

# Mercados Internacionales para el Café Orgánico

## Introducción

El café es la commodity comercializada número uno en el mundo, después del petróleo, y hoy en día se estima que 20 millones de familias, cultivan más de 8 millones de hectáreas en 70 países, ganando su sustento diario trabajando directamente en la producción de café. La producción convencional se caracteriza por el uso más intensivo de agroquímicos que cualquier otro cultivo para alimento humano; la contaminación de agua superficial y el incremento en la deforestación a medida que las fincas se “tecnifican”, llevan a la pérdida de importantes hábitats y refugios para aves y otras especies de vida silvestre y la erosión de suelos. En la última década ha aumentado el interés sobre el café orgánico por diferentes razones, siendo las más importantes: la percepción de los beneficios ambientales, incluyendo la conservación de la biodiversidad y la reducción en el uso de agroquímicos contaminantes; la percepción de beneficios sobre los ingresos y salud de los productores, a través de la reducción en el uso de pesticidas y a través de la introducción de precios “premios” por producir café orgánico o café producido en pequeñas fincas; la percepción de los beneficios en la salud del consumidor, a través de la reducción en el riesgo de exposición a residuos químicos; y el incremento en la calidad del café.

El siguiente estudio hace sentido del creciente mercado para el café orgánico en el contexto de desarrollo del pequeño productor. Ya que la historia de la certificación de café orgánico se limita a la última década, la infraestructura institucional facilitadora está poco desarrollada. Como resultado del agrupamiento del café orgánico con el café convencional en el comercio nacional y las estadísticas de producción, hacen escasa la disponibilidad de información y los productores y otros en la industria carecen de la información necesaria para responder adecuadamente a los incentivos. Mas allá, existe poco soporte técnico al nivel de productor, precisamente debido a lo nuevo del producto.

El estudio primero documenta las distinciones entre los segmentos, y las ventajas del café orgánico y luego analiza el mercado del café convencional, con el propósito de comparación. Debido a la limitación de datos e información, luego hacemos un perfil de los mercados orgánicos y el mercadeo que se ha desarrollado y detallamos las estrategias para los pequeños productores que intentan trabajar en estos mercados. Finalmente, examinamos las implicaciones para políticas y la investigación.

## 1.0 ¿Qué es café orgánico?

### 1.1 Definición de segmentos de mercado

El segmento más grande en el mundo del mercado es el café de especialidad o gourmet. Mas allá de esto, el mercado de café puede ser dividido en segmentos principalmente basados en el método de producción; a pesar de esto el café certificado como producido “bajo sombra”, café orgánico, café estatal y otros. También se han hecho distinciones hechas en la relación de productor-comprador; a pesar de esto existe café certificado “Comercio Justo” que pueden ser encontrados en algunos mercados. Aquí definiremos cada uno de las etiquetas más importantes (orgánico, sombreado y comercio justo) lo que persiguen es la sostenibilidad ecológica y social, así como el método convencional o “modernizado” de producción.

La producción de café modernizado, también conocido como “tecnificado” o “bajo sol”, inició en los 1950's en el sureste Asiático y en los años 1970's en los países Americanos, con la primera aparición de la roya de la hoja. Si el incremento en la producción no fue suficiente para incentivar la conversión de la producción, la aparición de la roya sí lo fue.<sup>1</sup> El miedo de que la enfermedad fungosa de la roya de la hoja provocara una epidemia en el cultivo de café Americano, como había ocurrido en el sureste Asiático, motivó a los

---

<sup>1</sup> Roya de la hoja, *Hemileia vastatrix*; *Coffea arabica* es susceptible a la roya de la hoja cuando se cultiva en climas más bajos, cálidos y húmedos. La casi completa diseminación del cultivo de café en Sri Lanka, Indonesia y Malasia a finales del siglo 19, lleva a la introducción primero de variedades de *C. Libérica*, de Liberia, que también resultaron ser susceptibles a la roya de la hoja, y posteriormente a la introducción de *C. canephora*, (conocida como *robusta*) del África Central, que probó ser resistente pero de inferior calidad.

## Mercados Internacionales para el Café Orgánico

extensionistas y agrónomos avocarse al sistema,<sup>2</sup> y muchos productores a invertir en el proceso de modernización de su producción, caracterizado por la remoción de la cobertura forestal, modificando el microclima al nivel de la planta de café, densidades más altas, uso de nuevas variedades y el incremento en el uso de agroquímicos. Por suerte, la roya de la hoja en las Américas no se convirtió en el problema que los extensionistas y productores habían temido y las variedades de *arábiga* continúan siendo cultivadas en la forma tradicional en algunas áreas. Hoy en día se estima que el 40 al 60% de la tierra dedicada a la producción de café corresponden a fincas modernizadas. Se desconoce que porcentaje del café es cultivado bajo sol en otras regiones.

La producción orgánica generalmente se simplifica por no incurrir en el uso de pesticidas sintéticos o fertilizantes, pero de hecho los certificadores buscan definir un sistema de producción ecológicamente sostenible que incluye las prohibiciones antes mencionadas así como pasos proactivos. A continuación se describen los estándares relevantes para el café tomados de la Federación Internacional de Movimientos Agrícolas Orgánicos (IFOAM), una organización mundial para certificadores con sede en Alemania:

*Los productores deben desarrollar un plan de mejoramiento-conservación de la finca, separando la producción orgánica y la no orgánica, resguardando el área no cultivada y asegurando la sostenibilidad a largo plazo y mejoramiento del cultivo; Los agricultores deberán mantener los niveles de fertilidad del suelo a través de varios medios de origen natural como ser coberturas y compost;<sup>3</sup> El control de plagas y malezas debe ser preventivo utilizando medios mecánicos o pesticidas de derivados naturales u otros químicos de origen natural; Los agricultores deberán implementar medidas que contribuyan con la conservación de suelos y el agua.; El uso de herbicidas, pesticidas y mejoradores de suelos sintéticos están prohibidos. El uso de OGM's (organismos Genéticamente Modificados) esta prohibido en producciones orgánicas así como la extracción de químicos.*

Además de esto, los tostadores de café donde se está procesando café orgánico certificado deberán ser supervisado por un certificador orgánico. Para la separación de los productos se aplican reglas estrictas durante el proceso de tostado y almacenamiento. Los tostadores deberán tener prácticas y políticas para reducir el empaque.

Si los productores y tostadores cumplen con estos estándares podrán ser certificados por un inspector orgánico representante de alguna de las agencias en los Estados Unidos, Europa u otra región, para poder comercializar su producto como “Certificado Orgánico” una etiqueta que esta bien establecida, reconocida y confiada por los países del norte consumidores de café.

Otra etiqueta que ha empezado a ser aplicada al café, como un indicador para los consumidores de la sostenibilidad ecológica de la producción, es la denominada “Cultivado bajo sombra”. Actualmente hay dos grandes grupos que definen los estándares para obtener esta etiqueta. La alianza para el bosque húmedo, que tiene su propia etiqueta “Eco-OK” y el centro Smithsonian para emigración de pájaros (SMBC: Smithsonian Migratory Bird Center) en Washington, DC. cuyos estándares son utilizados por algunas agencias certificadoras, bajo la etiqueta de “Amigable con las aves” o “Cultivado bajo sombra”, los siguientes son sus estándares simplificados:

*Se requiere un mínimo de diez especies de árboles, bien distribuidos, creando diferentes pisos o estratos. Debe haber por lo menos un 40% de sombra después de que se ha realizado una poda; la cobertura de la sombra deberá tener como mínimo 12 metros de altura; se recomienda el uso de barreras vivas y coberturas para proteger las vegas de ríos y fuentes secundarias de agua. El café más deseado son los denominados “rústico” o de “montaña” (ambos incluidos en la categoría tradicional de policultivos) los cuales se cultivan debajo de una cobertura forestal.*

---

<sup>2</sup> El USAID jugó un fuerte papel en la promoción de la producción modernizada, especialmente en las Américas. El último proyecto financiado por el USAID terminó en 1998, en El Salvador.

<sup>3</sup> En este caso, se requiere el composteo de la cascara de cereza que sale del procesamiento de café, para que el desperdicio de la finca no sea un contaminante del agua.

## Mercados Internacionales para el Café Orgánico

Hay una fuerte correlación entre las fincas que han sido certificadas como producción orgánica y bajo sombra. Según Rice y Ward, 1996 los inspectores orgánicos que ellos entrevistaron determinaron que raramente se encontraron con una finca orgánica que no clasificaría para ser certificada como finca bajo sombra, a pesar de que estas fincas si existen. Se desconoce que porcentaje de fincas bajo sombra ha sido certificada como orgánica o “orgánica pasiva”, lo que significa que no utilizan materiales sintéticos pero que aun no han sido certificadas. Los inspectores orgánicos generalmente requieren árboles de sombra como parte integral de las medidas a implementar para la conservación de suelos y agua.

Café certificado como “Comercio Justo” es la otra gran etiqueta existente. Para usar la etiqueta de “Comercio Justo”, tanto el productor como el comprador deben estar certificados. Es un sistema de mercadeo que ha sido definido para beneficiar a los pequeños agricultores que están organizados en cooperativas. Esto representa el primer requisito que la agencia FLO internacional que manejan esta etiqueta tiene: las cooperativas deberán estar compuestas por pequeños agricultores, que dependen en mayor parte de la mano de obra familiar. Deben de ser independientes de cualquier partido político, democráticos, abiertos y transparentes. El control efectivo debe de estar en manos de los miembros. Compradores que quieran usar esta etiqueta debe de comprar directamente a estas cooperativas, pagando un precio mínimo, que actualmente es de \$1.26 por libra de arábica lavado (los precios varían de una región a otra y de un producto a otro.) Cuando los precios de mercado en el punto C en NY aumentan por encima de estos, el sistema FLO mantiene un precio premio de \$0.05. También se ofrecen premios para café orgánico y nuevas cooperativas. Los compradores deberán ofrecer hasta un 60% del monto del contrato 10 meses antes de la fecha de entrega (a ser cancelados al momento de entrega y libre de intereses.)

