

Uganda

buen clima, tierra fértil y
mucho café



Uganda es el mayor productor de café de África y el país que dedica más esfuerzos a la introducción de nuevas tecnologías en la industria cafetera del continente africano. El objetivo ugandés, no es otro que mejorar y aumentar su posición de liderazgo productivo, y superar todos los obstáculos, burocráticos y de control, con los que, todavía hoy, y muy frecuentemente, se encuentran la mayoría de los cafés africanos que se quieren vender al exterior. A pesar de todos estos esfuerzos, Uganda, como la mayoría de los países productores de café, sufre actualmente las repercusiones de la crisis de precios del mercado cafetero internacional, la cual ha provocado un descenso muy importante en las exportaciones cafeteras ugandesas que en los últimos tiempos han decrecido cerca de un 25%.

El café de Uganda y los Grandes Lagos

Situado en la popularmente conocida región de los grandes lagos de África, Uganda es uno de los países africanos más favorables para el cultivo de café. Su clima, indiscutiblemente influenciado por el lago Victoria, el segundo más grande en el mundo de agua dulce, ofrece durante todo el año temperaturas suaves, entre 20 y 30°, y dos estaciones de lluvias generosas -una de Octubre a Noviembre y la otra de Marzo a Junio- que permiten que, prácticamente durante todo el año, el país ofrezca un paisaje muy verde y atractivo. El suelo, indudablemente, también se beneficia de esta situación climática tan favorable, hasta el punto que el terreno en Uganda es

generalmente tan fértil, que el café en este país puede ser cultivado, incluso, sin fertilizantes.

Este hecho, sin duda, ha sido determinante para que Uganda consiguiera, la pasada temporada 2000/2001, el título de primer país africano exportador de café arábica certificado con destino al mercado americano, y el de primer exportador de café orgánico robusta certificado con destino a Europa. Esta certificación únicamente se concede a los cafés que han sido producidos bajo unas estrictas normas de sostenibilidad y sin la ayuda de fertilizantes químicos, ni modificaciones genéticas.

Uganda



Nombre oficial: Uganda
Capital: Kampala
Superficie: 241.040 km²
Fronteras: Sudán, Kenya, Congo, Tanzania y Rwanda
Idiomas oficiales: Inglés (oficial), Bantú (Luganda, Swahili), Nilótico (Acholi, Lango)
Capital: Kampala
Unidad Monetaria: Chelín ugandés (1 US\$ = 920 U.Sh)
PIB: 1.470 US\$

Demografía

Población:	20.554.000
Densidad hab./km ² :	106 hab./km ²
Crecimiento anual:	2,8 %
Mortalidad infantil:	107 por 1.000
Esperanza de Vida:	40 años
Población Urbana:	14 %
Analfabetismo:	23,2 % en hombres y 44,5 % en mujeres
Escolarización 12-17 años:	46 %
Internet:	0,06 por 1.000 hab.
Libros publicados (títulos):	288

Geografía

Principales ciudades:	Kampala	(773.000)
	Jinja	(45.060)
	Masaka	(29.123)
	Mbale	(28.039)
	Fort Portal	(26.800)
Clima:	Ecuatorial	
Punto más elevado:	Ruwenzori	(5.119 m)

Orígenes del café en Uganda

El cultivo de café en Uganda se remonta a tiempos inmemoriales, incluso anteriores a la apertura de África al exterior, y posiblemente mucho antes de que los árabes pisaran tierra africana. Los primeros exploradores del siglo XIX, en sus expediciones a los primitivos territorios que actualmente configuran Uganda, encontraron, ya, terrenos semi-cultivados con café. Se trataba de variedades salvajes de arbustos Robusta, plantados en una especie de corredor desde el oeste de África hasta el Lago Victoria (o Nalubaale, tal y como era conocido este lago por la tribu local de los Gandas) en el este del continente.

