



# El mercado internacional del café



## La industria mundial del café

- A nivel mundial en el año 2011 se produjeron cerca de 8 millones de toneladas de café, de las cuales 6,2 millones fueron exportados
- Brasil, Vietnam, Colombia e Indonesia producen el 60 por ciento del café mundial
- 25 millones de pequeños productores producen el 80% del café en el mundo
- El café es el medio de vida de otros 100 millones de personas en los países productores
- El mercado mundial del café tuvo un volumen de 71 mil millones de dólares en el 2011
- Los países productores de café ingresaron 23,6 mil millones de dólares de sus exportaciones de café en 2011

## Por qué se necesita el Comercio Justo

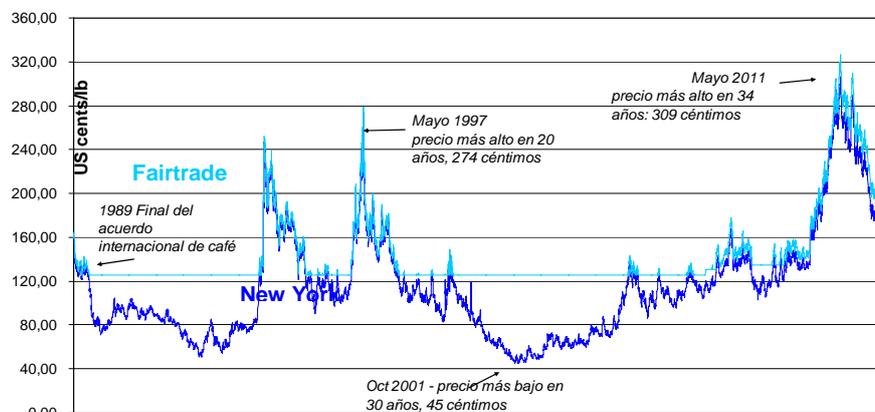
### Los caficultores no consiguen un precio justo

- La mayor parte del dinero del café se mueve en los países consumidores por el proceso de tostado, mezclado y empaquetado – los productores suelen recibir menos del 10 por ciento del precio de venta de un paquete de café de café tostado y molido.
- Los precios mundiales del café marcaron su nivel más alto en 32 años en el 2011, a 309 centavos/libra. Pero los caficultores ven poco crecimiento de sus ingresos reales. Los comerciantes, procesadores, exportadores, y colectores de impuestos gubernamentales recogen cada uno su parte antes de que los productores reciban su pago y ellos mismos también tienen que hacer frente a un aumento de los gastos de cultivo y de vida.

### Precios volátiles llevan a la inestabilidad económica para los caficultores:

- Los precios mundiales del café se fijan en las bolsas de materias primas de Nueva York y Londres.
- Los precios del café fluctúan de manera significativa (gráfica 1), bajando a menudo por debajo del coste de producción.
- Eso hace difícil para los caficultores predecir ingresos, elaborar presupuestos para gastos del cultivo, y mantener a sus familias.
- La producción del café – y los precios- son muy sensibles a las condiciones climatológicas. Un tiempo favorable lleva a una producción alta, lo cual, combinado con una demanda baja, empuja los precios a la baja. Al contrario, un tiempo desfavorable, una producción baja y una demanda alta empujan los precios a la alza.
- Especuladores – fondos de accionistas que apuestan sobre los movimientos del precio- aumentan la volatilidad de los precios.

Gráfico 1: Mercado café arábica 1989-2012: Comparación precios Fairtrade y Nueva York



NB: Precio Fairtrade = Precio Mínimo del Comercio Justo de 140 céntimos/libra + Prima de 20 céntimos/libra  
 Cuando el precio de Nueva York está a 140 céntimos o por encima, el precio de Comercio Justo = precio de Nueva York + 20 céntimos

## Las comunidades de café necesitan desarrollo urgente

- Las fincas de café están a menudo localizadas en zonas rurales remotas con un acceso insuficiente al agua potable, la educación, atención sanitaria y electricidad.
- Los caficultores suelen sobrevivir con menos de 2\$ al día. Para poder hacerlo, complementan sus ingresos del café con otros cultivos comerciales como plátanos, o criando ganado, haciendo trabajos temporales y gestionando pequeñas empresas.
- Se enfrentan al alza de precios de los insumos, la comida, el petróleo, el transporte, las tasas escolares y las facturas médicas.

