

El Barómetro de café



Contenido

1	Introducción	3
2	Inestabilidad en el mercado	5
2.1	Tostadores	5
2.2	Comerciantes	8
2.3	Estrategias de sostenibilidad	9
3	Factores de estrés	10
3.1	Producción y distribución del valor	10
3.2	Salarios y trabajo	12
3.3	Cambio climático y deforestación	13
4	Compromisos de sostenibilidad	16
4.1	Inversiones en sostenibilidad	16
4.2	Estándares Voluntarios de Sostenibilidad	17
4.3	Demanda del mercado	19
4.4	Opciones de abastecimiento sostenible	21
5	Colaboración del sector cafetero	26
5.1	Una visión global	26
5.2	Iniciativas de múltiples actores	27
6	Conclusión	30
	Notas finales	33
	Fuentes	34
	Anexo: Abastecimiento sostenible	35
	Colofón	36

1 Introducción

Las tendencias actuales del café incluyen especialización en primas y precios, conveniencia, personalización, origen único y tipos de tueste. Las personas consumidoras aprecian cada vez más la información sobre el café certificado sostenible y producido éticamente.

3

En general, se percibe que en la cadena de valor mundial del café los países industrializados obtienen los beneficios, a expensas de problemas ambientales y sociales en los países productores. El café es una cadena de suministro impulsada por los compradores, donde los tostadores, minoristas y comerciantes son mayormente opacados, permitiendo a los primeros capturar mayores ganancias. Persiste un marcado contraste entre los márgenes obtenidos por las personas productoras en los países en desarrollo y los gigantes multinacionales de alimentos y fondos de inversión en los Estados Unidos y la Unión Europea, quienes esperan sacar provecho de la creciente demanda en la próxima década. Miles de millones se gastan en innumerables adquisiciones y fusiones, posicionando famosas marcas de café en los mercados nuevos. A medida que se consolida la industria mundial del café, se reducen los costos a fin de optimizar las ganancias, lo que causa una presión adicional a la baja en la cadena de valor, la cual, es sentida más fuertemente por las y los productores y sus fincas.

Se avecinan problemas en el sector. Una amplia variedad de asuntos complejos y sistémicos, ambientales, sociales y económicos, ponen en peligro el futuro de la producción de café. La volatilidad de los precios, el cambio climático y los recurrentes brotes de plagas y enfermedades amenazan al suministro global de café de buena calidad que va estructuralmente en aumento, a la vez que se espera un aumento en el consumo, y, por lo tanto, en la demanda.

En esta nueva edición del Barómetro del café, señalamos algunos enormes vacíos en nuestro conocimiento colectivo que deben ser abordados urgentemente. Por ejemplo, desde el 2010 la producción de café ha aumentado en más de un 20% (más de 26 millones de sacos), pero desconocemos la cantidad de bosques que han sido convertidos en zonas agrícolas destinadas a la producción de café.¹ Además, se presume que entre 20 y 25 millones de personas producen el 70% del café a nivel global, estimación que no ha sido cuestionada en los últimos 15 años.² Por lo tanto, la cosecha de café depende de millones de agricultores y agricultoras, quienes conforman un importante, pero invisible, grupo de actores interesados, quienes todavía no tienen una voz en las discusiones sobre un sector cafetero sostenible.

Para hacer frente a estos problemas, diversos actores que apoyan un sector cafetero sostenible han estado a la vanguardia del cambio hacia la adquisición de café certificado y verificado. El sector del café es más avanzado que el de cualquier otro producto en cuanto a la vinculación de varios actores claves de la cadena de valor con estándares, capacitación, certificación y sellos de aprobación. Aun así, los sistemas de certificación y verificación parecen no poder llegar a gran parte de pequeñas productoras y productores en África y Asia, ni logran impulsar la aceptación comercial en los países consumidores. El aumento en la demanda también ofrece oportunidades para un cambio positivo. El crecimiento del sector de café especial conduce a iniciativas de abastecimiento más directas. Si se ejecutan correctamente, estas pueden promover la trazabilidad y la calidad del café, y proporcionar una respuesta gestionada a algunos desafíos de sostenibilidad.

Además, existe un creciente apoyo para la colaboración sectorial sin ánimo de competencia, el cual combina inversiones públicas y privadas, para abordar los retos de sostenibilidad fundamentales a una escala de alto impacto. Tales iniciativas destinadas a lograr un cambio en todo el sector, como lo son la Plataforma Global del Café (GCP, en inglés), el Desafío del Café Sostenible (SCC, en inglés) y las plataformas nacionales de sostenibilidad, comparten muchos de los objetivos de sostenibilidad del sector. Sin embargo, dirigir las inversiones colectivas en la cadena de valor del café hacia el desarrollo y la implementación de soluciones a los problemas de sostenibilidad, sigue siendo un desafío difícil, pero urgente.

En este Barómetro de café, examinamos el reciente auge en las adquisiciones y las fusiones y monitoreamos las principales tendencias. Investigamos las relaciones de poder arraigadas en la cadena de valor global del café y las causas fundamentales de los principales factores de estrés de la sostenibilidad. En vista de estos retos, examinaremos las estrategias de cambio del sector y los esfuerzos individuales y colectivos para crear un sector cafetero verdaderamente sostenible.

2 Inestabilidad en el mercado

La industria mundial del café se está consolidando con innumerables fusiones y adquisiciones en el mercado. Aunque podría presentar una oportunidad para integrar los esfuerzos de sostenibilidad, hay poca evidencia de que esto suceda dentro de los conglomerados recientemente formados.

5

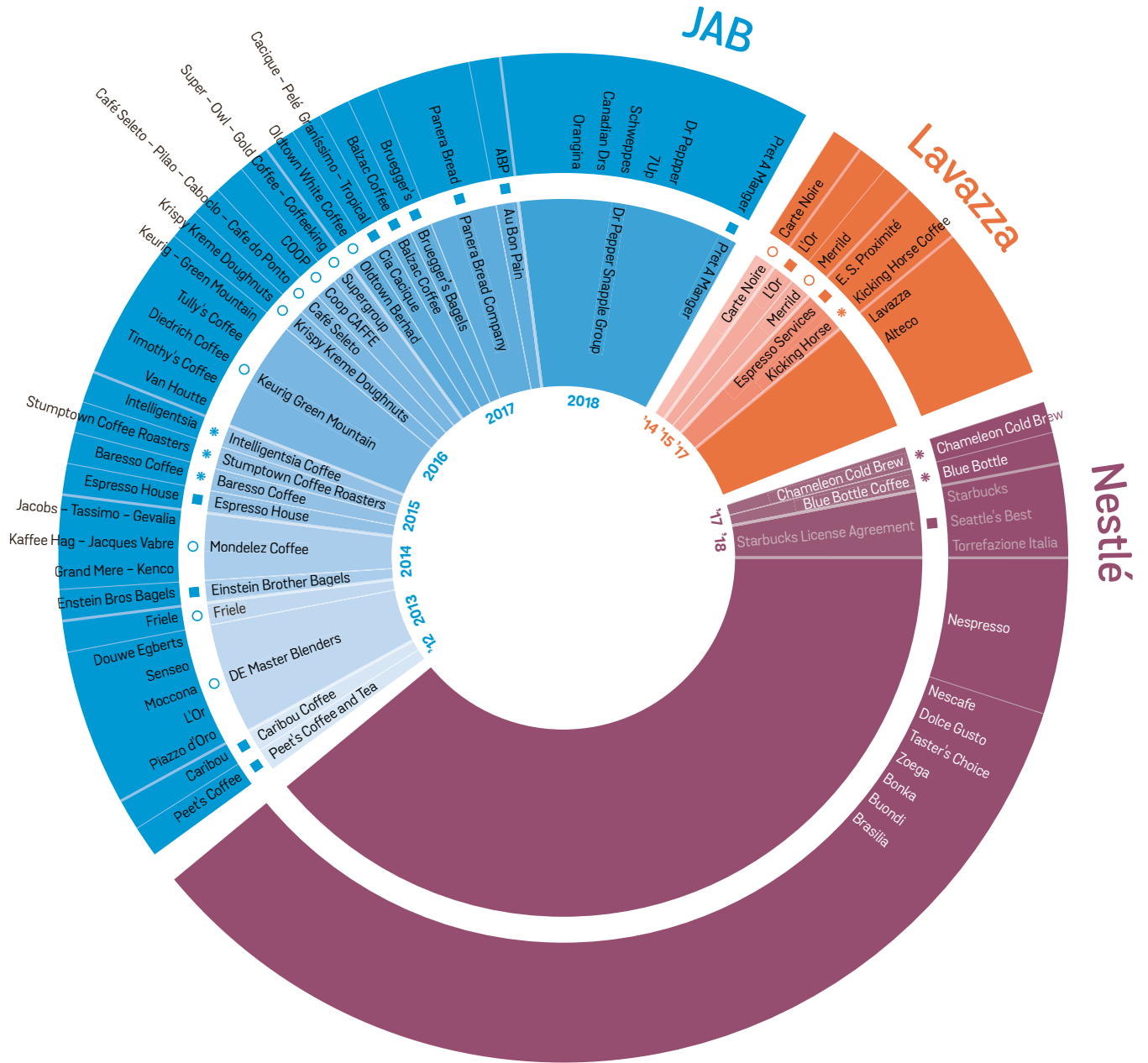
2.1 Tostadores

Para la o el observador casual, el mercado del café está altamente diversificado. En las calles hay miles de cafeterías independientes junto a grandes cadenas de distribución, como los son Starbucks, Costa Coffee y Dunkin' Donuts. En los supermercados, los estantes están repletos de diferentes opciones de café. Más allá de los productos tradicionales tostados y molidos, las y los compradores pueden elegir entre una amplia variedad de opciones individuales, granos de espresso italiano y cafés instantáneos de bajo perfil. En las cámaras refrigeradas se puede encontrar café embotellado o enlatado o cafés listos para consumir (RTD, en inglés), el cual es el segmento de mercado de más rápido crecimiento.

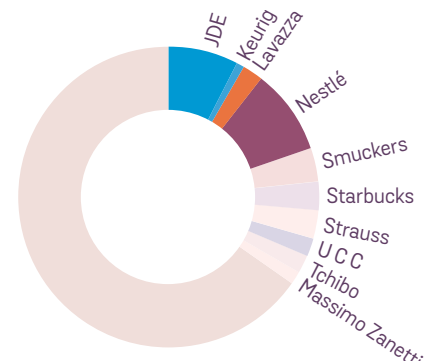
Esta riqueza de opciones oculta la estructura subyacente de la industria del café, que se encuentra en la etapa madura de su ciclo de vida. A medida que el crecimiento se estanca entre los actores más grandes, estos adquieren empresas más pequeñas y diversifican su cartera para generar crecimiento. La rápida consolidación está transformando la industria cafetera mundial desde las empresas líderes en tostado y molido, como Nestlé y Jacobs Douwe Egberts, hasta establecimientos comerciales como Starbucks y McDonald's. Más allá de la primera ola de mercado tradicional de tostado y molido, existe una competencia feroz a nivel de marca en varios subsectores del mercado, especialmente en el café de segunda y tercera ola (Gráfico 1).

Después de años de liderazgo insuperable en el mercado, el dominio global de Nestlé en el mercado del café ahora está siendo desafiado por JAB Holding, una empresa de inversión alemana propiedad de la multimillonaria familia Reimann. En los últimos seis años, JAB Coffee (parte de JAB Holdings) ha estado construyendo un imperio mundial de café, invirtiendo más de \$50 mil millones en la adquisición de,

Gráfico 1: Principales adquisiciones y marcas 2012-2018



- = Primera ola
- = Segunda ola
- * = Tercera ola



Los diez principales tostadores = 35% del café del mundo

no solo marcas de café de consumo, sino también cadenas de restaurantes que venden grandes volúmenes de café. JAB Coffee es un grupo financiero, con compañías y marcas administradas de manera independiente por sus subsidiarias. La estrategia de JAB es comprar en las secciones más relevantes de diferentes mercados globales, manteniendo las marcas y variedades separadas. Ha invertido en café en cápsulas y en la tercera ola en los EE. UU., en tostados y molidos en Europa y en café instantáneo en Asia.³

En enero del 2018, la compañía de café propiedad de JAB, Keurig Green Mountain, adquirió la empresa de bebidas no alcohólicas Dr. Pepper Snapple y nombró a la entidad fusionada Keurig Dr. Pepper. Si bien, esto podría parecer un objetivo inusual para una empresa que ha estado buscando acuerdos para ganar cuotas de mercado de café a Nestlé, la adquisición encaja bien con la estrategia de transformar el café en una alternativa a las bebidas gaseosas.⁴ Esto haría del café una opción de consumo para todo el día. Entre las empresas que exploran esto se encuentran algunas de las marcas de gaseosas más grandes del mundo: Pepsi fabrica los cafés listos para consumir de Starbucks (RTD), y Coca-Cola posee Georgia, la marca de café listo para consumir más grande del mundo. Recientemente, comenzó a expandir los cafés listos para consumir en Europa, junto con el anuncio de asociaciones con Dunkin' Donuts y McDonald's en los EE. UU.³

Nestlé, el gigante de alimentos con sede en Suiza, ha identificado el café como una de sus mayores oportunidades de crecimiento. Busca establecerse firmemente en el mercado lucrativo y cada vez más competitivo de las especialidades del café, diversificándose en términos de formato, sabor y precio.⁵ Reconocido por sus marcas globales Nescafé y Nespresso, Nestlé sorprendió al sector cafetero en mayo de 2018 uniendo fuerzas con Starbucks para innovar y hacer lanzamientos en el mercado de manera conjunta. El acuerdo de \$7.100 millones de Nestlé incluye la venta de productos Starbucks en supermercados, así como el desarrollo de cápsulas de café con la marca Starbucks para máquinas especializadas en la preparación de café en cápsulas de marca Nestlé.⁶ Esta colaboración le permite a Nestlé seguir ganando cuotas de mercado en los EE.UU., después de las recientes adquisiciones de tercera ola en los EE.UU., y extender su liderazgo global sobre JAB.

