



FACILITADA POR:
Solidaridad

Café sostenible en Colombia: retos más allá de los precios

Informe de Solidaridad para la Plataforma de Comercio Sostenible
Febrero de 2019

Solidaridad quiere agradecer muy especialmente a los miembros de la Plataforma de Comercio Sostenible que brindaron su generoso apoyo e información a esta publicación.

Autores: Carlos Isaza y Francisco Bustamante

Revisión: María Cristina Rivera y Joel Brounen

Diseño: Mauricio Galvis

En los últimos 20 años, la cadena de producción de café ha trabajado en diferentes estrategias para aumentar la producción sostenible, priorizando la implementación de Estándares Voluntarios de Sostenibilidad (EVS). Colombia, en especial, ha liderado la oferta en materia de volúmenes e iniciativas sostenibles, convirtiéndose en uno de los países con mayores avances, conseguidos gracias al compromiso de toda la industria.

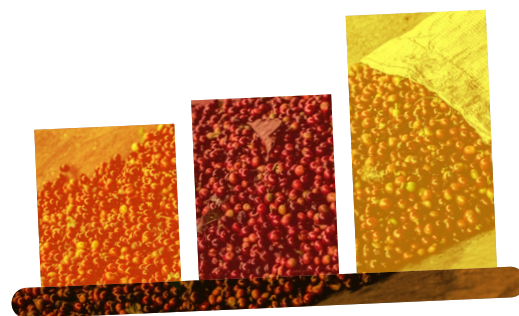
Este documento presenta las cifras más actuales de la producción y venta de café sostenible en Colombia¹ gracias a la información recolectada por Solidaridad, cruzada y, en muchos casos, estimada usando diversas fuentes secundarias y primarias.

También incluye un análisis de la coyuntura actual y de los retos y posibilidades con las que cuenta el sector para continuar la senda de la sostenibilidad y generar un impacto colectivo. Por último, presenta unas recomendaciones para focalizar las inversiones en sostenibilidad.

Las ideas acá propuestas parten de la experiencia de trabajo con actores relevantes de la cadena de suministro de café en Colombia, que hacen parte de la Plataforma de Comercio Sostenible (PCS), y que creen en el trabajo colaborativo para aumentar la producción agrícola sostenible.

1

Crece participación en el volumen de producción de cafés sostenibles, pero continúan las brechas frente a las ventas



En los últimos años, Colombia ha recorrido un largo camino en la implementación de Estándares Voluntarios de Sostenibilidad (EVS). Hoy, el país produce entre un 60% y 70% de café certificado o verificado con algún estándar (gráfico 1), superando los 14 millones de sacos de café verde.

A pesar del gran esfuerzo realizado, el sector continúa trabajando en las fincas que tienen mejor desempeño, lo que ha llevado a la concentración de recursos y de sellos en unos pocos productores, generando un traslape entre los distintos programas de sostenibilidad y una continuación de la multicertificación como tendencia en el sector.

Al otro lado, un grupo importante de caficultores -el que más necesita de acompañamiento e inversión,

es decir, las frutas difíciles de cosechar-, continúa sin atención. Estos agricultores, en gran medida, no son atractivos para los proyectos de implementación, pues requieren de mayores esfuerzos e inversión para la incorporación de buenas prácticas. Sin embargo, sin la inversión en estos caficultores, muchos de ellos muy lejos de cumplir con los criterios mínimos para ingresar a algún estándar de sostenibilidad, difícilmente se logrará escalar la producción sostenible de café en Colombia.

Asimismo, entre 2014 y 2017, las ventas de café con EVS pasaron de 19% a 28%, respectivamente (gráfico 2), lo que muestra que aún hay una brecha significativa entre el café producido y vendido como sostenible.

¹ Podríamos contar con información más precisa, pero muchas organizaciones involucradas en la cadena de suministro no comparten los datos.

Gráfico 1. Volumen de café certificado o verificado bajo el esquema de EVS

■ Volumen certificado o verificado
■ Menos traslape por multi certificación
■ Producción total del país

