

**Néstor Osorio:**

## **El colombiano que sueña con una Organización Internacional del Café más social**

Colombia.com (11/17/2004) : Para Néstor Osorio el primer colombiano en ocupar la dirección ejecutiva de la Organización Internacional del Café (OIC), no se debe insistir más en mecanismos de intervención del mercado cafetero y se le debe apostar a la calidad como la mejor carta de presentación. Recomienda a su vez, aumentar el consumo, adelantar campañas de promoción interna y explotar el potencial de mercados como la China y Rusia.

Osorio, quien estuvo recientemente en Colombia aseguró en entrevista exclusiva con este medio, que el reingreso de Estados Unidos a la OIC permite un cambio de rol del organismo a un enfoque más social, con un mayor énfasis en la cooperación, el desarrollo rural y económico.



Foto: Federación Nacional de Cafeteros

Osorio nos comentó también, que Estados Unidos no hará grandes concesiones agrícolas en el contexto del Tratado de Libre Comercio, puesto que la verdadera pelea se dará ante la Organización Mundial de Comercio (OMC). Asimismo, le dio la bienvenida a iniciativas como las Tiendas Juan Valdez a las que considero como "una bandera de promoción, publicidad y de relaciones públicas".

### **Colombia.com: Hablemos del reingreso de Estados Unidos a la OIC, algo que se logró después de mucho esfuerzo. ¿Cómo cambia esto el panorama cafetero?**

**Néstor Osorio:** El contenido de su regreso es eminentemente político. Se trata de lograr que el primer consumidor mundial de café, vuelva a participar en un mecanismo multilateral de cooperación entre países productores y consumidores, en el que estén asociados industria y agentes de desarrollo.

La Organización Internacional del Café (OIC) debe ser concebida como un instrumento de desarrollo rural, económico y como un canal que permita un mejor ingreso a los cafeteros dentro de los programas que existen de alivio a la pobreza. Esta es una magnitud nueva, Estados Unidos así lo entendió y decidió regresar con el criterio de que se da por descartada la posibilidad de intervenir en el mercado y de que la OIC se formaliza como una herramienta que permitirá que la cooperación sea destinada a proyectos específicos como campañas de promoción.



Foto: Federacafé

Veo como principal reto darle una nueva dimensión y enrutarla como modelo de acuerdo de productos básicos, que trabaje por el desarrollo de políticas que logren influenciar las variables que determinan el mercado y por una diversificación que no contemple sólo la erradicación del café, también actividades que complementen el ingreso de cafetero.

### **El café en el espectro político**

**C.C: Ahora que menciona los problemas de droga en el país como evitar que los caficultores que están dejando de cultivar café se pasen a los cultivos de coca o**

**amapola?**

**NO:** Ha habido casos aislados, pero el cafetero por lo general ha sido un agricultor apegado a su tierra, muy sano y también hemos estado atentos a las alarmas. Este es un argumento que hemos expuesto y en todo el contexto del Plan Colombia y de la ayuda americana el café siempre ha aparecido como elemento principal de todo el espectro político de la decisión de Estados Unidos.

**C.C:¿En Colombia el tema del café es concebido como un tema de seguridad nacional?**

**NO:** Creo que sí. Esto se vio reflejado en medidas adoptadas por el anterior Gobierno como el buscar apropiar recursos para compensar el precio a través del famoso "Apoyo Gubernamental a la Caficultura", el cual fue continuado por este Gobierno. Era clarísimo que se trataba de un sector vital para la seguridad nacional, que no se podía dejar contaminar, ni deteriorar y que partía del reconocimiento de que los buenos precios o precios remunerativos son una inversión enorme.

**C.C:¿Cómo ha contribuido la resolución 407 de 2002 a contrarrestar el café de mala calidad?**

**NO:** Esta resolución es el contenido del programa del mejoramiento de la calidad, uno de los pilares para agregar valor y tener un mejor precio. Este fue uno de los temas en el proceso de discusión y de análisis de intercambio de información con los EE.UU, ellos consideraron que esa obligación de cumplir con unos estándares podría interpretarse como una regulación del mercado y fue necesario variarla y no dejarla como obligación sino como un propósito.

En la práctica además, había la obligación de exportar café y responder con unos requisitos pero al que incumplía no le pasaba nada pues no se imponían sanciones. No obstante, ha concientizado de que el mejoramiento de la calidad da una mejora en el precio. Para el primer año por ejemplo, calculamos que salieron del mercado unos 3 millones de sacos, desafortunadamente fue un año en el que hubo una producción muy fuerte en el Brasil y por eso no se notó mucho el impacto, pero desde el punto de vista político todos los países productores tomaron medidas para que los estándares de calidad fueran respetados, se están haciendo esfuerzos y se están obteniendo mejoras.