### Los caficultores son el eslabon en la cadena de valor del café

- Muchos productores recogen sus cosechas de café y lo venden enseguida a comerciantes locales, los llamados coyotes. Son con frecuencia agentes de procesadores, exportadores o negociantes internacionales.
- En el mejor de los casos, los caficultores se encargan en la finca de la primera fase del proceso y venden el café pergamino a su cooperativa local que lo sigue procesando y lo exporta como café verde.
- La falta de conocimiento del mercado puede dejar a las organizaciones de caficultores con poco poder de negociación frente a los comerciantes y hace más probable la venta del café por debajo del precio del mercado.
- Las lucrativas actividades de tueste y de empaque se realizan principalmente en los países consumidores.
- El del café es un mercado altamente concentrado: Cuatro empresas - ECOM, Louis Dreyfus, Neumann y VOLCAFE - controlan alrededor del 40 por ciento del comercio mundial del café.<sup>1</sup>
- Lo mismo ocurre con los tostadores y las comercializadoras, cinco empresas - Kraft, Nestlé, Sara Lee, Procter & Gamble y Tchibo controlan la mitad del mercado global.<sup>2</sup>

## Cómo funciona Fairtrade

### El Comercio Justo apoya el empoderamiento de los caficultores

El Comercio Justo tiene la singularidad de dar a los productores el poder de enfrentarse a los retos sociales y medio ambientales claves asegurándoles un precio justo y un ingreso adicional, el Premium Fairtrade. El Premium se invierte en la mejora de las instalaciones de procesamiento que redunda en mayores beneficios o en proyectos para la comunidad como clínicas, aulas y agua potable. El Comercio Justo también apoya los productores a través del fortalecimiento sus cooperativas, que proporcionan a sus miembros servicios técnicos y de marketing y ponen en marcha programas que aumenten el rendimiento y la calidad, permitiéndoles ofrece un suministro de café constante, seguro y sostenible a las empresas cafeteras.

### Demanda en aumento, suministro incierto

- La producción del café se ve cada vez más trastornada por los efectos del cambio climático – como la extensión de plagas y enfermedades, temperaturas más altas, lluvias irregulares o periodos de sequía. Algunas zonas de cultivo se volverán probablemente cada vez menos fértiles o totalmente inutilizables para el cultivo del café, poniendo en riesgo enormemente el sustento de los pequeños productores – personas que tienen poca responsabilidad por las causas del cambio climático pero son los más vulnerables a sus consecuencias y están menos equipados para gestionarlo.
- En contraste con los récords de precios bajos y los excedentes de café de hace una década, el tiempo desfavorable en las regiones productoras, el aumento del consumo en los países exportadores y unos suministros restringidos han llevado a unos precios altos sin precedentes, con la perspectiva de unos ingresos muy mejorados para los cultivadores.
- Pero décadas de precios bajos e inestables han dejado un legado de organizaciones de caficultores endeudadas con pocos recursos para invertir en apoyo técnico para sus miembros. A muchos caficultores les faltan el aliciente y los recursos para invertir en replantar sus campos o comprar los insumos, caros y necesarios para el cultivo de plantas de alta calidad. Además los jóvenes no ven futuro en el café y están abandonando la agricultura para buscar trabajos mejor pagados en otros sitios.
- En último término, las empresas cafeteras están arriesgando el futuro de sus negocios por no apoyar suficientemente a los productores en su cadena de suministro.

Disposiciones claves y objetivos de los Estándares de Fairtrade:

- El café de Comercio Justo proviene de cooperativas de pequeños productores con estructuras democráticas
- Un precio mínimo de 140 centavos de dólar por libra de café arábica certificada Fairtrade o el precio de mercado si este es superior.
- Un precio mínimo de 101 centavos de dólar por libra de café robusta certificada Fairtrade, o el precio de mercado si este es superior.
- Un Premium Fairtrade adicional de 20 centavos de dólar por libra para inversión en proyectos a favor de la comunidad, el desarrollo del negocio y el medio ambiente.
- 30 centavos por libra además para café Fairtrade con certificación orgánica

<sup>1</sup> Banco Mundial, Informe de Desarrollo Mundial 2008, 2007, p.136 En 1998, las dos empresas comercializadoras de café (Neumann y VOLCAFE) controlaban 29 por ciento del mercado y las seis empresas más grandes controlaban el 50 por ciento. Después de la fusión de una serie de empresas, en el inicio de 2000, los tres grupos más grandes controlaban alrededor del 45 por ciento; Agritrade, Resumen ejecutivo. Café, Septiembre 2008, p.8.

<sup>2</sup> Cifras comunicadas por varias fuentes. El Banco Mundial nota que las cuatro tostadoras más grandes controlan 45 por ciento del mercado; Informe de Desarrollo Mundial 2008, 2007, p.136. Otros analistas escriben que dos corporaciones, Kraft y Nestlé, controlan 49 por ciento de la industria tostadora; Benoit Daviron y Stefano Ponte, The coffee paradox: Global markets, commodity trade and the elusive promise of development , Zed, Londres, 2005

- Pre- financiación de hasta el 60 por ciento del precio de compra.
- fomento de relaciones comerciales a largo plazo y relaciones empresariales sostenibles.
- Los estándares medio ambientales promueven prácticas agrícolas sensatas, centradas en hacer un uso reducido y prudente de los agroquímicos, en una gestión apropiada y segura de los residuos, el mantenimiento de la fertilidad del suelo y de los recursos hídricos así como la prohibición de organismos genéticamente modificados.
- El trabajo forzado y el trabajo infantil están prohibidos.

#### **Impacto del Comercio Justo en los caficultores:**

Hay 329 organizaciones de productores de café certificadas de Comercio Justo que representan a más de medio millón de caficultores en 28 países de África, Asia y América Latina.

