

Cuadernos de Política Económica

003-2014



Certificaciones y competencia en un espacio local: la cadena del café en León Cortés

Ph. D Rafael A. Díaz Porras
MSc. Marjorie Hartley Ballesterero

Cuadernos de Política Económica



*Universidad Nacional
Centro Internacional de Política Económica para el Desarrollo Sostenible
(CINPE)*

Certificaciones y competencia en un espacio local: la cadena del café en León Cortés

Autores: Rafael Díaz Porras (rafael.diaz.porras@una.cr);
Marjorie Hartley Ballesteros (maharba12@gmail.com)

*Editor: Ph. D Rafael Díaz Porras
Octubre 2014
Heredia, Costa Rica*

338.173 73

D542c Díaz Porras, Rafael A.

**Certificaciones y competencia en un espacio local: la
cadena del café en León Cortés. / Rafael A. Díaz Porras,
Marjorie Hartley Ballesteró. _ _ Heredia, C. R.: UNA-CINPE,
2014.**

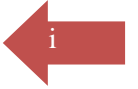
**40 p. ; 28 cm. – (Cuadernos de Política
Económica ;
003-2014)**

Cuatrimstral

ISSN: 2215-4159

**1. CERTIFICACIONES 2. COMPETITIVIDAD 3.CAFE
4.COSTA RICA**

Elaborado por: Marjorie Rosales Alvarado



Resumen:

En este documento se identifican las estrategias utilizadas tanto por las empresas transnacionales y las organizaciones en el Cantón de León Cortés (Región cafetalera de los Santos de Costa Rica), para competir a nivel local en el acopio del café que les permita incursionar en nichos especiales de café.

Se consideran tanto la certificación de sostenibilidad y el énfasis en la calidad del café como herramientas que repercuten en las modalidades de operación de las cadenas de valor y por lo tanto en los mecanismos de competencia.

Metodológicamente, la investigación abarcó 12 casos de estudio, escogidos por conveniencia a efectos de incluir la mayor diversidad posible desde el punto de vista del tamaño del productor, tipo de certificación, nivel de integración, ubicación y nivel organizativo. Se realizaron entrevistas personales a todos los productores, organizaciones y empresas transnacionales vinculadas con los casos de estudio.

El estudio permitió identificar las redes que se establecen tanto para la comercialización del café de la zona, como de las redes que se han construido alrededor de las certificaciones para alcanzar mercados especiales de café o bien para consolidar el poder ejercido en la cadena de valor. La búsqueda de diferenciación del producto en el mercado internacional conlleva a competir por calidad o bien responden a las necesidades de mercados cautivos. En este proceso las certificaciones han contribuido con el acortamiento de la cadena de valor a través de diferentes estrategias de colaboración entre empresas tostadoras y beneficiadoras transnacionales, productores individuales. Se encuentran también ; así como mecanismos alternativos de comercialización (comercio justo y orgánico) con la participación de organizaciones y/o cooperativas. Asimismo se agregan los productores de café que han logrado integrar verticalmente estrategias de calidad para incursionar en nuevos mercados de mayor valor agregado.

Palabras clave: Certificación, competencia, cadenas de valor, café



Abstract:

This paper identifies strategies used both by transnational corporations and organizations in the Canton of León Cortés (coffee Region of Los Santos, Costa Rica), to compete at the local level in the collection of coffee that allows them to enter in special niches of coffee. Sustainability certification and emphasis on the quality of coffee are both considered as tools that have an impact on the types of operation of their value chains and therefore on the mechanisms of competition.

Methodologically, the research covered 12 case studies, chosen by convenience in order to include the greatest possible diversity from the point of view of the size of the producer, certification type, level of integration, location and organizational level. Personal interviews were conducted to all producers, organizations and transnational corporations related to the case studies. The study allowed us to identify networks established for the commercialization of coffee in the area. Both networks that have been built around the certifications to achieve special coffee markets either to consolidate power in the value chain. Those are efforts to obtain product differentiation on the international market in order to compete for quality or respond to the needs of captive markets. In this process certifications have contributed with the shortening of the value chain through different strategies of collaboration. There were found networks which linked transnational toasters and processing companies, with individual producers. Also there are alternative mechanisms of marketing (organic and fair trade) related to organizations or cooperatives. Coffee producers which have vertically integrated quality strategies to break into new markets with greater added value constitute another network as well.

Key Words: Certifications, competition, coffee value chain

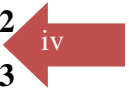


Contenido

| | |
|--|-----|
| Contenido..... | iii |
| 1. Introducción | 1 |
| 1. Certificaciones para la competitividad en café | 1 |
| 2. Metodología | 3 |
| 3. Análisis | 5 |
| 3.1. Ubicación de los productores..... | 5 |
| 3.2. Estrategias de las organizaciones presentes en la muestra | 7 |
| 3.2.1. Organizaciones y empresas con productores certificados | 8 |
| Asociación de Familias Orgánicas de los Cerros Caraigres (AFAORCA)..... | 8 |
| <i>Coopellanobonito</i> | 11 |
| <i>Consortio Internacional ECOM F.J. Orlich-</i> | 12 |
| <i>VOLCAFE</i> | 14 |
| 3.2.2. Estrategias de organizaciones y empresas con productores no certificados | 15 |
| <i>Coopetarrazú</i> | 15 |
| <i>Micro Beneficio Puente Tarrazú</i> | 16 |
| <i>Beneficio UNDECAF S.A.</i> | 16 |
| <i>Beneficio La Eva</i> | 17 |
| 3.2.3. Síntesis de las estrategias de calidad..... | 17 |
| 3.3. Red organizativa de las empresas involucradas | 18 |
| CASO AFAORCA | 21 |
| <i>Coopellano Bonito y COOPETARRAZU</i> | 23 |
| <i>Circuito transnacionales</i> | 24 |
| <i>Circuito de integración vertical con microbeneficios</i> | 26 |
| 3.4. Redes de certificación de café en León Cortés | 28 |
| <i>Cooperativas y asociaciones</i> | 28 |
| <i>Circuitos de certificación de las transnacionales</i> | 29 |
| 4. Conclusiones..... | 31 |



