

El mercado mundial y nacional del café en el siglo XXI

Marcela Urueña Gómez

En las últimas dos décadas se han gestado grandes transformaciones en el mercado mundial del café. De un lado se acentuaron profundos cambios institucionales de alcance nacional e internacional, orientados principalmente a la liberalización del mercado. De otra parte, hubo un proceso de recomposición entre la oferta y la demanda que privilegió la concentración y el control del mercado por parte de los países consumidores y le otorgó a la agregación de valor un papel preponderante dentro de la cadena global de comercialización del café.

Esta situación a pesar de haber generado un largo ciclo de precios bajos que se extendió hasta comienzos del presente siglo, afectando a miles de caficultores en el mundo, abrió una ventana de oportunidad a los países productores para buscar la innovación y la competitividad en sus cultivos mediante la implementación de programas de certificación, orientados al mejoramiento de la calidad y la diferenciación. A través de esta estrategia se busca acceder a nichos de mercados y acercar al productor a los segmentos de mayor valor.



Cómo Citar:

Urueña Gómez, M. (2013). El mercado mundial y nacional del café en el siglo XXI. En Federación Nacional de Cafeteros de Colombia, *Manual del cafetero colombiano: Investigación y tecnología para la sostenibilidad de la caficultura* (Vol. 1, pp. 17-25). Cenicafé. https://doi.org/10.38141/cenbook-0022_01

En la actualidad, el reto que persiste para los principales países productores no yace en la vinculación de los caficultores a dichos programas de certificación, ni en el convencimiento de sus bondades, sino en la sostenibilidad de su actividad y el diseño de estrategias audaces para enfrentar los riesgos asociados al cambio climático, la inestabilidad de los mercados, la volatilidad de los tipos de cambio y los choques externos.



Sin duda, éste es el desafío actual de la política pública sectorial, una visión de mediano y largo plazo que integre la adaptabilidad institucional, la versatilidad y la pertinencia de la investigación y la extensión, así como la capacidad del productor para superar las dificultades del entorno y los riesgos del mercado en su camino hacia el desarrollo sostenible.

Evolución del mercado mundial del café

La oferta mundial de café ha estado históricamente influenciada por los niveles de producción de Brasil, es así como desde finales de los años noventa la producción mundial se incrementó 20% alcanzando cerca de 130 millones de sacos para el año cafetero 1999/2000, la cifra más alta de la historia hasta ese momento. Esta sobreproducción estuvo determinada por dos factores: i) El incremento del área plantada en Brasil principalmente en zonas de menor riesgo climático, con mayor productividad, menores costos de producción y una estructura más empresarial; ii) La expansión acelerada de las plantaciones en Vietnam desde finales de los ochenta, promovidas por el Banco Mundial, con lo cual este país pasó de producir 1,4 millones de sacos en 1990/1991 a comercializar 11,6 millones de sacos en el año cafetero 1999/2000, es decir, cerca de diez veces más en una década.

Este crecimiento de la producción provocó un desbalance frente al consumo, estimado apenas en 100 millones de sacos, situación que afectó nuevamente los precios internacionales con caídas cercanas al 25% y desató un rápido incremento de los inventarios en los países importadores, los cuales crecieron 53% al pasar de 10,5 millones de sacos en 1999 a 16 millones en el 2000.

Como resultado, para el año cafetero 1999/2000 el mercado mundial del café registró una sobreoferta y los

países productores, con escaso poder de negociación, reaccionaron con la creación de la Asociación de Países Productores de Café (APPC) con el ánimo de establecer medidas regulatorias de la oferta mundial de grano. En sus inicios, esta iniciativa fue promovida por Brasil y Colombia para llegar a un acuerdo con los países productores, tendiente a implementar sistemas de retención de inventarios como medio para propiciar el crecimiento de las cotizaciones internacionales. La APPC debió ser liquidada en 2001 debido a la falta de cumplimiento de las metas pactadas para retención de inventarios, circunstancia a la que el mercado respondió deteriorando aun más los precios e incrementando los inventarios en poder de los países importadores.

En el año cafetero 2000/2001, el mercado continuó registrando sobreoferta y precios por debajo de USD\$ 47,8 por libra (Figura 1). Esta tendencia se prolongó hasta 2001/2002 cuando los precios alcanzaron los USD\$41 en septiembre de 2002, el promedio mensual más bajo desde 1969.

