

Comercialización de Café Sustentable

Ing. José Manuel Águila González

Consultor Independiente

joseaguila@prodigy.net.mx

Mercado Internacional de Café

Contexto

Más de 50 naciones del Mundo producen y exportan café, la mayoría de ellas pertenecen al grupo de países en vías de desarrollo.

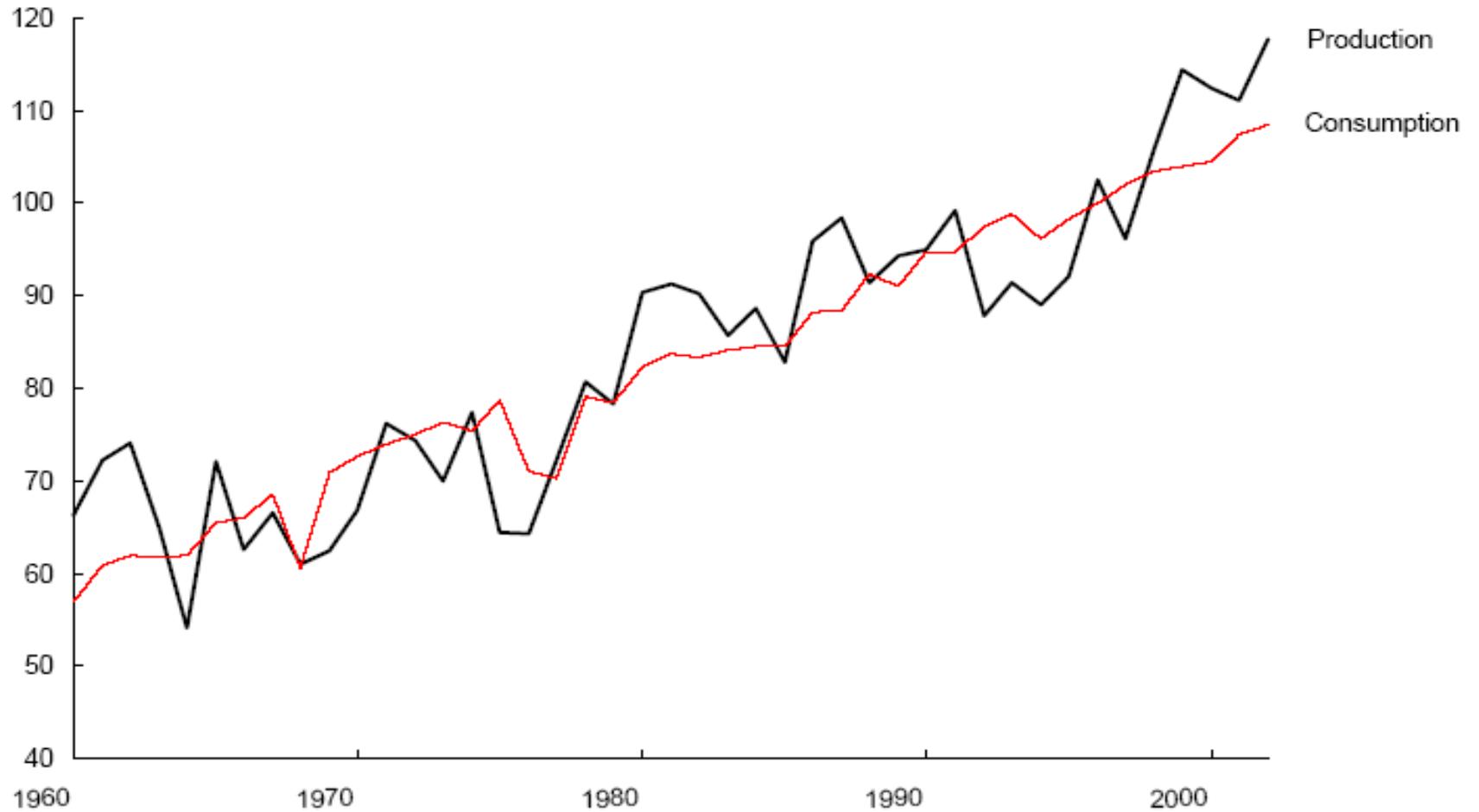
Para una parte considerable de estas naciones las exportaciones del café representan un parte sustancial de sus ingresos y por ende la producción y venta del café son para esos países un elemento determinante en la vida de gran parte de su población.

La disparidad existente en los últimos 30 años entre el aumento de la producción de café y el incremento en su consumo ha provocado que en los últimos años los precios de café hayan alcanzado sus niveles más bajos de la historia.

Aunado a lo anterior, el hecho de que la mayor parte del mercado mundial sea controlado por las transnacionales más grandes del mundo han convertido al café como el producto con los precios más volátiles y su mercado en el más especulativo.

Mercado Internacional de Café

Green coffee; millions of 60 kg bags

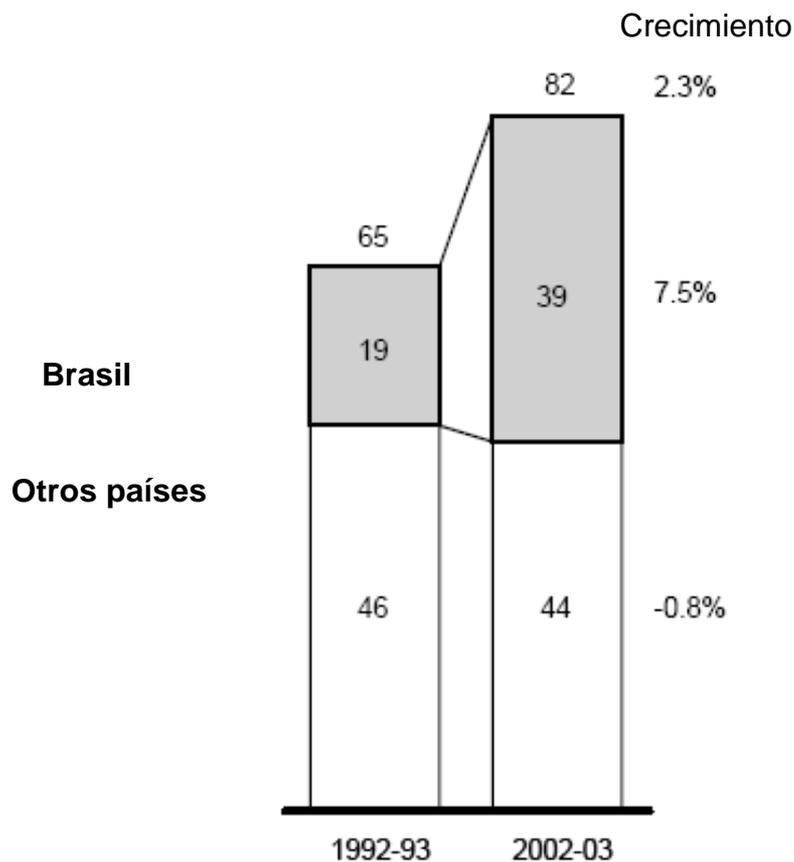


Source: ICO; World Bank; *150 Years of Coffee*, Marcellino Martins and E. Johnston