### **1.2 Beneficios en la biodiversidad, ambiente y salud del agricultor en la producción orgánica**

En la última década se ha documentado la investigación realizada en producciones de café cultivados en sistemas tradicionales de policultivo, debajo de una cobertura forestal, imitando el crecimiento de bosques viejos que sirven de hábitat, particularmente para especies de aves migratorias. Los diferentes estratos del bosque proveen una riqueza de refugios, alta diversidad de artrópodos, aves migratorias e inclusive mamíferos. (Perfecto et al, 1996) Algunos estudios realizados han reportado que la diversidad de artrópodos en un policultivo tradicional es similar a la encontrada en un bosque disperso. (Wilson, 1987; Stork and Brendell, 1990; Perfecto et al, 1995; Adis et al, 1984) y que la reducción de la sombra que va a la par de la modernización puede resultar en la pérdida de hasta un 72% de las especies de artrópodos. (Perfecto et al, 1996)

Más importante aún para los consumidores Norte Americanos, las plantaciones rústicas de café bajo sombra sirven de hogar en invierno para varias especies de aves migratorias. El 60 al 80% de las especies de aves que habitan en el este de los Estados Unidos y Canadá emigran en el invierno al norte de América Latina. Biólogos del SMBC, trabajando en Chiapas, México, concluyeron que las plantaciones bajo sombra de café y cacao dan refugio a por lo menos 180 especies de aves, número de especies que es solamente sobrepasado por bosque tropical no perturbado. (Rice and Ward, 1996) Las Plantaciones de café bajo sombra se comparan favorablemente en diversidad de especies aviarias-hasta un 75% con los bosques no perturbados tropicales, muy a menudo sosteniendo altas densidades de ciertas especies, especialmente las de hábito migratorio. (Wunderle and Waide, 1993; Greenberg et al, 1995; Aguillar-Ortiz, 1982; Corredor, 1989; Greenberg et al, 1997). Greenberg et al, 1996, encontró que la densidad y diversidad de aves en plantaciones de café a pleno sol es aproximadamente la mitad que la encontrada en plantaciones tradicionales de café, mientras que estudios realizados en Colombia reportaron un 90% de reducción en la diversidad de especies en plantaciones a pleno sol. (Rice and Ward, 1996) (También ver: Borrero, 1986; Wunderle and Latta, 1994)

Además, se ha observado que las plantaciones de café bajo sombra sirven de hogar a una diversidad de mamíferos voladores, la mitad de los cuales desaparecen con la conversión a producción bajo sol. (Gallina et al, 1992) Cerca del 50% de las especies originales de culebras y mamíferos especializados como los gatos, nutrias y monos aulladores se pierden durante el proceso de conversión. (Seib, 1986) (Gallina et al, 1992, Estrada et 1994) Los beneficios que se obtiene en la conservación de la sombra están bien documentados y necesitan atención.

## Mercados Internacionales para el Café Orgánico

La producción modernizada de café se caracteriza por el uso mas intensivo de derivados del petróleo que cualquier otro cultivo, y el tercero mas intensivo en el uso de agroquímicos. (Dicum and Littinger, 1999) El uso de pesticidas que va a la par del proceso de modernización también tiene un impacto en la diversidad de especies de insectos, micro y macro organismos del suelo y otros tipos de fauna. (Jepson, 1989) La producción moderna de café provoca un incremento en el uso de pesticidas (tales como DDT, Clorodane, malathion, hexacloruro de benceno y endosulfán, algunos de los cuales su uso esta prohibido en los Estados Unidos, debido a su persistencia en el ambiente y carcinogenicidad) en parte debido al cambio en el microclima y por otra a la reducción de especies de plantas, lo que incrementa los brotes de plagas, por falta de hospederos para enemigos naturales. (L. E. Cifuentes, 1997, Rice and Ward 1996) Pesticidas como los mencionados tienen impacto detrimental en la flora y fauna, así como en los trabajadores de las fincas, en la forma de intoxicaciones crónicas y exposiciones prolongadas, lo que puede resultar en mayor incidencia en casos de cáncer, nacimientos defectuosos, deficiencias en el crecimiento y disminución en las funciones neurales. En Jalisco, México, mas de 200 personas se enfermaron luego de haber consumido agua contaminada con pesticidas agrícolas en 1987. (Rice and Ward, 1996) Oficialmente se reportaron envenenamientos debido al uso de endosulfán en la producción de café. En Colombia se reportaron mas de 100 casos resultando un caso en muerte. En 1994, los casos por envenenamiento estuvieron de nuevo por encima de los 100, incluyendo tres muertes. (Pesticide Action Network, North America, citados por Rice and Ward, 1996) La OMS ha reportado que las fuertes aplicaciones de fertilizantes sintéticos en café han contribuido a la contaminación de nitratos en el agua potable, en algunos casos excediendo los niveles establecidos por la OMS.<sup>4</sup>

La erosión de los suelos y la resultante contaminación de aguas superficiales son problemas causados por la modernización en la producción de café. En policultivos tradicionales, el suelo es sujetado en su sitio por las plantas de café, pequeños arbustos y árboles. Las plantaciones orgánicas de café tienen poco suelo expuesto al ambiente. En plantaciones bajo sol, los arbustos y árboles han sido parcial o completamente removidos antes de ser sembradas y el aumento en la penetración de luz solar crea mayor competencia con las malezas para las plantas de café, requiriendo el uso de herbicidas. El resultado final son suelos completamente desnudos, seguro para las plantas de café. Por el hecho de que el café se cultiva en pendientes, los riesgos de erosión se incrementan. Esto tiene efectos detrimentales en la fertilidad del suelo y en la calidad de aguas superficiales, y en algunos casos extremos a provocado deslizamientos de tierras.

Finalmente, el proceso de separado del grano de la cereza después de cosechado crea grandes volúmenes de pulpa, muchos de los cuales son descargados en aguas superficiales y ríos, siendo una fuente importante de contaminantes del agua. El Instituto Centroamericano de Investigación y Tecnología Industrial (ICAITI) estima que el procesamiento de 547,000 toneladas de café (en un período de seis meses en 1988) genera 1.1 millones de toneladas de pulpa, contaminando 110,000 metros cúbicos de agua por día, un impacto equivalente al de una ciudad de 4 millones de personas (o San José, Managua, Tegucigalpa y Ciudad de Guatemala combinadas).

Los resultados obtenidos de pruebas realizadas a finales de los años 70 y principios de los 80 por la administración de alimentos y drogas de los Estados Unidos (FDA) en muestras de granos verdes de café importado detectaron la presencia de residuos de DDT, BHC (Hexacloruro de Benceno), ambos vetados en ese país, y malathion, entre otros. La FDA concluyo que durante el tostado los residuos eran esencialmente evaporizados; pero pruebas realizadas en 1983 en un laboratorio independiente contratado por el Consejo Nacional de Defensa de Recursos (NRDC) encontraron residuos de DDD, un metabolito tóxico de DDT, en granos tostados de café. Según el conocimiento del autor, ninguna prueba se ha efectuado desde entonces, y los riesgos potenciales para el consumidor son desconocidos.

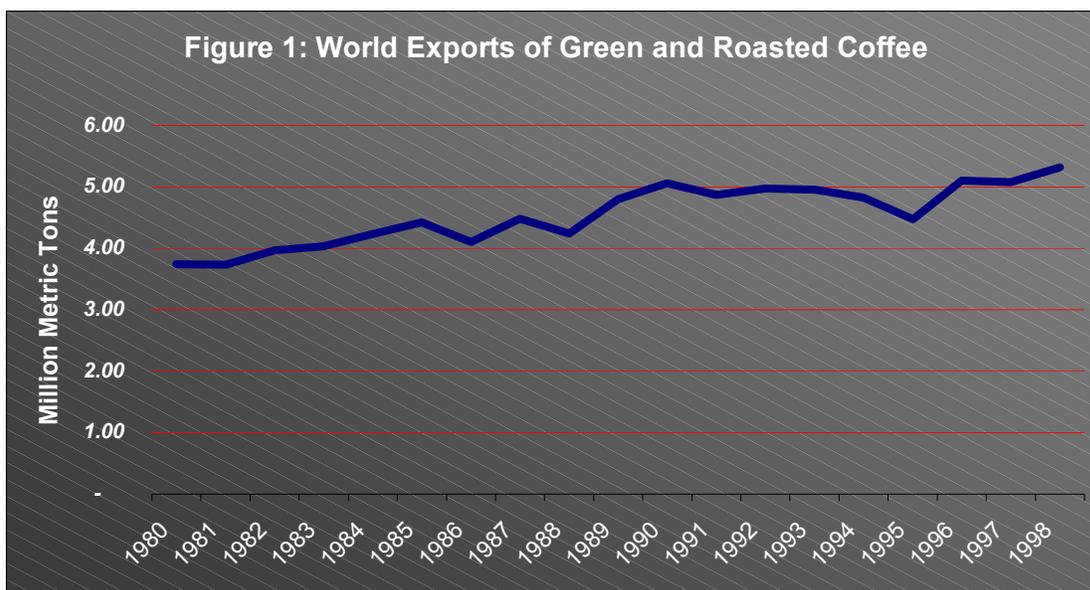
---

<sup>4</sup> La intoxicación por nitratos da como resultado la metamoglinemia o el “síndrome de niño azul”, una potencial condición fatal que impide el transporte de oxígeno en el torrente sanguíneo de los infantes

### 2. Mercados Convencionales del Café

#### 2.1 Mercados y Exportaciones Mundiales

La producción mundial de café para 1999/00 se proyecta a 104.5 millones de sacos.<sup>5</sup> A nivel mundial las exportaciones totales de café se proyectan en 82.4 millones de sacos (aproximadamente 4.95 millones de toneladas métricas). La figura 1 muestra el lento crecimiento de los volúmenes de exportaciones en el mundo desde 1980 hasta la fecha. La tendencia esta ligeramente arriba, entre 4 a 5 millones de toneladas métricas.