Según la historia de Baganda –la tribu a partir de la cual se formó el actual país- el café en la primitiva Uganda era utilizado con propiedades medicinales. Los habitantes del territorio masticaban los granos y no existe ninguna referencia que en aquellos tiempos se prepararan infusiones con el café. La recolección de los granos era considerada un rito social y espiritual, y en muchas ocasiones los frutos recogidos se utilizaban en sacrificios dedicados a dioses y espíritus. Era también muy frecuente usar granos de café para ratificar pactos de sangre. Cada uno de las partes impregnaba con su sangre uno de los dos granos encerrados en la baya de café. Seguidamente se intercambiaban los granos y se los comían.



Evolución de las exportaciones de café de Uganda

Temporada	Cantidad (sacos 60 kg)
1964/65	2.158.736
1968/69	2.670.201
1972/73	3.677.100
1976/77	2.449.737
1980/81	1.973.458
1984/85	2.500.031
1988/89	3.114.396
1992/93	2.088.642
1993/94	3.005.205
1994/95	2.792.753
1995/96	4.147.603
1996/97	4.237.114
1997/98	3.030.338
1998/99	3.650.003

Fuente UCDA

El café arábica no llegó a Uganda hasta el siglo XX. La primera zona del país en acoger el nuevo cultivo fue Entebbe, donde tenía su sede el gobierno colonial británico. Actualmente, se continua produciendo café arábica en esta zona, siendo, desde 1912, la ladera del Monte Elgon en Bugisu, uno de los puntos del país con mayor producción de cafés arábicas ugandeses. En el resto del país, el cultivo de este café, a pesar de ser muy atractivo por su mayor rentabilidad económica, sigue siendo minoritario, 10-15% del total de la cosecha anual, quedando reducido los territorios de explotación de arábicas a las ya mencionadas laderas del Monte Elgon, a la parte oeste del Nilo, y a las montañas de Rwenzori.

Regiones de producción

El café en Uganda crece en 270.000 hectáreas de terreno repartidas a lo largo y ancho de todo el país. En la temporada 2000/2001 Uganda produjo alrededor de 3,2 millones de sacos de 60 Kg. de café, un 3% más que en la temporada 1999/2000, pero muy por debajo de los 3,65 millones de sacos de 60 Kg. producidos en la campaña 98/99.

Las principales zonas de cultivo en Uganda se concentran en cuatro regiones: el distrito de Bugisu, concretamente en el Monte Elgon donde se producen los mejores cafés arábicas ugandeses: la región de Rwenzori donde crecen en la cadena montañosa conocida bajo el nombre de Montañas de la Luna diversas variedades de cafés arábicas y robustas; la región Busoga, donde a ambos lados del nacimiento del Nilo se producen cafés arábicas y robusta; y la región de Buganda, alrededor del Lago Victoria donde se concentra buena parte de la producción de cafés robusta de este país.

Cafés de Uganda

Robusta

Uganda es el espacio natural de los cafés Robusta. Desde tiempos inmemoriales el café de este tipo ha crecido en los campos ugandeses, a alturas de entre los 900 y 1.500 metros. Las principales zonas de producción de cafés robustas se encuentran en un radio de 300 Km. alrededor del Lago Victoria y en algunas zonas del oeste del país.

Actualmente, la práctica totalidad del café robusta de este país se vende como natural, es decir, procesado en seco, a pesar de que recientemente se ha puesto en marcha un ambicioso proyecto para promover la producción de robustas lavados.

El café robusta de Uganda se caracteriza por su sabor neutral y su gran cuerpo. Tanto en Europa como en Estados Unidos se tuesta este café para elaborar diferentes blends con los que preparar mezclas.



Arábica

El café arábica no se introdujo en Uganda hasta principios del siglo XX. Las zonas de producción a 1.300-2.300 m. altitud se sitúan al oeste del país, en un área que parte de la región del West Nile y que llega hasta las zonas montañosas de los picos de la Luna, y que continua hasta el sudoeste del país. Es en esta última zona, más al oeste, donde se cultivan las variedades "Wugar" (arábica lavado) y "Drugar" (proceso en seco).

Ahora bien, el más apreciado de los cafés arábigos ugandeses es, sin lugar a dudas, el "Bugisu", un arábica lavado, que contrariamente a las dos variedades anteriormente señaladas, crece en el noroeste de Uganda en las laderas del Monte Elgon. Este café es conocido popularmente como el "Blue Mountain" ugandés. En taza, este café, presenta un excelente equilibrio cuerpo/aroma con una notable acidez consecuencia de su altura de cultivo, situada entre los 1.600 y 2.200 metros de altitud.



