

EL CAFÉ SOSTENIBLE ES POSIBLE



FOTO: Carlos Pineda

La industria cafetera colombiana ocupa el tercer lugar de producción y el país se posiciona como el mayor productor de café suave en el mundo.

TEXTO: PABLO ÁLAMO Y CAMILA ARBELÁEZ

Considerado mundialmente como uno de los productos agrícolas más valiosos, el café colombiano ha tenido que enfrentar grandes retos en los últimos años. En efecto, el contexto ha sido notablemente complicado: disparidad de criterios entre políticos y empresarios respecto a la mejor estrategia para el sector; caída de la productividad, penurias -y en ocasiones verdadera pobreza de los caficultores-, resistencia a la adopción de nuevas tecnologías, lucha contra las plagas y la baja fertilización, inestabilidad ambiental y monetaria, etc.

De este entorno complejo pueden dar fe las casi 560.000 familias productoras. Aproximadamente 2'000.000 de campesinos recolectores de café, que trabajan en un área de cultivo de 970.000 hectáreas, han visto cómo el sector ha ido evolucionando hacia un nuevo paradigma del modelo de negocio que busca, ante todo, mejorar la calidad de vida de los caficultores. Se trata no solo de garantizar mayores márgenes y una rentabilidad sostenible, sino que la misma idea de la sostenibilidad forme parte de la estrategia de las empresas caficultoras.

Colombia exporta más de 12 millones de sacos al año, siendo su café uno de los más preciados en el mundo.



FOTO: Archivo Semana - César Morfín

En Colombia se exportan más de 12 millones de sacos de café al año; 970 mil hectáreas son dedicadas a su cultivo.

Carlos G. Cano y César Vallejo, miembros de la Junta Directiva del Banco de la República, sostienen, junto a Juan Sebastián Amador y Evelyn Tique, investigadores del Banco, que: “La actividad cafetera, vía consumo, impacta más el crecimiento económico que la industria minera, con la ventaja adicional de que la caficultura emplea grandes porciones de la población y dinamiza la malla productiva de las regiones, siendo un instrumento ideal para sacar a grandes poblaciones rurales de la pobreza”.

El desarrollo económico no tiene que estar en contradicción con el cuidado del medioambiente y con la calidad de vida de los trabajadores. La Federación de Cafeteros ha sido pionera en la ejecución de proyectos viables que reconcilien los aspectos económico, social y ambiental. Este ejemplo ha sido seguido por otras organizaciones, como Exopacafé, que han implementado exitosas iniciativas de sostenibilidad de la cadena de abastecimiento de café, como la de Farmer Brothers-McDonald's.

Carlos Isaza, gerente del programa para Colombia de la ONG holandesa “Solidaridad”, fundada en 1969 por obispos católicos para favorecer el desarrollo de América Latina, afirma que hoy en día “la sostenibilidad ha dejado de ser una palabra de moda para convertirse en una ruta estratégica y el sector cafetero colombiano es un ejemplo de ello: 57% de la producción se hace de manera sostenible, es decir, bajo los parámetros de alguna certificación. Aunque es una cifra considerable, al menos comparada con otros sectores, queda todavía un largo camino por recorrer”.

EL CAFÉ, UN EJEMPLO DE SOLIDARIDAD

En términos de sostenibilidad, el café es considerado una de las materias primas agrícolas líder en programas relacionados con este tema. De hecho, ha marcado la pauta y ha sido ejemplo para

DENTRO DE LAS EMPRESAS LÍDERES EN LA PRODUCCIÓN DE CAFÉ SOSTENIBLE, SE DESTACAN LA FEDERACIÓN DE CAFETEROS DE COLOMBIA, EXPOCAFÉ, LA COMPAÑÍA CAFETERA AGROINDUSTRIAL S.A, RACAFÉ Y CARCAFÉ.

otros *agro commodities* o sectores. Año tras año, aumentan las empresas cafeteras, tostadores y comercializadores que se adhieren a los estándares sociales, ambientales y económicos para la producción de café sostenible. En Colombia, son más de 35 las empresas que cumplen con los estándares de sostenibilidad.