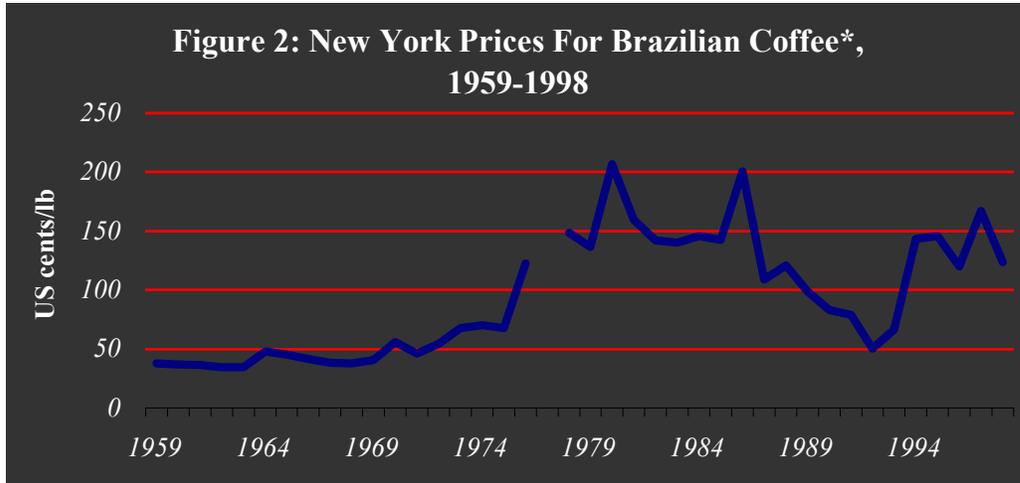
Fuente: FAO, 2000

El mercado Norte Americano (1998) totalizo un estimado de 20 millones de sacos, convirtiéndose en el importador más grande del mundo; en 1997, los consumidores Norte Americanos gastaron un estimado de \$8.6 billones en café. (ACPC Market Report #15, May/June 1999) El precio promedio al detalles en 1998 fue de \$4.025 por libra. (CRB Commodity Yearbook, 1999) Los precios del café a escala mundial son determinados en gran medida por el precio de los granos de café *arabica*<sup>6</sup> de Brasil obtenidos en los puestos de intercambio de Café, Azúcar y Cacao en NY. El precio en el punto "C" actual esta fluctuando cerca de \$0.64/lb. (Feb. 27 2001, CSCE). La figura 2 muestra los precios promedios anuales para cafés *arabicas*<sup>7</sup> de Brasil en Nueva York, 1959-1998. (Fuente: CRB Commodity Yearbook, various years) La variabilidad en los precios es alta, exponiendo a los agricultores a los riesgos de precios, y limitando las oportunidades de inversión para aquellos con pocas opciones de capital.

<sup>5</sup> Un saco peso 60 kilogramos o 136.276 libras.

<sup>6</sup> Para propósitos de comercialización el café se divide en cinco tipos: Cafés tipo arábigo o suaves de mejor sabor se dividen en suaves de *Colombia*, otros *suaves* y variedades *Brasileñas no lavadas* (algunas veces llamados arábigos naturales); Los de sabor más fuerte y cafeinados de Tipo *Robusta* se dividen en *Indonesia* y otros *Robustas*.

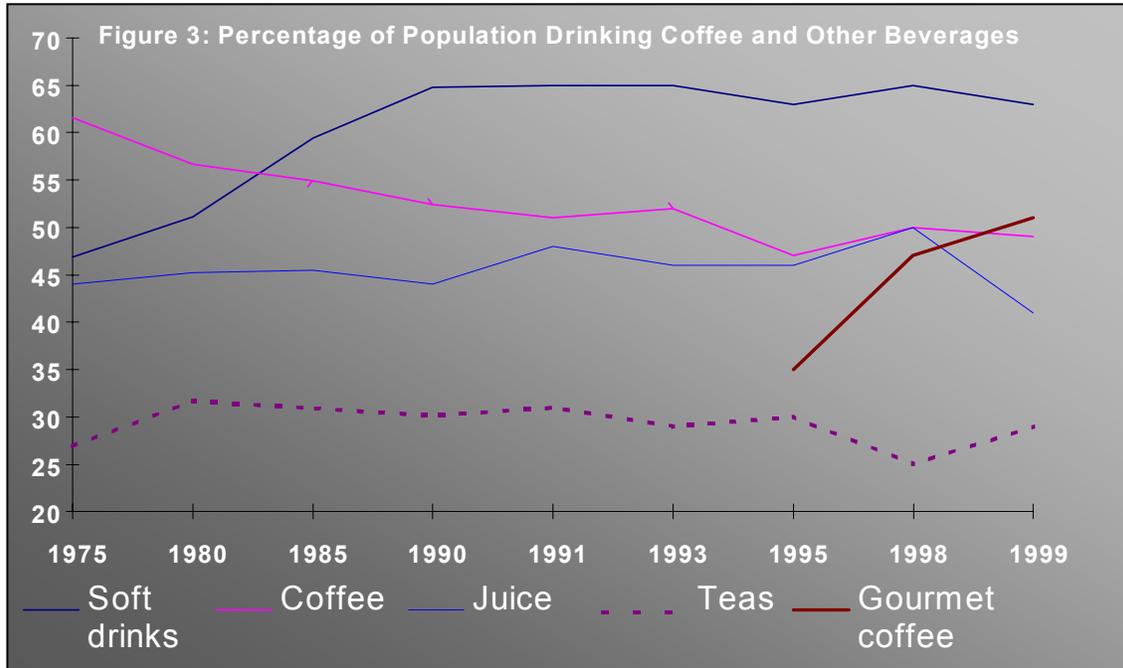
<sup>7</sup> Los promedios son para años de Enero a Enero, para Santos No. 4 (1959-1983) y Brasileños (1984-1998).



La figura 2 también muestra un alto en el incremento en los precios en el primer periodo de 20 años (1959-1979), seguido por un periodo marcado de grandes fluctuaciones, en el segundo período de 20 años (1979-1998). Entre 1997 y hasta la fecha, se ha observado una caída drástica en los precios del café, resultando en la difícil situación actual con los precios cerca o por debajo de los costos de producción, en muchos países. De acuerdo a Ann Prendergrast, una analista con Refco, en Nueva York, esto se debe en gran medida por el aumento en la producción en muchos de los grandes productores de café como ser –Brasil, Colombia, Vietnam e Indonesia- y un incremento en los volúmenes mundiales.<sup>8</sup> Además, los grandes productores tienen plantaciones nuevas y esperan incrementar su producción en un 100%. Mientras tanto, la disminución en la demanda personal (en particular en EU) está documentada por la Asociación de Países Productores de Café (ACPC) en la encuesta de Bebidas de Invierno, cuyos datos se muestran en la figura 3. El consumo de café en los EU, en particular, ha venido decreciendo en forma constante debido a la competencia de las bebidas carbonatadas. La disminución en la demanda personal y la variabilidad de los precios actuales presentan un panorama oscuro para el café como un producto no diferenciado.

<sup>8</sup> La Srita. Prendergast determina que cuando la oferta mundial es superior a los 1.5 millones de sacos, el precio en el mercado “C” de Nueva York va marcado por debajo de \$1 por libra.

## Mercados Internacionales para el Café Orgánico



(Fuente: ACPC Encuesta de Bebidas de Invierno, 1999)

El dominio de unos pocos compradores complica más el mercado, especialmente Procter and Gamble, Phillip Morris y Nestle, controlan cerca del 60% del mercado Norte Americano. Este mercado para café convencional está caracterizado por la poca diferenciación de productos, baja calidad y la intensa competencia de precios. (Dicum and Littinger; *The Coffee Book*, New Press, 1999) algunos analistas de la industria de café creen que la calidad del producto final (“Tasa”) ha venido decayendo ( producto del interés de movilizar mayores volúmenes, a través del proceso de modernización) y que los consumidores han reaccionado por consumir bebidas alternas. Pero, en los Estados Unidos, donde la reducción en la calidad de la tasa es más seria (el café se ha mantenido como una bebida diferenciada en muchos mercados Europeos) el consumo de bebidas cafeinadas, como Coca-cola y Pepsi, aumentó dramáticamente entre 1975 y 1990, desplazando el consumo de café. El reciente crecimiento en el mercado de café gourmet parece estar revirtiendo esta tendencia en algún nivel.

### 2.2 Elasticidades de la Demanda

La elasticidad de precios por la demanda de café ha sido estudiada extensivamente, con resultados variables. Algunos estudios muestran lealtad a las marcas, mientras que otros muestran la disponibilidad de cambiar si los precios de una marca específica suben significativamente. Lo que está claro es que la elasticidad en los precios por la demanda de cafés especializados (la sombrilla que cubre al café gourmet, orgánico, bajo sombra y comercio justo) debería ser menos elástica que la de café convencional, porque los determinantes de la demanda son diferentes. Esto significa, en corto plazo, que los consumidores de café especializado están menos preocupados por los precios, ya que se preocupan más por otros aspectos del producto. Las demandas inelásticas son siempre preferibles para productores y comercializadores, ya que pueden aumentar los precios, sin observar una fuerte caída en la demanda.

## **3. Mercados para Café Orgánico**

### 3.1 Breve evolución e historia del producto

El mercadeo de café orgánico se inició a mediados de los 80's por Gary Talbot de Coffee Bean International y Tom Harding de OCIA (Asociación de Mejoramiento de Cultivo Orgánicos) en México y Guatemala. En un inicio, se vendía mayormente en tiendas de salud, importados y tostados por pocas firmas. Generalmente, la calidad era pobre (Pendergrast, 1999) Sin embargo, como Bruce Mullins representante de CBI dice, “En los primeros años era difícil encontrar café orgánico y se pagaba con afecto por él...once años atrás, si estaba

## Mercados Internacionales para el Café Orgánico

certificado, se vendía. Hoy en día...el incremento en la oferta de orgánicos lo ha hecho accesible, pero siempre debería de haber un premio para el café orgánico de calidad.” (Bruce Mullins, 1999) A medida que el mercado creció, los productores invertían en sus técnicas de procesamiento y manejo post-cosecha, la calidad aumento y la mayoría de café orgánico se volvió competitivo con los cafés gourmet. Con el crecimiento de mercados especializados—un mercado de altos precios y calidad en donde el café es diferenciado por su origen y tostado—fueron impulsados por firmas como Peets, Starbucks y otros mayormente en la Costa Oeste. Los productores orgánicos y tostadores fueron capaces de capitalizar en este mercado, en el que se compite no en la base de precios, si no por proveer una conexión personal con el consumidor, ambiente (en el caso de las cafeterías), lujo y gran sabor, y la satisfacción de haber consumido un producto más amigable al ambiente.

### 3.2 Perfil del Mercado

#### **3.2.1 Tamaño y Crecimiento del Mercado**

El café orgánico continua esculpiendo un importante nicho de mercado. Los estimados sugieren que la actual demanda mundial de café orgánico certificado sobrepasa la oferta (Courville, 1999). “La creciente demanda por café orgánico puede ser explicada en términos del movimiento entre los consumidores al pensar en los efectos sobre su salud que tienen los productos que consumen, así como también por la gran popularidad de los cafés gourmet. En respuesta a estas tendencias del mercado, muchos de los grandes productores de café incluyendo Brasil y Colombia están aumentando su producción y exportación de café cultivado orgánicamente para satisfacer la creciente demanda.” (McLean, 1998). Starbucks, por ejemplo, esta ahora ofreciendo una línea de café orgánico, y puede que también entren al mercado de café certificado “Comercio Justo”.

