

# INFORMES DE COMBATE: CAFE

por Carro de Combate 

## DATOS BÁSICOS

**Producto:** Café.

**Materias primas de origen:** Planta de café, arábica o robusta.

**Principales productores:** Brasil, Vietnam, Indonesia, Etiopía, India, México, Honduras, Perú, Guatemala.

**Principales importadores:** Estados Unidos, Alemania,

Francia, Japón e Italia.

**Producción anual mundial:** 7 millones de toneladas.

**Consumo mundial:** Alrededor de 1,3 kg de café por persona y año.

**Productos en los que se encuentra:** bebidas, postres, licores, abono, cosmética, farmacia.

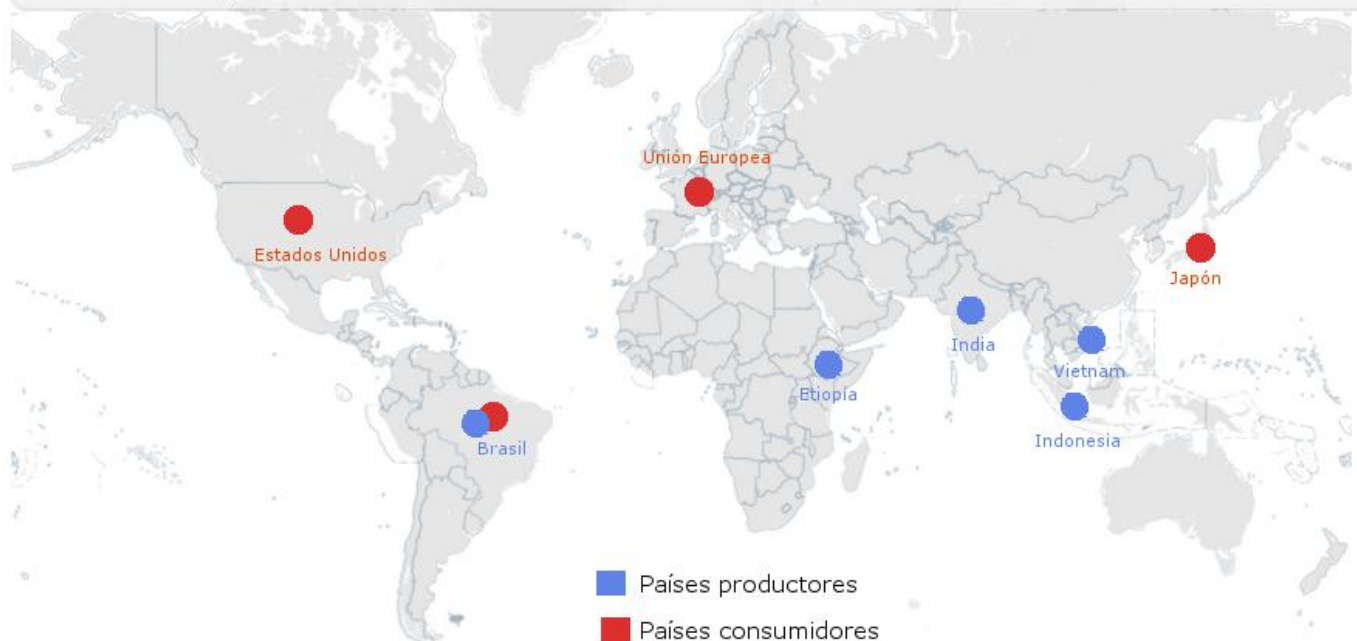
## INTRODUCCIÓN

El café es un árbol bajo que da unos pequeños frutos rojos en cuyo interior se guarda el grano de café. La popular bebida que de esos granos se obtiene no sólo es parte imprescindible en el desayuno o sobremesa de muchos países, sino también un acto social para muchos pueblos.

Es también un gran negocio, que en 2011 movió 71.000 millones de dólares, según datos de FairTrade, de los que 23.600 millones fueron exportaciones de café de los países productores. La mayor parte de la producción de café corresponde a pequeños productores: unos 25 millones de campesinos producen el 80% de café en el mundo. Además, el café da trabajo a otros 100 millones de personas en los países productores y supone hasta el 70% de las exportaciones para algunos países.