A partir del año 2002/2003 los precios reaccionaron al alza, dadas las expectativas del mercado de una contracción de la oferta como resultado del abandono de algunos cultivos en Centroamérica y África, y la reducción en 12% de la producción de Vietnam.

Así mismo, ante un panorama de constante sobreoferta, con fuertes incidencias en el deterioro de los ingresos de los productores, en 2003 la OIC y el Banco Mundial generaron una serie de recomendaciones para salir de la crisis, entre ellas:

- Corregir el desequilibrio de oferta y demanda, mediante la promoción del consumo y la generación de nuevos consumidores a través de una mejor calidad del grano, mayor diferenciación del producto y acceso a sellos de calidad e innovación en mezclas y presentaciones.
- Promover el acceso a mercados crecientes de productos certificados en los cuales son importantes no solo la calidad, sino la responsabilidad social y ambiental, y donde el consumidor final esté dispuesto a pagar más por un café sostenible, avalado por sellos internacionales.
- Reducir la dependencia de los precios mediante el fomento y apoyo financiero de programas de diversificación de los cultivos y la generación de estrategias de cobertura de riesgos.
- Impulsar la eliminación de barreras arancelarias y obstáculos al comercio (Organización Internacional del Café, 2003).

En cuanto al balance cafetero, en el año cafetero 2002/2003 la producción mundial se ubicó en 123 millones de sacos, jalonada especialmente por la alta cosecha bienal de Brasil,

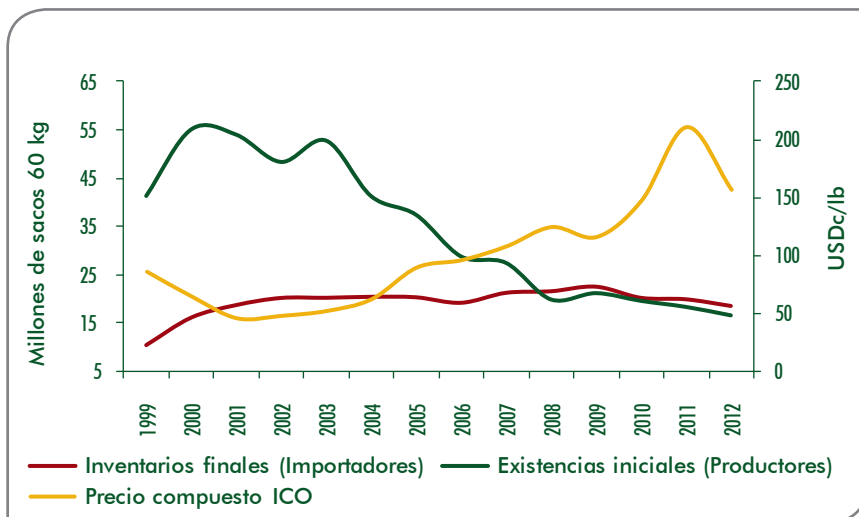


Figura 1.

Precios e inventarios mundiales de café (Fuente: OIC).

que registró una producción de 48 millones de sacos, equivalente a un incremento de 55% con relación al año anterior. Así mismo, Colombia y Vietnam alcanzaron una producción mayor a los 11 millones de sacos, lo que produjo la concentración en estos tres países del 58% de la producción mundial. Entre tanto, el consumo mundial se estimó en 111 millones de sacos, con un crecimiento anual del 2%.

Para las cosechas de los años cafeteros 2003/2004 a 2008/2009 la producción registrada se mantuvo por encima de los 106 millones de sacos, con un máximo de 128 millones de sacos y una tendencia creciente ligada a la producción bienal de Brasil y al incremento de la producción de Vietnam. En paralelo se presentó un déficit en el balance mundial como consecuencia del rápido crecimiento del consumo, situación que aceleró la disminución de los inventarios en los países productores, pasando de 53 millones de sacos en 2004 a 21 millones en 2009 (Figura 2).

Durante este período, tuvo lugar la crisis inmobiliaria en Estados Unidos que incentivó a los mercados financieros a

invertir en *commodities*, generando un aumento cercano al 15% en los precios internacionales del café durante el año 2008. Esta situación sumada al crecimiento del consumo mundial, especialmente en los países productores, acentuó aún más la estrechez en el balance cafetero mundial.