Los cafés especializados comprenden duramente el 30% del mercado EU, o aproximadamente seis millones de sacos (60 Kg.) de café (Sturdivant, 1999) La asociación americana de cafés especializados (SCAA) estima que el mercado Norte Americano para cafés especializados fue de \$5.6 billones en 1999 comparados con el estimado para el mercado convencional de \$18 billones. El café orgánico es citado como el segmento de más rápido crecimiento en el mercado, a un estimado de 3 a 7% del mismo (\$168 a \$392 millones al detalle) y espera alcanzar el 10% del mercado de especialidades este año. (Karen Cebreros, Comunicación personal, Sturdivant, 1999) Otros estiman que el mercado de café orgánico representa el 1% del mercado Norte Americano (el cual es de 20 millones de sacos de 100 Kgs.) o 200,000 sacos, por Latin Trade, \$150 millones en ventas, por David Griswold, un importador y líder de la industria, y 70 millones de libras verdes (o 530,000 sacos, más del 2.6% del mercado Norte Americano) por Robert Rice, del Instituto Smithsonian para Aves Migratorias, estimados basados en una industria que el desarrollo en 1998.<sup>9</sup> La falta de consenso en el volumen y ventas es testimonio de lo nuevo y la naturaleza dinámica del mercado.

Los estimados del crecimiento en la demanda del mercado (en los últimos 5 años) esta alrededor del 18 al 20% (Rodney North, Comunicación Personal; Karen Cebreros, Comunicación Personal, Bob Fan, Comunicación Personal) Se espera que esta impresionante actuación continúe: los estimados predicen las tasas de crecimiento del 10 al 25% por año hasta el 2006 o 2010 (Courville, 1999). Esta tasa es consistente con el crecimiento en la demanda en el mercado mundial para productos orgánicos (ibid, 1999, Raterman, 1997).

La oferta de café orgánico certificado proviene de 16 países en Latino América, Este Asiático y el Pacífico. (Para ver una lista de estos países, y la oferta estimada de café orgánico, referirse al anexo 2.) Rice y McLean (1999) estiman que a escala mundial hay 205,000 has. en producción de café orgánico, 85% en Latino América, y 45% en México solamente.

#### **3.2.2 Tendencias de Mercadeo y Determinantes de la Demanda**

La competencia, como se mencionaba anteriormente, no esta basada solamente en el precio del café en el mercado de especialidades. En lugar de esto, los consumidores buscan atributos como sabor, origen, tostado, producción amigable al ambiente y socialmente responsable (Ej. Si el café es producido en grandes fincas o por pequeños productores) y recientemente edad. El precio es el factor menos involucrado en la toma

---

<sup>9</sup> El café cultivado bajo sombra representa un negocio de \$30 millones de dólares Americanos, o el uno por ciento del mercado de café gourmet (Sturdivant, 1999).

## Mercados Internacionales para el Café Orgánico

decisión, permitiendo a los comerciantes cobrar un precio más alto. (Referirse a la sección 2.2 Elasticidades de la demanda.)

Los observados del mercado no son los únicos en tomar notas de estos determinantes de la demanda. Cada día el café orgánico se vende a la par de los mejores cafés gourmet y los fabricados por las mejores casas, reconocidos por su alta calidad. (Starbucks, Seattle's Best, Peet's, y otros.) los productores son cada día más capaces para comercializar su café usando la historia de su cooperativa o finca. Entre el mercado por internet y los tostadores independientes, los consumidores pueden comprar café de una sola finca en Costa Rica, o de una cooperativa de productores indígenas de café orgánico en las afueras de un área protegida en Chiapas. ¿Qué será mejor que saborear una lujuriosa bebida y al mismo tiempo ayudar a productores pobres, pequeños y amigables con el ambiente del tercer mundo? Esta tendencia lleva a una mayor diferenciación del producto, y a incrementar el interés del consumidor en un producto, que al no ser diferenciado resulta aburrido.

### 3.2.3 Estructura del Mercado

La estructura de estos segmentos de mercado están continuamente cambiando, debido al crecimiento en el interés y a lo novedoso de este producto. De los 2000 tostadores en los Estados Unidos, aproximadamente 500 (25%) están tostando café orgánico (a pesar de no estar certificados como orgánicos.) (Karen Cebreros, 2000) Más de 20 firmas están importando café orgánico a los Estados Unidos, lo que representa talvez el 50% del volumen mundial (el otro 50% comercializado en Europa y Japón.) La Asociación Americana de Café Orgánico, ORCA, una asociación de importadores y tostadores de café orgánico, fundada en 1999 y que probablemente tome la tarea de recolectar esta información con mayor cuidado.

### 3.2.4 Potencial del Mercado

El pronostico del potencial el café orgánico es bueno: Los estimados predicen tasas de crecimientos entre el 10 al 25 por ciento por año hasta el 2006 o 2010 (Courville, 1999.) Ya que se tiene amplio conocimiento sobre la producción de este producto, y el compromiso con la protección ambiental juegan un gran papel en la decisión de comprar café orgánico, es muy probable que la educación sea la clave para el aumento en la demanda, mientras que el modismo extremo es menos probable que con otras tendencias. Muchos observadores de la industria, incluyendo asociaciones de industriales y representantes de compañías notan que la educación del consumidor-logrando poner café orgánico en las tiendas y que los consumidores reconozcan la etiqueta- serán la clave para el continuo crecimiento del mercado.

## 4. Estructura de compra en los mercados orgánicos

### 4.1 Perfil de los compradores

#### 4.1.1 Equal Exchange

Equal Exchange inicio ofreciendo producto en 1986, con café convencional de una cooperativa en Nicaragua, té de Sri Lanka y poco después café orgánico del Perú. Son uno de los pioneros y líderes en el mercado de café orgánico y Comercio Justo. En 1992, lanzaron su primer café certificado Comercio Justo- Café Salvador. Hoy en día, sus ventas anuales son por encima de los \$6 millones, incluyendo 1 millón de libras de café producidos por 15 cooperativas de pequeños productores; la compañía esta ubicada en Canton, Mass.

Equal Exchange se ha convertido sinónimo en los círculos cafeteros con TransFair, una agencia certificadora, hermana de otra organización certificadora de café "Comercio Justo" localizada en Europa (el nombre de Equal Exchange, no es una coincidencia.) TransFair USA inicio recientemente en 1998 sus operaciones. Antes de este tiempo, Equal Exchange, fue certificada por una agencia Europea, Max Havelaar. Siendo la compañía más grande en los EU certificada como Comercio Justo.

La compañía tiene 30 empleados y es propiedad de los miembros de la cooperativa, y algunos accionistas externos. Las cooperativas están localizadas en 10 países: El Salvador, México, Costa Rica, Nicaragua, Guatemala, Colombia, Perú, Bolivia, Tanzania, e Indonesia. La siguiente tabla contiene algunas de las estadísticas vitales de ellos:

## Mercados Internacionales para el Café Orgánico

---

### Estadísticas vitales de Equal Exchange (1999)

---

Volumen Total	
Ventas Netas	US\$6,297,617
Sistema de precios	Base: (US\$1.26/lb) mas premio
Precio al detalle promedio (US\$/lb)	\$8.00
Tasa de crecimiento promedio anual (Ventas 95-99)	21.65%

---

Sistema de Premios: Equal Exchange paga diferentes premios, dependiendo del tipo de café; por ejemplo, paga un premio automático de \$0.05/lb cuando el precio de mercado (Punto-C) esta por encima del precio base para el café orgánico. También paga un premio simplemente por ser orgánico de \$0.15/lb y un premio por calidad, cuando es apropiado. ( Pero cooperativas produciendo café de alta calidad estarán en la capacidad de negociar un precio por su producción.) En general, el régimen de Comercio Justo influye fuertemente en el descubrimiento del precio, las cooperativas siempre tiene la opción de negociar, lo que se realiza por escrito.

Crédito: Equal Exchange ofrece créditos, como lo requiere sus certificadores de Comercio Justo. Ofrece hasta un 60% del precio de compra a partir del momento que se firma un contrato (hasta diez meses antes de la cosecha.)

Relación con los productores: Equal Exchange ha tenido largas relaciones con la mayoría de cooperativas productoras a las cuales compra; la gran mayoría están en Latino América. Siempre están en constante contacto con las cooperativas, tanto a las cuales le han comprado antes, como las cooperativas que aparecen listadas en el registro de Comercio justo y que puedan mandar muestras de café verde a Equal Exchange. Hay un miembro en el staff encargado de las Relaciones con los productores, y esta persona visita ocasionalmente las cooperativas. Equal Exchange anuncia todos los años sus intenciones de compra y firma contratos con cooperativas durante todo el año; este proceso generalmente corresponde al período antes de la cosecha local.

### 4.1.2 Café Orgánico Elan

Elan Organics fue fundada en 1989 por Karen Cebreros. Su historia es única: Cebreros realizó un viaje a Perú en 1989, sin la intención de búsqeacar café. Sin embargo, término tratando de vender café producido por algunos productores que conoció durante su viaje. Luego un pequeño tostador le dijo que él se lo compraría si el café estaba certificado orgánico. Para 1991 la cooperativa Peruana estaba certificada, Elan se formo y Cebrero se convirtió en una comerciante de café.

Actualmente Elan tiene un staff de tres miembros, a pesar de haber pasado por varias encarnaciones, y esta ubicada en San Diego. Importan al año un volumen aproximado de 2 millones de libras de café certificado Orgánico, la mayoría del cual esta certificado como sombreado y el cual vende casi exclusivamente a brokers en los Estado Unidos. Según Cebreros, Elan esta creciendo en un 10% anualmente. Sin embargo, Elan tiene una segunda misión: el desarrollo de nuevos proveedores. En los últimos 11 años Elan a llevado de la mano a varias cooperativas productoras a través del proceso de certificación orgánica. Elan ha tenido largas relaciones con muchas de sus fuentes (aproximadamente 80% cooperativas y 20% estatales por volúmenes.) Algunas de las cooperativas se han iniciado de la mano de Cebreros llevándolos a través del proceso de certificación y ella esta anuente a realizar esta inversión con productores de café de alta calidad.

Elan es una empresa certificada Comercio Justo, Cebrero ha notado a través de sus consumidores que siempre están buscando la etiqueta orgánica. Trabajan tanto con productores registrados con Comercio Justo como los no registrados. Para aquellos que están certificados con Comercio justo, Elan paga automáticamente un precio base o un premio de \$0.05/lb. También paga un premio orgánico de \$0.15/lb. sin embargo, cuando se esta tratando con productores no registrados en Comercio Justo, se negocia basándose en el precio en el punto-C y la calidad del café. Cebrero ha notado que cuando el precio en el punto-C es bajo, ningún broker quiere pagar \$1.46/lb. el precio base para café certificado como Comercio Justo; Pero el régimen de Comercio Justo cuando es aplicable es bien restrictivo.