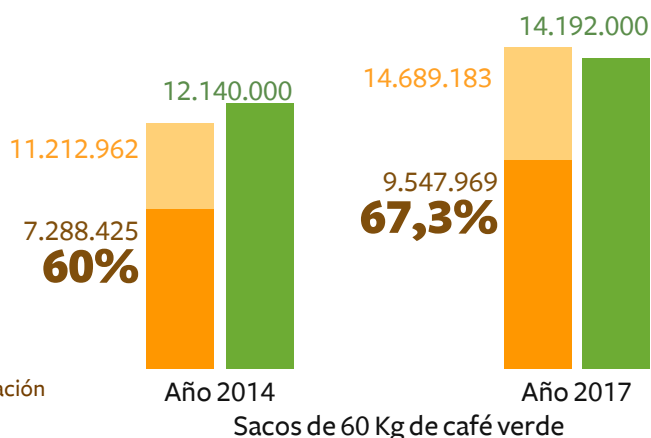
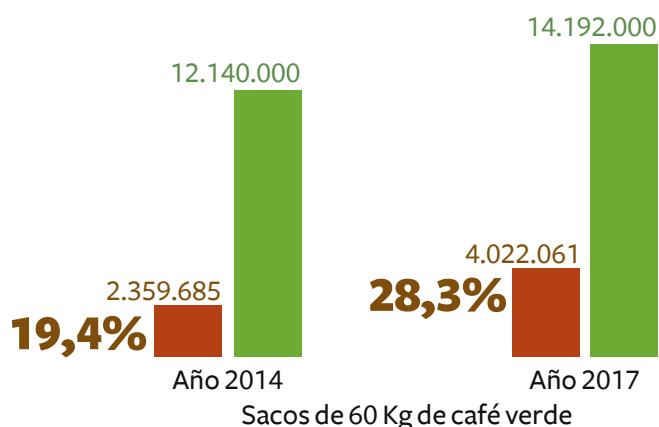


Gráfico 2. Volumen de café vendido como certificado o verificado

■ Vendido como EVS
■ Producción total



2

Empresas impulsan ventas de cafés sostenibles, pero la sobreoferta continúa

Las ventas de cafés sostenibles han sido dinamizadas principalmente por la aplicación de estándares privados. Entre los estándares implementados por empresas como Starbucks y Nespresso se llega a un 40% del volumen de ventas (gráfico 3). Muchas tostadoras han optado por diseñar sus propios estándares y ofrecen acompañamiento técnico para lograr el cumplimiento. Es importante resaltar que estos mecanismos impulsados por la empresa privada



tienen el atractivo y la ventaja de convertirse en alianzas de suministro con relaciones estrechas clientes-proveedores. El trabajo a largo plazo con un grupo de caficultores es estratégico para enfrentar los retos que implica la producción sostenible, pues son cambios que requieren tiempo para ser adoptados o volverse visibles.

Gráfico 3 Volumen de café vendido como certificado o verificado, discriminado por programas.

Gráfico 3. Volumen de café vendido como certificado o verificado, discriminado por programas

| Programa | Sacos 60 Kg. café verde | | Variación |
|-----------------------------------|-------------------------|------------------|------------------|
| | 2014 | 2017 | |
| Nespresso AAA | 300.000 | 320.000 | 6,67% |
| Starbucks – CAFE Practices | 646.306 | 1.463.000 | 126,36% |
| 4C | 427.614 | 547.778 | 28,10% |
| Rainforest Alliance | 334.283 | 715.533 | 114,05% |
| UTZ | 340.949 | 576.583 | 69,11% |
| Fair Trade | 310.533 | 300.000 | -3,39% |
| Orgánico² | | 99.167 | --- |
| Total | 2.359.685 | 4.022.061 | 4.022.061 |

En los últimos años, han surgido muchos otros programas privados y proyectos de inversión de empresas, solo por citar algunos: S&D, Farmer Brothers, Nescafé Plan, Lavazza, Illy.

Estos programas son hechos a la medida y buscan focalizarse en los temas de sostenibilidad de mayor relevancia, según las necesidades del caficultor y las condiciones de mercado de su café. Muchos son de largo aliento y aseguran una permanencia prolongada en una región para atender a un grupo de caficultores. Algunos ya están realizando evaluaciones de impacto que muestran avances interesantes. Esta forma de aplicar estándares de sostenibilidad se consolida como una tendencia en el sector.

Las compañías exportadoras han conformado equipos técnicos que acompañan al caficultor

para incorporar las prácticas sostenibles. La gran mayoría de exportadores tienen áreas de sostenibilidad que cuentan con programas de administración de información y seguimiento que son claves a la hora de planificar los servicios y definir estrategias de atención.

El impacto de los diferentes modelos de sostenibilidad está en el foco de atención. Con condiciones de precios de alrededor de un dólar por libra de café, el reto está en implementar los esquemas que logren la mayor eficiencia.

² No se cuentan con datos de la producción de café orgánico para el año 2014..

3

¿Permanencia de los Estándares voluntarios?