En los últimos tres años, el mercado cafetero estuvo fuertemente determinado por dos aspectos coyunturales: i) La continuidad de la crisis financiera en Estados Unidos, que repercutió en la estabilidad mundial por su impacto en algunos países europeos, y tuvo implicaciones sobre las cotizaciones internacionales que alcanzaron un máximo de USD\$231 por libra en 2011, equivalente a un incremento de 42%, con una posterior caída en 2012 de 26%; ii) Una mayor variabilidad climática, con afectaciones sobre los niveles de producción de suaves provenientes de Centro y Suramérica. En paralelo a esta situación, la producción de Vietnam pasó de 18 millones de sacos en 2008/2009 a cerca de 24 millones de sacos para 2011/2012 y la producción de Brasil a pesar de su bienalidad, cada año registró cosechas mayores registrando un aumento de 4 millones de sacos entre las bienalidades bajas de 2009/2010 a 2011/2012.

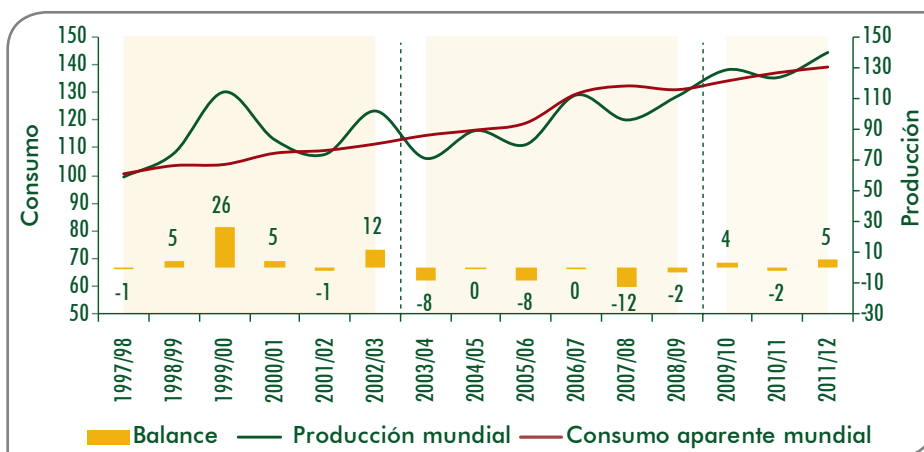


Figura 2.

Balance mundial cafetero (Millones de sacos de 60 kg) (Fuente: OIC).

El café en la economía colombiana



Por décadas, la cultura cafetera ha forjado el entorno social y económico del país, no solo en el plano del desarrollo rural, sino también como ventana de inserción de la economía local en el contexto internacional y fuente importante de divisas, que contribuyó de manera decisiva al crecimiento y modernización de la industria y el comercio nacional.

Es un hecho cierto que dentro de la estructura actual de la economía colombiana, el café no participa con la misma proporción que en términos relativos registró durante los años de 1970 y comienzos de 1980, cuando aportó cerca del 3% del PIB total y 14% del PIB agropecuario (Junguito y Pizano, 1991). Hoy el café aporta el 0,5% del PIB total (Figura 3). Sin embargo, tampoco el sector agropecuario mantuvo la misma participación, pues pasó de representar 13% del PIB total en 1990 al 6% en 2012, señalando una evidencia casi obvia en un país en vía de desarrollo: En la medida en que hay una mayor acumulación de capital, el sector primario cede peso relativo frente a las ramas de actividad con mayor agregación de valor.

Colombia ya no es un país netamente agrícola, el auge minero-energético y el desarrollo de sectores

manufacturados básicos como las industrias metalúrgica y química, impulsadas por el modelo de sustitución de importaciones, generaron una recomposición en el peso relativo de los diferentes sectores durante las últimas dos décadas. De esta forma, sectores como el financiero (20%), servicios (15%), industria manufacturera (12%), comercio (12%) y minas (8%) han ido ganando mayor terreno en detrimento del agropecuario (6%).

