



Dr. Fernando Casij Galindo,

director en Europa de la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia

“El café és la espina dorsal de la economía colombiana y motor de su desarrollo económico y social”



El Dr. Fernando Casij Galindo es abogado y economista especializado en Contratación Internacional. Durante varios años fue catedrático de las principales facultades de Derecho de la ciudad de Bogotá, dedicando toda su carrera al negocio cafetero. Desde 1974 está vinculado a la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia, donde ha desempeñado diferentes cargos de responsabilidad en las áreas de logística, jurídica y comercial. Fue nombrado Director General de Comercialización y desde 1994 es el director para Europa de la Federación. Fernando Casij Galindo ha sido consejero de empresas tanto públicas como privadas y en la actualidad es miembro del Consejo de Dirección de la Compañía Fomento del Comercio del Café, FO-COCAFE. Es el representante permanente de Colombia ante la Organización Internacional del Café y la Asociación de Países productores de Café.

¿Qué importancia tiene el cultivo y la exportación del café en Colombia?

El café continua siendo la espina dorsal de la economía colombiana y motor de su desarrollo económico y social. El cultivo del café en Colombia está a cargo de 500.000 familias que por generaciones se han dedicado de manera abnegada al cultivo en pequeñas parcelas donde el cafetero y su familia le prodigan los mejores cuidados para obtener un producto de óptima calidad. El café cultivado en 807.000 hectáreas de nuestro país es responsable del 38% del empleo rural y del 8% del empleo total del país.

¿Es una ventaja o un inconveniente que el cultivo del café en Colombia esté mayoritariamente en manos de pequeños propietarios?

Es una ventaja ya que de este modo no se crean grandes concentraciones de la propiedad. Los pequeños propietarios atienden directamente la actividad, con lo que se consigue un mayor nivel de compromiso y un mejor producto. No es menos cierto, que para ser eficientes hay que hacer uso de las economías de escala y para ello, los cafeteros de Colombia decidieron desde hace más de 70 años, aglutinarse como gremio en una federación de productores, que les permite actuar de manera asociativa en todas las actividades que les sirven de base como la investigación, la asistencia

técnica, el almacenamiento, el transporte, la venta y la comercialización de su producto.

Se supone que Colombia produce muchas variedades de café. ¿Por qué sólo se promociona el nombre genérico de Café de Colombia?

En Colombia producimos café del tipo Arábica lavado, considerado en términos generales como el de más alta calidad. Esta categoría engloba entre otros los Borbones, Típica, Caturra y algunas otras variedades desarrolladas recientemente por métodos naturales. Todas ellas producen los granos del café excelso colombiano que han logrado ganar sitio de preferencia en los mercados internacionales. Tenemos, además, productos de altísima calidad que no se venden bajo el nombre genérico y que llevan denominaciones de origen o marcas comerciales específicas. Cabe mencionar los Emerald Mountain, El Jazmín, Pico Cristóbal, Piedemonte, etc.

Brasil es conocido por la gran cantidad de café que produce, mientras que Colombia lo es por la calidad. A pesar de ello, de todos es sabido que no todos los cafés pueden ser de la gama alta. ¿Cómo se garantizan los niveles de calidad al venderlos?

En Colombia se ha adoptado un esquema que permite, de manera efectiva, exportar únicamente los granos de calidad *excelso*. Existen estrictos controles de calidad en cada una de las etapas de la comercialización, desde la producción en el predio rural hasta el dictamen final que con toda severidad realizan los técnicos de calidad de la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia en el puerto de embarque. Pero algo que realmente distingue a Colombia de cualquier otro origen es el trabajo que en materia de calidad desarrolla la Federación en los mercados de consumo, y en el servicio que presta a los clientes, manteniendo un contacto permanente con ellos para poder entregar un producto cada vez más acorde con sus necesidades.

¿Cuáles son las cualidades del café colombiano?

En taza podríamos mencionar su intensa fragancia, alta acidez y perfecto equilibrio, atributos que le confieren a la bebida el delicado bouquet que ha destacado al café colombiano desde hace muchos años. Pero más importante aún, resulta la consistencia que mantiene cada lote del producto colombiano, que amparado por



un efectivo servicio comercial brinda a la industria la seguridad necesaria para seguir siendo base fundamental de la mezcla, y garantía de calidad a quienes presentan el producto puro colombiano.

Parece ser que Colombia ha perdido participación en el mercado europeo. ¿Hasta qué punto es esto cierto?

Efectivamente los fenómenos climáticos conocidos como "El Niño" y "La Niña", afectaron severamente la producción de Colombia durante los últimos dos años y ello trajo como consecuencia una cuidadosa reprogramación del abastecimiento a la industria en la que se hizo necesario dar prelación a quienes tenían marcas de café 100% puro colombiano. Al mismo tiempo, producciones muy grandes de café provenientes fundamentalmente de Vietnam y Brasil (arábica no lavado y robusta) a precios muy bajos obligaron a una pérdida de participación de Colombia. Nos preocupa el deterioro de la mezcla que se está presentando al consumidor con granos de menor calidad, pues ello traerá efectos negativos en el consumo.

¿Cómo impulsan la investigación? ¿Tienen variedades propias de café colombiano?

Desde sus inicios, la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia destinó recursos importantes para la investigación. El Centro Nacional de Investigaciones del Café, CENICAFE, funciona desde el año 1938 y ha realizado estudios en beneficio de la caficultura abarcando un sin número de disciplinas científicas que cubren desde el cultivo hasta el desarrollo de nuevos



caficultores y para ello desarrolla inversiones en infraestructura -construcción de vías, sistemas de acueductos y alcantarillado, centros de salud y escuelas-. Así mismo, dedica buena parte de su esfuerzo a la protección del medio ambiente. Se busca una caficultura sostenible y mundialmente competitiva.

¿Qué opinión le merece el movimiento “comercio justo”? ¿Qué alternativas se ofrecen en Colombia?

La filosofía del comercio justo o ético es a todas luces sana y por ello merece que se le preste la mayor atención. Estamos convencidos que la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia es un buen ejemplo del verdadero significado del comercio ético. En efecto, nos referimos a una entidad sin ánimo de lucro que hace compatible el desarrollo del cultivo con el bienestar de la comunidad. Representa los derechos de los productores, organiza, administra y estimula el desarrollo de obras de utilidad común, ofrece asistencia técnica, investiga de manera efectiva la compra de la cosecha a un precio remunerativo. Adicionalmente vende café de Colombia directamente a la industria en todo el mundo, controla la calidad en toda la cadena hasta llegar al consumidor final, apoya, mediante campañas de promoción y publicidad, la venta de café colombiano. Ahora bien, si todas las utilidades y beneficios regresan íntegramente al productor ¿qué mejor ejemplo podría usted citar de comercio ético?



La juventud toma poco café. ¿Cree que es una bebida en declive?

Es verdad que la industria del café ha venido perdiendo terreno frente a la avasalladora incursión de otros productos como las bebidas gaseosas, líquidos saborizados, productos isotónicos, bebidas alcohólicas y toda una gama de nuevas alternativas que de manera atractiva se presentan a los jóvenes en el mundo de hoy. Nuestra industria se quedó un tanto atrás con una imagen cansada y en muchas ocasiones negativa. Debemos retomar las banderas difundiendo la verdadera imagen del café como producto natural, que tonifica de manera sana, de incomparable aroma, delicioso sabor, fácil de preparar, y adecuado para toda ocasión con un precio al alcance de todos.

Susanna Cuadras