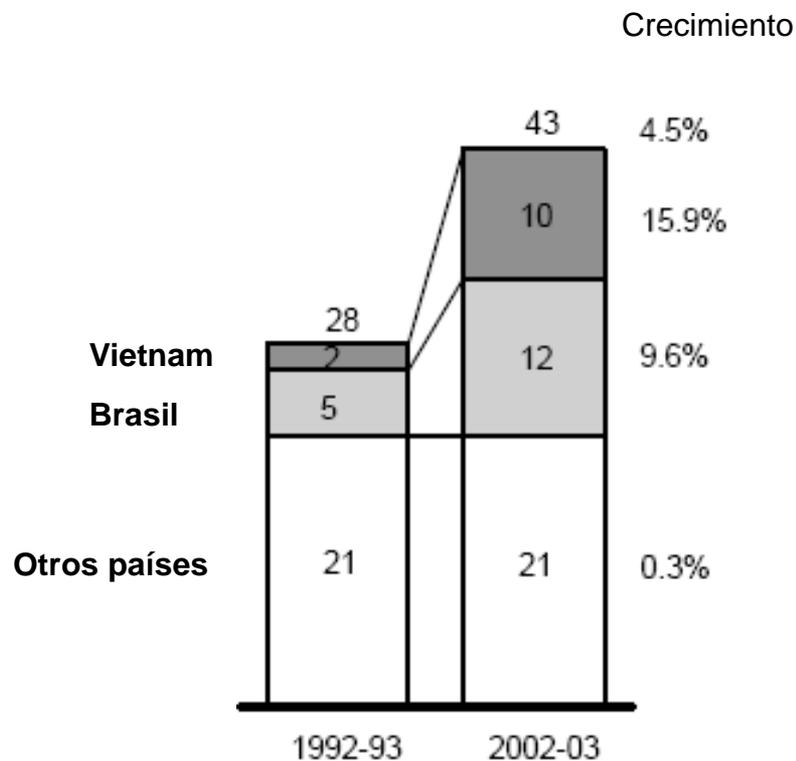
Mercado Internacional de Café

El mas reciente incremento en la producción de café ha sido gestada por un crecimiento permanente en la producción de café de Brasil y Vietnam.

Para Café Arabigas

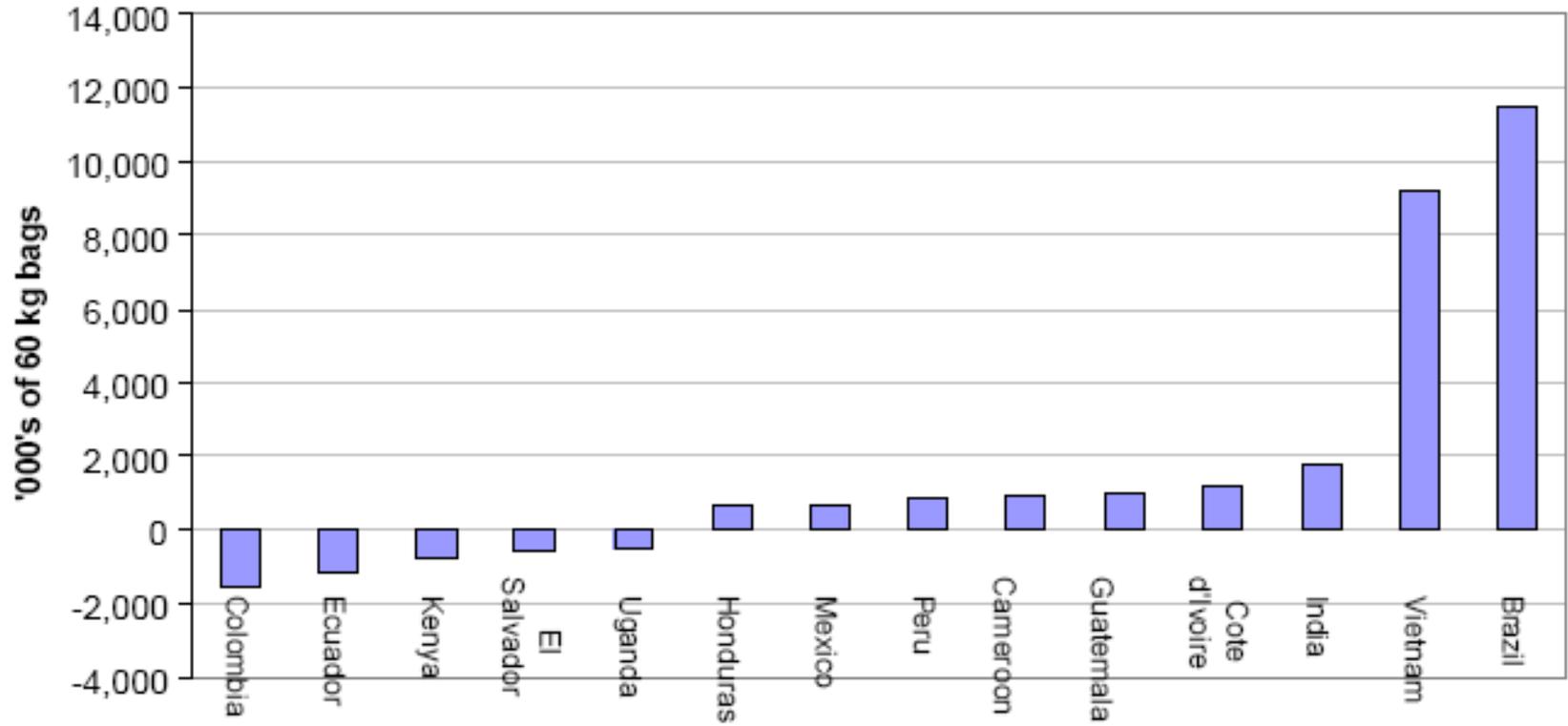


Para Café Robusta



Mercado Internacional de Café

Cambios en la Producción desde la Cosecha 94/95 a la Cosecha 00/01 (Según datos del USDA)



Mercado Internacional de Café

Los cambios en los precios de café se han mostrado de forma sistemática

Existen diferentes factores que han provocado estos cambios sistemáticos en los precios de café.

**Procesos
de Innovación
en Brasil**

- Las áreas de producción poco a poco han sido desplazadas a zonas libres de Heladas.
- Se ha implementado sistemas de riego tecnificado en Plantaciones de Café
- Mejoramiento de la Cosecha Mecanizada
- Programas de gobierno han implementado sistemas de información y estimación de precios y servicios de manejo de riesgo (Coberturas de precios, etc.).
- Organización de la Industria a través de la Cadena de Valores para incrementar la productividad y las responsabilidades con el mercado.