Ahora bien, ésta es una situación que no ocurre solo en Colombia. De acuerdo con el Departamento de Análisis Económico de Estados Unidos, el sector agropecuario aporta apenas el 1% del PIB total en ese país, mientras que en Brasil participa con el 4,5%¹ y ha retrocedido más de 1,5 puntos porcentuales en los últimos 10 años. Sin embargo, en los últimos 8 años, el valor de la producción agropecuaria de Estados Unidos creció 24% y en Brasil 67%, es decir que aunque la participación del sector agropecuario en el PIB total es menor, no por ello dejan de ser países en los que las actividades agropecuarias tienen una gran importancia social y económica, la inversión pública y privada es relevante, y por ello continúan destacándose como líderes en la producción de varios agrícolas como cereales en Estados Unidos, y café y caña de azúcar en el caso de Brasil.

En cuanto al valor de la producción, el café sigue siendo el que mayor peso tiene dentro de la canasta de productos agrícolas, reflejando un comportamiento estable superior al 15% en 2012, a pesar de la disminución coyuntural de los últimos 3 años, explicada por la caída en la producción del grano por cuenta de las alteraciones climáticas asociadas al evento del fenómeno de La Niña 2010-2012.

Más allá de lo anterior, resulta importante mencionar que la actividad cafetera, no es solamente agrícola sino que como

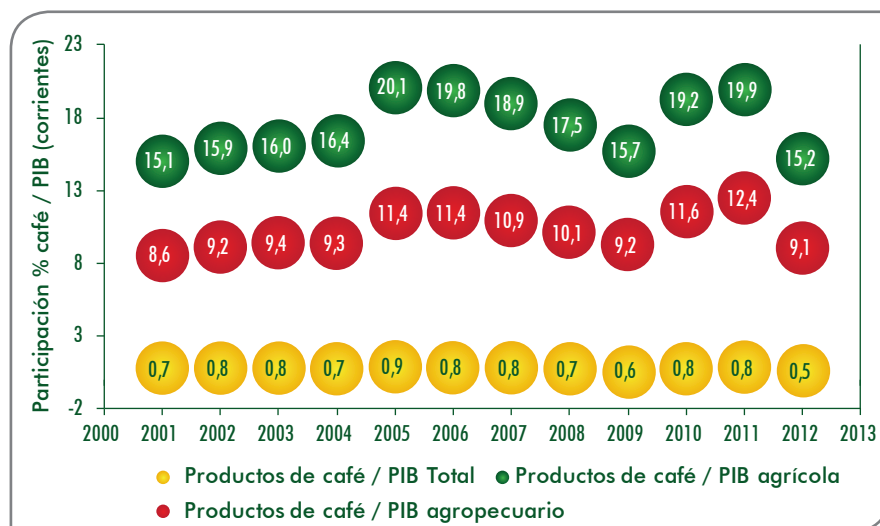


Figura 3.

Participación del sector cafetero en el PIB (Fuente: DANE).

¹ Instituto Brasileiro de Geografía y Estadística. www.ibge.gov.br

cadena productiva involucra agregación de valor en los segmentos industriales, comercio, servicios y transporte, que no se reflejan de manera desagregada en el cálculo de las cuentas nacionales por sectores.

A menudo suelen usarse estos indicadores relativos para restar importancia económica a las actividades rurales, en especial a la caficultura. Sin embargo, de acuerdo con Junguito y Pizano (1991) esta estadística aunque útil, es apenas una información parcial, ya que el verdadero papel del café en el desarrollo económico va mucho más allá de esta fría comparación, tiene que ver más con la ocupación y la generación de empleo rural, el escalamiento en la agregación de valor de la cadena cafetera, la generación de divisas que se irrigan a toda la economía a través del consumo y la adecuada utilización de los recursos agroambientales, variables que en general han actuado como motor del desarrollo económico.

Además, alrededor del cultivo se ha construido un tejido social de incalculable valor en las zonas cafeteras, puesto que es la principal fuente de ingresos para más de 560 mil productores, cuyas familias compuestas por cerca de 2,7 millones de personas representan el 25% de la población rural colombiana. De acuerdo con el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, el café aporta el 33% del empleo rural y es la actividad que más contribuye con la redistribución del ingreso en el campo. En 2012 el valor de la cosecha llegó a \$3,4 billones, distribuidos en 20 de los 32 departamentos del país, un flujo importante de recursos que actúan como dinamizadores de la economía regional.