La gente del café

La mayoría del café en Uganda todavía es producido por pequeños caficultores, en fincas de poco más de 3,3 hectáreas. De acuerdo con la tradición de este país, la mujer ugandesa es la encargada del cuidado, recolección y venta del café. En la mayoría de casos este comercio representa la única aportación económica para muchas familias. El café en Uganda emplea directamente alrededor de 2 millones de personas y a 3 millones más de forma indirecta. En las áreas de mayor producción, y donde el café es la única actividad agrícola, la vida social gira en torno a este producto, siendo muchos los casos en que las escuelas se encuentran en el interior de las mismas plantaciones.

El mercado actual del café en Uganda está formado, por tanto, por pequeños productores, y cooperativas en su mayoría de capital local. Entre ellos existe una gran competitividad, provocada en su mayor parte por los exportadores, más de 200 en el país, quienes han adoptado estrategias constructivas de prefinanciación al pequeño productor, y quienes han conseguido introducirse y participar en diversas plantas procesadoras con el fin de reducir al máximo los costes de pre-exportación. Hoy por hoy, además, son muchos los casos de exportadores que son también productores y que, a su vez, venden su producto a otras empresas. Para el pequeño productor este nuevo personaje

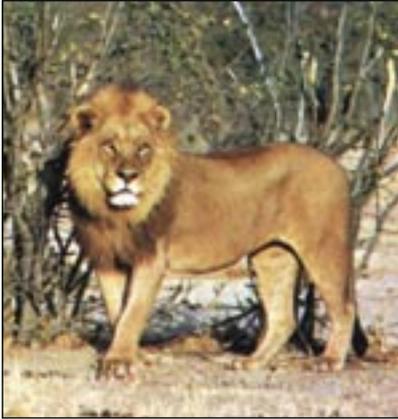
de productor-exportador le ha reportado más competencia, pero también una necesidad financiera menor, ya que el café que produce lo puede vender al productor-exportador de una forma más rápida. Esta confluencia de intereses ha creado en los últimos años algunos percances por el estrecho margen de beneficio. Sin embargo, el sector hoy ha madurado. Los productores han incluso doblado la capacidad productiva de diez años antes y los exportadores se han re-asociado bajo el organismo UNEX, lo que implica la obtención conjunta de mejoras para el transporte, almacenaje y programas ya en funcionamiento de pre-financiación exterior.

Del monopolio al mercado libre

El gobierno británico, consciente de las posibilidades económicas que representaba el café para su colonia ugandesa, creó en 1929 un organismo llamado, en aquel entonces, Coffee Board, encargado de supervisar todo el café que salía del país. Años más tarde y durante la Segunda Guerra Mundial, en 1943, el gobierno sustituyó esta entidad por la Coffee Industry Board, la cual tenía como principal objetivo comercializar el café "abandonado" tras la fallida de algunas firmas exportadoras privadas de capital principalmente británico que, inmersas en el conflicto bélico, se vieron obligadas a desaparecer.

La Coffee Industry Board se dedicaba a comprar toda la cosecha del país (excepto la de la zona e Bugitsu) para su re-exportación y contratar con la administración del Reino Unido la mayoría de las exportaciones, así como los medios de transporte y plazos de dichas operaciones de venta al exterior. Únicamente, algunas firmas de capital extranjero tenían la opción de vender directamente a países terceros sin necesidad de registrar las exportaciones en el Board.





En 1954, finalizada ya la II Guerra Mundial, se redactó una nueva legislación, la Coffee Act, para regular los precios recomendados y los anticipos a los productores. La Coffee Act sufrió durante sus primeros años de vida diversas modificaciones y enmiendas hasta que logró establecer, por primera vez, los costes aduaneros del café. El comercio, entretanto, aumentaba, dejándose ya de limitar al Reino Unido como único cliente y permitiendo que otros países compraran café en Uganda. De acuerdo a esta nueva situación, la Coffee Board cambió su nombre por el de Coffee Marketing Board y Uganda, a consecuencia de su creciente producción, pudo ingresar en el ICO como miembro de pleno derecho en 1960.