Mercado Internacional de Café

Entrada de Vietnam

- Ha incrementado su producción de 2 millones de sacos a 10 millones de sacos en 10 años.
- Cuenta con condiciones de Bajos Costos Laborales.
- Cuenta con políticas gubernamentales pro-activas que facilitan alternativas de mejoramiento de la producción e información de mercado.
- Exceso de la capacidad de producción equivalente al 8% de las necesidades globales de robusta del año 2002.

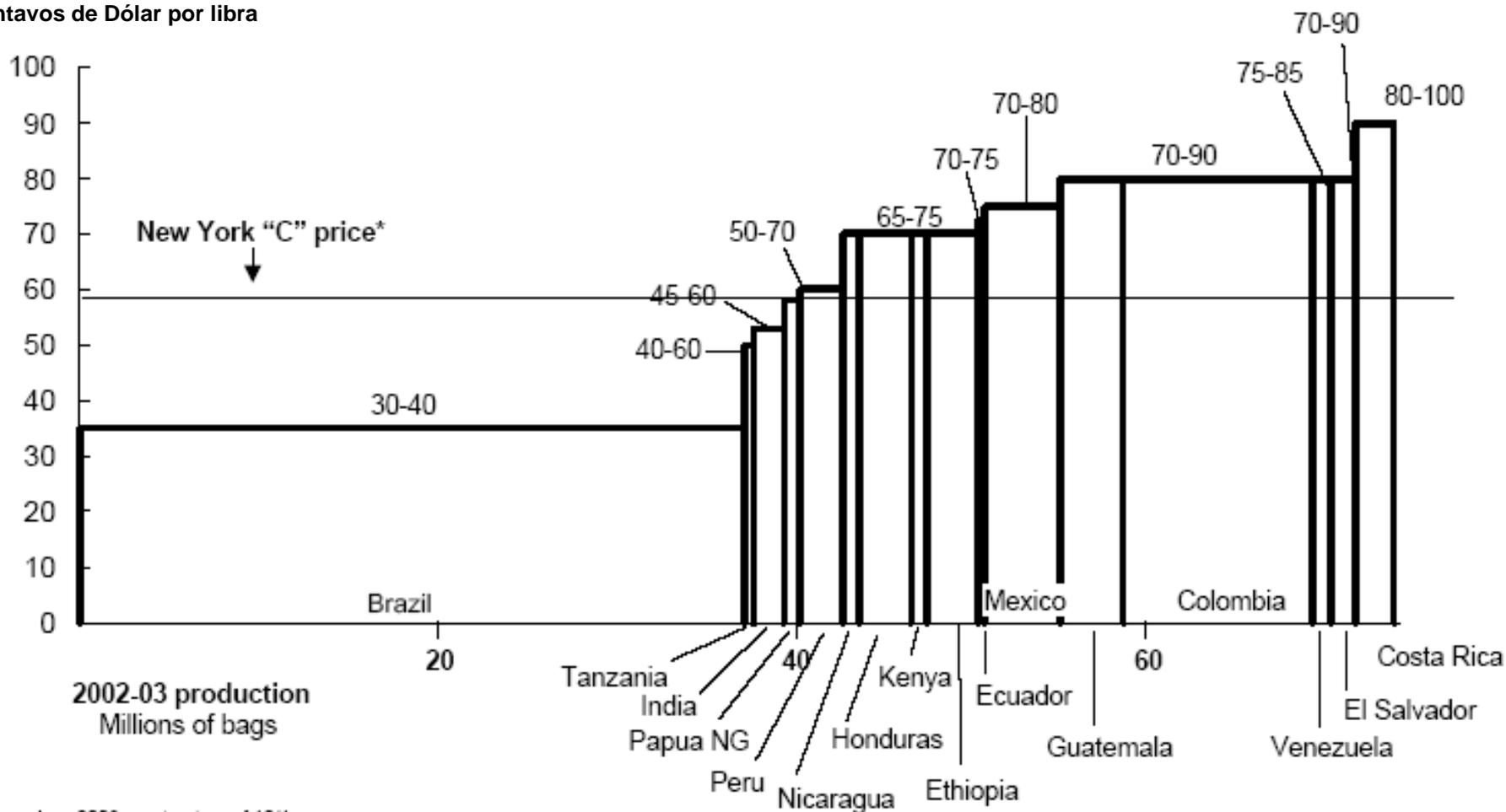
Mayor Participación de Robusta

- Existen nuevas alternativas para reducir la acidez del robusta e incrementar su participación en la elaboración de mezclas (Blend).
- Uso de Café Robusta en Cafés Populares Saborizados que enmascaran su sabor áspero.
- Crecimiento del consumo de café en países, los cuales son más sensibles al Precio.

Mercado Mundial y Nacional de Café

Ante los actuales niveles de precios muchos productores con altos costos de producción no son financieramente rentables.