La mayor incidencia de la caficultura en las zonas rurales radica en la demanda de mano de obra, la alternativa de ocupación y de ingreso que representa para un significativo porcentaje de la población rural asentada en 590 municipios del país, y su capacidad de redistribución de los ingresos y la riqueza del capital humano que tienen los productores como organización social, capaz de agenciar sus propias necesidades y de promover el desarrollo rural. De ahí la importancia de esta actividad como eje para la reducción de la pobreza y potencial generador de condiciones de paz en la zona rural.

Colombia a la vanguardia de los nuevos mercados

Uno de los desafíos más importantes que han enfrentado los productores de café de Colombia es la conocida trampa de los productos básicos, que es un rasgo estructural del mercado en el cual se desenvuelven. No obstante, éste es un reto que la Institucionalidad Cafetera ha enfrentado como ninguna otra organización de productores en el mundo, con diversas estrategias que abarcan la oferta y la demanda.

En este sentido, desde 1970, como medida para hacer frente a la trampa de los productos básicos, la Federación Nacional de Cafeteros adoptó la diferenciación como punta de lanza de su estrategia de comercialización (Reina et al., 2007).

Como principal característica de esta estrategia resalta su carácter integral, al incorporar tanto la perspectiva de la calidad del bien ofrecido como el punto de vista del consumidor y sus preferencias. No se puede desconocer que al desarrollar una calidad especial y superior de café suave, sus características son verificables directamente por el consumidor, así como a través de la trazabilidad que garantiza la Institucionalidad desde la finca hasta el puerto de embarque. Esto genera consistencia y coherencia y permite alejar el café colombiano de la masa de café estándar que se comercializa en el mundo.

Igualmente, la reconocida estrategia publicitaria desarrollada a través del personaje Juan Valdez® reforzó en los clientes-consumidores esa promesa de calidad con un mensaje muy sencillo: **El café suave colombiano no es cualquier café, es el mejor, fruto del cuidadoso esfuerzo de los caficultores colombianos.**

Así pues, con la caída de las cláusulas económicas del Acuerdo Internacional del Café y el posterior desequilibrio en el mercado mundial, los productores colombianos de la mano de la Federación orientaron sus esfuerzos a satisfacer las demandas de los consumidores prestando atención a aspectos como: El impacto ambiental de las técnicas de producción, los derechos de los trabajadores, la mayor demanda por responsabilidad corporativa, entre otros, que han jalonado la creación de nuevos segmentos o nichos diferenciados en el mercado cafetero, en los cuales el café de Colombia siempre ha estado a la vanguardia.



Esto condujo a que en 2002 la Federación asumiera las recomendaciones de la Comisión de Ajuste de la Institucionalidad Cafetera (2002) para el desarrollo de una política de reestructuración integral de largo plazo. El objetivo general fue transformar la estructura productiva, y lograr el ascenso en la cadena de valor, consolidando una actividad cafetera más competitiva y sostenible en los ámbitos económico, ambiental y social.

Estrategia de valor agregado

Comercializar de manera sostenible el café que se produce en Colombia requiere, en un mercado volátil y complejo, el establecimiento de estrategias de diferenciación y ascenso en la cadena de valor para la maximización del ingreso. Es así como en los últimos años la Institucionalidad Cafetera ha dedicado grandes esfuerzos a la promoción y posicionamiento del café colombiano; la defensa del origen como instrumento para lograr la lealtad de clientes y consumidores, y la implementación disciplinada de la estrategia para la generación de valor agregado. Esta estrategia busca crear y capturar mayor valor para el café colombiano, ofreciendo un portafolio de cafés diferenciados, que por sus condiciones de producción, características en la taza y origen, ofrecen propuestas de valor y experiencias diferentes a los clientes y consumidores.

Así, el café deja de ser una materia prima corriente para convertirse en un universo de productos, servicios y experiencias que satisfacen las necesidades de los clientes y los gustos de todos los consumidores. Como resultado, se ha generado una recomposición en las exportaciones de café, mientras que en el año 2000 tan sólo el 9% de los embarques nacionales de café estaba representado por cafés con valor agregado, en 2012 el 37% del volumen exportado correspondió a cafés especiales, procesados e industrializados.

Así mismo, desde el año 2002 el valor adicional promedio por libra de café vendida por la Federación ha crecido sustancialmente con respecto al precio del estándar. El valor total agregado generado por estas ventas alcanzó en 2012 un nivel equivalente a USD 116 millones por la comercialización de 1,6 millones de sacos. Aunque el volumen transado bajo esta categoría fue muy similar al registrado en 2011, la facturación generada por este café fue 10% superior, que equivale a un nivel récord de USD 0,73 por cada libra de café verde.