Después de los gigantes del café Nestlé and JAB Coffee, el sector global cafetero no tiene un tercer lugar claramente establecido, ya que la fragmentación de los mercados en regiones y subsegmentos geográficos crea numerosos y alcanzables caminos hacia el crecimiento.³ El Grupo Lavazza podría tomar el tercer lugar a nivel global. Cuenta con una cartera muy diversa de marcas de alto valor en todo el espectro de tostado y molido. Lavazza busca transformarse desde una empresa predominantemente italiana a una marca global capaz de competir con Nestlé y JAB Coffee. Lavazza ha comprado varias marcas en Europa y América del Norte, incluida la marca de café francés Premium Carte Noire, lo que triplicó su facturación en Francia, que posteriormente se convirtió en su segundo mercado más grande después de Italia. Recientemente, Lavazza se ramificó a América del Norte, adquiriendo una participación mayoritaria en Kicking Horse, una compañía canadiense especializada en Fairtrade y café orgánico certificado.

También vale la pena destacar a Starbucks, el líder en café minorista, que tiene la ambición de expandirse a nivel mundial. La cadena agregó más de 2,000 tiendas en 2016, llevando su presencia global a más de 25,000 locales en 75 países. Esto es solo el comienzo, ya que Starbucks planea abrir 12,000 tiendas nuevas a nivel mundial. Su objetivo es casi duplicar su cantidad de cafeterías

en China, de las 3.300 actuales a 6.000 antes de finales de 2022.⁷ La compañía también desarrolla 1000 tiendas Premium Starbucks Reserve Roastery, una línea de salas de degustación de alto nivel que se ubicaran junto a las tiendas existentes del grupo.

2.2 Comerciantes

8

Los tostadores dependen en gran medida de las casas comerciales de café para obtener su suministro de café verde. Es difícil encontrar información sobre el alcance exacto de la concentración en el mercado de productos del café. Las empresas dominantes son privadas y, por lo tanto, no están obligadas a compartir datos y cifras de manera pública. Esto hace que sea difícil comprender su verdadero tamaño e influencia en el mercado. Aun así, es obvio que la industria del comercio de café está altamente concentrada. Un número limitado de casas comerciales obtienen café de todo el mundo. Los líderes de la industria, de acuerdo con información pública obtenida son Neumann Kaffee Gruppe, ED & F Man Volcafe e ECOM Trading. Por ejemplo, el grupo familiar Neumann representa ya el manejo del 10% del comercio mundial de café verde. Con 15 millones de sacos en 2017, Neumann maneja más que el total de la producción de café de Colombia en 2017.

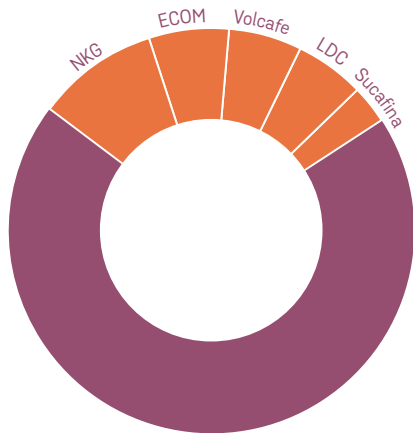


Figura 2: **Los cinco principales comerciantes de café verde**

Las casas comerciales generalmente negocian en grandes cantidades y márgenes estrechos. Derivan sus ingresos comerciando en volúmenes muy grandes, por lo general abasteciendo a las mayores compañías multinacionales de tostado de café.⁸ Las pequeñas empresas internacionales de comercio de café a menudo operan en mercados especializados y de nicho, como el comercio justo o el comercio directo. Las casas de comercio no solo poseen una gran parte de las instalaciones de procesamiento y almacenamiento en la mayoría de los países productores de café, también se dedican a la gestión agrícola, exportación e importación de café a granel, especial e instantáneo, logística, almacenamiento, gestión de riesgos y finanzas. Las casas de comercio de productos están integradas, ya sea verticalmente en la cadena de suministro de café o usan instrumentos de cobertura para gestionar el riesgo de volatilidad de los precios.

Empresas y comerciantes más pequeños, en particular aquellos que comercian con calidades especiales de café, no cubren o cubrirán solo una parte de su volumen comercializado. La razón principal de esta diferencia en las prácticas de cobertura es la diferencia en el proceso de negociación y fijación de precios del café para las calidades a granel, en comparación con los grados especiales.⁸

En años recientes, todas las casas de comercio han fortalecido su presencia local y las redes de suministro para estimular el café producido de manera sostenible en los países de origen. A medida que la industria del café se consolida, se requieren nuevos servicios, incluidos la financiación comercial y los servicios relacionados. Con base en su tamaño aumentado y su creciente influencia en el mercado, JAB Coffee ahora solicita a las y los operadores condiciones de pago de hasta 300 días. Esta es una prefinanciación aproximadamente tres veces más larga de lo que típicamente exige Nestlé.⁹ Únicamente los grandes comerciantes pueden proporcionar un financiamiento tan extenso. El aumento de la competencia puede llevar a una concentración de comerciantes, que puede conllevar el riesgo de plazos de pago más largos. Alzas en las tasas de interés o un súbito aumento en los precios futuros podría dejar a los operadores con pérdidas o estirar sus necesidades de financiamiento a medida que los costos de cobertura suben. También los deja con menos fondos para invertir en programas de capacitación de personas agricultoras. A pesar de su enorme capacidad de financiamiento, JAB Coffee podría enfrentar bancos que retiren o ajusten sus líneas de crédito en caso de que su posición financiera se deteriore.

2.3 Estrategias de sostenibilidad

Completar fusiones y adquisiciones, e integrar nuevas empresas es generalmente un proceso que toma varios años. Esto puede llevar a perder la concentración en el desarrollo y la implementación de compromisos de sostenibilidad. La competitividad a nivel minorista y de tueste no parece valorar la sostenibilidad como un diferenciador. En su lugar, las compañías están tratando de formar familias de marcas especializadas que atraigan a consumidoras y consumidores de alto nivel. En la carrera para posicionar las marcas individualmente, no parece haber un esfuerzo concertado entre empresas tostadoras para alinear o fortalecer los compromisos de sostenibilidad a nivel de marca, y mucho menos a nivel de explotación.

La consolidación podría brindar la oportunidad para un esfuerzo conjunto de diferentes marcas, siempre y cuando los propietarios de las marcas realmente hacen de la sostenibilidad parte de su filosofía. Si utilizan su escala para colaborar y desarrollar estrategias de sostenibilidad ambiciosas y globales, esto crearía una gran fuerza para un cambio positivo. Hasta ahora, sin embargo, pareciera estar sucediendo todo lo contrario. Aparentemente, la variedad de las recientes fusiones tiene un efecto paralizador en las agendas individuales de sostenibilidad de las compañías y, por lo tanto, en el sector cafetero en general. Además de las diversas actividades de Responsabilidad Social Corporativa (RSC) de diferentes empresas, la verdadera pregunta es hasta qué punto la transformación sostenible y el cambio sistémico son parte de las estrategias de sostenibilidad de las empresas.

Ver página 22; resumen de las políticas y prácticas de sostenibilidad de las empresas.

3 Factores de estrés

10

Un sector cafetero sostenible distribuiría de manera más equitativa las ganancias a las personas agricultoras. Actualmente, el valor promedio de exportación de café verde es menor al 10% de los ingresos de \$200 mil millones generados en el mercado minorista de café. Este desequilibrio ilustra la apremiante necesidad de transparencia de las transacciones para lograr la redistribución.

3.1 Producción y distribución del valor

En el período 2012 – 2017, el consumo y la producción de café aumentaron en un promedio de 2% por año. Los niveles de consumo están aumentando fuera de los mercados tradicionales de la UE y los EE.UU., especialmente en el sudeste de Asia. Si este ritmo de crecimiento continúa, el sector cafetero necesitará 300 millones de sacos de café para el 2050, lo que significa duplicar o incluso triplicar la actual producción mundial anual.^{10/11} El sistema actual de producción de café no podrá satisfacer la creciente demanda en las próximas décadas. La brecha mínima será de 60 millones de sacos (un déficit mayor que la producción anual actual de Brasil), y sin grandes esfuerzos para adaptar la producción de café al cambio climático, la producción mundial en el 2050 podría incluso ser menor de lo que es hoy.¹⁰

En el año agrícola 2016/17, los y las productoras de café alcanzaron una cosecha récord de casi 160 millones de sacos de 60 kg.¹² Arábica y Robusta son los dos principales tipos de café. Una gran proporción del café Arábica se cultiva en Brasil, Colombia y Etiopía (Gráfico 3). Los granos de Arábica producen precios de mercado más altos en comparación con Robusta, que se cultiva en áreas húmedas en altitudes bajas en Vietnam, Indonesia y Uganda. Comparado con el Arábica, el Robusta es más resistente a las enfermedades y el rendimiento por árbol es considerablemente más alto. El Robusta produce aproximadamente un tercio más de granos por hectárea que el Arábica. Durante la última

Gráfico 3 Los diez principales países productores de café

Arábica versus Robusta



década, la producción de Robusta aumentó significativamente a un nivel de hasta el 40% de la producción mundial. Es probable que la producción de Robusta aumente a medida que el calentamiento global hace que haya más tierra apta para esta variedad y menos favorable para el cultivo de los granos de Arábica.¹³

Alrededor del 75% de la producción mundial total de Arábica y Robusta se exporta, lo que generó un valor total de \$16 mil millones en el 2016.¹⁴ Tomando en cuenta la volatilidad de los precios y los volúmenes anuales, el valor de exportación anual promedio es de \$20.200 millones en el período 2010–2015. Esta cifra incluye los ingresos de las y los agricultores, exportadores y agencias gubernamentales involucradas en el cultivo de los granos y su exportación internacional. Una estadística impactante es el hecho de que esta cifra representa únicamente el 10% del valor total de la industria, que se estimó en 2015 en alrededor de US\$ 200 mil millones. Únicamente el 10% de la riqueza agregada del café permanece en los países productores.¹⁵

Obviamente, el suministro limitado de café Arábica de alta calidad, combinado con el aumento de la demanda, debería llevar a un aumento de los precios. Sin embargo, ese no ha sido el caso. El Arábica de grado inferior puede ser sustituido por Robusta en mezclas de café. Esto reduce los niveles de costo del tueste y pasa desapercibido, ya que la mayoría de los y las consumidoras de café carecen de las habilidades sensoriales para reconocer el café de alta calidad. Por lo tanto, es más probable que dependan de señales externas, como el precio, embalaje y publicidad, que pueden o no reflejar la calidad intrínseca del producto.¹⁶ Una inspección de muestras de café tostado molido etiquetado como 100% Arábica encontró que el 10% contiene niveles importantes de café Robusta.¹⁷

Los precios mundiales del café disminuyeron en dos tercios en términos reales desde principios de los años ochenta, y los ingresos reales de los caficultores se redujeron a la mitad en ese mismo periodo.¹⁸ Las y los agricultores que ganan muy poco para asegurar condiciones de vida decentes no logran invertir en sus plantaciones. Las ganancias pueden variar ampliamente, debido a ineficiencias en la cadena de suministro. Las personas agricultoras en América Latina pueden recibir hasta el 87% del precio de las exportaciones, mientras que en el este de África esto podría ser tan bajo como el 61% debido a las variaciones en las organizaciones de personas agricultoras, el entorno de las políticas y los mercados competitivos. La respuesta a la pregunta de si ganar un ingreso digno es realmente factible en el mercado actual del café, depende en gran medida del contexto local.

Para obtener una mejor imagen de la distribución del valor a lo largo de la cadena del café, es necesario conocer las ganancias y los costos de producción en los diversos eslabones de la cadena de suministro. Además, se requiere el mantenimiento de registros a nivel de explotaciones, así como la necesidad de que las empresas de la cadena sean transparentes con respecto a sus costos. (Cuadro 1. Ejemplo de precio real)

Cuadro 1: **Precio real**

Los costos de las externalidades ambientales y sociales para producir café muchas veces se pasan por alto. El precio real incorpora cargas a la sociedad, como la contaminación del suelo y del agua, la seguridad social de las personas agricultoras y trabajadoras, y un nivel salarial decente en los costos totales del café. Esta metodología se basa en un enfoque impulsado por una ecuación de costo-beneficio, en lugar de en cumplimiento. Esto, a su vez, debería mejorar la efectividad de las inversiones en sostenibilidad. Un ejemplo de investigación en México estima que el precio real del café convencional es de \$11.10, mientras que el precio de mercado es de solo \$3.30. Si lo comparamos con la agricultura sostenible adaptada al clima (CSA, por sus siglas en inglés), su precio real se estima en alrededor de \$3.90, mientras que el precio de mercado de este café CSA es de alrededor de \$2.90. Esta investigación concluye que las inversiones en café de agricultura sostenible adaptada al clima tienen un mayor retorno sobre la inversión. Es posible gracias a las mejoras en el rendimiento, pero también a las ganancias ambientales en capital natural y mayor secuestro de carbono. Esto es rentable, aunque se requiere el apoyo de parte de las personas agricultoras para hacer esta transición. La incorporación de los costos y beneficios externos permite la evaluación comparativa de diferentes sistemas de producción, y baja la presión al decidir sobre inversiones en café producido con menos costos externos.¹⁹

3.2 Salarios y trabajo

Los bajos precios, la volatilidad excesiva y los bajos rendimientos no solo afectan los ingresos de las y los agricultores, sino que también reducen el interés de las actuales y futuras generaciones por participar en el cultivo de café, y causa escasez de mano de obra durante la época de cosecha.