## Mercados Internacionales para el Café Orgánico

### 4.1.3 Rapunzel/Conservation International

Rapunzel USA es una subsidiaria de Rapunzel Europa, el más grande suplidor de productos orgánicos en Europa, que mercadea más de 800 productos. Iniciada en 1986, la subsidiaria Americana rápidamente se asoció con Conservation International, en la forma de mercadeo de café. Conservation International en ese momento estaba en contacto con un grupo indígena productores de café cerca de la reserva del Triunfo en Chiapas, México. En la actualidad, Conservation International trabaja con la cooperativa para asegurar que las prácticas de producción orgánica y bajo sombra son aplicadas y Rapunzel se encarga del tostado y comercialización del café. El volumen es pequeño-solamente 60 Toneladas, en 1999- pero el representante para Rapunzel USA, Eckert Kizo, comenta que están entusiasmados por el potencial del mercado orgánico y que dentro de poco es muy probable que expandan la compra de café.

Rapunzel Usa tiene 8 empleados y esta certificada Comercio Justo. Ellos firman los contratos 3 o 5 meses antes de la cosecha. El precio recomendado por libra de grano entero es de \$8.99/lb.

### 4.1.4 Cooperativa de Productos Naturales Frontier

La cooperativa Frontier se inicio en 1976 con dos miembros y una operación de \$250 en una cabaña cerca del Cedar River en Palo, Iowa. Para 1983, Frontier fue nombrada la compañía numero 78 en la lista de la revista *Inc. Magazine* de las 500 compañías de más rápido crecimiento. La compañía mercadea mas de 2,000 productos de marcas y son los importadores más grande de café orgánico verde en los EU. Las ventas de Frontier superan los \$44 millones. Frontier es una cooperativa que pertenece a sus miembros / clientes, comprometida a realizar negocios socialmente responsables, a pesar de no estar certificadas Comercio Justo.

Frontier comenzó ofertando café en 1990. Tostaban y empacaban café para realizar ventas al detalle y ventas directas a través del internet. Al menos 60% de su café proviene de cooperativas, menos del 5% de fincas y el resto de broker. El gerente de Mercadeo de Café de Frontier, Bob Fan dice que la cooperativa siempre encuentra proveedores potenciales. Según Fan, “los consumidores solicitan nuestro negocio”, “pero siempre estamos buscando por proveedores de café orgánico”. El comprador de Frontier realiza tres viajes al año para visitar socios potenciales y Fan uno. Frontier tiene relaciones cercanas con algunos de sus proveedores, muy a menudo trabajando con los productores para asegurar la calidad del producto y para impartir conocimientos de mercadeo. Según Fan, la confianza es crucial en esta relación y una vez que se ha roto (una vez por lado) el comprador y el proveedor buscan nuevos socios.

La importancia de la calidad en el café no puede ser subestimada. De acuerdo a Fan, “El café es impredecible año con año... por mucho que queramos apoyar a los productores, si estos no son capaces de producir café que reúna nuestros estándares de calidad, no lo podremos comprar.” Dependiendo de la relación que tiene Frontier con el productor, se pueden firmar contratos desde una semana hasta un año antes de la entrega. Frontier muy a menudo toma muestras de proveedores potenciales temprano en sus cosechas y si están interesados, pide otra muestra preembarque para entrar en negociaciones. En este punto, si ambas partes siguen interesadas se fija un precio. En algunos casos se incluye un crédito pre-cosecha. En general, Frontier trata de espaciar sus compras, comprando un contenedor a la vez, firmando contratos por cada contenedor.

### 4.1 Establecimiento de precios (Esquemas de precios)

Los esquemas de precios solo están definidos dentro del mercado de Comercio Justo. Fuera de estos, el establecimiento de precios se hace de la misma manera de siempre: por negociación. Pero, hay que hacer ciertas conclusiones. Por ejemplo, diez años atrás cuando se empezaba a comercializar café orgánico en los Estados Unidos, los compradores tomaban el precio. La oferta era tan limitada que los productores estaban recibiendo precios cerca del doble al precio en el punto C del Mercado y para lo que a llegado a llamarse una calidad de tasa mediocre. Hoy en día la oferta de café orgánico ha crecido tanto que a pesar de que existe un premio por el café orgánico-entre el 10% y el 30%- los productores se han vuelto a convertir en los que toman el precio. Mientras que la demanda sigue creciendo, también el área certificada como orgánica. Sin embargo, los representantes de la industria están de acuerdo que siempre se debería pagar un premio por el café orgánico certificado.

# Mercados Internacionales para el Café Orgánico

## 4.2 Negociación de Contratos

En la mayoría de casos la negociación de contratos se realiza entre los intermediarios (brokers que generalmente viajan a países productores de café para negociar) y las organizaciones productoras de café-federaciones que generalmente ofrecen servicios de mercadeo a sus miembros o cooperativas miembros. En menor grado los intermediario o representantes de compras van a visitar una cooperativa en particular o una finca para negociar con los productores.

En el caso de café orgánico, el certificador es el que determina el comprador, y la agencia certificadora trae consigo la reputación y una lista de compradores con los que generalmente trabajan o de mercados en los que generalmente venden. En este caso es importante que los productores tengan el conocimiento de varios certificadores y como cada uno de los certificadores entra en la foto.<sup>10</sup> El certificador puede estar en constante contacto con los compradores buscando la certificación particular y en cantidades variables. Los grupos de productores que comparten el mismo certificador pueden unir sus cosechas (sí son comparables en calidad) para poder atraer compradores que buscan mayores volúmenes.

Los contratos son negociados sobre un rango de escalas de tiempo: desde años antes de la cosecha a un mes antes de la entrega post-cosecha. Ambas situaciones pueden ser ventajosas para los pequeños productores: algunos prefieren la seguridad de tener vendido sus cosechas con muchos años de anticipación; y algunos, la flexibilidad de vender hasta el último momento al mayor postor.

## **5. Implicaciones y estrategias para pequeños productores**

### 5.1 ¿Porqué es apropiado para pequeños productores?

#### **5.1.1 Ventaja Comparativa**

Los pequeños productores tienen una ventaja competitiva en este mercado. Carecen de dinero en efectivo y tienen poca capacidad para invertir. Por esta razón, es menos probable que estén tecnificados y por eso mas cercanos a la certificación orgánica. Esta pobreza es una clara limitante, ya que la certificación tiene un costo desde US \$10,000 hasta US \$30,000 (\$30 por finca), para una cooperativa, dependiendo del progreso de la misma hacia la conversión. Además, los requerimientos en mano de obra para llevar el manejo de una finca orgánica a gran escala pueden ser económicamente prohibitivo.

A pesar que el productor este certificado, el riesgo sigue siendo alto ya que esto no le garantiza que un comprador adquiera o compre su producción, al menos que este produciendo un producto superior. La estructura de precios de Comercio Justo limita el riesgo por el precio, en el hecho de que los productores están garantizados un precio mínimo razonable, (pero los productores solo son aceptados al registro si su producto es de mejor calidad que el promedio, dejando a aquellos productores con productos mediocres en situación precaria.) El riesgo sigue siendo una limitante importante y las políticas de incentivos deben de tratarla, así como algunas empresas y Comercio Justo han tratado de hacerlo.

#### **5.1.2 Costos de Producción y Análisis de Rentabilidad**

El beneficio en el ingreso extra que se obtiene de la producción orgánica, la convierte en una opción viable para los pequeños productores. Es importante notar que los pequeños productores no tienen acceso a fertilizantes y pesticidas o simplemente no pueden adquirirlos. Mas aun, muchas de las pequeñas fincas no están tecnificadas (plantaciones rústicas o policultivos tradicionales); utilizando métodos de producción muy similares a los orgánicos. De acuerdo a tres estudios de costos de producción determinaron que el método modernizado de producción esta asociado con rendimientos mas altos, pero menores retornos por hectárea en comparación a la producción tradicional y orgánica. Akkerman y Van Baar (1992) Boyce et. al (1994) y Siman (no publicado, 1991) han comparado los métodos de producción tradicional, orgánico y modernizado o tecnificado. Boyce et. al reporto retornos netos mayores por hectárea- aproximadamente \$350 dólares mas por hectárea- y retornos brutos mas bajos en fincas orgánicas debido a una reducción en los costos de producción.

---

<sup>10</sup> Por ejemplo un certificador potencial para un grupo de productores puede ser más aceptado en Europa que en los EU; Sin embargo, el grupo de productores pueden pertenecer a una federación que generalmente trabaja con compradores Norte Americanos. En este caso al grupo le iría mejor encontrando un certificador más cercano a sus necesidades.

## Mercados Internacionales para el Café Orgánico

Akkerman y Van Baar reportaron resultados similares para las técnicas tradicionales. Siman encontró que los rendimientos fueron menores en fincas tradicionales y semi-modernas, en comparación con las fincas modernizadas, pero los costos por libra de café producido fue mas bajo en fincas tradicionales. (Ver tabla 1 de abajo.)

**Tabla 1: Rendimientos y Costos de Producción Estimados encontrados en el estudio de Siman\***

	Tradicional	Semi-Moderno**	Moderno
Rendimiento (kg/ha)	317	953	1397
Costos por ha (US \$)	269.47	1092.00	1738.94
Costos por kg (US \$)	0.85	1.14	1.24
% del costo atribuido a la aplicación de químicos	2%	19%	25%

\*Centro de Enseñanza e Investigación Agronómico Tropical. Managua, Nicaragua, 1991.

\*\*Semi-moderno se define como un método combinado que incluye la reducción de sombra, nuevas variedades de café y el uso de algunos agroquímicos.

Los productores que utilizan métodos tradicionales, para quienes el capital de inversión asociado con la modernización de su producción es muy riesgosa, están produciendo más eficientemente que las fincas modernizadas. Los premios recibidos por el café orgánico que eleva el precio en la finca en un 5 al 20% por encima del precio en el punto C hacen que la producción de café orgánico sea mas atractiva. Por último, la mayoría de productores orgánicos venden directamente su producción a un importador en los EU, Europa o Japón, eliminando a los intermediarios, obteniendo mayores ganancias sobre el precio final.

Adicionalmente, el mercado orgánico es un mercado diferenciado; por el hecho de que su competencia es el café gourmet, el café orgánico es colocado en un estándar bien alto y a pesar de que su precio es comúnmente relacionado con los precios en el punto C, los cuales son muy variables, estos no están completamente determinados por ellos. Los precios de los productos orgánicos ofrece a los productores adversos al riesgo una mayor estabilidad y capacidad para invertir en el futuro. Mas allá, los productores orgánicos pueden tener mas poder negociador que sus contrapartes convencionales, especialmente que aquellos que venden a coyotes locales.