En 1963, la Coffee Act fue corregida y redactada de nuevo, concediendo al Coffee Marketing Board (C.M.B) plenos poderes y exclusividad sobre la compra, proceso, preparación y exportación de todo el café. Solo los exclusivos produc-

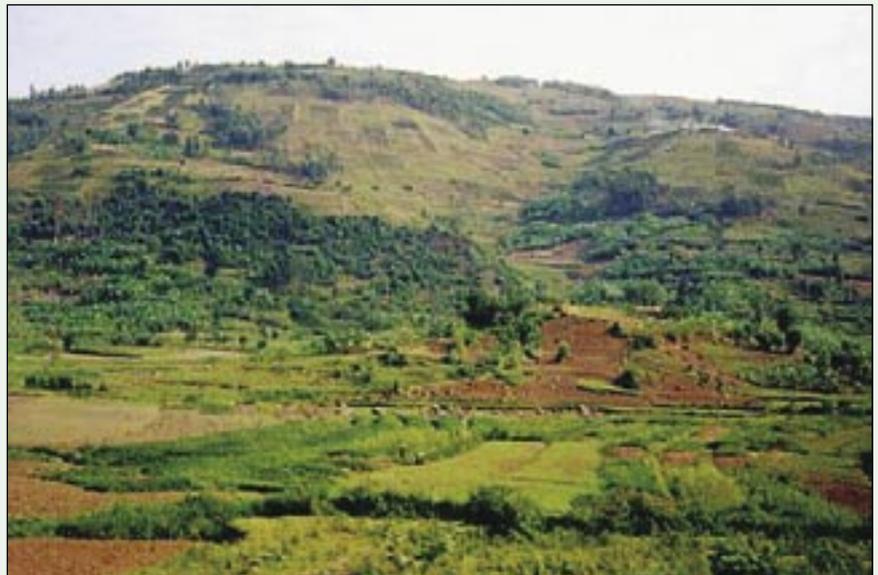
tores de Bugitsu tenían autonomía para crear su propio sistema de marketing, a pesar, eso sí, de que las licencias de exportación debían ser obtenidas a través del C.M.B, con lo cual el control era absoluto.

Esta situación de monopolio mercantil se fue debilitando poco a poco, ya no tanto por los resultados, sino por la presión exterior de muchas compañías de trading interesadas por el potencial del café ugandés.

La Coffee Act vigente desde 1963 se abolió en 1991 y el monopolio desapareció repentinamente. En el mercado interno fluyó el optimismo y en menos de un año se registraron en él C.M.B alrededor de 18 exportadores privados. A partir de este momento, la inversión exterior y la profesionalización

de los exportadores privados transmitió una mayor credibilidad a los clientes de Europa.

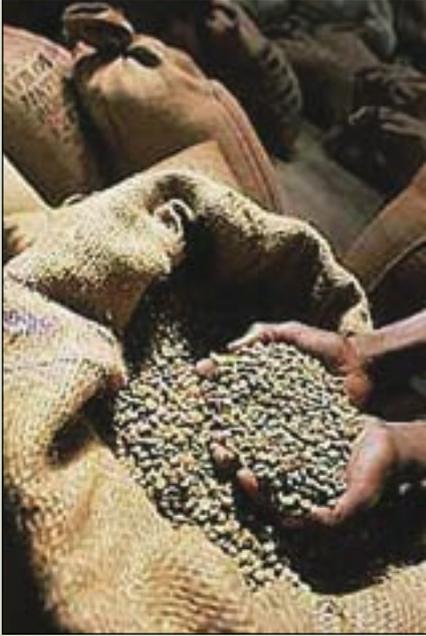
Tras la privatización del sector, el Uganda Coffee Development es el organismo oficial responsable de la concesión de licencias a los exportadores privados, así como del asesoramiento a los pequeños caficultores en la adecuación de sus sistemas productivos a las nuevas necesidades. En esta misma línea, en 1994, el Ministerio de Comercio e Industria redactó un documento oficial en el que no sólo se detalló, la Normativa para la producción y mejora de las cosechas y la Normativa para el almacenaje y transporte, sino, también, donde se estipuló y reguló, muy claramente, los estándares de calidad y grados para el café ugandés destinado a la exportación.