Cuando los precios de la materia prima del café son bajos, y la competencia global es intensa, las personas productoras están bajo presión constante para reducir los costos, incluidos aquellos relacionados con la mano de obra. La revisión de la rentabilidad agrícola en cuatro de los principales países productores de café por parte de la Organización Internacional del Café (OIC) en el 2016 confirma que, entre el 2006 y el 2016, las personas caficultoras a menudo han estado operando con pérdidas y que

el café no proporciona un medio de vida viable.²⁰ Esto lleva a una espiral negativa, ya que subsecuente-mente, no existen o hay pocos fondos para inversión en buenas prácticas agrícolas y sostenibilidad de las plantaciones, lo que resulta en una disminución de la calidad y los rendimientos, que a su vez significa menos ingresos y que el ciclo continúa. A pesar de los esfuerzos de mecanización en unos pocos países productores, la producción de café es laboriosa, lo que involucra una fuerza laboral amplia y diversa. El trabajo es el mayor componente en el costo total de la producción de café. Las estimaciones del número total de personas agricultoras y trabajadoras agrícolas varían (Cuadro 2). Los datos en muchos países productores de café no son confiables, pero, además, hay otros factores que juegan un papel:

- Para muchos pequeños productores y productoras, el café ya no es su principal negocio o ingreso. Cambian a otros cultivos o juegan múltiples roles para complementar sus ingresos;
- En países donde el desarrollo económico crea oportunidades para empleo mejor pagado, muchos agricultores hombres emigran a áreas urbanas o al exterior. Las granjas a menudo se dejan a sus cónyuges, hijos e hijas, quienes no están registrados como caficultoras o caficultores;
- El café se considera una cosecha de hombres. Aunque las mujeres a menudo juegan un papel fundamental en la mayoría de las actividades de producción, tienden a seguir siendo una fuerza de trabajo invisible. Ellas ganan menos ingresos, poseen menos tierra, están menos organizadas y tienen menos oportunidades de capacitación y liderazgo;
- Existe una tendencia entre las personas agricultoras (principalmente aquellas de pequeña escala) de dejar de cultivar café debido a la disminución de los ingresos por finca, causada por una combinación de bajos precios de mercado y, menor productividad, costos laborales más altos y plagas y enfermedades;
- Para muchas personas jóvenes, el café equivale a un cultivo pobre sin futuro. El acceso a la educación brinda oportunidades de empleo fuera del sector cafetero.

Cuadro 2: **Población agrícola cafetalera**

El sector del café carece de un conocimiento profundo de las personas agricultoras y trabajadoras; de dónde vienen, cuáles son sus condiciones laborales y cuánto ganan. Se necesitan con urgencia mejores datos sobre los 20-25 millones de pequeños productores y productoras de café y los 100 millones de personas vagamente definidas en la producción y el procesamiento del café verde. Debido a que los datos globales sobre el número y el tamaño de las fincas de café no son concluyentes, es aún más difícil encontrar datos precisos sobre la cantidad de personas agricultoras y trabajadoras agrícolas (estacionales). Actualmente, se está llevando a cabo un estudio detallado y modelos estadísticos de la dinámica de producción de las y los agricultores en los 20 principales orígenes del café. Esto proporcionará nueva información, incluyendo una estimación global revisada de la población total de productores y productoras de café, así como información sobre el tamaño de las fincas y la distribución de los rendimientos en los países incluidos.²¹

3.3 Cambio climático y deforestación

Debido a los cambios climáticos, es primordial que el sector cafetero aliente un sistema integrado de producción de café con menor impacto ambiental a nivel de paisaje, para cumplir con los objetivos tanto económicos como ambientales, mientras se crea resiliencia al cambio climático actual y futuro.

En el cinturón ecuatorial donde se produce el cultivo de café, el cambio climático está impactando de manera significativa los rendimientos y la calidad. La combinación de temperaturas más altas, sequías prolongadas y fuertes lluvias y heladas influye en la producción de café de muchas maneras: desde la disminución de las áreas aptas para el cultivo hasta la creciente presión de plagas y enfermedades.²² Por ejemplo, enfermedades como la broca y la roya, golpearon a las y los agricultores en América Central, México y Perú. Se predice que países como Brasil, India y Uganda perderán más del 60% de sus áreas adecuadas para cultivo de café para el año 2050, e incluso los países donde se espera que presenten menos pérdidas, como los son Colombia y Etiopía, perderán hasta un 30% de su territorio apto para el cultivo de café.¹³

Al mismo tiempo, se destinan nuevos terrenos para la producción de café. Esto genera preocupaciones ambientales adicionales, especialmente cuando el cultivo de café llega a áreas más remotas. La deforestación es particularmente preocupante cuando se trata de la transformación de la tierra dentro de las regiones productoras de café. Dado que muchas tierras cafeteras albergan algunos de los ecosistemas más delicados del mundo, la expansión del cultivo de café amenaza hábitats irremplazables de un valor de biodiversidad particularmente alto y puede dañar las funciones críticas de los ecosistemas. El área total dedicada a la producción de café es estimada por FAOSTAT en alrededor de 10,5 millones de hectáreas. Las cifras de FAOSTAT muestran una disminución en comparación con hace una década, a pesar de que durante este período la producción mundial ha aumentado sustancialmente.

Por lo tanto, es probable que los informes nacionales de áreas cafeteras totales sean inexactos y que el flujo total de café (área estimada que ingresa y sale de la producción de café) esté aumentando a pesar del abandono de la producción en tierras de bajas altitudes como consecuencia del calentamiento global, y la conversión de nuevas tierras en tierras para el cultivo de café para satisfacer la creciente demanda.^{1/23}

Para el 2050, los esfuerzos para satisfacer la creciente demanda de café podrían doblar, y tal vez triplicar, los 10,5 millones de hectáreas de tierra utilizadas actualmente para la producción.^{10/11} Sin embargo, el 60% de la tierra apta para la producción de café en el 2050 está actualmente cubierto de bosques. Además, solo el 20% de esto se encuentra bajo alguna protección formal. Satisfacer la futura demanda de café podría venir a expensas de los bosques.¹¹ Los datos sobre el cambio en el uso del suelo para el café sugieren que, aparte de Brasil, donde la tecnología impulsa el aumento de la producción, en casi todos los países donde la producción de café se está expandiendo rápidamente, por ejemplo, Vietnam, Indonesia, Etiopía y Perú, las nuevas tierras para la producción de café a menudo han causado deforestación. Los bosques se convierten en sistemas para la producción de café bajo sombra o pleno sol con pocos o ningún árbol. Es probable que el aumento anual supere las 100.000 hectáreas, lo que equivale a un área de 548 campos de fútbol deforestados por día. La cifra exacta es imposible de evaluar, porque los datos son inexactos o no existen.^{1/24}

Esta conversión está siendo impulsada por el mayor rendimiento económico percibido de los sistemas intensificados, con el objetivo de aumentar los ingresos a corto plazo. La idea de intensificar la producción de café comenzó en la década de los 70 y se ha convertido en el modelo dominante: promueve la reducción o eliminación de árboles de sombra, plantar altas densidades de nuevas variedades de café en monocultivo y agregar fertilizantes y pesticidas sintéticos.²⁵ Por consiguiente, una gran parte del área destinada a la producción de café en todo el mundo se maneja sin sombra, y solo menos de una cuarta parte de las plantaciones de café tiene sombra diversa y estratificada.^{26/27} La revitalización

del manejo de la sombra en un sistema agroforestal de café puede proporcionar una gran cantidad de servicios ambientales, incluido el secuestro de carbono, la protección de cuencas hídricas y la conservación de la biodiversidad.²⁵ Mientras que los sistemas cultivados al sol pueden tener rendimientos más altos, los beneficios y la rentabilidad de largo plazo son mayores en los sistemas sombreados de pequeña escala. El valor a largo plazo de los árboles, menores costos por área y mayor precio por kilogramo de café constituyen un caso comercial claro para promover la gestión integrada de las explotaciones.²⁸

La conservación de los bosques en combinación con la agrosilvicultura del café puede conciliar los objetivos económicos y ambientales. Debido a que el café es una planta perenne que dura entre 20 y 30 años, se trata de una planificación e inversión a largo plazo. Sin embargo, a medida que las y los pequeños productores de café luchan por sobrevivir gracias a parcelas de pequeñas explotaciones y baja productividad, a menudo prevalece un enfoque a corto plazo. Por ejemplo, la renovación estructural (replantación) y la rehabilitación (poda fuerte) de las plantaciones de café es crucial para aumentar y mantener los niveles de productividad. Una nueva guía de la industria destaca que a nivel mundial 4 millones de hectáreas de tierras de café de pequeñas y pequeños agricultores necesitan renovación y rehabilitación (R&R), lo que equivale a toda el área cosechada de Brasil, Vietnam, Colombia y Etiopía.²⁹

Visión general de los problemas sociales, económicos y ambientales a nivel de productor(a)⁴¹

	Nivel de minifundio	Nivel de finca
Problemas sociales	Inseguridad alimentaria	Abuso laboral
	Desnutrición	Acceso limitado al agua limpia
	Acceso deficiente a educación y servicios de salud	Condiciones de vida pobres
	Desigualdad de género	Discriminación
	Envejecimiento de las comunidades de personas agricultoras	Desigualdad de género
	Migración y jóvenes que dejan el cultivo de café	Acoso sexual
Problemas económicos	Volatilidad del precio del grano verde	Volatilidad del precio del grano verde
	Baja productividad	Alta casualidad en la fuerza de trabajo
	Falta de créditos	Desempleo y subempleo
	Falta de información sobre los mercados	Bajos salarios mínimos formales
	Falta de acceso directo a mercados	Falta de salario digno
	Aumento en los costos de vida	Falta de diversificación de ingresos (especialmente para las y los trabajadores temporales)
	Envejecimiento de plantas de café	Impuestos
	Incertidumbre sobre la tenencia de la tierra	Libertad de asociación parcial
	Acceso limitado a herramientas de seguro	Negociación colectiva limitada
	Servicios deficientes a través de las organizaciones de productores(as)	
	Falta de ingresos dignos	
Impuestos		
Ambiental	Conversión del hábitat del bosque primario – deforestación – pérdida de biodiversidad y destrucción del hábitat – erosión y degradación del suelo – uso y escorrentía de agroquímicos– degradación de la calidad del agua y suministro – manejo limitado de aguas residuales – eutrofización – plagas del café y enfermedades de los árboles – monocultivo de cultivos al sol	

4 Compromisos de sostenibilidad

El enfoque en la rentabilidad a corto plazo parece socavar el nivel de ambición, inversión e impacto de los compromisos de sostenibilidad de las empresas. Las empresas se abstienen de incorporar externalidades, lo que dificulta un cambio más fundamental en el modelo de negocios de la industria.

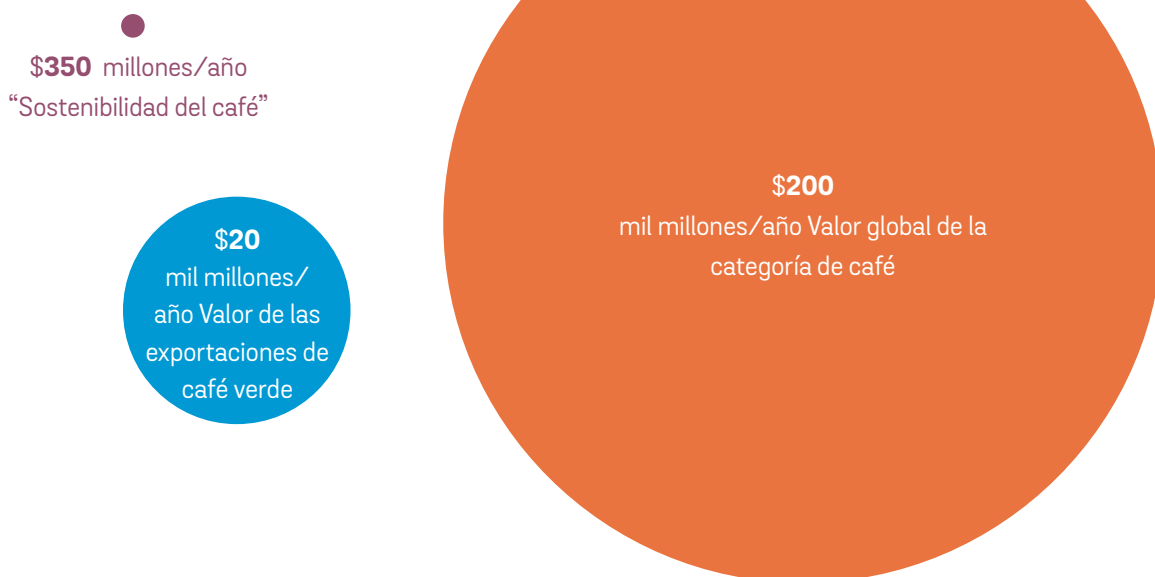
16

4.1 Inversiones en sostenibilidad

Factores de estrés de sostenibilidad como la pobreza, la escasez de mano de obra y el cambio climático traerán conmoción y sorpresas. Para evitar un impacto potencialmente trascendental, como un colapso total del sector cafetero, los diferentes actores del sector deben ser proactivos y definir respuestas para hacer frente a estos desafíos. Las corporaciones de café tienen influencia en recursos, presencia global e incentivos comerciales para contribuir de manera significativa a la mitigación de los principales riesgos del sector cafetero a nivel mundial. En esta industria, cuyo valor anual es actualmente de \$200 mil millones, la inversión total en esfuerzos de sostenibilidad es un presupuesto anual estimado de \$350 millones.^{15/30}

Una mirada más de cerca a esta cifra explica que al menos el 50% de este financiamiento se genera a través de primas para el café certificado. Alrededor del 20% corresponde a la inversión directa del sector privado, que iguala el equivalente de 20% de la financiación de donantes extranjeros. Otro 10% está disponible a partir de fuentes de financiamiento indefinidas.³⁰ Resulta evidente que existe una subinversión crítica, ya que casi el cero por ciento de las ganancias se reinvierten para aumentar la sostenibilidad del lado de la producción de la cadena de valor del café.

Figura 4: **Desigualdad en la cadena de valor del café**



4.2 Estándares voluntarios de sostenibilidad

Como producto de alto perfil, el café ha sido durante mucho tiempo el principal producto agrícola para intentar y poner a prueba soluciones innovadoras de sostenibilidad en busca de la transformación del sector.