Centavos de Dólar por libra

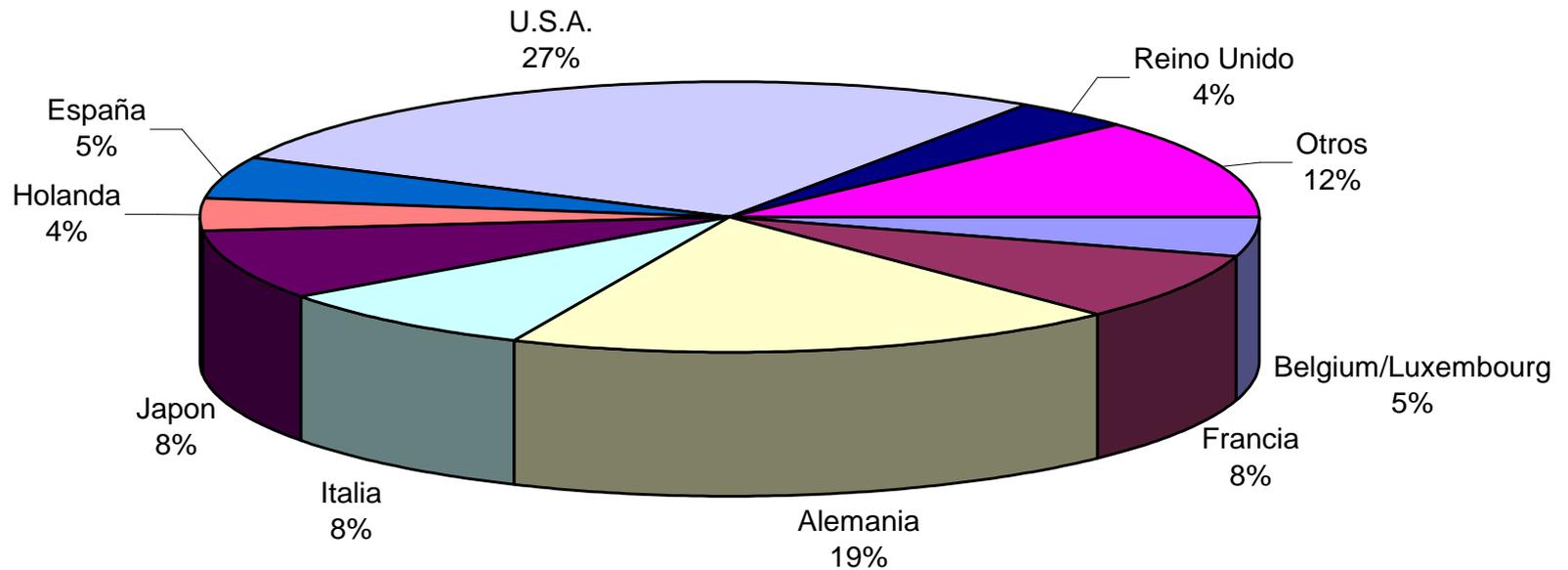


* December 2003 contract as of 12/1

Source: ICO; USDA; TechnoServe; Volcafe; Judith Ganes Consulting; Coffee Business International; "Dealing with the Coffee Crisis in Central America," World Bank (2003);

Mercados Mundial y Nacional de Café

Participación en las Importaciones Mundiales de Café Verde



Mercados Mundial y Nacional de Café

A cerca del mercado nacional, no se manejan cifras confiables de la demanda real de café verde; no obstante, es evidente que existe esta demanda, el cual en su mayor parte es de mediana a baja calidad e inclusive se ha especulado acerca de importaciones de café de baja calidad de otros países menos favorecidos, los cuales ofertan sus cafés inferiores por abajo del precio obtenido por un café mexicano equivalente.

El destino de los cafés inferiores que son comercializados en el mercado nacional es para obtener una producción nacional de café soluble, el cual a su vez representa la principal forma de consumo del café en el mercado nacional.

No esta por demás recordar que 90% del mercado nacional de cafés de grano y solubles se encuentra en poder de las grandes trasnacionales como Nestlé, Kraft-General Foods (Jacobs) y Folger Coffee (Filial de Procter & Gamble), los grandes tostadores Nacionales con sus marcas propias, en su conjunto solo llegan a tener el 10% del Mercado Nacional.

No obstante, el mercado de productos terminados sigue teniendo gran potencial mediante el desarrollo de marcas que tiendan a atender la demanda de productos de alta calidad a precios aceptables; debido a lo anterior, en el enfoque del acceso a este tipo de mercado debe considerarse el iniciar con pequeñas inversiones y su crecimiento deberá hacerse según lo requiera el avance en el acceso del mercado.

Mercados Mundial y Nacional de Café

Otro sector del mercado nacional de café que se encuentra en desarrollo es el representado por franquicias de cafeterías.

Este segmento de mercado requiere grandes inversiones de tiempo y capital, lo que limita en cierta medida que algunos grupos de productores a invertir en el desarrollo de estas franquicias.

No obstante que las cafeterías se presenten como un negocio muy rentable, en realidad su función principal es el que representa un punto de promoción de la calidad del café de los productores propietarios de estas.

Alternativas para Lograr Mejores Condiciones Para los productores de Café

Las dificultades que presenta el mercado internacional de café con precios reprimidos, así como las condiciones mismas que desfavorecen a los productores en sus países, son indicadores de que se deben buscar alternativas concretas para poder alcanzar mejores condiciones para los productores de Café.

Alternativas para Lograr Mejores Condiciones Para los productores de Café

Existen un enorme Rango de Alternativas de Soluciones Potenciales las cuales han sido mencionadas por los diferentes actores de la Cadena Café; algunas de estas alternativas pueden ser abordadas directamente por los productores y otras se encuentran fuera del alcance de estos.

A continuación se mencionan algunas de las Alternativas:

•Incremento del
Consumo de Café

Es importante desarrollar el Consumo de café en los Países productores y en los Países en desarrollo en General

•Mejoramiento de
la Asistencia
Técnica Recibida
por los
Productores

- Capacitación de los productores en técnica de manejo de riesgos (Opciones de Coberturas de precios).
- Mejoramiento en el acceso a la información de mercado.
- Mejoramiento en las técnicas de estimación de cosechas.
- Integración de los productores a los procesos de transformación para la obtención de producto final.
- Relaciones de largo plazo con importadores.
- Mejoramiento en el conocimiento para la gestión comercial.
- Mejoras en la capacidad de gestión para acceso a financiamiento.
- Diversificación Productiva.

Alternativas de Soluciones

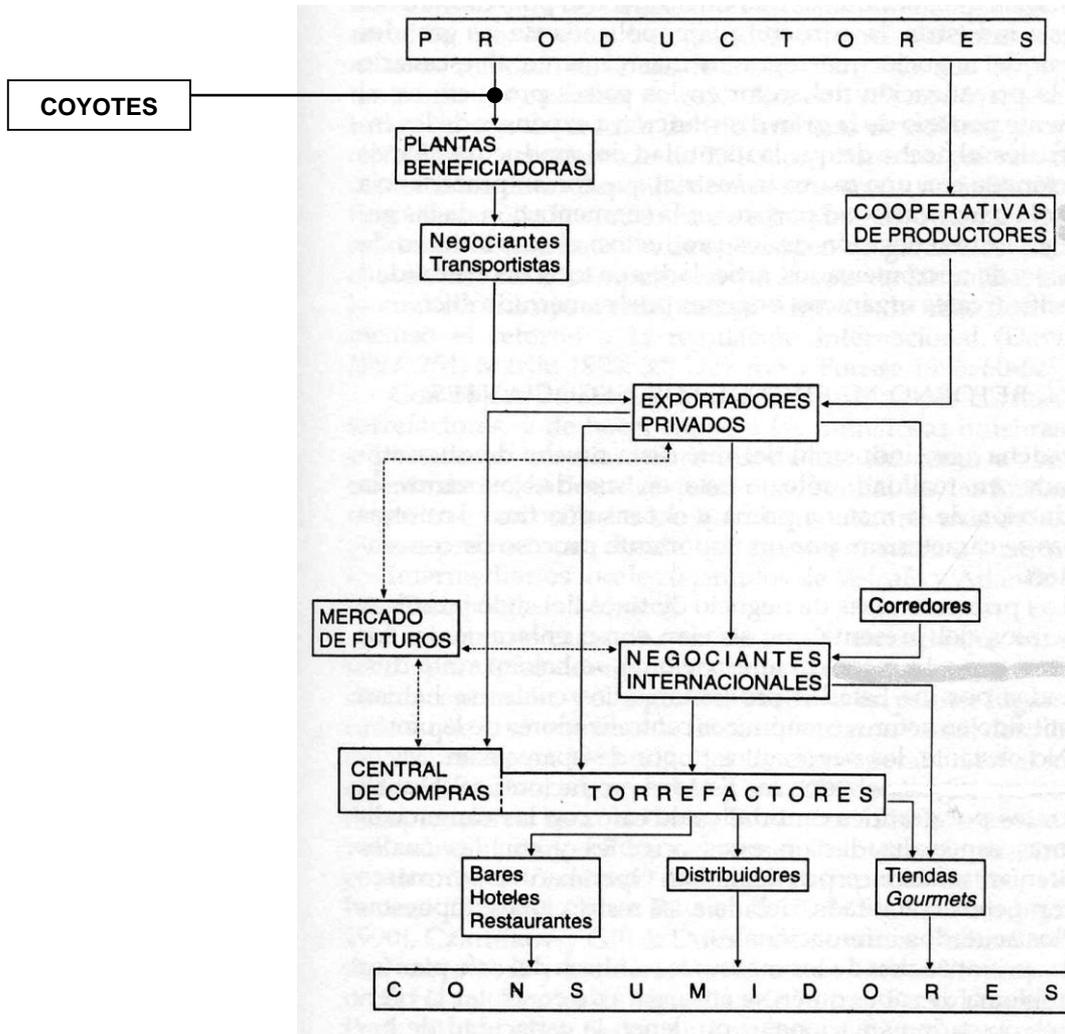
•Sistemas de Diferenciación del Producto