### 5.1.3 Mercadeo

Los pequeños productores tienen la capacidad para beneficiarse de este mercado, por que esta formado por y diseñado para ellos. Hoy en día son la base para suplir la demanda de productos orgánicos: aproximadamente el 80% de todo el café orgánico proviene de cooperativas formadas por pequeños a medianos productores. (Cebreros, Comunicación Personal) Los comerciantes de café orgánico en su gran mayoría, pero por ningún motivo exclusivamente, son hombres y mujeres de negocios “socialmente responsables”, implicando que están certificados Comercio Justo, o están buscando construir una cadena de mercadeo sostenible, incluyendo buenos precios para los productores, con relaciones largas y bien desarrolladas con los productores. De este modo, están mas dispuestos a trabajar con los productores, desarrollando estas relaciones. Además, es un buen negocio para ellos. Mientras que la etiqueta de Comercio Justo o Equitativo recibe menos reconocimiento que la etiqueta orgánica, demográficamente, los consumidores son muy similares: individuos iguales o mayores a 35 años, interesados en compras socialmente responsables, con un ingreso de \$50,000 o mayores, o jóvenes de 18 a 24 años ganando menos ingresos (\$15,000 a 20,000) pero con mayor compromiso social. (Sturdivant, 1999; Equiterre, 2000) presentandose la oportunidad para los tostadores y comerciantes de capitalizar con esta tendencia de “Comerciantes Justos” que le están dando al productor un buen trato.

Dentro del mercado de especialidad, hay una tendencia creciente hacia el mercadeo de café en la base de relaciones personales. Tostados de un solo origen se están convirtiendo estandarizados en todo el mercado de especialidad; dentro del mercado orgánico y bajo sombra, “Todo el mundo debe tener una historia”, dice Karen Cebreros, hablando sobre el crecimiento del mercadeo en la base de relaciones personales. Muchas líneas de café son vendidas, como en el caso del café Rapunzel’s de Conservation International cultivado en la reserva del Triunfo, en Chiapas, contando las historias de los productores, dando la sensación cálida a los consumidores que los comerciantes están relacionados con obras de caridad y compras socialmente responsables. Pero simplemente, comprar de pequeños y generalmente productores indígenas da una mayor

## Mercados Internacionales para el Café Orgánico

sensación de satisfacción personal que el comprar de grandes productores, dando una ventaja extra a los pequeños productores.

### 5.2 Estrategias para pequeños productores trabajando en el mercado orgánico

1. Mercadeo Cooperativo- Los certificadores orgánicos certificaran a una cooperativa y a todos sus miembros a un costo significativamente mas bajo por finca. Los costos de certificación va desde \$10,000 a \$30,000 por cooperativa, de \$30 a \$600 por finca, claramente apuntando a economías de escala en progreso. (Cebreros, Comunicación Personal) Una organización como las cooperativas también facilitan el mercadeo, ya que los compradores de Comercio Justo y otros grupos prefieren trabajar casi exclusivamente con cooperativas. (Rodney North, Comunicación Personal) El volumen mínimo de compra varia de acuerdo al comprador, pero se cita entre 1 a 3 contenedores. (Futterer, 1999, Cebreros, 2000) De esta manera los pequeños productores trabajando solos son inelegibles para el mercado.
2. Es mejor empezar el proceso de certificación orgánica (sombreado o comercio justo) tan pronto como sea posible, porque el período de transición es variable, iniciando con la primera inspección. De igual manera, no se debe de perder tiempo para empezar a obtener un permiso de exportación (Futterer, 1999) La certificación orgánica generalmente tarda entre 1 a 3 años dependiendo en las prácticas del productor durante la primera inspección.
3. Es esencial el trabajo en equipo y construir sobre el trabajo que han hecho otros. Las experiencias de otros pueden informar sobre las actividades de productores, reduciendo los riesgos y malentendidos. Además, entre mas informado que esten los productores sobre los compradores regionales, mayor será su independencia de algún solo comprador y mayor su porcentaje de ganancia con todos los compradores. El proceso de aprendizaje sobre las oportunidades de mercadeo no se detiene con la primera venta. Adicionalmente el potencial de colaboración entre las organizaciones de productores vale los esfuerzos de crear o mantener el contacto.
4. El mercado para el café orgánico esta expandiéndose rápidamente, pero la competencia del café orgánico es el café gourmet de alta calidad, estableciendo bien alto los estándares y el mercado bien competitivo. (Rosario Castellón, Comunicación Personal; Karen Cebreros, Comunicación Personal) “La única manera de competir es con grano de alta calidad”, dice Eduardo Martinez-Torres de Desarrollo Alternativo, en México. La calidad del grano es mejor cuando se cultiva bajo sombra, debido a la lenta maduración del grano, y por encima de ciertas alturas (1200 m) (Bob fan, Comunicación Personal) Se necesita realizar mas investigación para comprobar ambas hipótesis. La variedad también es importante; La mayoría de compradores prefieren las variedades viejas de *borbona* y *tipica* . Adicionalmente, la baja fertilidad y la alta acidez de los suelos, tienen efectos adversos sobre el sabor del café. (Martinez-Torres, 1997) finalmente, el tiempo de cosecha es extremadamente importante-el color de la cereza es un buen indicador de la madurez
5. El manejo post-cosecha-Despulpado, lavado y secado- es crítico para la preservación de la calidad del grano. Es importante que los productores tengan el control sobre el proceso y tener acceso a los beneficios a través de las membresías a cooperativas o inversiones personales. Invertir en recursos humanos es determinante para el control de calidad.
6. El envío de muestras de café verde en bolsas de 5 libras (de una cosecha típica) es básico para atraer un comprador. “Nadie va hablar con un productor, al menos que hayan probado su café”, dice Karen Cebreros de Elan Organics. Si los productores están produciendo productos de calidad, el café puede hablar por si solo.
7. La certificación de Comercio Justo requiere que los compradores den créditos en términos razonables, los compradores regulares de orgánicos pueden o no hacerlo. En general, los contratos se firman antes de la cosecha, pero esto no ocurre en todos los casos. Si el crédito es un problema, se deben desarrollar estrategias dentro de las cooperativas de tal modo que puedan utilizar su poder colectivo para acceder o proveer créditos en términos razonables a sus miembros. Dependiendo en su integración dentro del mercado, algunos productores pueda que carezcan de experiencias vendiendo

## Mercados Internacionales para el Café Orgánico

su producto después de la cosecha y pueda que sean incapaces de financiar la cosecha por su propia cuenta. La mayoría de pequeños y medianos productores requerirán de asistencia en la parte administrativa, técnicas simples de contabilidad y en el uso de registros que deberán tener para poder ser certificados.

### **6. Implicaciones para políticas e investigación**

#### **6.1 ¿Para quien es esta política una prioridad?**

Dado que la concentración en la producción de café orgánico esta en la parte Central y Norte de Sur América, estos países se beneficiarían mas haciendo esta política una prioridad. De acuerdo a Karen Cebreros, el Pacífico Sur y el Sureste Asiático (Indonesia, Papua Nueva Guinea y Timor Oriental) también representan una zona potencial de crecimiento. Se rumora que Starbucks esta investigando el mercado de Timor Oriental (donde la producción de café casi en su totalidad es orgánica pasiva) y a existido un crecimiento en el número de aplicaciones para certificación orgánica en toda la región. El apoyo a los productores de servicios de extensión y mercadeo son necesario para explotar la oportunidad que se presenta en estos países. Las instituciones relevantes incluye: los consejos nacionales de mercadeo, institutos nacionales de investigación en café (como por ejemplo, IHCAFE en Honduras o ANACAFE en Guatemala), servicios de extensión, agencias de gobierno relacionadas al desarrollo rural , organizaciones de crédito rural y las ONG´s.

#### **6.2 ¿Qué pueden hacer las instituciones nacionales de los países productores para facilitar la producción y el mercadeo?**

los productores de café de alta calidad (a cierta altura) y que tienen acceso a beneficios modernos donde se mantiene la calidad están bien posicionados para vender en cualquier mercado de especialidades, incluyendo el orgánico. Claro esta que dentro del mercado orgánico, aquellos que ya están certificados, los orgánicos pasivos o los que utilizan policultivos tradicionales tienen una ventaja; son por lo general son pequeñas, ya que la fincas grandes ya se habrán modernizado. Finalmente, como es el caso en todos los mercados, aquellos productores que tengan acceso a servicios apropiados de extensión y mercadeo<sup>11</sup> estarán en buena posición para explotar estos mercados. Cualquier acción que las instituciones de los países productores puedan hacer para facilitar y desarrollar estas características fomentará la producción y facilitará el mercadeo de café orgánico.

En países donde la producción de café orgánico este bien desarrollada (El Salvador, por ejemplo) se encuentra instituciones fuertes de apoyo: redes de cooperativas productoras, con uno o varios grupos facilitadores, capaces de dar asistencia en el mercadeo y accesibles a los pequeños productores y cooperativas. Los productores pequeños aislados están produciendo sin los beneficios de los químicos derivados del petróleo (orgánicos pasivos) y sin la información necesaria para tomar ventaja de posibles mercados. Si estos productores van a explotar mercados orgánicos a nivel mundial, se le debe de proveer toda la información y asistencia en el proceso de certificación y mercadeo.

Adicionalmente, la inversión en “entrenamiento de alta calidad para técnicos, agrónomos y productores en técnicas agrícolas sostenibles, orientadas a condiciones ecológicas, económicas y sociales en una región dan apoyo al sistema para evitar la diseminación de las técnicas equivocadas para un área particular.” (E. Martinez-Torres, 1997) Si existe la producción orgánica (lo más probable es que si) la recolección de datos de producción y exportación y la equidad en los servicios tanto para productores orgánicos como convencionales son medidas importantes a tomar. El crédito por ejemplo, es necesario para todos los pequeños productores, incluyendo aquellos que estén buscando la certificación orgánica. En un artículo que examina la viabilidad financiera de café biológicamente amigable, ej. café bajo sombra, en 5 tipos y tamaños de fincas en El Salvador, el autor concluyo que el sistema era viable para todos los tamaños de fincas, pero que las políticas de incentivos puede que sean necesarias para los pequeños y pobres productores. (Gobbi, 2000)

---

<sup>11</sup> En Ingeniería que los pequeños productores tengan acceso a organizaciones de mercado (tales como cooperativas o asociaciones) es absolutamente necesario. Las organizaciones nacionales e internacionales tratando con los pequeños productores deben reconocer esto como una prioridad y desarrollar los medios dentro de la organización para promover esto.