Particularmente, los sistemas de certificación y verificación del café han surgido como una estrategia cada vez más popular para garantizar la sostenibilidad en la cadena de valor. Ante la ausencia de regulaciones públicas efectivas en muchos países productores de café, los Estándares Voluntarios de Sostenibilidad (VSS, en inglés) han surgido como prometedoras herramientas normativas para mejorar la sostenibilidad económica, ambiental y social de la producción de café.³¹

El monitoreo y certificaciones independientes son fundamentales para los principales estándares de producción de café: orgánicos (IFOAM 1995), Fairtrade (FLO 1997), Rainforest Alliance (RA 1995) y UTZ Certified (UTZ 2002). Nespresso de Nestlé sigue sus pautas privadas AAA (AAA 2003), mientras que Starbucks desarrolló sus propios estándares privados C.A.F.E. Practices (C.A.F.E. 2004). El cumplimiento de la iniciativa de Código Común para la Comunidad Cafetalera (4C 2007) se puede demostrar a través del Sistema de Verificación 4C.

Existe un debate acalorado con respecto a si las iniciativas están teniendo el impacto deseado. Existen muchas dudas sobre si estos VSS realmente se traducirán en un sistema eficiente que beneficie económicamente a personas productoras de café, garantice los derechos de las personas trabajadoras y aborde la adaptación al cambio climático. Existe una gran cantidad de literatura, datos, informes y análisis sobre el papel de los VSS en la mejora de las condiciones económicas, sociales y ambientales de personas agricultoras y sus comunidades. Numerosos estudios han examinado los efectos de la certificación Fairtrade y café orgánico en los medios de subsistencia de las y los pequeños agricultores. Muchos otros han explorado las consecuencias de la integración de los estándares de café sostenible de terceros, en particular las certificaciones RA y UTZ.

Por un lado, hay evidencia de mayores retornos, mejor acceso al crédito y organizaciones de agricultores más fuertes, y una mayor adopción de prácticas de cultivo de café amigables con el medio ambiente. Por otro lado, los VSS tienden a excluir a las y los productores más pobres y marginados. Estos no pueden cumplir con los estrictos requisitos de producción y su situación empeora aún más debido al aumento de los costos que les transfieren las compradoras y compradores. Sigue siendo difícil comparar de forma independiente los diferentes VSS y su impacto, ya que, junto a los estándares, esto debe evaluar los mecanismos y principios para la implementación, el monitoreo y el proceso de mejora continua. En esta discusión es de gran importancia el estándar mínimo de sostenibilidad del sector, pero su implementación, monitoreo y medición de impacto dentro la industria, incluso de línea de base 4C, apenas ha sido investigado. Por ejemplo, la teoría detrás del enfoque gradual 4C, un incentivo para la mejora continua de las buenas prácticas agrícolas y de gestión, aún no se ha puesto en práctica a escala.

La consolidación en el mercado del café desafía la coexistencia de estándares comparables. Aunque 4C reporta el mayor volumen de café verificado (igual a la mitad del volumen total de café certificado y verificado), el estándar mínimo de la industria pasó por un período turbulento. Desde la creación de la Plataforma Global del Café en 2016 (ver capítulo 5), el esquema 4C fue operado de manera independiente por una entidad recientemente creada llamada Coffee Assurance Services (CAS). En el 2018, el sistema de verificación y el estándar 4C fue adquirido por MEO Carbon Solutions, que promoverá la solidez del sistema de verificación 4C. Esta empresa busca modernizar el protocolo de transparencia y cuentas claras de los estándares.³²

En junio del 2017, UTZ y RA anunciaron su fusión, con la creación de una nueva organización que continúa utilizando el nombre Rainforest Alliance. Para el 2019, UTZ y RA ya habrán finalizado una consulta pública y presentarán un nuevo estándar único. La combinación de sus cuotas de mercado en el sector cafetero fortalecerá su posición considerablemente (más del 30%). La nueva Rainforest Alliance tiene un objetivo audaz y ambicioso: “acelerar y ampliar nuestro trabajo para enfrentar los desafíos más urgentes de hoy en día: el cambio climático, la inequidad social, la pobreza rural y la pérdida de biodiversidad”.³³ Queda por ver si esto se alinea, por ejemplo, con la estrategia de sostenibilidad de JDE (Cuadro 3).

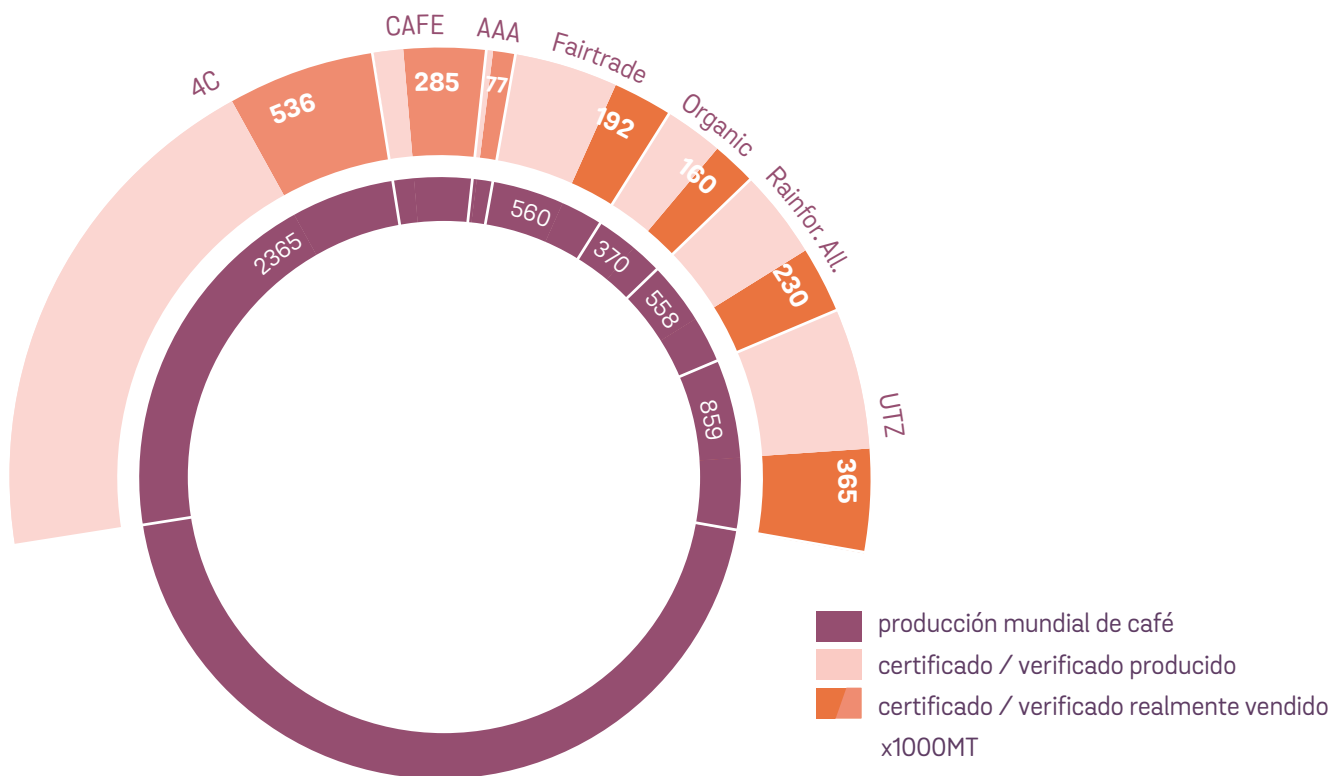
Cuadro 3: **Fusiones y sostenibilidad**

En el 2013/14, Mondelez era el principal cliente de café RA, mientras que Sara Lee (que pasó a ser D.E. Master Blenders 1753) se convirtió en el mayor comprador de UTZ, con la adquisición del 25% de UTZ Certified en todos sus mercados y segmentos de productos.⁴¹ En 2014, Jacobs Douwe Egberts (JDE) fue creado por JAB Coffee, con la fusión de la división internacional de café de Mondelez con DE Master Blenders. Otra importante empresa de café es la división de café de Kraft, que en el 2015 se convirtió en Kraft-Heinz, centrándose en el café de mercado masivo en los Estados Unidos. Si bien se reconocen los desafíos que las fusiones y adquisiciones implican para la estabilidad de las estrategias de sostenibilidad, es notable que desde que estas fusiones se hicieron efectivas. Tanto JDE como Kraft-Heinz aún no han anunciado ningún compromiso concreto para su suministro sostenible de café o inversiones de apoyo.

La Figura 5 muestra que todos los VSS han logrado aumentar sus volúmenes de café certificado y verificado a nivel de finca. El volumen en 2016/17 cubre el 55% de la producción mundial de café, de la cual el 20% es adquirido por la industria como café que cumple con los estándares. La brecha entre el

volumen disponible a nivel de productor y el volumen que las y los compradores realmente adquieren conforme a los estándares, se ha ampliado desde 2013/14.⁴¹ Las condiciones bajo las cuales la certificación será una opción viable para los agricultores siguen siendo altamente específicas del contexto, como lo es la cuestión de si existe un mercado para su café certificado.

Gráfico 5: **Cuota de mercado global y demanda de VSS en el 2017**



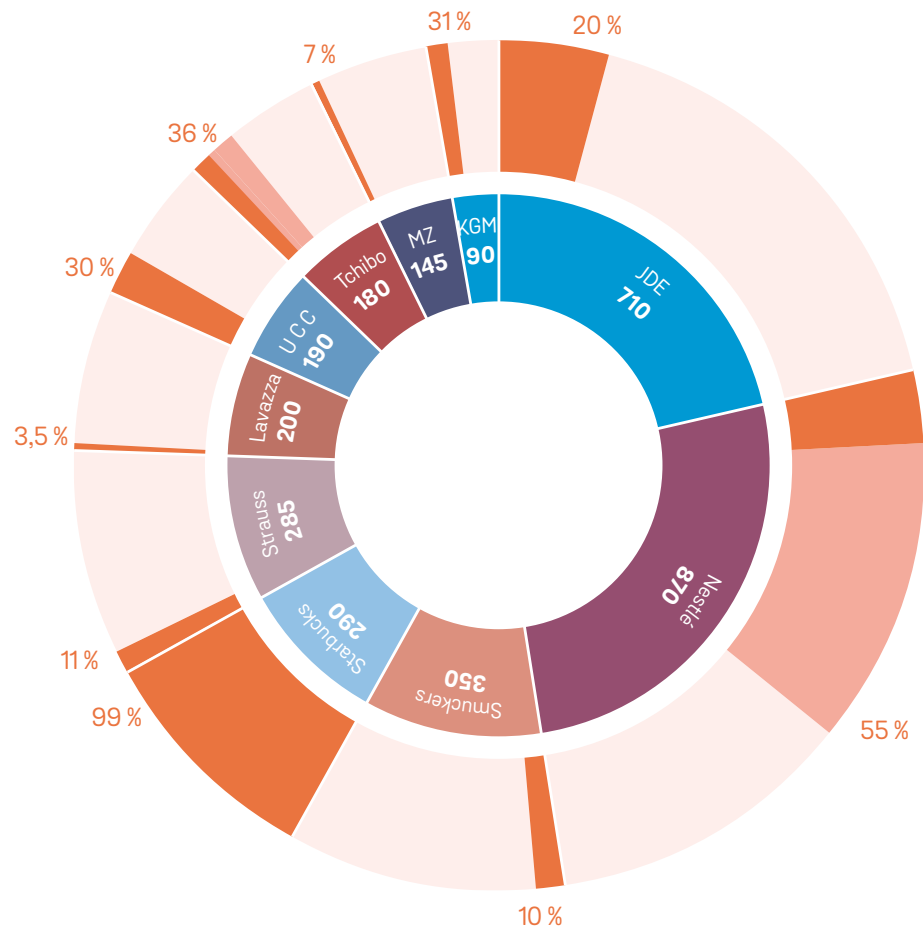
4.3 Demanda del mercado

Las tendencias actuales del café incluyen especialización de primas y precios, conveniencia, personalización, origen único y la gran cantidad de tipos de tueste. La investigación de mercado ha indicado que los y las consumidoras, especialmente en América del Norte y Europa occidental, buscan aspectos como el abastecimiento ético, la sostenibilidad y la certificación. Aunque sigue siendo difícil de cuantificar, las nuevas generaciones –particularmente millennials– son cada vez más sensibles a los problemas de sostenibilidad relacionados con la producción de café.³⁴ La fragmentación y la dinámica del mercado de la sostenibilidad contribuyen a altos niveles de confusión entre las y los consumidores éticos, que enfrentan diversos sellos y etiquetas y diferentes afirmaciones de sostenibilidad.

Hoy en día, todos los tostadores de café multinacionales participan en un debate sobre el abastecimiento y la venta de su café de manera “sostenible”. Las preocupaciones éticas y ambientales fueron los impulsores iniciales de este debate, que ahora se expandió a temas como la reputación de la marca y la confianza de las y los consumidores, además de las mejoras en calidad y rentabilidad. Las etiquetas de Comercio Justo, Orgánico, Rainforest Alliance y UTZ han sido determinantes en cuanto a que las empresas distinguen sus marcas y demuestren sus compromisos de Responsabilidad Social Corpora-

Gráfico 6: **Los diez principales tostadores de café; cuota de mercado y demanda de VSS en el 2017**

20



Círculo interno: Volumen de café verde en 2016/17

Círculo externo: porcentaje de volumen comprado como certificado o verificado

■ = Volumen certificado

■ = Volumen verificado

x1000MT

tiva (RSC). Sin embargo, superar a la competencia en cuanto a méritos de sostenibilidad se ha vuelto cada vez más difícil, ya que la mayoría de las empresas y minoristas ofrecen una variedad de productos certificados a sus consumidores y consumidoras preocupadas por el ambiente y la ética.