- Acceso al Mercado de Especialidades (Specialty Coffees).
- Acceso a Sistemas de certificación Orgánica y al Mercado de Productos Orgánicos.
- Acceso al Sistema de Certificación de Comercio Justo y acceso al Mercado de Comercio Justo (Fair Trade) ó Sistemas Alternativos (Códigos de Conducta = Iniciativas Conjuntas, Eurogaps, Utz Kaphe, otras)
- Acceso a Sistemas de Certificación de Café de Sombra (Bird Friendly, Shade Grown ó Eco O'kay)
- Café Sustentable

•Desarrollar y Aplicar Políticas Macroeconómicas

- Desarrollo de Estándares de Calidad (Sistemas de certificación de calidad).
- Existencia de Fondos de Estabilización
- Desarrollo de cuotas de Exportación a los países productores.
- Políticas de disminución de impuestos sobre los productores en países productores.
- Reducción de Aranceles a las Importación de café en los países importadores.

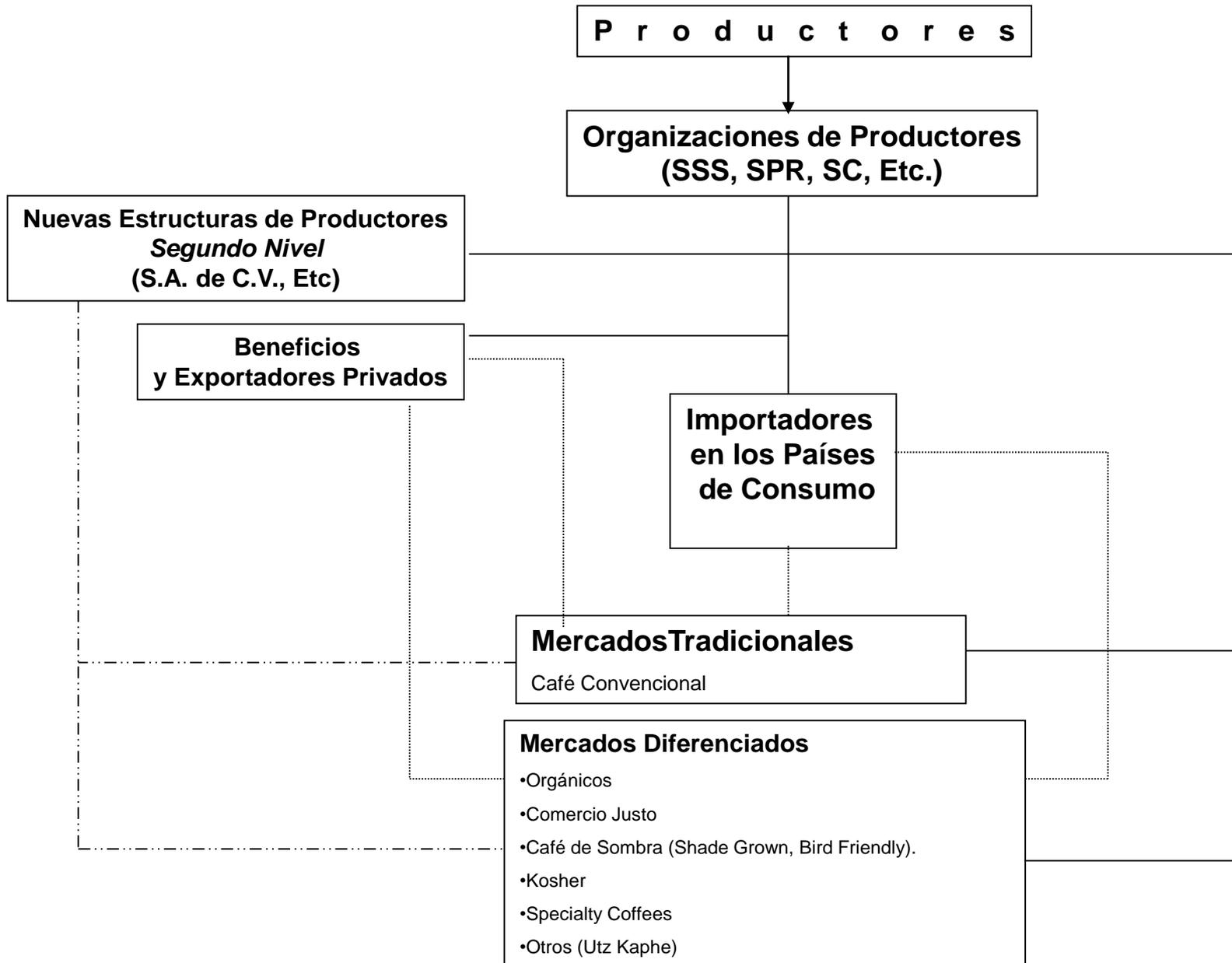
Canales Tradicionales de Comercialización



Este canal tradicional de comercialización tiende a atender las necesidades de abastecimiento del mercado normal de café (Convencional), el cual representa los riesgos más elevados al fijar el precio de café verde según lo determinado en la Bolsa de Valores de Nueva York (NY "C"= Mercado de Commodities).

Destaca el hecho de que el mercado de café bajo este sistema es altamente especulativo y hasta cierto punto, igualmente volátil.

Canales Alternativos de Comercialización



Algunos Conceptos Previos

Café orgánico: Es el que se produce con métodos amigables para el medio ambiente, que conservan el suelo y no hace uso de sustancias químicas sintéticas. El Café Orgánico se sujeta a un proceso de Certificación por una Agencia Acreditada; es conveniente que la agencia se encuentre acreditada bajo la ISO 65 o la DIN 45011(Europa).