Vendieron 103 000 toneladas de café de Comercio Justo en 2009/2010, generando 23,3 millones de dólares de Premium Fairtrade para invertir en los proyectos elegidos por sus socios.<sup>3</sup>

#### **Algunos ejemplos:**

La cooperativa CECOVASA en Perú ha equipado su oficina con ordenadores, impresoras y fotocopiadoras; ha construido un laboratorio de cata y ha puesto en marcha un programa de control de calidad. Además ha comprado nuevo equipamiento agrario. Como resultado de estas inversiones los caficultores reciben un precio más alto por su café premiado y miles de familias han sido capaces de mandar sus hijos a la escuela.

La cooperativa Gumutindo en Uganda ha ayudado a sus 6000 miembros a mejorar la calidad de su café y a pasarse al cultivo orgánico. El Premium Fairtrade se ha utilizado para montar un almacén de café, construir una escuela secundaria, proteger las fuentes naturales de agua, construir y arreglar las carreteras secundarias y brindar capital para reducir la necesidad de préstamos caros.

La cooperativa Mzuzu en Malawi se está enfrentando con el cambio climático plantando árboles de sombra, construyendo terrazas en los campos y plantando hierbas para retener la humedad y combatir la erosión del suelo. Se ha construido alojamiento para atraer maestros a la región en beneficio de los niños y niñas.

Los miembros de la cooperativa Gikanda en Kenya han renovado su planta procesadora de café y están invirtiendo en mejorar la calidad y la productividad. Un nuevo consultorio proporciona atención sanitaria asequible para pacientes que de otro modo estarían forzados a enfrentarse a una caminata de 8 km hasta el dispensario más cercano, y aulas de la escuela han sido renovadas y ampliadas, permitiéndoles matricular a más alumnos.



Instalaciones de la cooperativa Gumutindo en Uganda

<sup>3</sup> Datos de finales del 2010

### Consumidores responsables:

Los consumidores y consumidoras de España se preocupan por el impacto de sus compras y quieren asegurarse que los productos que proceden de países en desarrollo se han producido de manera ética y responsable. En una encuesta reciente más del 80 por ciento de los consumidores de España indicó que las empresas deberían proteger el medio ambiente e asegurarse de que los agricultores y trabajadores reciben pagos justos y tienen condiciones de trabajo seguras.<sup>(3)</sup> El reconocimiento del Sello Fairtrade ha crecido al 40% en España y 8 de cada 10 consumidores recomendarían productos Fairtrade a sus amistades y familiares.

Elegir productos Fairtrade ofrece a los consumidores una oportunidad sencilla y cercana de reducir la pobreza a través de sus compras diarias.



### Fairtrade tiene sentido comercialmente

Las empresas que trabajan con Fairtrade invierten en relaciones comerciales a largo plazo con sus proveedores para garantizar un suministro fiable y consistente de granos de café. Al responder a la petición del consumidor de tratar de manera justa a los proveedores y respetar el medio ambiente, las empresas llegan a una situación doblemente positiva en la cual hacer las cosas correctas aumenta a la vez su imagen de marca. Gracias al alto nivel de confianza por parte de los consumidores y al control independiente, el Sello FAIRTRADE puede jugar un papel importante para los negocios en gestionar la imagen de sus marcas a ojos de los consumidores y en demostrar su compromiso con la sostenibilidad.

<sup>3</sup> Globe Scan 2011



**Fairtrade España**  
c/Gaztambide 50  
28026 Madrid  
[www.sellocomerciojusto.org](http://www.sellocomerciojusto.org)

### Un mercado de Comercio Justo en aumento.

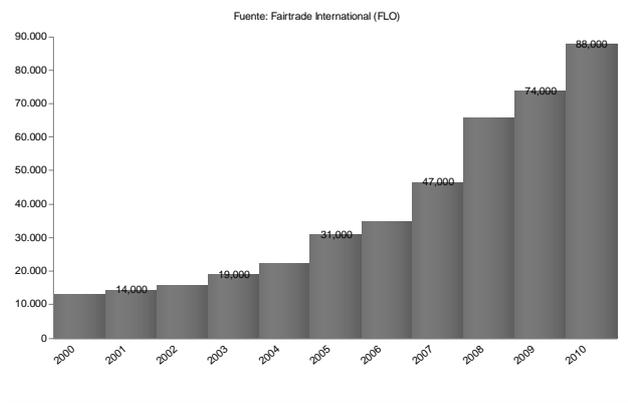
En el año 2010 las ventas mundiales de café de Comercio Justo alcanzaron las 88 000 toneladas, un aumento del 19% en comparación con el año anterior.

En España los consumidores compraron café Fairtrade por 10,5 millones de Euros, 7 veces más que en el 2006, el primer año de funcionamiento de Fairtrade en España.

A nivel mundial más de 1.400 empresas tienen licencia para vender café Fairtrade, 21 de ellas están en España.

### Desarrollo ventas café Fairtrade a nivel mundial

(en toneladas)



*Texto elaborado a base de traducción del inglés de Claire Estor*