A causa de las fusiones y adquisiciones discutidas en el capítulo 2, nuestros mejores tostadores de café 2018 difieren significativamente del ranking del Barómetro de Café 2014.⁴¹ También, los volúmenes de café certificado y verificado comprados por las diez principales compañías de tostadoras tienden a diferir. Esto se debe en parte a los intereses de las empresas cafeteras en la preservación de su autonomía e identidad, y en parte a las diferentes opiniones sobre lo que debería implicar un estándar de sostenibilidad. Debido a su naturaleza voluntaria, la participación a largo plazo (aceptación del mercado) de las empresas es un factor esencial para el crecimiento de cualquier VSS. Cuando Nestlé y Tchibo consolidan sus volúmenes, ambas compañías adquieren grandes cantidades de RA certificado y café verificado 4C. A pesar de que el volumen total de Starbucks ha crecido significativamente, ha podido obtener el 99% de su café de acuerdo con sus directrices de C.A.F.E. Practices. UCC aumentó su adquisición de café VSS para el mercado europeo, estrategia que también siguió Strauss. Las

compañías italianas Lavazza y Massimo Zanetti adquieren café certificado para mercados específicos. J.M. Smuckers afirma que el 10% de su volumen está certificado. El volumen de café de Keurig Green Mountain –ahora Keurig Dr. Pepper– disminuyó levemente, mientras que sus adquisiciones de cafés compatibles con VSS se mantuvo en un tercio. Jacobs Douwe Egberts (JDE), la otra compañía bajo la organización de JAB Coffee Holding en este top ten, indica que obtiene un 20% de café compatible con VSS de su volumen global.

4.4 Opciones de abastecimiento sostenible

Obviamente, los estándares y la certificación no son para nada una solución milagrosa y requieren un compromiso para la creación continua de capacidades y la inversión a largo plazo.³⁵ Si bien los VSS son útiles para diferenciar un producto en el mercado final, hacen poco para alterar la dinámica de poder que mantiene una situación insostenible en la que las y los agricultores asumen la mayor parte del costo y obtienen el menor beneficio. La adquisición de café certificado y verificado puede ser manejada por tostadores de manera más laxa, quienes solo deben especificar el tipo de café y la certificación que obtienen de los comerciantes.

Los requisitos de sostenibilidad de VSS a menudo se aplican únicamente a nivel de finca, mientras que los minoristas prefieren una certificación de cadena de custodia para todos los eslabones de la cadena de suministro, que comprende a comerciantes y procesadores, o un sofisticado sistema de rastreabilidad que puede verificar si un producto de café etiquetado proviene de una fuente específica. En los últimos años, varios minoristas, tostadores y proveedores de granos verdes comenzaron a desarrollar sus propios programas internos de abastecimiento sostenible, a menudo en asociación con sistemas VSS existentes.

Un número cada vez mayor de compañías hacen sus propias adiciones a la certificación, o la omiten por completo, mientras avanzan hacia un enfoque de relación directa. Estos programas operan con diferentes nombres, como los son el Abastecimiento Responsable, el Comercio Directo y el Origen Ético. Al igual que con cualquier esquema desarrollado de forma privada, existe la preocupación de que estos no ofrecen muchos beneficios a los productores y productoras o que solo puedan imitar deficientemente las prácticas efectivas de sostenibilidad.

Sin embargo, cuando se ejecutan bien, los programas de abastecimiento sostenible pueden ofrecer un valor sustancial. Los mejores tienden a alinearse con esta definición general: **Una relación conocida con productoras y productores que va más allá de lo transaccional para incluir un sentido de equidad manifiesto en procesos mutuos y transparentes que promueven mejores prácticas en producción y procesamiento de café, para salvaguardar los derechos y el bienestar de personas productoras, trabajadoras, la comunidad y el medioambiente.** Esto describe una relación más equilibrada entre las partes compradoras, vendedoras y proveedoras de servicios que busca el beneficio mutuo de forma transparente. Si bien las y los compradores siguen esta definición de manera óptima, muchos de estos esquemas carecen de transparencia, algunos carecen de la participación real de las personas productoras o de una voz en el asunto, y algunos se centran principalmente en aspectos específicos y no en todos los aspectos enumerados. (Ver Claves para un programa exitoso de abastecimiento sostenible, Anexo página 35).

Resumen de 10 tostadores y 5 comerciantes

Muchos tostadores y comerciantes de café publican informes anuales que abordan los tres pilares de la sostenibilidad. Sin embargo, la mayoría de los informes carecen del contexto de los límites y las exigencias impuestas a los recursos económicos, ambientales y sociales en el sector cafetero. No existe un consenso sobre el enfoque de la presentación de informes de RSC, ni sobre el formato o el nivel de detalle requerido. Algunas compañías de café siguen las directrices de la Iniciativa de Reporte Global (IRG) que proporciona un marco común y promueve la comparabilidad entre los informes. El sector del café necesita urgentemente consenso sobre un sistema válido para medir el progreso de la sostenibilidad y reportarlo consistentemente. Un enfoque balanceado que permite a las compañías comparar su rendimiento con sus pares y el sector en general, y que permite la flexibilidad para cumplir con las necesidades específicas de información de las diferentes partes interesadas. Al revisar las políticas, prioridades y acciones de sostenibilidad de las compañías, se requieren estructuras de informes y metodologías para proporcionar transparencia y credibilidad (ver Capítulo 5).

Nestlé

Nestlé considera los VSS –verificaciones o certificaciones– como su principal herramienta de Abastecimiento Responsable para el café verde. Nescafé está creando valor compartido al comprar café de Origen Responsable, cumpliendo al menos con el estándar 4C, y creando un impacto positivo para las y los productores de café, sus comunidades y paisajes. En el 2017, hubo programas de servicios agrícolas en 17 países productores de café en América Latina, Asia y África, llegando a más de 100.000 agricultores y agricultoras cada año. Nescafé tiene como objetivo abastecer de manera responsable el 70% de sus suministros de café verde para el año 2020.

El programa AAA Sustainable Quality™ de Nespresso, establecido en el 2003 en colaboración con Rainforest Alliance, se basa en una larga asociación con personas agricultoras, proveedoras de café, cooperativas y ONG y apoya una visión para la agricultura regenerativa. Las prácticas de sistemas VSS, así como la calidad y la productividad son el núcleo de este programa de abastecimiento responsable. Desde el 2014, el programa también apunta a soluciones para desafíos sistémicos más amplios que enfrentan las comunidades agrícolas, como lo son el cambio climático y la seguridad social. Ofrece asistencia técnica, capacitación, priorizar la calidad e inclusión en proyectos cofinan-

ciados, como por ejemplo planes de ahorro para la jubilación, agrosilvicultura, soluciones de tratamiento de agua. Gracias a la red de más de 450 agrónomas y agrónomos, el programa cubre a más de 75,000 productores y productoras en 12 países, lo que resulta en una inversión de USD 35 millones por año.

JDE

En el 2017, JDE introdujo ‘la Iniciativa de proveedores de JDE’, un programa destinado a identificar y abordar problemas prioritarios en la cadena de suministro de café. Es un esfuerzo para incluir al gran grupo de personas agricultoras no organizadas que no forman parte de los proyectos actuales de VSS. Con base en el trabajo de investigación de evaluación de sostenibilidad de sus proveedores, UTZ y ONG como Enveritas, Verité y otros, JDE persigue la mejora continua en las prácticas de sostenibilidad de sus contactos proveedores y sus agricultores y agricultoras. La Iniciativa de Proveedores incluirá una herramienta para evaluar de manera eficiente los riesgos de sostenibilidad en la cadena de suministro, lo que permite la solución de problemas sociales y ambientales identificados.

En la actualidad, más del 20% de la cartera de café de JDE contiene café verde certificado o verificado en una variedad cada vez mayor de ofertas premium a través de su división exterior. Desde la

privatización de Douwe Egberts (2013) y la fusión más reciente con Jacobs (2015), la compañía ha continuado invirtiendo en el apoyo a los medios de subsistencia de las y los agricultores en los países de origen. En los últimos 20 años, se han invertido más de \$ 40 millones en 12 países para la capacitación de agricultores y agricultoras, lo cual ha impactado directamente a más de 216,000 pequeñas productoras y productores de café. En el futuro, la compañía planea continuar explorando nuevas líneas de productos de certificación y verificación como respuesta a las cambiantes tendencias de las y los consumidores.

J.M. Smucker Company

Desde el 2015, J.M. Smucker Company compra el 10% de su café verde de UTZ y RA. Planea continuar adquiriendo el 10% de su café minorista total de acuerdo con VSS certificados. Además, el programa Smucker's Smallholder Support and Integrated Environmental Efforts (Programa de Apoyo a Pequeños Productores y Productoras y Esfuerzos Ambientales Integrados) mejora los medios de subsistencia de las y los agricultores a través del abastecimiento responsable, el apoyo hacia las y las pequeñas agricultoras y los esfuerzos ambientales integrados. En asociación con varias organizaciones de desarrollo, la compañía apoya el desarrollo de procesos para aumentar los rendimientos de producción de una manera que también proteja los recursos naturales (Informe de RSE 2017).

Starbucks

Starbucks considera la sostenibilidad como una parte integral de su modelo de negocios y no como un costo separado. Sus prácticas de abastecimiento ético se formalizan en sus prácticas de estándares de sostenibilidad (C.A.F.E), que cubren el 99% de su volumen de café verde. Para ir más allá de su compromiso de abastecimiento 100% ético, Starbucks invierte en el Desafío del Café Sostenible (SCC), para hacer del café el primer producto agrícola sostenible. Junto a las instalaciones de capacitación de los centros de apoyo a personas caficultoras de Starbucks, establecidas para brindar

capacitación a 200,000 personas caficultoras para el 2020 y mejorar la sostenibilidad a largo plazo de sus cultivos y medios de sustento, la compañía facilita préstamos a pequeños y pequeñas productoras (para cumplir con los estándares) y promueve actividades de reforestación. Para el 2025, proporcionará 100 millones de árboles a las y los agricultores, parte de un compromiso de mil millones de árboles de café a través del SCC.

En el 2017, Starbucks lanzó el primer bono de sostenibilidad del mundo, un instrumento de financiación de deuda por \$1 mil millones para mejorar el desempeño social y ambiental y hacer crecer el negocio.

Strauss Coffee

En el 2016, Strauss Coffee estableció su programa "More than a Cup" (Más que una taza), apoyando a las mujeres productoras de café para apoyar la equidad de género en las comunidades productoras de café. En el 2017, el programa incluyó 6 asociaciones y, a largo plazo, el objetivo es trabajar con varias cooperativas y fincas de mujeres en todo el mundo. Strauss espera que este enfoque de sostenibilidad cree potencialmente beneficios más tangibles y visibles en las comunidades productoras de café, así como una mayor participación de las y los empleados. Dado que la demanda de café certificado sigue siendo un nicho en los mercados de Strauss, en el 2017 la empresa adquirió 11% de café verificado 4C para el mercado europeo.

Lavazza

Lavazza inició un proceso para crear conciencia sobre la sostenibilidad entre sus principales proveedores, para alentar también un compromiso tangible de su parte con respecto a problemas sociales y ambientales. Lavazza no ve mucho valor agregado de VSS para sus proveedores y solo obtiene pequeñas cantidades de café certificado para mercados específicos. El enfoque declarado de Lavazza sobre el cambio climático, mediante la aplicación de una metodología de Evaluación del Ciclo de Vida, puede ser evaluado en su informe de RSC 2016. La compañía juega un papel importante en la inicia-

tiva de múltiples actores Coffee & Climate (Café y clima) y proyectos de RSC en 14 países apoyan la integración de prácticas sostenibles en el modelo de negocio. Desde el 2017, un nuevo proyecto se enfoca en la capacitación de personas productoras de café y jóvenes sobre la calidad del café verde y el “barismo”, el arte de hacer buenas bebidas de café, transfiriendo conocimientos prácticos de las empresas en el campo del café.

Kraft Heinz

Este propietario de grandes marcas como Maxwell House y Gevalia no publica información sobre sus políticas y prácticas de sostenibilidad del café.

Tchibo

El objetivo a mediano plazo de Tchibo es ofrecer únicamente cafés que cumplan con los requisitos ecológicos, sociales y económicos. Aún no ha sido definido un periodo exacto. En el 2016, más del 36% de los cafés obtenidos fueron verificados o certificados. De este volumen, el 56% fue café verificado 4C. Desde el 2016, Tchibo cambió su enfoque hacia el café verificado 4C. En su opinión, el sistema de validación de 4C no es suficiente para fomentar las mejoras sostenibles necesarias. En consecuencia, la adquisición de 4C se reducirá en un total del 8% para el 2020. En cambio, Tchibo invertirá más en su programa de capacitación para pequeños y pequeñas agricultoras llamado “Joint Forces!” (¡Uniendo Fuerzas!) y en la incorporación de una producción de café sostenible.

UCC

Ueshima Coffee Company (UCC), es una organización global de café que opera principalmente en los mercados de Europa, Japón y Asia, y confecciona cafés privados y de marca. La compañía compró casi 30,000 TM de café verde certificado (UTZ / RFA / FT / Organic) debido a la demanda de clientes principalmente minoristas de la UE. La compañía espera que la cuota de café certificado continúe aumentando a medida que más actores adopten la sostenibilidad al corazón de su actividad empresarial. UCC no ha publicado un compromiso futuro específico para abastecerse de café sostenible.

Massimo Zanetti Beverage Group

La trazabilidad del suministro es una parte importante del modelo de organización y gestión del grupo. El monitoreo y la evaluación de desempeño del proveedor en relación con la calidad, la sostenibilidad, la trazabilidad y la protección de los derechos humanos en la cadena de suministro, es responsabilidad central de las empresas del grupo. El grupo, en su totalidad, aún no ha establecido un objetivo específico para el abastecimiento de café certificado, pero individualmente cada empresa del grupo podría hacerlo. Meira Oy Ltd, el 9% del volumen total del grupo, se fijó el objetivo de aumentar su porcentaje de café certificado de un 25% en el 2018 al 100% en el 2022.