## Mercados Internacionales para el Café Orgánico

### 6.3 ¿Que pueden hacer las instituciones de los países consumidores para facilitar el mercadeo?

Se necesita desesperadamente el seguimiento del mercado. No existe información confiable sobre el volumen o las tasas de crecimiento, de quien, donde, cuando o como de la industria y nadie parece estar disponible para ejecutar la labor. Instituciones adecuadas para esto incluye la ICO, ACPC, F. O. Lichts (un grupo observador de la industria del café) Y los servicios agrícolas exteriores del USDA, entre otros. Estudios sobre los costos de producción todavía son necesarios. De los tres que se incluyen en este estudio, uno esta sin publicar y otro esta en español. La investigación en los determinantes de demanda para el café orgánico, sombreado y de especialidades contribuirá al entendimiento del potencial de los mercados y la respuesta del mercado a las caídas de las economías, por ejemplo.

La investigación agronómica ha estado enfocada por décadas, en la maximización de la producción y el combate de plagas. Se carece de investigación en las técnicas agro-forestales (policultivos), producción de compost, control biológico de plagas y el impacto en la calidad del suelo, elevación, penetración de la luz y la variedad sobre la calidad de taza, así como investigación en manejo post-cosecha para el mantenimiento de la calidad en el grano.

Finalmente, cuando preguntamos sobre el contratiempo más grande para el crecimiento de la industria, la mayoría de los compradores mencionaron "la educación del consumidor." El crecimiento es fuerte, pero el potencial del mercado esta limitado aquellos que están pendientes o tienen conocimientos sobre la certificación orgánica. De este modo las campañas de mercadeo que promocionan café de especialidad o que crean reconocimiento de café o productos orgánicos en general contribuirán a la expansión de este mercado.

Sin lugar a dudas existe campo para la investigación, y a medida que el café orgánico crezca en importancia económica, es seguro asumir, que también crecerán el interés de grandes productores e instituciones facilitadoras, Sin embargo, este estudio esta orientado a la participación de los pequeños productores en el mercado orgánico. Es la esperanza de este autor que las características de este mercado-la diferenciación de acuerdo al origen e "historia," y la estructura de la misma producción orgánica- asegure un importante papel a los pequeños productores en el futuro.

### **Bibliografía**

Entrevistas personales conducidas entre Enero 2000 a Mayo 2000: Rodney North, Coordinador de Información, Equal Exchange; Rosario Castellon, Relaciones con Productores, Equal Exchange; Karen Cebreros, Dueña y fundadora, Elan Organics; John Cossette, Compras, Royal Coffee; Eckert Kizo, Compras, Rapunzel Pure Organics; Bob Fan, Coordinador de la categoría de café, FrontierCoop; Adam Teitelbaum, Dueño y fundador, Adam's Organics.

"Coffee, Birds and Trade Policy: Making the Connection." Seattle Audobon Society, with Equal Exchange West, 1999. Available at: [www.seattleaudobon.org](http://www.seattleaudobon.org)

Adis, J., Y.D. Lubin, and G.G. Montgomery, 1984. "Anthropods from the canopy of inundated and Terra Firme forests near Manaus, Brazil..." *Studies on Neotropical Fauna and Environment* **19**: 223-236

Akkerman, A. and X. Van Baar, 1992. "El Café orgánico: la sostenible de un gramo de oro." Centro de Estudio para el Desarrollo Rural, Universidad Libre de Amsterdam, San Jose, Costa Rica.

Aguillar-Ortiz, F., 1982. "Estudio ecologico de las aves de cafetal." In E. Avila Jimenez, ed. *Estudios ecologia en el agroecosistema cafeteleso*. Instituto Nacional de Investigaciones Sobre Recursos Bioticos, Xalapa, Mexico.

ACPC (1999). Market Report #15. London, Association of Coffee Producing Countries: 22.

## Mercados Internacionales para el Café Orgánico

Borrero, H., 1986. "La Substitucion de cafetales de sombrío por caturrales y su efecto negativo sobre la fauna vertebrados." *Caldasia* **15**:725-732

Boyce JK, Fernandez Gonzales A, Furst E, Segura Bonilla O. 1994. *Cafe y desarrollo sostenible: del cultivo agroquimico a la produccion organica en Costa Rica*. Heredia (Costa Rica): Editorial Fundacion UNA.

CEC (1999). Measuring Consumer Interest in Mexican Shade-grown Coffee: An Assessment of the Canadian, Mexican, and US Markets. Montreal, Quebec, Commission for Environmental Cooperation (CEC): 43.

Cifuentes, L.E., 1997. "The option of sustainable organic coffee farming in Colombia." in Rice, R., A. Harris, and J. Mclean, eds. *Proceedings: 1<sup>st</sup> Sustainable Coffee Congress*, Sept. 1996, Washington D.C. Available from the Smithsonian Migratory Bird Center

Corredor, J., 1989. " Estudio comparativo entre la avifauna de bosque nautal y un cafetal tradicional en el Quindío." MS Thesis, Universidad de Valle, Colombia, 1960. *Agriculture and Trade in Nicaragua*, Foreign Agricultural Service, Washington D.C.

Courville, S., 1999. *Mexican shade grown coffee: Market research analysis/synthesis*. Report presented to the Commission for Environmental Cooperation. Ottawa: Courville Consultants.

Courville, S. and J. Delaney, 1999. *An overview of shade coffee: Markets and opportunities*. Report prepared for the Commission for Environmental Cooperation by Courville Consultants. April

Dicum, G. and N. Luttinger, 1999. *The Coffee Book: Anatomy of an industry from crop to last drop*. New York, New Press.

Dummer, M., 2000. "The Organic Niche." *Coffee and Cocoa International* (March): 24-25.

Equiterre "Fair Trade Coffee." Montreal, Quebec. Available online at: [www.equiterre.qc.ca](http://www.equiterre.qc.ca)

Estrada A, Coates-Estrada R, Merrit D Jr. 1993. "Bat species richness and abundance in tropical rain forest fragments and in agricultural habitats at Los Tuxtlas, Mexico." *Ecography* **16**: 309-318.

Foreign Agricultural Service of the USDA. Available online at: [www.fas.usda.gov/](http://www.fas.usda.gov/)

Food and Agriculture organization of the United Nations. Statistical Database available at [www.fao.org](http://www.fao.org)

Futterer, A., 1999. "Guia para la exportacion de café organico." Unpublished, available from Asociacion de Productores Agropecuarios de la Sierra, Maracala, La Paz, Honduras.

Gallina SE, Mandujaro S, Gonzales-Romero A. 1992. "Importancia de los cafetales mixtos para la conservacion de la biodiversidad de Mamiferos." *Boletin Soc. Ver. Zool.* **2**: 1117.

Gobbi, J.A., 2000. "Is bio-diversity friendly coffee financially viable? An analysis of five different coffee production systems in western El Salvador." *Ecological Economics* **33**: 267-281

Greenberg, R., P. Bichier, et al. (1997). "Bird Populations in Rustic and Planted Shade Coffee Plantations of Eastern Chiapas, Mexico." *Biotropica* **29**: 501-514.

Greenberg R, Salgado-Ortiz J, Warkenting I, Bichier P. 1995. "Managed forest patches and the conservation of migratory birds in Chiapas, Mexico." in Wilson M, Sader S, Santana E, eds. *The conservation of migratory birds in Mexico*. Pages 178-190

ITC (1999). *Organic Food and Beverages: World Supply and Major European Markets*. Geneva, International Trade Center: 271.

## Mercados Internacionales para el Café Orgánico

- Jepson, P.C. ed., 1989. *Pesticides and non-target invertebrates*. Intercept, Andover, MA
- McLean, J. (1998). "Merging Ecological and Social Criteria for Agriculture: the Case of Coffee." MS Thesis College Park, Maryland, University of Maryland.
- Martinez-Torres, E., 1997. "Perspectivas sobre el cultivo de café ecológico: Una nueva alternativa de producción en México." in Rice, R., A. Harris, and J. Mclean, eds. *Proceedings: 1<sup>st</sup> Sustainable Coffee Congress*, Sept. 1996, Washington D.C. Available from the Smithsonian Migratory Bird Center
- Messer, K., M. Kotchen, and M. Moore, 2000. "Is there a market for Shade-Grown Coffee? Cautious Optimism." University of Michigan Working Paper, January . Available from the Author.
- Moguel, P. and V. M. Toledo (1999). "Biodiversity Conservation in Traditional Coffee Systems of Mexico." *Conservation Biology* **13**(1): 11-21.
- Morgan, C. W., A. J. Rayner, et al. (1994). "Price Instability and Commodity Futures Markets." *World Development* **22**(11): 1729-1736.
- Nestel, D. (1995). "Coffee in Mexico: International Market, Agricultural Landscape and Ecology." *Ecological Economics* **15**: 165-178.
- Pendergrast, M. (1999). *Uncommon Grounds*. Basic Books, Boulder CO
- Perfecto, I., R. Rice, R. Greenberg, and M. E. Van der Voort, 1996. "Shade Coffee: A Disappearing Refuge for Biodiversity." *Bioscience* **46**(8): 598-608.
- , 1994. "Foraging behavior as a determinant of asymmetric competitive interactions between two ant species in a tropical agroecosystem." *Oecologia* **98**:184-192.
- , and J.H. Vandermeer, 1994. "Understanding biodiversity loss in agroecosystems: reduction of ant diversity resulting from transformation of the coffee ecosystem in Costa Rica." *Entomology* **2**: 7-13.
- , Snelling R. "Biodiversity and tropical ecosystem transformation: ant diversity in the coffee agroecosystem in Costa Rica." *Unpublished*, cited by Perfecto et al. 1996.
- Rice, P. and J. McLean (1999). Sustainable Coffee at the Crossroads. A White Paper Prepared For: The Consumer's Choice Council, October 15, 1999. Available at [www.consumerscouncil.org/](http://www.consumerscouncil.org/)
- Rice, R., 1997. "The Coffee Environment of Latin America: Tradition and Change." in Rice, R., A. Harris, and J. Mclean, eds. *Proceedings: 1<sup>st</sup> Sustainable Coffee Congress*, Sept. 1996, Washington D.C. Available from the Smithsonian Migratory Bird Center
- , and J. Ward (1996). "Coffee, Conservation and Commerce in the Western Hemisphere." Washington D.C., Smithsonian Migratory Bird Center and the Natural Resources Defense Council. Available at: [www.si.edu/smbc/coffee/coffwhit.htm](http://www.si.edu/smbc/coffee/coffwhit.htm)
- Seib R., 1986. *Feeding ecology and organization of neotropical snake faunas*. Ph.D. dissertation, University of California, Berkeley, CA.
- Sellen, D. and E. Goodard (1996). "Weak Separability in Coffee Demand Systems." *European Review of Agricultural Economics* **24**: 133-144.
- Siman, J., 1991. Unpublished manuscript. Tropical Agronomic Center for Research and Teaching, Managua, Nicaragua

## Mercados Internacionales para el Café Orgánico

Stork N.E., and M.J.D. Brendell, 1990. "Variation in the insect fauna of Salawesi trees with season, altitude, and forest type." in Knight, W.J., and J.D. Holloway, eds. *Insects and the rain forests of South East Asia (Wallacea)*. London (UK): The Royal Entomological Society of London. Pages 173-194

Sturdivant, S. 1999. Specialty Coffee and Foodservice, Paper presented to the Specialty Coffee Association of America (SCAA). URL: <[www.stoneworks.com/Sturdivant1\\_archive/sturdivant.html](http://www.stoneworks.com/Sturdivant1_archive/sturdivant.html)>.