Como parte de esta estrategia, desde 2002 la Institucionalidad Cafetera ha fomentado los programas

para la producción de cafés especiales, dentro de los cuales se encuentran los cafés gourmet, los cafés regionales y los cafés sostenibles certificados y verificados, en cuyo proceso se utilizan estándares de producción sostenible. Para que un café sea considerado como especial, el productor debe recibir un sobreprecio, el cual es transferido en su totalidad para su beneficio.

Para ello, el Servicio de Extensión es el encargado de identificar tanto las zonas como los productores potenciales, así como de prestar la asesoría técnica especializada para que los productores cumplan con los requisitos exigidos por los diferentes sellos y códigos de conducta y obtengan la certificación que acredite su café. Como resultado, en 2013 más de 162 mil cafeteros producen su café en cumplimiento de estrictos estándares internacionales, bajo sellos como Rainforest Alliance, UTZ Certified, FLO, Orgánico y el Código 4C (Figura 4).



Además, se han afianzado los lazos de lealtad entre los consumidores finales y los cafeteros que producen el café que ellos disfrutan. En este empeño han resultado de especial importancia la utilización de mecanismos legales tales como las Denominaciones de Origen nacional y regional, las Indicaciones Geográficas Protegidas y las marcas de certificación, mediante las cuales se garantiza a los consumidores de café colombiano, su calidad y procedencia.

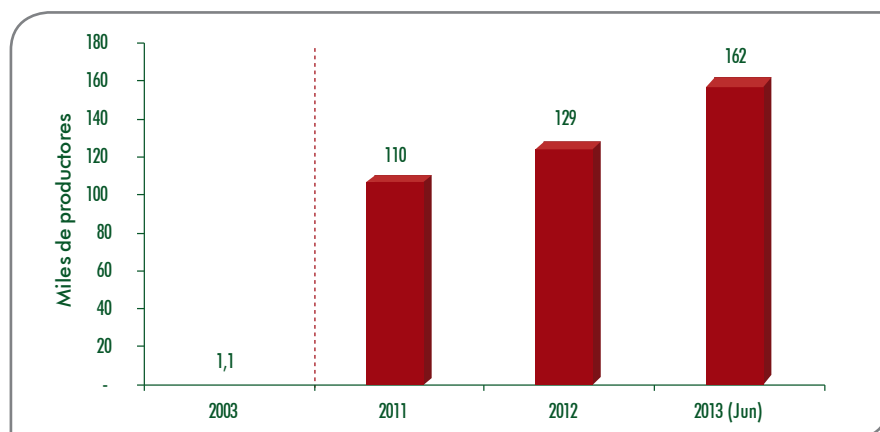


Figura 4.

Productores colombianos en programas de certificación y verificación (Fuente: FNC).

Así las cosas, el café de Colombia se encuentra protegido a través de la Denominación de Origen y los cafés de Cauca, Nariño y Huila, mediante la figura de las Denominaciones de Origen Regional. La administración y protección de estas denominaciones es ejercida por la Federación mediante delegación de la Superintendencia de Industria y Comercio. De manera adicional, el café de Colombia está protegido en el mercado de los Estados Unidos y Canadá mediante una marca de certificación y fue declarado como Indicación Geográfica Protegida (IGP) en la Unión Europea, lo que lo convierte en el primer producto agrícola producido fuera de las fronteras del bloque que cuenta con dicha protección bajo la normatividad de la Comisión Europea. De manera complementaria, el café de Colombia recientemente ha sido reconocido como Indicación Geográfica Protegida IGP en Suiza.

Para brindar respaldo técnico a estos mecanismos legales, la Federación implementó la red NIRS para la verificación del origen de todas las importaciones y exportaciones de café verde y tostado mediante seis máquinas de espectrografía, para la medición de la huella espectral o huella de los compuestos químicos, asociada a los perfiles de taza característicos del café colombiano y los cafés regionales.

Hacia una caficultura competitiva

Como parte de la reestructuración Institucional de 2002, se desarrolló una política integral de largo plazo, cuyo objetivo central era lograr una transformación de la estructura productiva, para hacerla más competitiva y mejor adaptada para hacer frente a los riesgos. A finales del siglo XX, el 43% de la estructura del parque cafetero estaba envejecido, pues los cafetales se encontraban en edades superiores a los 9 años y el 30% correspondía a cultivos tradicionales con escasa productividad y el 30% correspondía a cultivos tradicionales.