Keurig Dr. Pepper

En el 2020, la compañía planea obtener el 100% de su café verde de acuerdo con las directrices de abastecimiento responsable de Keurig Green Mountain –ahora llamado Keurig Dr. Pepper–. Además, Keurig se compromete a involucrar a 1 millón de personas en sus cadenas de suministro para mejorar de manera significativa sus medios de subsistencia, incluyendo la seguridad del agua y la resiliencia climática. En el 2016, Keurig compró 23,000 TM de café certificado, principalmente Comercio Justo, con una pequeña cantidad de RA y orgánico, lo que corresponde al 25% de su cantidad total de café, por debajo del 31% en el 2013. En 2017, la compañía volvió a su ruta normal de un 31% del total.

Neumann Kaffee Gruppe (NKG)

La compañía apoya la expansión de los programas de capacitación de personas agricultoras y colabora con sus clientes para desarrollar alternativas más allá del abastecimiento de café certificado, el cual es solo el primer paso de muchos. Por medio de asociaciones estratégicas en ambos lados de la cadena de suministro, la compañía promueve una economía cafetalera sostenible a través de varias iniciativas de sostenibilidad: en el 2001, NKG estableció la iniciativa Socios Internacional del Café o International Coffee Partners (ICP) junto con tostadores de café líderes en Europa para

promover la sostenibilidad en el sector del café. La misión de ICP es desarrollar, ejecutar y ampliar proyectos de mejores prácticas en asociación con pequeñas y pequeños agricultores de todo el mundo. En el 2005, la familia Neumann fundó la ONG independiente Hanns. R. Neumann Stiftung (HRNS). Esta organización promueve una economía cafetalera más sostenible por medio de la ejecución de proyectos de desarrollo basados en el café. En el 2010, NKG unió fuerzas dentro de la industria y organizaciones gubernamentales para establecer la iniciativa precompetitiva Coffee & Climate (C & C). Esta iniciativa fomenta la mitigación del cambio climático y las prácticas de adaptación en zonas productoras clave en todo el mundo.

Louis Dreyfus Company

El objetivo de la compañía es aumentar el porcentaje de café certificado vendido a un 17% en el 2020. La estrategia de Louis Dreyfus Company (LDC) se basa en dos pilares principales: la expansión de la producción de café VSS y la implementación de iniciativas de sostenibilidad en los orígenes para apoyar a las comunidades productoras de café. Aquí, LDC involucra socios, como por ejemplo tostadores, ONG, donantes externos, programas locales, etc. En el 2016, Dreyfus lanzó proyectos de capacitación para personas agricultoras en Colombia y Vietnam, con una fuerte participación de JDE e IDH.

ECOM Agroindustrial Corporation Ltd.

Para ECOM, sostenibilidad significa mejorar la productividad y calidad de las y los agricultores, lo que conlleva menores costos y mayores ingresos. El objetivo es que los y las agricultoras produzcan más y mejores productos y que la producción de café sea una profesión digna y rentable por muchos años. ECOM se enorgullece de integrarse en los orígenes del cultivo del café, apoyando a sus clientes productores a través de los servicios de agronomía de Servicios de Gestión Sostenibles (SMS, en inglés) y respondiendo a las agendas sostenibles de sus clientes tostadores. ECOM tiene la intención de promover una producción más sostenible con la herramienta interna de SMS, uniendo la tecnología de cultivo con la tecnología de la información. Esto

proporciona asistencia técnica, nuevo material de plantación y mejores prácticas para mejorar la productividad y la calidad. Tiene la intención de mejorar las condiciones económicas, sociales, ambientales y de salud de los caficultores y sus familias. En el 2006, ECOM estableció la Fundación ECOM, la cual ejecuta proyectos en países productores de café.

Volcafe Ltd

Volcafe prefiere no divulgar su participación en el mercado y los volúmenes comerciales de café certificado/verificado. Estimamos que su cuota de mercado es cercana a la de ECOM. La política de la empresa con respecto al café compatible con VSS depende de la demanda del mercado. En el 2014, Volcafe comenzó su estrategia de abastecimiento sostenible 'Volcafe Way' (La vía Volcafe), una organización de apoyo a personas agricultoras para darles asistencia técnica directa. Además, Volcafe está implementando proyectos comunitarios en la mayoría de los orígenes, entre otros, la construcción de escuelas, apoyo a viveros de café, el fomento de la mitigación del cambio climático y la lucha contra el trabajo infantil.

Sucafina S.A.

La política de Sucafina con respecto al café certificado es satisfacer la demanda del cliente. La compañía invierte al menos un 1% de sus ganancias anuales en comunidades cafetaleras y participa en un amplio espectro de programas de desarrollo sostenible (reducción de la pobreza, inclusión, protección ambiental/del paisaje y adaptación/resiliencia al cambio climático, derechos humanos). Sucafina colabora con diversos actores en los países productores y consumidores de café para ofrecer café sostenible.

5 Colaboración del sector cafetero

26

Para transformar completamente el café en un sector sostenible y abordar los complejos desafíos que enfrentan las personas productoras, las empresas deben ignorar las diferencias de competitividad, involucrarse genuinamente e invertir de forma colaborativa en los niveles de la base productiva.

5.1 Una visión global

En el 2014, los líderes del sector desarrollaron conjuntamente una visión para la sostenibilidad del café que dio como resultado Visión 2020, un llamado para mejorar la alineación de los esfuerzos de sostenibilidad en el sector cafetalero: “Un enfoque colaborativo entre los sectores público y privado para fomentar agricultoras y agricultores cafetaleros resilientes, mejorar los medios de vida y crear comunidades agrícolas fuertes”.³⁶ A finales del 2017, los mismos líderes reafirmaron su colaboración bajo la bandera de Visión 2030, subrayando la colaboración público-privada entre la Organización Internacional del Café (OIC) y la Plataforma Global del Café (GCP, en inglés). A este efecto, los miembros de la iniciativa incluyeron una referencia específica a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), y prolongaron el plazo a 10 años más (2030).

El elemento positivo de los marcos globales emergentes, como los ODS y el Acuerdo Climático de París, es que proporcionan una agenda y un lenguaje común para los diversos actores. Las empresas pueden usar los ODS como un marco global para dar forma, dirigir, comunicar e informar sobre sus estrategias, objetivos y actividades, lo que les permite capitalizar una serie de beneficios tales como la identificación de oportunidades comerciales futuras; mejorar el valor de la sostenibilidad corporativa; fortalecer las relaciones con actores interesados y mantener el ritmo de la evolución de las políticas; estabilizar sociedades y mercados; y utilizar un lenguaje común y un propósito compartido entre las partes interesadas.³⁸ Para demostrar la efectividad del sector cafetalero en el logro de ganancias de sostenibilidad, es necesario definir indicadores clave de desempeño (KPI, en inglés) para medir el nivel de progreso del sector. La identificación de estos KPI específicos y su importancia relativa es un debate continuo. Es uno de los muchos temas en las discusiones que tienen lugar dentro de Iniciativas de Múltiples Actores (MSI, en inglés) tanto dentro como fuera del sector cafetalero.

Cuadro 4: **El papel del gobierno**

Para mantener el nivel de realismo de lo que se puede lograr al trabajar en un sector cafetalero sostenible, es importante aclarar que hemos dejado por fuera deliberadamente el papel de los gobiernos productores y consumidores. Dar una comprensión general del contexto de gobernanza, a nivel nacional e internacional, de las dinámicas de poder y las políticas y leyes, va más allá del alcance de este documento.

Un ejemplo reciente es la salida del Gobierno de los Estados Unidos de la Organización Internacional del Café (OIC, abril de 2018). Esto no beneficiará la efectividad de la colaboración intergubernamental y las iniciativas globales de los múltiples actores. La OIC deberá encontrar formas innovadoras y efectivas para promover un sector más sostenible y menos volátil que beneficie a todas las personas involucradas en el comercio del café.

27

5.2 Iniciativas de múltiples actores

Estas MSI vienen en una diversidad de tamaños, foco temático o representación geográfica. Aquí veremos las principales iniciativas que se centran en la transformación sostenible de todo el sector. Las plataformas más grandes son la Plataforma Global del Café (GCP) y el Desafío del Café Sostenible (SCC). Algunas plataformas más pequeñas que se concentran en áreas temáticas o geográficas específicas e investigación incluyen Café y Clima (C&C), la Plataforma de Agricultura Sostenible, Alimentos y Medio Ambiente (SAFE), la Asociación de Cafés Especiales (SCA) y la organización Investigación Mundial del Café (WCR). Las plataformas nacionales como SCOPI en Indonesia, la Plataforma de Comercio Sostenible en Colombia y el Consejo Asesor Nacional y Grupo de Trabajo en Brasil, están abordando problemas críticos de sostenibilidad a nivel de país. Una plataforma recientemente lanzada para organizar y dar voz a los productores de café a nivel mundial es el Foro Mundial de Productores de Café (WCPF, en inglés).

Todas estas asociaciones permiten a las empresas y organizaciones agrupar sus recursos, compartir conocimientos y desarrollar estrategias conjuntas para abordar problemas complejos de sostenibilidad. Al contrario de iniciativas anteriores de múltiples actores en el sector del café, como la Asociación 4C y la Iniciativa de Comercio Sostenible (IDH), las nuevas colaboraciones no pretenden transformar el sector mediante la promoción de VSS. Más bien, al compartir experiencias y crear una mejor comprensión de la acción colectiva de múltiples actores, estas iniciativas buscan superar los diferentes intereses de las partes interesadas del sector cafetalero y generar más acciones e inversiones de colaboración. Los objetivos y la membresía de estas diferentes iniciativas son en gran parte similares. Por lo tanto, no es sorprendente ver un alto grado de colaboración entre las iniciativas que intentan asegurar la alineación de sus esfuerzos y sus agendas.

Un posible beneficio de estas MSI es que pueden ayudar a los actores interesados a entender mejor los desafíos de las y los demás dentro del sector e identificar oportunidades para reconocer los éxitos y compartir las mejores prácticas a través de la colaboración. Idealmente, las MSI reducen la fragmentación de esfuerzos en sostenibilidad del sector y mejoran la transparencia y la rendición de cuentas. Una de las mayores desventajas de estas iniciativas es que al ser muchas, el ritmo de la toma de decisiones se extiende, cuando lo que urge es actuar con rapidez. Las decisiones deben ser aceptadas de forma voluntaria por un amplio espectro de socios y miembros. Un ejemplo es el Marco de Progreso de Sostenibilidad, el cual fue desarrollado de manera conjunta por SCC y GCP. Aunque estos dos MSI están alineadas con sus objetivos y marco general, el proceso en la práctica se desarrolla de manera diferente.

Si bien, el SCC lideró el desarrollo de 15 “vías de intervención” para guiar las inversiones futuras y con ello mejorar los medios de subsistencia, preservar la naturaleza, fortalecer la demanda del mercado y mejorar la productividad y mantener el suministro, GCP se enfoca en medir el desempeño individual y colectivo de los indicadores estándar (y cómo definirlos). La lucha para medir el impacto del trabajo colectivo y los cambios en los atributos en la industria en sus intervenciones, se correlaciona con la complejidad de los problemas y la cantidad de partes interesadas involucradas.

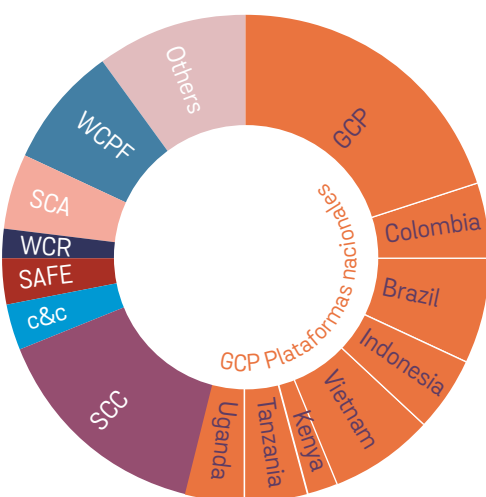
En un momento de rápida consolidación del sector, no habrá una traducción directa de las intenciones voluntarias en acciones. Entre más rápido sea el ritmo, es más probable que aparezcan serias brechas entre los compromisos sectoriales y el desempeño real de sostenibilidad individual. Las MSI tendrán que lidiar con esto y encontrar soluciones para cumplir con cualquier acuerdo a nivel sectorial. Por lo tanto, la contribución efectiva a la transformación del mercado y la sostenibilidad de estas plataformas internacionales aún no se ha evaluado.³⁹ El verdadero impacto de estas iniciativas dependerá de la manera en que se implementen sus enfoques en la cadena de suministro de café, mediante el aprovechamiento de herramientas, el desarrollo de objetivos claros y ambiciosos y el establecimiento de un control público y una rendición de cuentas transparente. Es urgente pasar de las reuniones a la acción colectiva. La acción respaldada por inversiones colectivas podría tomar muchas formas, como por ejemplo la investigación, la demostración de proyectos impulsados por el sector, el ensayo de innovaciones para abordar problemas sistémicos a escala o el ensayo del monitoreo conjunto del progreso frente a indicadores comunes (Cuadro 5).

Cuadro 5: **Medición e informe**

En el 2017, GCP y SCC desarrollaron y lanzaron de manera conjunta un ‘Marco de Sostenibilidad’ para el sector, destinado a desarrollar un lenguaje nuevo y común para navegar la sostenibilidad del café.⁴⁰ En su versión actual 15, los temas de sostenibilidad prioritarios se identificaron como vías de inversión clave para el sector para garantizar la viabilidad a largo plazo del sector (ver: <https://www.sustaincoffee.org/framework>). Gracias a este proceso, se ha propuesto un conjunto de métricas comunes que podrían facilitar la medición y el informe del progreso colectivo.

Actualmente, la GCP trabaja en identificar un conjunto de indicadores para los informes obligatorios de sus miembros, los que permiten medir y reportar el progreso. El refinamiento y la adopción de un enfoque coherente por parte del sector depende de la colaboración de una amplia base de actores.