## Cadena de producción del café



## CARACTERÍSTICAS

### A) De dónde procede el café

El café es un árbol bajo que da unos pequeños frutos rojos en cuyo interior se guarda el grano de café. Su historia comienza en Etiopía. Cuenta la leyenda que, en la antigua Abisinia, un pastor observó el efecto tonificante que unos pequeños frutos rojos tenían en sus cabras. En el siglo XVII, comenzó a llegar a Venecia, y después a Marsella, Londres, Amsterdam. Ya en el siglo XVIII, los europeos llevan el café a las Antillas y las Guayanas, hasta llegar a Brasil.

Tres siglos después, el café sigue siendo una metáfora de la desigualdad social en el planeta. “El café beneficia mucho más a quienes lo consumen que a quienes lo producen. En los Estados Unidos y en Europa genera ingresos y empleos y moviliza grandes capitales; en América Latina, paga salarios de hambre y acentúa la deformación económica de los países puestos a su servicio”, escribió Eduardo Galeano en 'Las venas abiertas de América Latina' (1971). Países en desarrollo africanos, latinoamericanos y asiáticos exportan café que procesan, distribuyen y comercializan grandes corporaciones del Norte.

### B) Dónde puede encontrarse

Además del grano tostado o soluble para preparar la popular bebida, el café aparece en bebidas frías, helados,

licores, dulces y caramelos. Pero la planta del café tiene otros usos, como abono orgánico (pulpa de los rutos), alimento para ganado, curtiembre (taninos) y perfumería. La cafeína se utiliza también en cosmética y en medicamentos como los analgésicos.

## EL SECTOR

### A) Mercado internacional

La industria del café mueve unos 71.000 millones de dólares anuales, según los datos de FairTrade para 2011. El principal rasgo del mercado internacional del café es el desequilibrio entre los países productores y los consumidores. Los primeros se encargan de cultivar, cosechar y de una primera transformación para liberar el grano y separarlo del fruto; lo que de ahí se obtiene es el llamado “café verde”-; a menudo, son los países consumidores los que proceden al tostado y envasado del producto. La distribución de los beneficios es profundamente desigual: hacia el año 2000, los productores se quedaban con un 13% de los beneficios, frente a un 78% para los países consumidores.

El cafeto comprende decenas de variedades, pero dos son las más cultivadas y comercializadas: el café arábigo, originario de Etiopía, que representa el 70% de la producción mundial y que es el más extendido en América Latina; y el robusta, que se presume originario de África o Indonesia, y que tiene un precio más bajo. Esta variedad es de mucha peor calidad, pero con las