- **Café de Comercio Justo:** Es el Café producido por Organizaciones de pequeños Productores que cumplen con criterios mínimos de Justicia Social, Democracia y Transparencia y que se encuentra comercializado bajo condiciones diferenciadas de precio. Los productores proveedores de este tipo de café se encuentran certificados, generalmente, por una sola agencia que administrar este sistema certificación para la producción, administración y comercialización. Esta agencia se encuentra localizada en Bonn, Alemania y se le conoce como FLO (Fair Trade Labelling Organization).

- **Café de Sombra (Bird Friendly-SMBC):** Es el que se cultiva bajo sombra y la cual cuenta con características claramente definidas. El manejo de las plantaciones se efectúa bajo criterios mínimos de conservación de su diversidad biológica o promoción del incremento de ésta. Las Plantaciones a certificarse como Café de Sombra Bird Friendly, deben de contar con una certificación Orgánica previa.

- **Café de Sombra (Bajo otros principios):** Existe café producido bajo sombra, pero que se encuentra manejado bajo condiciones de diversidad similares al anterior, pero un concepto de sustentabilidad de las plantaciones, el cual permite el “uso racional de Agroquímicos”. Este tipo de café no necesariamente es Orgánico.

Análisis de los Canales de Comercialización Alternativos

Cada uno de los conceptos anteriormente descritos, representan “Nichos” de mercado ó Mercados alternativos para los productores de café.

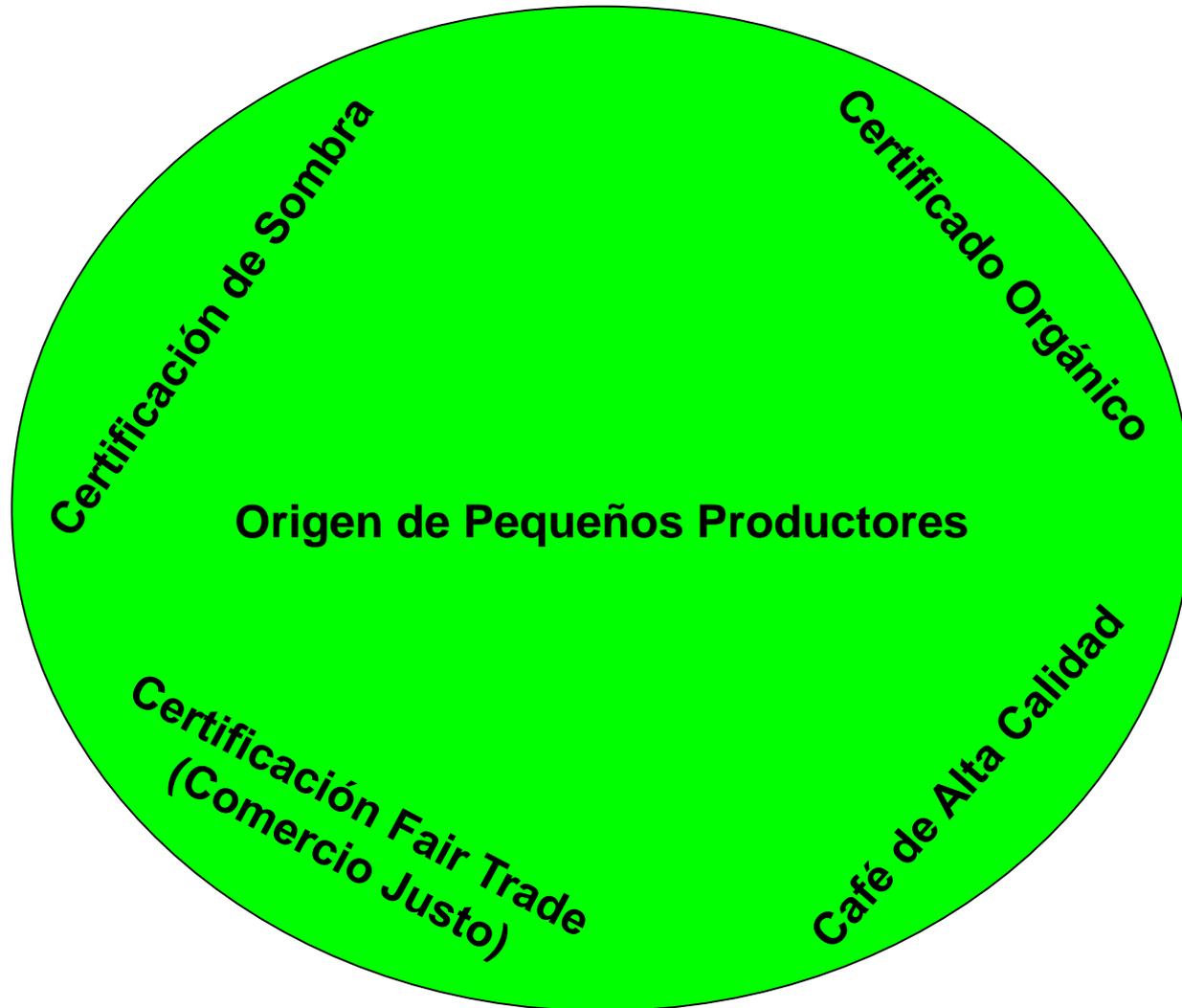
El acceso a esos nichos de mercado se obtiene diferenciando el café producido; es decir, garantizando que el café que se pretende comercializar cumpla con las características que ese mercado objetivo requiere.

¿Que es el Café Sustentable?