Esta situación resultante de la caída en el ingreso de los productores, fue contrarrestada con programas de renovación orientados a tecnificar el cultivo y recuperar la productividad.

La primera estrategia se desarrolló a través del Programa de Competitividad, que otorgaba un incentivo para mantener la caficultura en edad óptima de producción, consistente en la entrega de apoyos en fertilizante por cada árbol renovado. Así, desde el establecimiento del programa de competitividad de la caficultura hasta 2011, fecha en que finalizó, se entregaron recursos por más de \$372 mil millones para la renovación de más de 604 mil hectáreas.

La segunda estrategia para mantener la caficultura tecnificada y joven, se implementó en 2008 con el Programa Permanencia Sostenibilidad y Futuro (PSF), un

programa de acceso al crédito por parte de pequeños caficultores para la renovación de sus cultivos tradicionales o tecnificados envejecidos (Tabla 1). Estos créditos cuentan con un incentivo a la capitalización rural de Finagro por el 40% del capital, períodos de gracia y respaldo del Fondo de Garantías Agropecuarias (FAG) y de Fogacafé, e incluso hasta 2011, el valor de los intereses de los créditos fue asumido por el FoNC.

Como resultado del programa PSF hasta junio de 2013, se han otorgado más de 194 mil créditos por valor de \$976 mil millones, que corresponden a la renovación de más de 165 mil hectáreas.

Tabla 1.

Resultados del programa PSF (Fuente: FNC).

Año	Número de créditos	Héctareas tramitadas	Valor tramitado (Millones de pesos)
2008	11.349	8.226	38.062
2009	28.235	19.054	111.444
2010	41.236	31.304	187.643
2011	64.971	59.005	353.477
2012	39.822	38.812	232.654
2013	9.097	8.859	53.101
Total	194.710	165.259	976.380

A partir de 2011, la tercera estrategia fue la del uso de variedades resistentes como son la Variedad Castillo® y sus componentes Regionales desarrolladas por Cenicafé, con el objetivo de preparar la caficultura frente a la variabilidad climática y blindarla frente a la mayor incidencia de enfermedades como la roya del café.

Gracias a los programas de renovación y el uso de variedades resistentes, la incidencia de roya bajó de niveles de 33% en noviembre de 2010 a 5,3% en mayo de 2013, y el área sembrada en café tecnificado con variedades resistentes se duplicó en los últimos 4 años, llegando a 537 mil hectáreas (Figura 5). Además, el área tecnificada y joven corresponde al 77% del área total sembrada, con densidades de siembra promedio de 5.015 árboles por hectárea y una edad promedio de 8,2 años, lo que indica que el parque cafetero actual es más competitivo y está mejor preparado para retomar la senda de una creciente productividad.

De manera complementaria, para preparar la caficultura frente a la variabilidad climática, la Institucionalidad viene trabajando en una estrategia denominada *Caficultura climáticamente inteligente*, que se deriva de