Uno de los referentes autorizados en materia de sostenibilidad en el sector café es la ONG “Solidaridad”. Con presencia en más de 20 países, desarrolla y financia proyectos con la misión de crear cadenas



FOTO: Archivo Semana - César Morfina

de suministros sostenibles desde el productor hasta el consumidor, no solo de la industria agrícola, sino también de la minera y textil. Desde 1984, esta ONG se ha enfocado en las regiones cafeteras del mundo, impulsando proyectos que garanticen la conservación del medioambiente y la ganancia de los productores.

En otras muchas iniciativas en Cundinamarca, Antioquia, Risaralda y otros lugares, cabe destacar el proyecto Norad, que inició en 2012 con el objetivo principal de generar una “caficultura

climáticamente inteligente”. De esta manera, buscaban reducir la huella de carbono en los cultivos de café colombiano. Este mismo año se firma la declaración de sostenibilidad del sector del café y se crea la Plataforma de Comercio Sostenible. Más de 25 organizaciones del sector se comprometieron por la sostenibilidad del café en Colombia, a través de proyectos que impulsen la creación de productos que no dañan el planeta, y que además tengan un impacto positivo en las personas que lo producen.

integral, en el que se ha tecnificado el manejo de la sombra, sembrando mayor cantidad de árboles de café por área, se ha logrado una fertilización más eficiente y a la vez más sostenible. En efecto, las fincas que hacen parte del proyecto y que en su mayoría están en el área de influencia del Parque Nacional Natural del Tatamá, han conseguido reducir la huella de carbono e incrementar la productividad del sistema de producción.

LA APUESTA POR LA INCLUSIÓN

No se puede hablar de la sostenibilidad en el sector café sin mencionar el caso de éxito que es Juan Valdez®, recientemente reconocido por el Banco Mundial y The Financial Times como uno de los cinco modelos de negocio de mayor impacto a nivel global. La sostenibilidad es la fuerza impulsora de Juan Valdez®, que ha incorporado los resultados económicos, sociales y ambientales a la estrategia de la organización, con el fin de proteger el futuro de la industria y el bienestar de las familias productoras.

Su negocio inclusivo busca cautivar al mundo con los cafés premium de Colombia, y generarle al mismo tiempo valor a todos los caficultores. Los esfuerzos que realiza esta compañía con respecto a la sostenibilidad están enfocados en las familias caficultoras colombianas que dedican sus vidas a proporcionar el café de la reconocida marca colombiana. Ellas forman parte principal de su ruta estratégica.

María Paula Moreno, directora de Retail y Negocios Internacionales de Juan Valdez, sostiene que: “Nuestro propósito es lograr la coherencia alrededor del desarrollo sostenible en todos los aspectos del negocio: desde la finca, honrando el esfuerzo de cada uno de los pequeños productores, la custodia a lo largo de la cadena del café y el cuidado de la comunidad, que vive esta experiencia auténtica en más de nuestras 330 tiendas alrededor del mundo”.

El valor que se genera a los caficultores con la venta del café es indudable. En el precio que los consumidores pagan por una taza de café Juan Valdez®, la organización traslada un porcentaje al Fondo Nacional del Café para que sea invertido en el bienestar de las familias productoras. Desde 2002, se han entregado regalías por 55.000 millones de pesos. ▲



FOTO: cortesía Carlos Isaza

Carlos Isaza, gerente del programa para Colombia de la ONG holandesa “Solidaridad”.

Los desafíos del sector en materia de sostenibilidad

La sostenibilidad tiene que dar un paso al frente e implementar proyectos positivos en materia de cambio climático.

- Afrontar el problema del deterioro del suelo y su impacto en la productividad.
- Encarar la disponibilidad futura de mano de obra en café y el relevo generacional.
- La sostenibilidad debe ir más allá de ser una estrategia de mercado. La sostenibilidad debe convertirse en una estrategia de negocio que genere valor compartido para todos los actores de la cadena.
- Profesionalizar la gestión para garantizar la permanencia de Colombia en el negocio del café.