Toledo, V. M. and P. Moguel, 1997. "Searching for Sustainable Coffee in Mexico: the Importance of Biological and Cultural Diversity." in Rice, R., A. Harris, and J. Mclean, eds. *Proceedings: 1<sup>st</sup> Sustainable Coffee Congress*, Sept. 1996, Washington D.C. Available from the Smithsonian Migratory Bird Center

Wallengren, M. (1999). "A Healthy Jolt." *Latin Trade* 7(12): 32-34.

Wilson E.O., 1987. "The arboreal ant fauna of Peruvian Amazon forests: a first assessment." *Biotropica* 19: 245-251.

World Bank Commodity Price Data, available at: [www.worldbank.org/data/databytopic](http://www.worldbank.org/data/databytopic)

Wunderle, J.M., and S. Latta, 1994. "Overwinter turnover of Nearctic migrants wintering in small coffee plantations in Dominican Republic." *Journal fuer Ornithologie* 135: 477.

---, and R.B. Waide, 1993. "Distribution of overwintering nearctic migrants in the Bahamas and Greater Antilles." *Condor* 95: 904-933.

## Anexo 1: Instituciones y Organizaciones

### Organizaciones cafetaleras

Association of Coffee Producing Countries

5<sup>th</sup> Floor, Suite B

7/10 Old park Lane

London W1Y 3LJ

Phone: 0044 171 493 4790

Fax: 0044 171 355 1698

International Coffee Organization

22 Berners Street

London W1p 4DD England

Phone: 44(0)20 7580 8591

Fax: 44(0)20 7580 6129

[info@ico.org](mailto:info@ico.org)

[www.icoffee.com](http://www.icoffee.com)

F.O. Lichts

80 Calverley Rd

Tunbridge Wells

TN1 2UN England

Phone: 0044 0 1892 533 813

Fax: 0044 0 1892 544 895

[marketing@fo-licht.com](mailto:marketing@fo-licht.com)

[www.fo-licht.com](http://www.fo-licht.com)

Specialty Coffee Association of America

1 World Trade Center

Suite 1200

Long Beach, California

## Mercados Internacionales para el Café Orgánico

CA 90831-1200  
United States of America  
Phone: 562 624 4100  
Fax: 562 624 4101

Carolee Colter  
4551 33rd Ave. South  
Seattle, WA 98118  
tel: (206) 723-4040 fax (206) 725-5828  
[coffee@seattleaudubon.org](mailto:coffee@seattleaudubon.org)

### Certifying Agencies

International Federation of Organic Agricultural Movements  
IFOAM Head Office  
c/o Ökozentrum Imsbach,  
D-66636 Tholey-Theley,  
Germany  
Phone: (+49) 6853-5190, Fax: (+49) 6853-30110  
[IFOAM@t-online.de](mailto:IFOAM@t-online.de)  
[www.ifoam.org](http://www.ifoam.org)

Organic Crop Improvement Association (OCIA) International  
1001 Y Street, Suite B  
Lincoln, NE 68508-1172 USA  
Phone: 402-477-2323  
Fax: 402-477-4325  
[info@ocia.org](mailto:info@ocia.org)  
[www.ocia.org](http://www.ocia.org)

Quality Assurance International (QAI)  
12526 High Bluff Dr., Suite 300, San Diego, CA 92130  
Phone:(858) 792-3531  
Fax: (858) 792-8665  
[www.qai-inc.com](http://www.qai-inc.com)

Organic Trade Association  
74 Fairview Street  
P.O. Box 547  
Greenfield, MA. 01302  
Phone: 413- 774 7511  
Fax: 413 774 6432  
[info@ota.com](mailto:info@ota.com)

TransFair USA  
52 9th St., Oakland CA 94607  
tel: 510 663-5261  
[paul.rice@transfairusa.org](mailto:paul.rice@transfairusa.org)  
[www.transfairusa.org](http://www.transfairusa.org)

Fair Trade Organisatie  
The Netherlands  
Postbus 115  
4100 AC Culemborg  
Phone: 031 345 545 151

## Mercados Internacionales para el Café Orgánico

Belgium  
Hoogstraat 35E  
3360 Bierbeek  
Phone: 0032 16 461 144  
[www.fairtrade.nl](http://www.fairtrade.nl)

Max Havelaar  
C/O UCRAPROBEX  
Boulevard Merliot, Edificio UCRAPROBEX, Poligono "C"  
Ciudad Merliot, San Salvador, El Salvador  
Phone: 00503 278 0064 or 00503 278 2899 or 00503 278 6388  
Fax: 00503 278 1311  
[flo-monitor@salnet.net](mailto:flo-monitor@salnet.net)

BioLatina Nicaragua  
Managua  
Tel/Fax: 00505 2 7870 60  
00505 45 22 300  
[cernica@ibw.com.ni](mailto:cernica@ibw.com.ni)

Coffee Roasters and Importers  
Adam's Organic Coffees  
2325 Third Street Suite 342  
San Francisco, CA 94107  
Phone: 415 864 3830  
Fax 415 864 3844  
[www.adamsorganiccoffees.com](http://www.adamsorganiccoffees.com)  
[aoc@sirius.com](mailto:aoc@sirius.com)

Equal Exchange  
251 Revere St  
Canton MA 02021  
Phone: 781 830 0303  
[info@equalexchange.com](mailto:info@equalexchange.com)  
[www.equalexchange.com](http://www.equalexchange.com)

Frontier Natural Products Co-op  
P.O. Box 299  
Norway, IA 52318  
Phone: 319 227 7996  
Fax: 319 227 7966

Marketing Offices  
2990 Wilderness Place  
Boulder, CO 80301-2256  
Phone: 303 449 8137

gepa alemania  
Gewerbepark Wagner  
Burch 4  
D-42279 Wuppertal  
Germany  
Phone: 0049 202 266 8377 or 0049 202 266 8378  
Fax: 0049 202 266 8315

Royal Coffee

## Mercados Internacionales para el Café Orgánico

### SALES DEPARTMENT

In California (510) 652-4256

Outside California (800) 843-0482

FAX (510) 652-3415

3306 Powell Street

Emeryville, CA 94608

The Organic Coffee Company

email: [jbr@gourmet-coffee.com](mailto:jbr@gourmet-coffee.com)

1933 Davis Street, Suite 308, San Leandro, CA 94577

Phone: 1-888 829 8886 or 510-638-1303 FAX: 510-638-0760

Sustainable Harvest Coffee Co.

1480 66th St.

Emeryville, CA 94608

Tel: (510) 652-2100

Fax: (510) 652-2636

Email: [info@sustainableharvest.com](mailto:info@sustainableharvest.com)

### Anexo 2: Lista de Países productores de Café Orgánico

Actualmente los siguientes países producen en forma certificada café orgánico: Brasil, Colombia, Indonesia, Timor Oriental, Papua Nueva Guinea, Bolivia, Venezuela, India, Perú y ...

País	Fuente	Año	Unidad	Estimado
Costa Rica	FAS	1999	Sacos	6,000 to 8,000
Honduras	Comuni. Personal	1998	Sacos	<100
Guatemala	FAS	1998	Sacos	165,000
Nicaragua	IFOAM	1996	Tm	500
Philippines	ITC	1996	Tm	2,000
México	ITC	1996	Tm	30,000
El Salvador	ITC	1996	Ha.	4,900

### Anexo 3: lista de productores certificados Comercio Justo y criterios para ser admitido en el registro

Latino América y el Caribe	África	Asia
Bolivia	Cameroon	Papua New Guinea
Brasil	Congo	
Colombia	Tanzania	
Costa Rica	Uganda	
Republica Dominicana		
El Salvador		
Guatemala		
Haití		
Honduras		
México		
Nicaragua		
Perú		
Venezuela		

### Criterios de elegibilidad para los productores de café

## Mercados Internacionales para el Café Orgánico

Para ser incluido en el registro internacional de FLO para productores de café, los aplicantes debe reunir los siguientes estándares:

### 1. Producción a pequeña escala

Los miembros del grupo deben producir en pequeña escala. Deben depender de la mano de obra familiar para realizar las labores de campo y no de fuentes externas.

### 2. Manejo Democrático

Los miembros deben de participar en el proceso de toma de decisión del grupo. Ellos decidirán cuales proyectos va efectuar el grupo y que harán con las ganancias del comercio justo.

### 3. Transparencia

La junta directiva, elegida por los miembros del grupo, deben de asegurar la transparencia en las operaciones para minimizar los riesgos de fraude.

### 4. Valores basados en la solidaridad

La motivación detrás de la existencia de la organización debe de ser la práctica de la solidaridad. No hay discriminación política, religiosa, racial o sexual. La organización debe estar abierta a nuevos miembros.

### 5. Independencia Política

La organización no puede ser instrumento de un partido político o cualquier otro interés político.

### 6. Desarrollo Sostenible

El grupo comparte los siguientes valores y objetivos con FLO Internacional y los otros miembros del registro de productores de café:

- Uso de técnicas agrícolas que sean amigables al ambiente y que contribuyan con la conservación de los recursos naturales, todo en el esfuerzo de prevenir o eliminar el uso de productos químicos.
- Deben de favorecer la estrategias de desarrollo económico integrado que busca mejorar las técnicas de producción y diversificar la producción para reducir la dependencia en un solo producto como fuente de ingreso.
- Promover el desarrollo social integrado usando una variedad de medios para mejorar las condiciones de vida de los miembros y la comunidad como un todo. Por ejemplo, tales proyectos pueden enfocarse en la higiene personal, condiciones habitacionales, educación, servicio de agua potable o cualquier otro tema que los miembros identifican como necesidades importantes para la comunidad.
- Mejorar la calidad de la producción para que le grupo pueda desarrollar su mercado dentro de la cadena convencional, además de la cadena de Comercio Justo.

(Fuente: Equiterre, 1999)