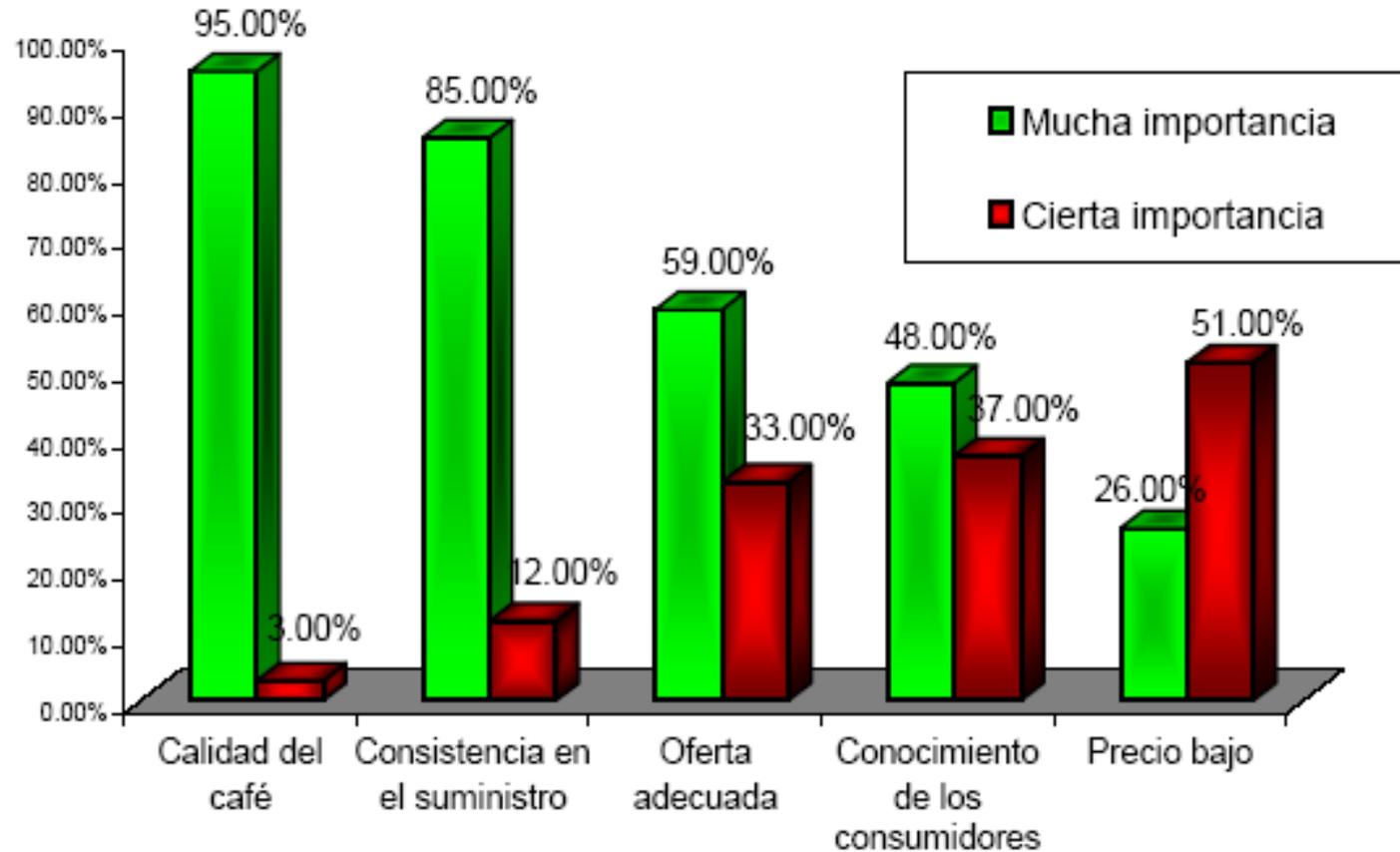
El termino de café sustentable se encuentra aun en discusión pero las tendencias son las siguientes:

- Para algunos sistemas de certificación el café sustentable se refiere al café que es producido mediante un manejo técnico del cultivo que lo mejore y que además exista un uso racional de agroquímicos. Algunos de estos sellos promueven mejores precios (relativos) para el café certificado.
- Otros otorgan al Café que cuenta con certificación Orgánica y certificación Fair Trade el termino de Café Sustentable.
- El concepto que los Pequeños Productores de Café de México están fortaleciendo es que se considere Café Sustentable, al café producido por pequeños productores que cuente con Certificación Orgánica, Certificación de Sombra y Certificación Fair Trade. Con lo cual se garantiza que cumple con criterios mínimos de Producción, Ambientales y de Justicia Social.

CAFÉ SUSTENTABLE



Importancia de los atributos (%) para la compra/venta de café sustentable



Fuente: Daniele Giovannucci, Encuesta sobre café sustentable en el mercado de especialidad de América del Norte. Mayo de 2001

El Mercado Orgánico

El mercado orgánico es uno de los mercados alternativos más desarrollados y con mayor presencia en todos los países del mundo, incluso dentro de los mercados de los propios países productores. Este mercado crece a un ritmo del 20 al 30% anual. Los diferenciales pagados se encuentran entre 15 y 30 dólares por quintal de café oro calidad europea.

Este mercado que represento en el año 2000 montos anuales de ventas de alrededor de 286 millones de dólares para un volumen estimado de 5,390 toneladas, unos 118,600 quintales (Giovannucci, 2001), esto tan solo en el Mercado de los Estados Unidos.

Para acceder a este mercado se requiere que los productores se ajusten a los criterios (Normas) de producción, procesamiento, manejo y etiquetado, desarrollados por cada uno de los países consumidores.

Algunos ejemplos de estas normas son:

1. Normas mínimas generales desarrolladas por la Federación de Movimientos de Agricultura Orgánica (IFOAM).
2. Programa Nacional Orgánico (“NOP” por su nombre en Ingles), que corresponde a productos a comercializarse dentro de los Estados Unidos.
3. Reglamento Europeo 2092/91.
4. Estándar Para la Agricultura Japonesa (“JAS”) que corresponde a productos a ser importados al mercado Japones.

¿QUIEN CERTIFICA EL CAFÉ ORGÁNICO?

OCIA, cuenta con una acreditación ISO-65 y es una de las certificadoras más conocidas dentro del mercado americano. Esta agencia cuenta con sus propios estándares, pero también certifica utilizando como base los reglamentos siguientes: “NOP”, “JAS”, UE2092/91, Shade grown (SMBC).



Naturland, es una de las certificadoras más conocidas en el mundo, realiza muchas actividades de promoción de su sello.

Cuenta con acreditación ISO-65, pero básicamente en Europa es conocida más a nivel comercial. Certifica utilizando criterios propios, UE2092/91 y NOP.



IMO-Suiza. Comercialmente es muy débil. Cuenta con acreditación ISO-65 no obstante es reconocida por su trabajo de campo realizando inspecciones bajo las normas: UE2092/91, NOP. Cuenta con un trabajo estrecho con Naturland.

IMO-CHEIZ

Certimex S.C. Es una certificadora Mexicana. Cuenta con Acreditación ISO-65. Inspecciona y certifica bajo los reglamentos: Propios y UE2092/91

CERTIMEX S.C.

Café de Comercio Justo

En el 2002. Este mercado represento volúmenes de venta de alrededor de 16,000 TM. En cerca de 20 países. Tan solo en los estados unidos el volumen de importaciones representaron 4,600 TM en ese mismo año lo que significo un incremento de 45% con respecto a las importaciones del año anterior.

País	Promedio de crecimiento anual del mercado
Austria	8
Bélgica	11
Dinamarca	0
Francia	88
Finlandia	18
Alemania	-2
Gran Bretaña	12
Italia	14
Holanda	0
Noruega	78
Suecia	27
Suiza	-2

Promedio de crecimiento anual de mercado en Países Europeos, entre 1,999 y 2,001.

Fuente: Lewin Bryan Lewin. Coffe Markets. New Paradigms in Global Supply and Demand. The World Bank and ARD. 2004.



FAIRTRADE LABELLING ORGANIZATIONS INTERNATIONAL

COMERCIO JUSTO MÉXICO A.C.



¿QUÉ PRECIOS ME GARANTIZA ESTE MERCADO?