Evolución de las exportaciones antes y después de la liberalización del sector

Exportador	1990-91	1991-92	1992-93	1993-94	1994-95	1995-96	1996-97	1997-98
Coffee Marketing Board (Gobierno)	92%	84%	39%	16%	10%	4%	0,6%	0%
Cooperativas	8%	12%	16%	12%	11%	2%	3%	2%
Empresas privadas	0%	4%	45%	72%	79%	94%	96,4%	98%

Fuente: UCDA



Características generales del café de Uganda

Cultivos

Superficie cultivada: 270.000 hectáreas
Área de las fincas: Arábica 0,36 Robusta 0,23
Rendimiento: Aprox. 475 kg/hect. Sin irrigación artificial

Especies botánicas y producción

Arábicas (7%) 200.000 a 350.000 sacos de 60 kg
Vía seca: Drugar
Vía húmeda: Wugar (exento de fermentación) y
Bugitsu AA, A, B, C (según cribas) de 19 a 13.

Robusta (93%) 2.900.000 a 3.100.000 sacos de 60 kg
Vía seca:
standard (screen 15)
F.A.Q (screen 12-18)
Screen especificado 18
Screen especificado 15
Screen especificado 12
Screen especificado BHP (1199) 11-12
Black beans
Crane e Impala (despeliculado)

Maduración y cosecha

Robusta: Todo el año. Dos cosechas, Noviembre-Febrero
Arábica: Septiembre-Diciembre

Café orgánico certificado

Como ya se ha señalado anteriormente, Uganda ostenta el título de primer país africano exportado de café arábica certificado con destino al mercado americano y el de primer exportador de café orgánico robusta certificado con destino a Europa.

Este reconocimiento, tal y como reconocen los expertos, es una clara consecuencia de la crisis internacional de precios del café, que no ha hecho más que animar a los caficultores ugandeses a producir cafés orgánicos, uno de los pocos tipos de café que mantienen su precio relativamente estable y cuya demanda crece constantemente, de acuerdo con las tendencias cada vez más selectas, de los mercados norteamericanos y europeos.

En Uganda, el desarrollo de la agricultura orgánica ha sido relativamente rápido y efectivo. La producción de café de este tipo se prevé para esta temporada cerca de las 1.500 toneladas, 500 más que en el 2001 y 1.000 toneladas más que en la campaña 1998/99.

La exportación ugandesa de cafés orgánicos empezó en 1994, afianzándose unos años después, en 1997, de la mano de la compañía Kyagalanyi de Paidha (distrito de Nebbi) que se dedica a la producción masiva de este tipo de café. En 1998, otra compañía, la Outspan Commodities, se inició, también



con éxito, en la producción a gran escala de cafés orgánicos, en esta ocasión en el distrito de Bushenyi al sur de Uganda.

En estos últimos años, además, las empresas Twin Trading Ltd. de Gran Bretaña y la Cooperativa Bugisu de Uganda han trabajado conjuntamente en un completo proyecto encaminado al fomento de la agricultura orgánica y que ha tenido como principal resultado el afianzamiento de Uganda en el mercado internacional como uno de los principales orígenes de café, cacao, sésamo y algodón orgánico.

Un estudio de la Organización Mundial del Comercio estima que la facturación actual de productos orgánicos ugandeses se sitúa alrededor de los 26 trillones de Chelines ugandeses (Shs) y que ésta aumentará a cerca de los 72 trillones de Shs en el 2004.

Susanna Cuadras

Agradecemos la colaboración en la elaboración de este reportaje del Sr. Ignasi Oller y del Sr. Salvador Sans.

Utilización del suelo en Uganda

Superficie apta para el cultivo:	25%
Cosechas permanentes:	10%
Pastos permanentes:	10%
Bosques y tierra virgen:	28%
Otros:	29%