Con las movidas económicas de los últimos años como fusiones, adquisiciones y alianzas hay un nuevo mapa de actores del mercado del café. El balance del liderazgo en las empresas tostadoras ha cambiado, en especial, por el alto nivel de concentración de marcas en adquisiciones de Jacobs Douwe Egberts (JDE), o en el negocio de comercialización de la marca Starbucks por parte de Nestlé. Estos movimientos recomponen las relaciones de suministro de café, la preferencia por tipo de proveedores, calidades, orígenes y las condiciones de negociación.

Las integraciones de grandes empresas de la cadena tendrán un impacto en las decisiones de sostenibilidad.

El escenario no será estable para el mercado de los Estándares Voluntarios de Sostenibilidad. Además de cambios en la continuidad de los programas adelantados por los tostadores líderes en el mercado, se pueden esperar variaciones en la demanda de los cafés certificados-verificados en los que la decisión sobre qué programa aplicar será tomada más por el tostador que por el consumidor



final. Hoy está en duda si las empresas continuarán apostándole a EVS tradicionales ya posicionados, a estándares propios o a programas de sostenibilidad corporativos.

La fusión de UTZ y Rainforest Alliance, estándares de mucho reconocimiento en el mundo del café, les permitirá asumir un liderazgo potencial para atender distintos segmentos de mercado. Hay expectativas por cómo reaccionarán los compradores ante esta fusión y sobre cómo será el efecto de la demanda unificada: ¿tendrá un traslape de volumen?, ¿se logrará motivar a compradores de otros sellos y a nuevos clientes? Este es un tema que, al menos en los próximos dos años, no se podrá responder de forma precisa. Lo que es cierto, es que un actor clave como Rainforest Alliance puede proponer en sus procesos de consulta pública un modelo focalizado en resultados, que tenga en cuenta las propuestas de mejoras a los esquemas de certificación convencionales.

A pesar de que todavía hay un largo camino por recorrer, no podemos desconocer el esfuerzo de muchos caficultores, exportadores y compradores por integrar modelos de sostenibilidad en su negocio. Si bien atravesamos un momento de redefinición del enfoque de la sostenibilidad, con más atención en la viabilidad del negocio para el productor, es importante capitalizar lo aprendido en el trabajo realizado durante tantos años por los actores de la cadena del café.

4

La sostenibilidad como estrategia de un negocio resiliente



En el actual contexto de precios bajos y un entorno altamente competitivo, la cadena de café en Colombia debe trabajar en la incorporación de prácticas sostenibles para favorecer, en el largo plazo, la productividad y la competitividad de los caficultores.

A pesar de que el precio del café es clave para garantizar la sostenibilidad económica de los agricultores y generar recursos para internalizar costos ambientales y sociales, la implementación de prácticas sostenibles no debería depender de las fluctuaciones o coyuntura de los precios sino ser complementada con otros mecanismos.

Una estrategia complementaria y, tal vez la más efectiva, es aplicar las buenas prácticas agrícolas como una estrategia de negocio que mejora la resiliencia y el desempeño productivo en el largo plazo.

Algunos ejemplos de esta perspectiva incluyen la siembra de árboles en las plantaciones; la implementación de cultivos complementarios que aporten a la seguridad alimentaria y a la diversificación del ingreso; favorecimiento de la biodiversidad estructural, y la incorporación de actividades de conservación de suelos que mejoren la productividad y eficiencia de los sistemas biológicos.

Las prácticas sociales que propenden, entre otras, por mejorar la vinculación laboral de los empleados y la seguridad en el trabajo, deben también ser vistas como mecanismos para favorecer la productividad y motivar a los empleados y a la familia a trabajar para el crecimiento de la empresa. Cuando las buenas prácticas se implementan solo por cumplirle al

mercado, son mal implementadas y desaprovechan su verdadero potencial en el mediano y largo plazo. En muchos casos, hay fincas que incrementan la productividad y no necesariamente disminuyen los costos de producción.

Los proyectos de sostenibilidad de largo plazo deben ser asumidos con gran responsabilidad para mejorar el impacto de las inversiones. En este sentido, la integración de los productores y los actores comerciales, y el establecimiento de compromisos de compra duraderos son claves para marcar una diferencia. Aplaudimos las iniciativas de muchos compradores de café colombiano interesados en desarrollar programas de sostenibilidad de largo aliento, que van más allá de la implementación de proyectos puntuales para atender temas reputacionales.