## La guerra de Starbucks en Etiopía

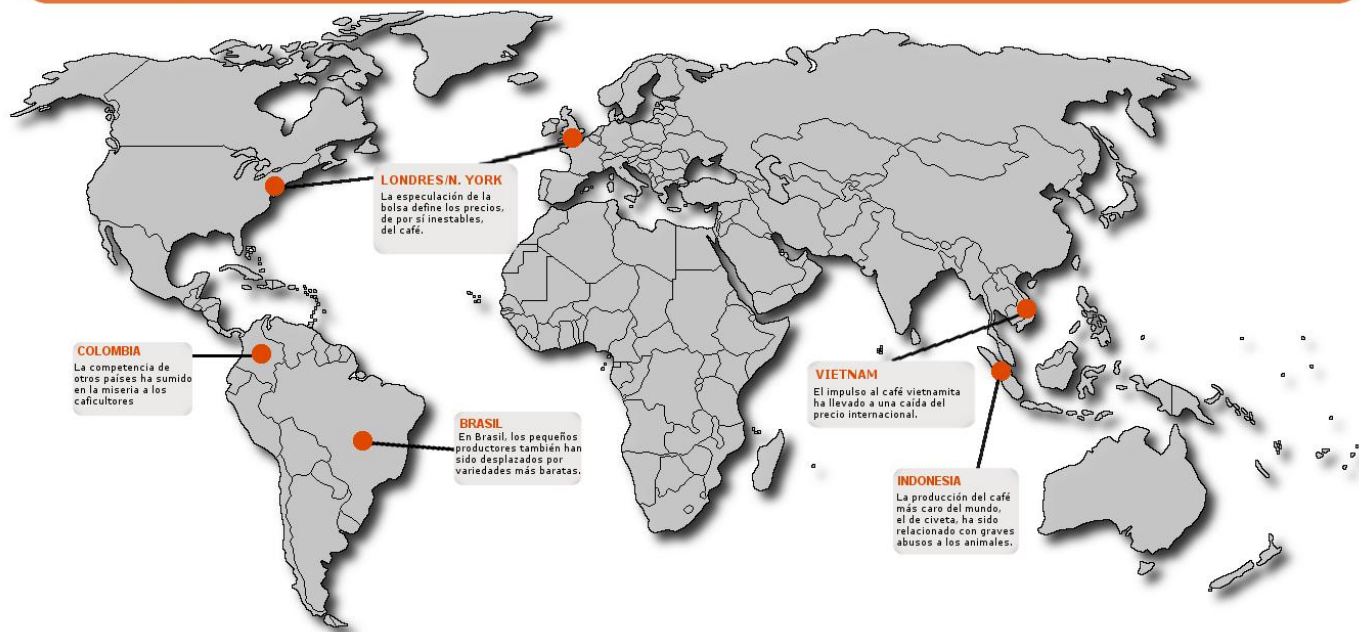
Etiopía es la cuna del café y, todavía hoy, uno de los mayores productores del mundo. Unos 15 millones de personas, la cuarta parte de los etíopes, viven de este 'oro negro', que supone alrededor de la mitad de las exportaciones del país. A comienzos de los años 2000, la espectacular caída de los precios del café viró en una tragedia económica para Etiopía. En esas condiciones, el Gobierno etíope impulsó un programa en 2006 que pretendía ganar control sobre el comercio de su café y asegurar sus derechos sobre los nombres de sus variedades más conocidas: Sidamo, Harar y Yirgacheffe. Esto permitiría a los caficultores etíopes poner precios más altos a su café.

Starbucks dio la batalla: elevó una protesta y consiguió que la solicitud del país africano en la Oficina de

Patentes y Marcas estadounidenses fuese denegada, para poder colocar esos nombres en sus productos sin pagar más a los productores. Unos meses después, y tras una intensa campaña de organizaciones como Intermón Oxfam, Starbucks terminó aceptando que Etiopía registre las denominaciones de origen de sus mejores cafés.

Desde entonces, la estrategia de Starbucks ha colocado el énfasis en la responsabilidad social corporativa. Según la compañía, el 93% del café comprado en 2012 posee el sello de Fairtrade. Además, la compañía desarrolla programas de apoyo locales a agricultores y otorga créditos, si bien algunas voces críticas alertan sobre los riesgos de endeudamiento que los campesinos adquieren de esta forma.

## Mapa Negro del café - Principales abusos del sector



nuevas técnicas, el consumidor no apreciaba tanto la diferencia. Así que, a partir de entonces, las grandes empresas del sector disminuyeron sus costos, un abaratamiento que no se tradujo en los precios que pagan los consumidores finales, sino en los mayores beneficios de multinacionales como Nestlé y Sara Lee.

En 1994, la baja cosecha obtenida en Brasil posibilitó la entrada en el mercado de nuevos competidores. El Fondo Monetario Internacional (FMI) incentivó al gobierno vietnamita a subvencionar a sus caficultores; aunque era café robusta de muy baja calidad, las nuevas tecnologías permitían utilizarlo. En 2000, Vietnam se había convertido en el segundo exportador mundial de café, en detrimento de países latinoamericanos productores de café de mayor calidad, como Colombia.

### B) Principales empresas

En España, el mercado del café se lo reparten tres compañías: Sara Lee ostenta el 26 por ciento del mercado, frente al 23 por ciento de Nestlé y el 19 por ciento de Kraft. Es decir, tres multinacionales controlan cerca del 70 por ciento del mercado nacional. Las marcas blancas también tienen un papel importante.

A nivel internacional, el café lo envasan, distribuyen y comercializan grandes corporaciones, en oposición al pequeño tamaño de los productores; esto es determinante en la desigual negociación de los precios como veremos más adelante. Por otro lado, resulta destacable el papel definidor de la demanda de las grandes cadenas de cafeterías: Starbucks está al frente, con 17.800 locales en 49 países.