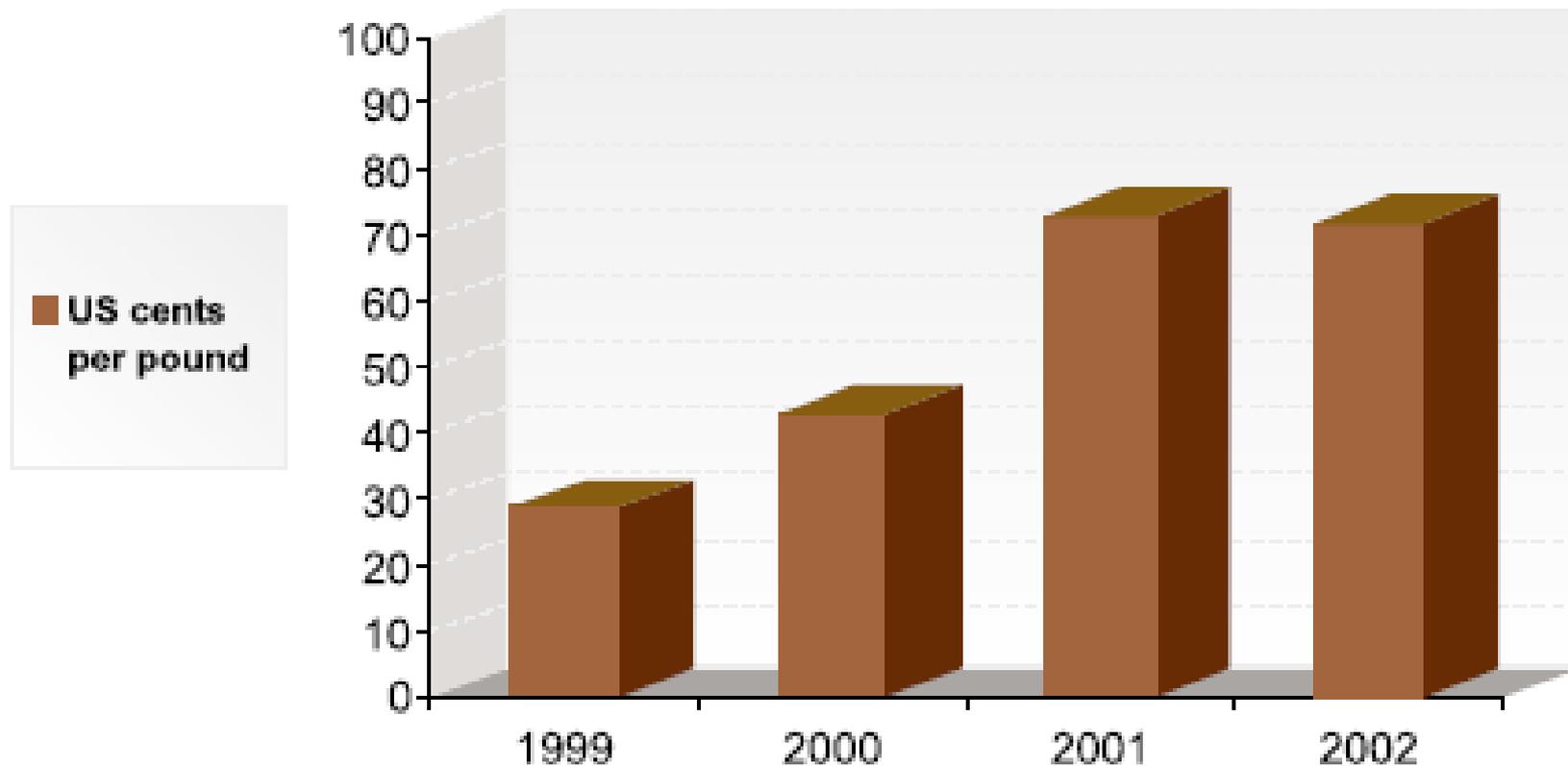
Comercio Justo (FT): Precio Mínimo (121USD) + Premio Desarrollo (5USD) = **126usd**
(No Orgánico)

Comercio Justo (FT): Precio Mínimo + Premio Desarrollo + Prem. Orgánico = **141usd**
(Orgánico) 121usd + 5usd + 15

Consumo Europeo de Café Sustentable en TM



Promedio de centavos de Dólar adicionales sobre el valor de el precio NY "C" recibidos por ventas bajo condiciones de Comercio Justo



Volumen de Organizaciones y Productores que Participan dentro del Mercado de Comercio Justo

Países	Organizaciones	Productores
Bolivia	17	4,176
Brazil	3	5,140
Cameroon	1	600
Colombia	17	11,985
Congo	2	20,552
Costa Rica	2	4,075
Dominican Republic	2	5,706
East Timor	1	19,282
Ecuador	1	373
El Salvador	3	928
Ethiopia	1	7,107
Guatemala	15	25,487
Haiti	7	6,881
Honduras	20	31,617
Indonesia	1	496
Mexico	36	35,046
Nicaragua	5	4,157
Papua New Guinea	3	2,767
Peru	15	20,031
Rwanda	1	450
Tanzania	6	173,985
Thailand	1	120
Uganda	2	123,000
Venezuela	4	866
TOTAL	162	504,827

Fuente: FLO, Registro al 2003

CAFÉ DE SOMBRA

SHADE GROWN

SMITHSONIAN MIGRATORY BIRD CENTER

Los criterios desarrollados por este ONG son los más sólidos y estrictos, lo que representa una fortaleza para los productores certificado bajo este sistema.

Esta ONG mantiene convenios con inspectores orgánicos y/ó agencias de Certificación Orgánica a quien les delega la inspección para la verificación del cumplimiento de criterios.

Los diferenciales obtenidos son adicionales a los obtenidos por la certificación orgánica y de Fair Trade y los montos van desde 2 a 6 dólares por quintal de café oro calidad Europea.

Conservación Internacional

Ha desarrollado criterios propios y basicamente certifica sustentabilidad. Es decir el café certificado Eco-OK ó Eco-Friendly no puede ser considerado como Orgánico.

Este sistema de certificación es muy débil y no garantiza diferenciales sustanciales.



ECO-OK
Eco-Friendly

Se considera que al año 2002 existían 72 importadores en Norte America que comercializaron en ese año cerca de 2.1 millones de Libras de Café de Sombra; del anterior volumen su valor estimado al detalle es de 24.8 millones de dólares.

Considerando la suma del Café Reportado para el año 2002 dentro del mercado de Norte America, con los diferentes sellos: Orgánico, Comercio Justo (Fair Trade) y de Sombra (Shade Grown); se estima que el volumen total de ventas asciende a 11.2 millones de Libras (112,000 Qq. de Café Oro), del cual se obtiene un valor aproximado de venta al detalle de usd152 millones de dólares.

El estudio de mercado realizado por Giovannucci en el 2001, reporta que al preguntarse a los diferentes actores de la industria de café a cerca de esperaban que sucediera con los mercados de los cafés diferenciados se obtuvieron los resultados expresados en la grafica.