Foto: Colombia.com

### **Sin trabas a la caficultura**

#### **¿Cuáles diría usted que son las fortalezas y vulnerabilidades de la caficultura frente al Tratado de Libre Comercio?**

**NO:** La fortaleza radica en que es un materia prima que no se produce ni en Estados Unidos, ni en Canadá. En este caso, considero que hay que procurar porque no haya ningún tipo de obstáculo o de arancel a cualquier producto de café, sería bueno llegar a nivel cero. Por otro parte, hay que lograr la eliminación o disminución sustancial de los subsidios a los productos agrícolas ante la Organización Mundial del Comercio (OMC), contribuir a que se cree una atmósfera de mercado de productos agrícolas más amplio, rompiendo el círculo vicioso de café, cacao, azúcar y algodón para que se descongestione la dependencia al café y a otros productos.

#### **C.C:¿Se siente preocupación porque los temas de agricultura se van a dejar para último momento, usted que piensa al respecto?**

**NO:** Es que es el tema más sensible para cualquier negociación, porque la agricultura sigue jugando un papel muy importante en los países industrializados y sobretodo en estas naciones, los subsidios de azúcar y de algodón en EE.UU tienen un impacto extraordinario. Hay una carga política fuerte, el tema de los subsidios le interesa a los Estados Unidos y la Unión Europea, este es un proceso en el que nadie va tomar la delantera, Estados Unidos a mi juicio no va hacer grandes concesiones agrícolas en el contexto del TLC sino ante la OMC.

#### **C.C:¿Y cómo ve las Tiendas Juan Valdez?**

Dentro del plan que he propuesto de un estímulo al consumo interno, entendiendo que hablo ahora por los 74 países de la Organización Internacional del Café (OIC), me parece vital que en las Tiendas Juan Valdez se le enseñe al colombiano a tomar café de buena calidad. En Colombia se sabe que en 20 años no ha aumentado el consumo de este producto, durante este tiempo ha sido de un millón 400 mil sacos cuando la población paso de 20 a 40 millones de habitantes. Considero que los países productores están listos para entrar a la cultura de consumo y una muestra de ello la da Brasil que es el segundo consumidor y el primer productor mundial del café.

Las tiendas Juan Valdez en el exterior son un esfuerzo interesante porque se convierten en una bandera de promoción, publicidad y relaciones públicas detrás de la cual hay un prestigio colombiano que está bien posicionado y el objetivo de vender entre 9 y 10 millones de sacos.

## **Consumo, promoción y educación**

### **Cómo se podría complementar la estrategia de las Tiendas Juan Valdez?**

**NO:** Nosotros estamos trabajando en proporcionarle a los países productores un manual para formalizar unas campañas de promoción interna. En Colombia, están dadas las condiciones para ello pues entre la Federación y las compañías que manejan el negocio interno hay conciencia de que es posible hacer una tarea conjunta para desarrollar una provisión de café. Adicionalmente, este documento dará unas bases sobre cómo orientar encuestas sobre el consumo de la bebida. Este proyecto, ya lo presenté en la India, Costa Rica y próximamente lo haré en África.

También, hay que trabajar en promoción y educación. Está comprobado que la gente no toma café por consejos dados por los médicos, lo que perdió validez científica pues se basó en conocimientos de hace 20 años, que están revaluados. En Colombia, se realizó un estudio en el que se encontró que 52% de los consultados no tomaban café por problemas de salud, entonces hay un trabajo muy importante que hacer aquí.

### **C.C: Ahora que está tomando fuerza el tema de los cafés especiales, ¿cuáles son los retos de Colombia en este tema?**

El hecho de que Colombia y Brasil comiencen a hablar de cafés especiales me parece muy positivo porque son países con zonas muy demarcadas en términos de suelos, de lo que se puede producir como grano y Colombia con sus departamentos tiene 18 categorías de cafés especiales. Al mismo tiempo, si se compara el valor de la venta de la cosecha de un país como Colombia que vende entre 9 y 10 millones, a un promedio de 80 centavos eso da entre 800 y 900 millones de dólares, Vietnam vende 12 o 13 millones de sacos pero solamente recibe 300 millones de dólares. El nombre del juego es encontrar unos volúmenes que maximicen precio e ingreso, hoy en día la mayor producción de Vietnam se ha convertido en una carga para el país y el café especial juega un papel primordial para Colombia y Brasil al permitir resaltar que somos unos productores de café de altos niveles.

### **C.C: Dentro de sus proyectos está aumentar el consumo en Rusia y China, ¿cómo va eso?**

**NO:** Esos son los dos mercados con mayor potencial que existen en el mundo. Actualmente, el promedio anual de crecimiento del consumo es de aproximadamente 1.5 a 1.8 millones de sacos por año y en China, el incremento anual es de 15 y 20%, hablando de cinco o seis de sus grandes conglomerados como Beijing o Shanghai. Estas son sociedades consumidora de té, pero donde los jóvenes se sienten atraídos por cosas de occidente y están tomando café. Para mí, estos son los mercados que están en el plan de la organización y en los cuales hay interés de los países productores y de las grandes casas industriales y multinacionales que procesan café.

**Texto: Johanna Guevara Olier. Fotos 1 y 2: Federación Nacional de Cafeteros. Foto 3: Colombia.com**