## LA CADENA

### Impacto social y medioambiental

#### A) Impacto social de la industria de la fruta

El problema de la desigual distribución de los beneficios es común a la mayor parte de los alimentos; el café no es una excepción. Un informe de International Assessment of Agricultural Science and Technology for Development (IAASTD) aporta la cifra: el café por el que se le paga 0,14 dólares a un productor en Uganda, costará 42 dólares en una cafetería inglesa. El precio se ha multiplicado por 300 y, según ese mismo estudio, el gran salto en el precio se produce en la fase de distribución: de dos dólares al salir de la fábrica, ya procesado, a más de 25 que cuesta en el supermercado.

#### B) Impacto medioambiental

El cultivo de café no tiene por qué ser negativo, sino todo lo contrario: los tradicionales cultivos de café “a la sombra”, así denominados porque conviven con árboles más altos, se caracterizan por su biodiversidad y la elevada presencia de aves migratorias. Muy distinto es el caso de los monocultivos de café o cultivos al sol, que suponen ya alrededor del 40 por ciento de los cultivos de café en América Latina.

El monocultivo suele ir asociado al abuso de pesticidas y herbicidas, pues una amplia cantidad de tierra dedicada a un solo cultivo expone al agricultor a mayores riesgos de plagas, lo que le obliga a usar más agroquímicos. Éstos degradan los suelos y contaminan el agua. Además, como en todos los monocultivos, es frecuente que en los países en desarrollo se devasten kilómetros de selvas y bosques



## Una 'commodity' que cotiza en bolsa

El café es una 'commodity', es decir, una materia prima poco elaborada que no suele presentar diferencias importantes entre la oferta de uno u otro productor. Y como la mayor parte de commodities, el café cotiza en el mercado internacional: en la bolsa de Nueva York, cotiza el café arábigo; en Londres, la variedad robusta. En términos globales, el café es la segunda 'commodity' más importante, por detrás sólo del petróleo.

La especulación en los mercados a futuro ha venido a empeorar un problema que ya existía con el café: la inestabilidad de los precios es consustancial a este cultivo, porque es -sobre todo la variedad arábigo, de mucha mejor calidad- muy sensible a las condiciones climatológicas y a las plagas.

Frente a la rapidez con la que se mueven los precios, los caficultores no pueden reaccionar con la misma presteza: el café es un árbol que tarda entre dos y cuatro años en comenzar a dar frutos, y una vez lo hace, garantiza la cosecha durante veinte años. Así que, ante una caída en los precios internacionales del café, el efecto inmediato no es una disminución de los cultivos, sino el empobrecimiento masivo de millones de familias campesinas, como pasó en varios países de América Latina, como Colombia y Perú, en los años 90.

Esta concentración del mercado presiona los precios de la materia prima a la baja, por lo que los pequeños productores no pueden competir con los grandes y acaban vendiendo sus plantaciones. En la actualidad, cuatro grandes empresas controlan el mercado mundial de zumo de naranja: Citrusuco, Cutrale, Cargill y Louis Dreyfus. En las tierras controladas por las grandes marcas, los trabajadores cobran al peso unos salarios que la mayoría considera insuficientes. El trabajo es además estacional y los accidentes, casi siempre por caídas de las altas escaleras que se sujetan de forma inestable a las copas de los árboles, no suelen estar cubiertos por los empleadores, suponiendo a menudo el despido del trabajador.



para aumentar la extensión dedicada a los cultivos en los que se basan sus economías. Y esta dependencia, es necesario destacarlo, ha sido fomentada y recomendada por organismos multilaterales como el Banco Mundial o el Fondo Monetario Internacional (FMI).

Los pesticidas y fertilizantes tienen también peligrosos efectos para los agricultores que los aplican. Según un informe del Observatorio de Corporaciones Transnacionales de IDEAS, en Brasil es frecuente el uso de Baysiton de Bayer, que ha sido prohibido en algunos países por su toxicidad. En Brasil es legal, pero sólo si se aplica bajo estrictas condiciones de seguridad, como uso de protectores corporales y mascarillas, a los que muchas veces los campesinos no tienen acceso en los cafetales. El café descafeinado añade a estos efectos una mayor contaminación, puesto que a veces se usa cloruro de metileno para disolver la cafeína.