Gráfico 7: **Iniciativas de múltiples actores**



La Plataforma Global del Café

El GCP es una plataforma global impulsada por los miembros que facilita el diálogo público-privado, la alineación de las inversiones, las acciones colectivas y el escalamiento de las actividades de sostenibilidad exitosas en todo el sector. GCP apoya directamente las plataformas nacionales de sostenibilidad en varios países productores, incluidos Brasil, Vietnam e Indonesia. – **Desde: 2016**

Desafío del Café Sostenible

El Desafío SCC busca generar una mayor demanda de sostenibilidad en todo el sector. Con su visión de hacer del café el primer producto agrícola sostenible del mundo, promueve la transparencia en torno a los esfuerzos de sostenibilidad al facilitar que sus miembros públicamente declaren y hagan un seguimiento de los compromisos. El Desafío también sirve como catalizador e incubadora de nuevas ideas, acción colectiva e innovación. – **Desde: 2015**

Café & Clima

C & C es una asociación de desarrollo destinada a permitir que todas las familias productoras de café de todo el mundo respondan eficazmente al cambio climático. El enfoque de C & C actualmente se implementa en proyectos piloto en Brasil, Tanzania, Trifinio (Guatemala, Honduras, El Salvador), Uganda y Vietnam. Estas regiones han sido elegidas principalmente debido a su relevancia estratégica como áreas claves de producción de café, que representan las variedades Arábica y Robusta. – **Desde 2010**

Plataforma SAFE

La Plataforma SAFE es una plataforma de conocimiento y de proyectos, desde la cual, sus miembros buscan transformar los paisajes de café y cacao en América Latina. Los miembros pretenden ampliar los enfoques innovadores a través de la adopción de prácticas agrícolas inclusivas y sostenibles adaptadas con el clima. – **Desde: 2016**

Plataforma de Comercio Sostenible (Plataforma Nacional Colombia)

La Plataforma de Comercio Sostenible (STP, en inglés) está conformada por actores que producen o gestionan el 85% de los volúmenes de café en Colombia. Su objetivo es abordar los problemas críticos de sostenibilidad que afectan el rendimiento de la producción de café. La plataforma ha aumentado la transparencia a nivel nacional utilizando un enfoque no competitivo, y agrega valor a los miembros a través de la generación de conocimientos, proyectos colaborativos de múltiples socios y experiencia en sostenibilidad técnica. La STP tiene objetivos específicos establecidos por el sector a nivel nacional, los cuales son monitoreados anualmente. – **Desde: 2013**

6 Conclusión

30

Las y los consumidores de café pueden disfrutar de una gran variedad de opciones. Desde café común y corriente en forma de mezclas estándar, hasta una botella de café con tecnología listo para consumir o un café de especialidad en su cafetería local. Si toma un café hoy, es probable que haya sido tostado por uno de los diez mayores tostadores del mundo. En conjunto, agrupan más de un tercio del café a nivel internacional, en una impresionante consolidación de marcas globales, regionales y locales. Su poder adquisitivo y acceso a las redes de distribución determina, de manera importante, cuál café se consume en cafeterías, restaurantes, oficinas y supermercados.

Si bien el café es cada vez más lucrativo con un valor de venta de \$200 mil millones en el 2015, menos del 10% de la riqueza agregada permanece en los países productores. Mientras que las compañías de café están ocupadas conquistando mercados, reduciendo costos y aumentando la eficiencia, los y las productoras de café por su lado, luchan por obtener su parte justa del valor agregado total en la industria del café. La desigualdad económica está aumentando, ya que los precios pagados a las y los agricultores han estado cayendo durante décadas, a menudo alcanzando niveles muy por debajo de la línea de pobreza. El sector necesita precios justos para las personas agricultoras, para sus medios de vida y para inversiones para garantizar la viabilidad a largo plazo de sus explotaciones. La imagen del café como cultivo de pobreza no ayudará a atraer a los y las jóvenes de las zonas rurales, ya que estas aspiran a un futuro mejor y buscan empleo fuera del sector del café.

A medida que el tamaño de la economía del café aumenta en relación con su base de recursos agrícolas, se vuelve aún más urgente gestionar los ecosistemas, la biodiversidad y los bosques en los países productores. A pesar de lo que muestran las extensas imágenes satelitales, nuestras estimaciones de la tasa y el alcance de la deforestación tropical en los países de origen son rudimentarias. En un mundo cada vez más limitado en términos de espacio, las estrategias de adaptación para el café dependerán de la gestión integrada de la tierra y un aumento casi inevitable de los costos de producción. Si las inversiones en la producción de café sostenible no se ponen al día, el futuro suministro de café está en riesgo. Además, el café cultivado de forma sostenible proporciona oportunidades comerciales competitivas para las y los pequeños agricultores y agrega valor a los y las consumidoras. El principal desafío será considerar un cambio más fundamental en el modelo de negocios y comercio para alejarse de los sistemas de monocultivos cultivados al sol de alto rendimiento, hacia una producción de café respetuosa del medioambiente que aborde la conservación del paisaje y la resiliencia climática más allá del nivel de la explotación. Además, las compañías deberían considerar de qué forma abordar de manera efectiva la creciente amenaza de la deforestación, tanto dentro de sus cadenas de suministro como a nivel de todo el sector.

A pesar de que el sector del café tiene la imagen de ser pionero en agricultura sostenible, está fallando al no crear las condiciones necesarias para que la cadena de valor sostenible sea viable y floreciente. Las inversiones en la sostenibilidad del sector son del 50% relacionadas con las primas pagadas por el café certificado. Si bien, la aceptación de los cafés verificados y certificados se está expandiendo lentamente, aún existen dudas sobre si esto se traduce en los beneficios deseados para un mayor número de personas productoras. Los VSS están bajo una mayor presión para cumplir sus promesas de sostenibilidad. En la práctica, los VSS se adaptan para garantizar su relevancia, y la fusión de Rainforest Alliance y UTZ es un ejemplo positivo para unir recursos limitados y restablecer su papel de defensor en el sector. Claramente, un enfoque únicamente en los VSS no es la solución, aunque proporciona

muchos puntos de entrada para estimular las innovaciones en la cadena de valor del café. Los tostadores y los minoristas están desarrollando cada vez más sus propios estándares de abastecimiento, que se convierten en estándares obligatorios para las y los pequeños agricultores. La transparencia y la rendición de cuentas serán elementos críticos para la credibilidad de estos programas internos de abastecimiento sostenible.

Para que el café contribuya de manera significativa a los ODS, a través de Visión 2030 y el marco de sostenibilidad de GCP y SCC, las empresas cafeteras deben comprometerse seriamente en la transformación fundamental de las estructuras del mercado que obstaculizan la sostenibilidad. Mejorar a nivel de compañía o tratar de superar a la competencia no es lo mismo que trabajar en conjunto en términos generales hacia un sector cafetero sostenible. Debido a que los costos deben pagarse ahora, y las recompensas llegarán hasta en un futuro lejano, existen fricciones con respecto a la preferencia de la mayoría de las corporaciones por obtener y asegurar ganancias en el corto plazo. El aumento en la competencia entre los principales actores del mercado aumenta las preocupaciones sobre una carrera lejos de la ruta de la sostenibilidad. Detrás de la imagen corporativa, la sostenibilidad no parece ser una prioridad para muchas personas en puestos de dirección ejecutivo, especialmente cuando no coincide directamente con los objetivos comerciales de mayores ventas, ganancias y control del mercado.

Esto último se amplifica por la reciente ola de fusiones. Desde el 2012, la compañía tenedora JAB ha venido construyendo un imperio del café con presencia en el mercado de los EE. UU., la UE y Asia. Esto amenaza la participación en el mercado de marcas mundialmente famosas como los son Nestlé y Starbucks, que dominan respectivamente los mercados de café instantáneo y minorista. Estas empresas compiten ferozmente para extender sus marcas y sacar provecho de la creciente demanda de consumidores y consumidoras de clase media conscientes de la calidad. Las adquisiciones de tostadores especiales famosos como Stumptown, Blue Bottle y Kicking Horse son normales, así como las muchas empresas conjuntas y participaciones minoritarias en las secciones tostadas y molidas, instantáneas y el segmento en plano aumento de bebidas listas para consumir. A través de estas rutas, las empresas intentan aumentar su cuota en el mercado.

El futuro es incierto. El éxito de la reorganización de las empresas de café dependerá del fomento a la producción más sostenible. Miles de millones se invierten en el extremo de las y los consumidores en la cadena de valor, pero las ganancias no se reinvierten a nivel de los y las agricultoras. La mayoría de las personas agricultoras ni siquiera logran cubrir el costo total de producción, y mucho menos los costos sociales y ambientales externos. Desafortunadamente, los compromisos de sostenibilidad no están en las agendas de las compañías, y en lugar de definir objetivos y acciones ambiciosos, fallan en ser más transparentes. El sector necesita consenso sobre un sistema válido para medir el progreso de la sostenibilidad e informar de ello de manera consistente. A la larga, la consolidación en el sector no solo permite a los grandes actores aumentar su cuota de mercado, y probablemente sus beneficios, sino que la concentración de poder también puede ser una oportunidad que les permita ejercer una influencia positiva en el debate sobre sostenibilidad y fomentar la innovación en el sector. Es buena idea comercial estar preparado para escenarios inesperados y darse cuenta de que no hay atajos.

Los enfoques de colaboración, como la GCP y el SCC, son posibles respuestas a las deficiencias y la capacidad limitada de los esfuerzos individuales de las partes interesadas dentro del sector privado.

Estas MSI operan bajo la bandera de colaboración no competitiva, colectiva y sectorial. Sin embargo, aún está por verse si los grandes competidores comenzarán a aprovechar estas iniciativas para encontrar intereses comunes y colaborar activamente a través de inversiones en los niveles de base en los países productores. Además, una alineación más estrecha sigue siendo clave, ya que existe una clara diferencia en la cobertura geográfica y/o el enfoque. Nestlé y JDE son miembros de la GCP, Lavazza es miembro activo de C&C, mientras que Starbucks promueve al SCC y es miembro de SAFE.

La transparencia, el compromiso, la participación y las cuentas claras de las empresas son importantes. Es igualmente importante evitar intervenciones preconcebidas e involucrar realmente a las y los productores de café y las comunidades cafetaleras locales para desafiar el pensamiento de las MSI internacionales y nacionales. Esto implica reconocer los intereses locales y el establecimiento de una agenda, en lugar de desarrollar soluciones desde arriba. Para desafiar a los actores poderosos y el status quo, las MSI deben apoyar activamente a sus socios en el manejo eficiente de recursos limitados, como organizaciones de productores locales, sindicatos, ONG locales e institutos de investigación, para participar en la definición, el desafío y la dirección de la agenda de sostenibilidad. Juntos y juntas, estas partes interesadas pueden, no solo lidiar con las consecuencias de la pobreza y los efectos del cambio climático, sino que pueden abordar las causas fundamentales de todos los desafíos, a través del manejo de los recursos naturales, la planificación del uso de la tierra y una distribución justa del valor en el sector cafetero.

