplinksky, 2001: Who gains from product rents as the coffee market becomes more differentiated? in: IDS Bulletin Vol. 32 N° 3.
- Gilbert Christopher L. and Wouter Zant, 2001: Restoring balance by diversion in the world coffee market. Paper. University of Amsterdam.
- Giovannucci Daniele, 2001: Sustainable coffee survey of the North American specialty coffee industry. World Bank.
- ICO, 2002: The global coffee crisis: a treat to sustainable development.
ICO: <http://www.ico.org/crisis/main.htm>
- Lodder Celsius A., 1998: Quality – the key to progress? F.O. Licht GmbH

- Morrisett Jacques, 1998: Unfair trade? The increasing gap between world and domestic prices in commodity markets during the past 25 years, in: *The World Bank Economic Review*, vol 12, N° 3, pp. 503-26.
- Olekalns N., P. Bardsley, 1996: Rational addiction to caffeine: an analysis of coffee consumption, in: *Journal of Political Economy*, Vol. 104, N° 5, pp. 1100-04.
- Pelupessy Win, 1999: Coffee in Côte d'Ivoire and Costa Rica, in: Dijkstra T., A. van Tilburg, L. v.d. Laan (eds) *Agricultural marketing in Tropical Africa*, Ashgate/Avebury, London.
- Pelupessy Win, 2001a: Smallholders and Coffee Markets, in: *Policy and Best Practice Document 8*, Ministry of Foreign Affairs, The Netherlands.
- Pelupessy Win, 2001b: Market failures in global coffee chains. Paper for the Conference: the Future of Perennial Crops, Yamoussoukro, Ivory Coast, November 4-9, 2001.
- Ponte Stefano, 2002: The 'latte revolution? Regulation, markets and consumption in the global coffee chain, in: *World Development* Vol. 30, N° 7, pp. 1099-1122.
- Sellen Daniel, Ellen Goddard, 1997: Weak separability in coffee demand systems. *European Review of Agricultural Economics* N° 24 pp. 133-44.
- Williams Robert G., 1994: *States and social evolution: coffee and the rise of national governments in Central America*. University of North Carolina Press, Chapel Hill and London.