Otro problema, que llega al final del ciclo de vida del producto, son los desechos. El café suele venderse en envases muy contaminantes, que contienen aluminio (bauxita). Además, cada vez más establecimientos venden café en vasos desechables, y, en los hogares, se ha disparado el consumo de café en cápsulas.

### CONSUMO

Los efectos del café, muchas veces demonizado, otras veces todo lo contrario, han sido objeto de controversia. Aquí, como tantas veces en el mundo de la nutrición, los estudios científicos pueden ser contradictorios; conviene fijarse en quién financió la investigación. Pero de algunas cosas no hay duda: para bien y para mal, el café contiene cafeína, que tiene efectos estimulantes. Esto hace la bebida poco adecuada para personas con problemas de nerviosismo, insomnio o hipertensión, y obliga al resto a consumir con moderación (se suele recomendar no exceder de tres o cuatro tazas por día). Además, el café es difícil de digerir y produce deshidratación.



Del otro lado, entre sus efectos positivos se ha señalado que el café es antioxidante y tiene efectos positivos para el corazón, las arterias y el hígado.

## ALTERNATIVAS

Como desde España no es posible comprar directamente a los productores -una buena idea cuando viajamos a los países de origen -, el café de comercio justo es aquí la mejor opción. Pero no todo café de comercio justo es igual; de hecho, en los últimos años las organizaciones que trabajan en el sector han vivido un intenso debate en torno a la conveniencia de defender el sello FLO que certifica los productos que se vinculan a la red internacional Fairtrade (Comercio Justo). Según Fairtrade, esta certificación garantiza a los productores del Sur precios justos y estables, fija un plus para los productos ecológicos y protege los derechos de los trabajadores.

Pero algunas ONG son muy críticas con el sello FLO: el Espacio por un Comercio Justo cree que esta iniciativa “sólo certifica las condiciones de trabajo y elaboración de los productos del Sur” y no tiene en cuenta cómo se ha distribuido y vendido el producto en el Norte; así, multinacionales como Nestlé y Procter & Gamble, las mismas que están detrás de prácticas abusivas que han hundido los precios pagados a los productores, tienen líneas de productos de comercio justo; lo mismo cabe decir de las grandes cadenas de distribución, como Carrefour.

La corriente crítica del comercio justo “rechaza ser un instrumento del marketing empresarial, de limpieza de imagen de multinacionales y de grandes superficies” y

apuesta por cambiar las injustas reglas de juego de la globalización neoliberal.

Una alternativa puede ser huir de las líneas de comercio justo de las grandes multinacionales y optar por tiendas de ONG de conocida solvencia, o bien de organizaciones más pequeñas a las que se puede interpelar directamente sobre su forma de funcionamiento. Cabe exigir a unas u otras información precisa en el etiquetado, que no siempre aparece.

## DÓNDE COMPRAR

*Recursos en internet*

### Tienda Setem

[http://www.ponlecaraalcomerciojusto.org/tienda-online/alimentacion/cafes\\_comercio\\_justo](http://www.ponlecaraalcomerciojusto.org/tienda-online/alimentacion/cafes_comercio_justo)

### Alternativa 3

<http://alternativa3.bio/cafe-de-comercio-justo.html>

### Red de tiendas Intermón Oxfam

<http://www.oxfamintermon.org/es/que-hacemos/comercio-justo/spot-cafe>

### Fundación COPADE

<http://tutienda.copade.es/conten/15-cafe>

## LAS CLAVES

- La desregulación del mercado y las innovaciones tecnológicas ha llevado a precios más bajos e inestables para los productores de café, que no se traducen en precios menores para los consumidores, sino en mayores ganancias para las pocas empresas que controlan el mercado mundial del café.

- Desde que se le paga al productor hasta que te tomas un café en un bar, el precio puede haberse multiplicado por 300. Los distribuidores se llevan la mayor tajada.

- El café es una 'commodity' que cotiza en Bolsa: la más importante después del petróleo.

- El café con sello Fair Trade (Comercio Justo) garantiza unas condiciones mínimas para los productores, pero no todo el café con esa certificación es igual: cuanta más transparencia y más cercanía a los productores, mejor.

- El debate sobre los efectos sobre la salud del café es polémico: tiene efectos positivos y negativos, pero conviene en cualquier caso tomarlo con moderación.