Notas finales

- 1 Baker, P. (2014). Global coffee production and land use change. Documento de reunión antes de su publicación. Versión de septiembre 2014.
- 2 Oxfam (2002). Mugged. Poverty in your coffee cup. Oxfam International.
- 3 Watson, J. (2017). Coffee consolidation accelerates. Presentación de Rabobank en Sintercafé 2017.
- 4 Dewey, C. (2018). The future of soda might be coffee. The Washington Post 29/01/2018.
- 5 Foodbev Media (2017). Nestlé unveils growth model and \$20bn share buyback scheme.
- 6 World Coffee Portal (2018). Starbucks and Nestle forge \$7.1bn “global coffee alliance”.
- 7 Pham, S. (2018). China is getting nearly 3,000 new Starbucks. CNN Money 16/05/2018.
- 8 Bargawi, H. y Newman, S. (2013). From futures markets to the farm-gate. Assessing real price transmission along coffee chains. ISS documento de trabajo No.577.
- 9 Almeida, I. y Perez, M. (2018). Buy now, pay later helps JAB billionaires build beverage empire. Bloomberg 30/01/2018.
- 10 World Coffee Research (2017). Informe anual 2017. Creating the future of coffee. WCR.
- 11 Killeen, T. y Harper, G. (2016). Coffee in the 21st century. Will climate change and increased demand lead to new deforestation? Conservation International.
- 12 ICO (2018). Producción total de todos los países exportadores. Datos a partir de abril 2018 – ICO.
- 13 Bunn, C., Läderach, P., Ovalle Rivera, O. et al. (2015). A bitter cup: climate change profile of global production of Arabica and Robusta coffee. *Climatic Change* (2015) 129: 89; doi.org/10.1007/s10584-014-1306-x
- 14 UN Comtrade database (2018). 090111 coffee, not roasted or decaffeinated; comtrade.un.org/data
- 15 Samper, L., Giovannucci, D. y Marques Vieira, L. (2017). The powerful role of intangibles in the coffee value chain. Documento de investigación económica No.39. WIPO.
- 16 Giacalone, D. et al. (2016). Quality does not sell itself: Divergence between “objective” product quality and preference for coffee in naïve consumers. *British Food Journal*, Vol. 118 Edición: 10, 2462–2474; doi.org/10.1108/BFJ-03-2016-0127
- 17 Gunning, Y. et al. (2018). 16-O-methylcafestol is present in ground roast Arabica coffees: Implications for authenticity testing. *Food Chemistry*, Vol. 248, 15 Mayo 2018, 52–60; doi.org/10.1016/j.foodchem.2017.12.034
- 18 Sachs, J. (2016). The impacts of climate change on coffee: trouble brewing.
- 19 Adelhart Torop de, R. et al. (2017). The True Price of Climate Smart Coffee. Quantifying the potential impact of climate-smart agriculture for Mexican coffee. Solidaridad y True Price.
- 20 ICO (2016). Assessing the economic sustainability of coffee growing. Consejo Internacional del Café 117 sesión 19–23 septiembre 2016 Londres, Reino Unido. ICO.
- 21 Enveritas (2018). Enveritas global coffee farm study. Trabajo en progreso, el documento será publicado en enveritas.org
- 22 Watts, C. (2016). A Brewing Storm: The climate change risks to coffee. The Climate Institute.
- 23 Baker, P. (2010). Climate change and agricultural commodities. CABI.
- 24 The Sustainability Consortium (2017). Coffee Production and sustainability. The Sustainability’s Commodity Mapping Report. TSC.
- 25 Perfecto, Y. y Vandermeer, J. (2015). Coffee agroecology. A new approach to understanding agricultural biodiversity, ecosystem services and sustainable development. Cornwall, Reino Unido.
- 26 Jha, J. et al. (2014). Shade coffee: Update on a disappearing refuge for biodiversity. *BioScience*, Vol.64, No.5, Mayo 2014, 416–42; doi.org/10.1093/biosci/biu038
- 27 Jezeer, R. et al. (2017). Shaded coffee and cocoa – double dividend for biodiversity and small-scale farmers. *Ecological Economics*, Vol.140, October 2017, 136–145; doi.org/10.1016/j.ecolecon.2017.04.019
- 28 Jezeer, R. et al. (2018). Effects of shade and input management on economic performance of small-scale Peruvian coffee systems. *Agricultural Systems*, 162, 179–190; doi.org/10.1016/j.agsy.2018.01.014
- 29 Dalberg Advisors (2017). Renovation and rehabilitation for resilient coffee farms: A guidebook for roasters, traders and supply chain partners. SCC y USAID.
- 30 Steemers, S. (2016). Catálogo de sostenibilidad del café 2016. Una revisión colectiva del trabajo que se está haciendo para hacer que el café sea sostenible. GCP, SCA, SCC.
- 31 Potts, J. et al. (2017). Standards and biodiversity. Revisión temática. SSI y IISD.
- 32 GCP (2018). New ownership of the 4C verification scheme will result in benefits for the coffee sector. GCP 30/01/2018.
- 33 UTZ (2018). Joining forces: UTZ y the Rainforest Alliance. UTZ 24/04/2018.
- 34 NCA (2018). National coffee drinking trends 2018. Investigación de mercado NCA
- 35 COSA (2014). The COSA measuring sustainability report. Coffee and cocoa in 12 countries. COSA.
- 36 IDH (2016). 300 organisations agree to work together with governments towards a sustainable coffee sector. IDH 08/03/2016.
- 37 GCP (2017). Key agreement to push forward sector-wide sustainability with the ICO. GCP 12/10/2017.
- 38 Business & Sustainable Development Commission (2017). Better business better world. BSDC.
- 39 Grabs, J. (2017). The rise of buyer-driven sustainability governance: Emerging trends in the global coffee sector. *ZenTra Working Papers in Transnational Studies* 73/2017; ideas.repec.org/p/zen/wpaper/73.html
- 40 GCP (2017). The Sustainability progress framework: Focusing on what we can change. GCP 21/03/2018.
- 41 Panhuysen, S. y Pierrot, J. (2014). Barómetro de Café 2014. Hivos, IUCN-NL, Oxfam-Novib, Solidaridad, WWF.

Fuentes

Justificación de los gráficos

34

Volumen global de café 2016/2017:

157,7 millones de sacos

Conversión de café verde

1 saco = 60 kilogramos

1,0 tonelada = 1,000 kilogramos = 16,67 sacos

Gráfico 1.

Principales adquisiciones y marcas 2012–2018

Los datos de esta infografía se basan en la cobertura de los medios de comunicación de adquisiciones y fusiones, los sitios web de las empresas y los informes anuales.

Primera ola: Las marcas que se centran en la estandarización y el volumen, para el consumo en el hogar (grandes tostadores y minoristas de comestibles).

Segunda ola: Las marcas que se centran en los orígenes del café y los estilos de tueste, la diferenciación se basa en una mejor calidad y el consumo fuera del hogar (cadenas de café).

Tercera ola: Las cafeterías independientes enfocadas en la interacción de la o el consumidor con café de alta calidad y una variedad de técnicas de preparación.

Gráfico 2.

Los cinco principales comerciantes de café verde

La información para esta infografía fue proporcionada por las diferentes casas comerciales. Olam no ha sido incluido en este top 5 ya la compañía no proporcionó ningún dato para verificar su participación en el mercado.

Gráfico 3.

Los diez principales países productores de café

Datos sobre la producción de café Arábica y Robusta:

– OIC (2018). Producción total de todos los países exportadores. Datos a abril del 2018– OIC.

– Base de datos Comtrade de las Naciones Unidas (2018). 090111 café, no tostado o descafeinado; comtrade.un.org/data

Gráfico 4.

Desigualdad en la cadena de valor del café

Datos sobre el valor de la categoría del café y el valor de las exportaciones de café globales a los países productores:

– Samper, L., Giovannucci, D. and Marques Vieira, L. (2017). The powerful role of intangibles in the coffee value chain. Documento de investigación económica No.39. WIPO.

Datos sobre las inversiones globales en la producción de café sostenible:

– Steemers, S. (2016). Catálogo de sostenibilidad del café 2016. Una revisión colectiva del trabajo que se está haciendo para que el café sea sostenible. GCP, SCA, SCC.

Gráfico 5.

Cuota de Mercado global y demanda de VSS en el 2017

Información amablemente provista por 4C CAS, Rainforest Alliance, UTZ, Nestlé, Starbucks. (el volumen total de las prácticas de Nespresso AAA y C.A.F.E. es nuestra propia estimación). Nuestro pronóstico es Fairtrade, con base en estadísticas FLO del 2016. El orgánico es una estimación basada en estadísticas en:

– Lernoud, J. et al. (2017). The State of Sustainable Markets – Statistics and Emerging Trends 2017. ITC, Ginebra.

El volumen de la cuota de mercado global podría ser una sobreestimación. Las estadísticas relativas a los volúmenes sostenibles de café son imprecisas, ya que la certificación doble y triple no se registra correctamente.

Gráfico 6.

Los diez principales tostadores de café; cuota de mercado y demanda de VSS en el 2017

Información amablemente provista por las compañías.

La compañía J.M. Smucker es un estimado.

Para obtener información específica sobre empresas y VSS, consulte las páginas 22–25; Resumen de políticas y prácticas de sostenibilidad.

Gráfico 7.

Iniciativas de múltiples partes interesadas

Este gráfico refleja una visualización de las diversas MSI en el sector del café, no es una representación real de la realidad basada en la membresía, financiamiento o distribución geográfica.

Claves para un programa de abastecimiento sostenible exitoso (COSA, 2018).

Definición

Función y credibilidad

1. Objetivos estratégicos claros

Documento que esboza las metas a plazo fijo y los procesos y recursos clave que se requieren para alcanzar los resultados deseados

- Captar la participación de los actores para crearlo.
- Considere primero los impactos deseados a largo plazo, luego los resultados a medio plazo que llevarían a esos, después las actividades e inversiones que generan resultados deseados.
- Metas medibles a plazo fijo claramente articuladas para los actores de la cadena de suministro.
- Destaque los procesos y recursos clave para demostrar la manera en que el programa será operacionalizado y administrado

2. Indicadores clave de desempeño

Métricas simples que miden el progreso hacia los objetivos de manera clara – El desempeño está reemplazando el enfoque estático de las tarjetas de puntuación

- Formule indicadores clave de desempeño S.M.A.R.T. (Por sus siglas en inglés. En español: específicos, medibles, alcanzables, realistas, con plazo fijo)
- Indicadores clave de desempeño alineados con normas internacionales para facilitar las cuentas claras, el análisis comparativo o comparabilidad entre los orígenes y las cadenas de suministro.
- Indicadores clave de desempeño integrados en un sistema de gestión funcional que fomente su uso activo en la toma de decisiones.
- La orientación documentada es clave para aplicar los indicadores clave de desempeño para garantizar consistencia y credibilidad.

3. Directrices del código de conducta

Directrices pragmáticas que abordan políticas y prácticas para áreas vitales como la seguridad ocupacional, las normas sociales, la responsabilidad ambiental y la transparencia económica

- Defina de manera clara y realista las expectativas. Las interpretaciones de las prácticas comerciales éticas varían de un lugar a otro. Las regulaciones locales son una base necesaria, pero pueden estar insuficientemente alineadas con las expectativas globales.
- El enfoque coherente debe aplicarse de manera apropiada para los diferentes niveles: agregadores, procesadores, productores y trabajadores contratados.
- Las directrices deben ser auditables, tener métricas claramente definidas y consecuencias ejecutables
- Son ideales para evaluar de manera cuantificable riesgos específicos o atributos de sostenibilidad asociados dentro de la cadena de suministro.

4. Protocolo de trazabilidad

El sistema definido para garantizar la capacidad de identificar de manera confiable a todos los intermediarios a lo largo de la cadena de suministro

- Identificar a todos los intermediarios, e idealmente las transacciones, a lo largo de la cadena de suministro hasta el nivel de fincas.
- Asegurar el uso de un formato estándar para la recopilación coherente de detalles sobre las y los agricultores. Considere incluir: código de identificación único, nombre de la persona productora, pueblo, teléfono, edad, sexo, volumen obtenido, rendimiento promedio, GPS, cantidad de árboles/área para el cultivo de café.
- Garantizar actualizaciones anuales de las y los agricultores relacionadas con los volúmenes obtenidos.
- Asegurar que exista la documentación adecuada para guiar una posible auditoría del Protocolo de trazabilidad
- Considere hacer un mapeo de las fincas para comprender el contexto de las zonas de producción en los ecosistemas locales.

5. Criterios de producción y procesamiento sostenibles

Programa para promover las mejores prácticas en el cultivo y procesamiento sostenibles del café

- Asegurar que la prestación de servicios se priorice con los actores locales y se base en una metodología de evaluación de necesidades creíble
- Establecer un proceso claro para el monitoreo de las y los agricultores, agregadores y procesadores.
- Si se ofrecen actividades específicas, tales como capacitación, crédito, análisis de suelos o insumos, incluya un sistema para monitorear la prestación y la calidad de los servicios.

6. Verificación

Criterios y procedimientos para asegurar el cumplimiento y que la información reportada sea precisa

- Aplicar la verificación como un proceso de aprendizaje para el mejoramiento continuo y no solo como una herramienta de ejecución.
- Proporcionar una lista de verificación de la información requerida y claridad sobre la manera en que serán evaluados los proveedores en aspectos clave del programa de abastecimiento.
- Sistemas integrados para validar las fuentes de datos, para reducir los costos de verificación y dirigir auditorías de campo hacia riesgos específicos
- Mejorar la precisión con verificación con sensores remotos o electrónicos, además de las inspecciones de observación tradicionales.

7. Impacto

Los efectos previstos e/o imprevisibles deseados (tanto positivos como negativos) que pueden atribuirse a intervenciones o inversiones específicas

- Utilizar una evaluación de impacto focalizada puede identificar las razones de un resultado. Saber cómo las intervenciones tales como la capacitación o el crédito afectan el impacto abre soluciones y mejores inversiones o políticas.
- Emplear con rigor científico las herramientas cuantitativas y cualitativas ofrece la evaluación más creíble posible.
- Ver más allá de las dimensiones únicas, para incluir las manifestaciones ambientales, sociales y económicas del cambio para iluminar útilmente las dinámicas realistas o las concesiones de las cadenas agrícolas y de suministro.

8. Gestión de la información

Un sistema de información funcional va más allá de los datos para permitir a los actores dentro del Programa de Abastecimiento Sostenible compartir y aprender de los resultados.

- Visualización de los resultados para seguir el progreso de los objetivos de abastecimiento sostenible
- Resultados basados en un conjunto común o compartido de indicadores clave de desempeño
- Acceso permitido para garantizar que el intercambio de información está restringido con base en el papel de los proveedores en la cadena de suministro.
- Estimular las mejoras continuas, incluyendo la capacidad de evaluar fácilmente el desempeño de sostenibilidad del proveedor.

Colofón

Citación: Panhuysen, S. y Pierrot, J. (2018). Barómetro de Café 2018.

Texto: Sjoerd Panhuysen (Hivos) y Joost Pierrot (consultoría)

Colaboradores de texto adicional: Niels Haak y Bambi Semroc (Conservation International), Saurin Nanavati (COSA), Frank Mechielsen y Juan Pablo Solis (Hivos), Stefaan Calmeyn (Oxfam Wereldwinkels), Ariana Araujo y Anthony Marten (Plataforma SAFE), Annelot van Leeuwen y Andrea Olivar (Solidaridad).

Edición: Pascal Kuipers y Tijmen de Vries (Schuttelaar&Partners)

Diseño gráfico: Roelant Meijer (Tegenwind)

Mensaje de los autores: Apreciamos el esfuerzo de las compañías y de los organismos de verificación/certificación para responder nuestro cuestionario. La responsabilidad final por el contenido y las opiniones expresadas en esta publicación recae exclusivamente en los autores. La falta de transparencia en el mercado impidió la recolección de información necesaria para presentar una visión general clara e integral de los principales actores en el sector cafetero. Los autores agradecen cualquier corrección a la información proporcionada y desafían a todos los actores del sector del café a ser mucho más comunicativos con relación a la información pública sobre los desafíos que enfrenta el sector.

Organizaciones participantes:

Conservation International

COSA

Hivos

Oxfam Wereldwinkels

Solidaridad

Esta publicación fue posible gracias al apoyo de



Belgium
partner in development

Solicitudes de información se pueden enviar a la dirección:

Sjoerd Panhuysen, Gerente de Proyectos de Hivos

spanhuysen@hivos.org

Raamweg 16

2596 HL La Haya

Los Países Bajos

+31(0)70 37 65 500

Reconocimiento-NonComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional
(CC BY-NC-SA) 4.0)



CONSERVATION
INTERNATIONAL



OXFAM
Wereldwinkels

Solidaridad