Se necesitan intervenciones que mejoren el desempeño productivo de las fincas y que, comenzando por una focalización en restricciones locales, generen victorias tempranas y despierten el interés del caficultor por implementar un enfoque basado en soluciones y resultados. Las inversiones en finca deben realizarse más que desde un enfoque de cumplimiento de estándares desde uno de costo-beneficio para el productor.

En condiciones de precios bajos y un entorno altamente competitivo, la cadena en Colombia debe trabajar la incorporación de prácticas sostenibles para favorecer la productividad y competitividad de los caficultores en el largo plazo. La adopción de prácticas solo para aprobar la auditoría lleva a los caficultores a incorporar unos cambios temporales

que no reportan beneficios sustanciales para la finca y el bolsillo del caficultor. Necesitamos intervenciones inteligentes que, comenzando por una focalización en restricciones locales, generen victorias tempranas y despierten el interés en el caficultor por implementar

un enfoque basado en soluciones y resultados. Implementar prácticas para cumplirle a alguien es como ese niño de escuela que hace sus tareas solo para obtener una buena golosina de parte de sus padres.

5

Recomendaciones: las oportunidades del entorno colombiano



A la hora de proponer soluciones y mejoras es importante alinear y articular esfuerzos, entendiendo que ningún actor de manera aislada y por su propia cuenta podrá asumir las acciones necesarias para aumentar la producción y las ventas de café sostenible. Desarrollar un enfoque que permita trabajar bajo el esquema de mejoramiento continuo y trabajo colectivo permitirá atender estos problemas comunes.

Además del mecanismo de Estándares Voluntarios de Sostenibilidad como vehículo para aumentar la producción sostenible, surgen otras oportunidades para el mercado colombiano entre las que destacamos.



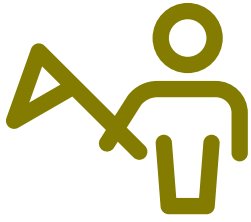
1

La posibilidad de focalizar esfuerzos: los temas más relevantes en los que se pueden enfocar los esfuerzos de sostenibilidad para escalar la producción sostenible son: (i) el manejo y conservación de suelos, (ii) el mejoramiento de la viabilidad financiera de la caficultura familiar y (iii) de las condiciones sociales de los trabajadores en el campo. Abordar estos temas críticos es más conveniente para ampliar el impacto de las inversiones en sostenibilidad. Esto implica contar con mecanismos públicos y de mercado efectivos y robustos, con un entorno económico favorable y la necesidad de realizar grandes inversiones.



2

Ir más allá de los precios y las primas para que la inversión en sostenibilidad no dependa de factores externos: el precio del café y las primas, por sí solos, no garantizan que se hagan inversiones para mejorar la sostenibilidad del producto. El precio representa una diferencia en las utilidades del negocio; sin embargo, no siempre se materializa en inversión en sostenibilidad. Tener un buen mecanismo de precios y gastos que permita internalizar costos sociales y ambientales, reforzado con inversiones en proyectos específicos y complementado con programas innovadores de acompañamiento técnico, puede ser una fórmula ganadora y efectiva para hacer frente a retos globales de sostenibilidad. Para esto será vital combinar creatividad, trabajo colaborativo y voluntad de los actores institucionales para promover un trabajo integral entre precios, inversiones y acompañamiento técnico.



3

Empoderamiento de comunidades cafeteras: las comunidades cafeteras mediante autogestión y organización comunitaria pueden afrontar problemas regionales, sumar a la generación de valor y contribuir a la solución de problemas locales que afectan la producción sostenible. Las comunidades son las que mejor conocen sus problemas y pueden trabajar de manera conjunta con las empresas para administrar los recursos disponibles para la sostenibilidad. La cadena de suministro de café no debería trabajar con proyectos diseñados desde arriba, que muchas veces desconocen las necesidades reales del campo. La generación de valor debe darse, en primera medida, al contar con sistemas de producción y caficultores más resilientes, implementando prácticas sostenibles gracias a los beneficios que se derivan para los productores.

Por último, para mejorar y fortalecer las intervenciones en sostenibilidad se deben proponer, ensayar e implementar propuestas innovadoras y ambiciosas en las que todos los actores de la cadena pueden aportar su valor. La Plataforma de Comercio Sostenible ofrece un buen mecanismo de impacto colectivo y es un aliado para avanzar en la implementación de enfoques de sostenibilidad por parte de todas las empresas del sector cafetero.



PLATAFORMA
COMERCIO SOSTENIBLE

FACILITADA POR:

Solidaridad

comerciosostenible.org
www.solidaridadnetwork.org