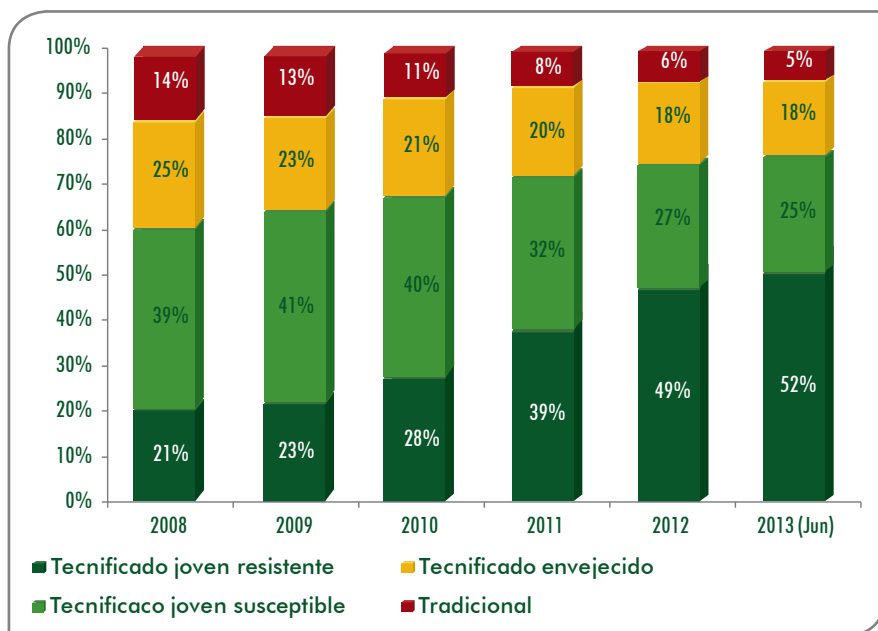


Figura 5.

Cambios en la estructura productiva
(Fuente: SICA, 2013).

las recomendaciones de la FAO que exhorta a los países a desarrollar una “agricultura climáticamente inteligente”, definida como “aquella que incrementa de manera sostenible la productividad, la resiliencia (adaptación), reduce/elimina el gas efecto invernadero y fortalece los logros de metas nacionales de desarrollo y seguridad alimentaria” (FAO, 2010).

En este sentido, la Federación ha trabajado de manera conjunta con los productores en diversas estrategias para mantener la viabilidad de la caficultura colombiana frente a un escenario climático cambiante. Para ello, con el apoyo de Cenicafé se adelantan medidas pertinentes para lograr una caficultura climáticamente inteligente, entre ellas:

- El desarrollo de nuevas variedades de café, resistentes a plagas y enfermedades, con mayor adaptación a incrementos de temperatura, oferta hídrica y de nutrientes.
- La tecnificación de los cultivos acorde con las condiciones naturales de la región mediante el establecimiento de cafetales de variedades regionales.
- Los estudios para la evaluación de la fertilidad de los suelos que tienen en cuenta la etapa de desarrollo del cultivo, su densidad y el clima en que está sembrado, y permiten identificar los niveles de nitrógeno a través de índices espectrales necesarios para el óptimo desarrollo del cultivo.
- La adopción de buenas prácticas para la conservación, prevención y recuperación de los suelos, que permitan evitar la erosión de los mismos.
- El desarrollo de programas de recuperación forestal, conservación e incorporación de la biodiversidad al

sector cafetero, mejores prácticas en el manejo de los desechos del beneficio del café y mejor uso de recursos hídricos y energía eléctrica.

- El uso de depredadores naturales para el control de plagas y el manejo integrado de arvenses para evitar la erosión del suelo.
- Uso del sombrío en los cultivos, de manera que éste sea flexible y se ajuste a las condiciones climáticas.
- Consolidación del sistema de alertas tempranas, que monitorea periódicamente los niveles de temperatura, humedad y ciclo del cultivo, y los compara con los niveles de infección de roya e infestación de broca históricos.

La adecuada implementación de estas estrategias, dependerá de una integración eficiente del circuito del conocimiento cafetero, en el cual la investigación, la extensión y la adopción del productor permitan generar un óptimo aprovechamiento de la actual estructura productiva de la caficultura, con capacidad de resistencia ante la variabilidad climática y sostenible desde el punto de vista del aprovechamiento de los recursos ambientales. De allí, la pertinencia del presente Manual del Cafetero Colombiano que Cenicafé produce con ocasión de sus 75 años.

Literatura citada

- COMISIÓN DE AJUSTE DE LA INSTITUCIONALIDAD CAFETERA. *El café, Capital Social Estratégico*. Bogotá. 2002.
- JUNGUITO, R.; PIZANO, D. *Producción de café en Colombia*. Bogotá D.C.: Fondo Cultural Cafetero - Fedesarrollo. 1991.
- ORGANIZACIÓN INTERNACIONAL DEL CAFÉ. OIC. *Ideas e iniciativas surgidas en la reunión de alto nivel en mesa redonda OIC/Banco mundial del 19 de mayo de 2003, en busca de soluciones a la crisis del café*. [En línea]. Londres : OIC, 2003. Disponible en internet: <http://dev.ico.org/documents/icc88-5c.pdf>. Consultado el 25 de julio de 2013.
- REINA, M.; SILVA, G.; SAMPER, L. F.; FERNÁNDEZ, M. D. *Juan Valdez: la estrategia detrás de la marca (Primera ed.)*. Bogotá : Ediciones B Colombia, 2007.