| | |
|---|-----------|
| Bibliografía..... | 32 |
| <i>Sitios web visitados:</i> | 33 |
| Anexos..... | 35 |
| Anexo 1 Temario de las entrevistas a los productores y empresas beneficiadoras | 35 |
| <i>Temas de las entrevistas a los productores certificados:</i> | 35 |
| <i>Temario para productores No certificados:</i> | 35 |
| <i>Temario para las entrevistas con cooperativas y microbeneficiadores.....</i> | 35 |
| <i>Temario para empresas transnacionales y cooperativas que promueven la certificación</i> | 35 |
| Anexo 2: Comercio Justo | 36 |
| Anexo 3: Certificación de Café Orgánico..... | 37 |
| Anexo 4: Programa Café de Calidad Sostenible Nespresso AAA: | 37 |
| Anexo 5: Programa Starbucks C.A.F.E. Practices: | 40 |



1. Introducción¹

En el presente Cuaderno de Política Económica analiza el funcionamiento en la cadena de valor y los esquemas de certificación en las que participan productores del cantón del León Cortés. El objetivo de análisis es mostrar las estrategias seguidas por los participantes de las cadenas de café operando en el cantón del León Cortés, para alcanzar nichos de café diferenciados, considerando los mecanismos de certificación como instrumento competitivo. Para alcanzar dicho objetivo se determinan las estrategias de los agentes claves en la cadena de valor, esto es los beneficiadores, para incorporar productores en sus esquemas, y por otra parte las estrategias de los productores y sus organizaciones al participar en ellas.

En el presente Cuaderno de Trabajo se aprovecha la información de caracterización de los casos de Costa Rica en el Proyecto SGP CRA 2060 *Small Coffee Producers and Adaptive Options for a Changing Climate: The Risks and Challenges of Certification for Ecosystem Services*, que estudia las características agroecológicas del manejo de las plantaciones en 10 casos de productores certificados y no certificados, en el cantón de León Cortés, región cafetalera de Los Santos.² En el proceso de estudio se abordaron 12 productores, los cuales sirven de referencia en el presente estudio.

El documento se organiza de la siguiente manera: en la sección 2 se aborda la discusión conceptual que motiva el análisis, en la sección 3 se delinea la metodología seguida, en la sección 4 se presenta el análisis y en la sección 5 se plantean conclusiones.

1. Certificaciones para la competitividad en café

La caficultura es una de las actividades agroindustriales que concentra la aplicación de certificaciones voluntarias.³ En Costa Rica las certificaciones han evolucionado desde haber constituido una estrategia de productores agrícolas para evidenciar sus esfuerzos de relaciones armoniosas con el medio ambiente, como es el caso de los orígenes de la producción

¹ Este documento ha sido elaborado en el Proyecto SGP CRA 2060 *Small Coffee Producers and Adaptive Options for a Changing Climate: The Risks and Challenges of Certification for Ecosystem Services*, financiado por el Interamerican Institute for Global Change Research (IAI) – Collaborative Research in the Americas Program (SGP-CRA), en el cual el CINPE – UNA desarrolla el caso de Costa Rica.

² En el marco del proyecto se analizan diez casos en cada país: Guatemala, México, Honduras y Costa Rica.

³ Soto y Coq (2011) realizan un recuento de las certificaciones ambientales en la cadena de café, como una tendencia creciente, no solo característica del sector, sin más allá en la producción agroalimentaria. También, años antes, Muradian y Pelupessy (2005) analizaron la diversidad de certificaciones en el café, en una discusión de su efecto en la gobernanza de la cadena.



orgánica (González y Nigh, 2005, pág. 20); hasta pasar por iniciativas de los compradores y consumidores preocupados por las condiciones de los pequeños productores agrícolas, tal es el caso de la iniciativa de Mercado Justo⁴. Actualmente, las certificaciones presentan varias tendencias que repercuten en las modalidades de operación de las cadenas de valor y por lo tanto en los mecanismos de competencia.

En efecto, se pueden mencionar los siguientes aspectos, que se reflejan en las diferentes modalidades de certificación en que participan los productores de café. Estas son:

- a. Las certificaciones como mecanismo de diferenciación del producto. Hoy en día las certificaciones se reconocen como parte de las estrategias de comercialización que aplican tanto los proveedores de bienes intermedios como los productores y comercializadores del producto final. En sí, se orientan hacia la formación y aprovechamiento de nichos de mercado (Machín, 2007).
- b. Las certificaciones como mecanismo de acceso a mercados. Resultado de que las certificaciones son incorporadas por los agentes de mayor poder en las cadenas de valor: los industrializadores y comercializadores (Binden y Busch, 2006, págs. 9-10), sus requerimientos se constituyen ya no solo en diferenciación de productos, sino en condición de acceso a los mercados.⁵
- c. Las empresas transnacionales han irrumpido en los nichos de mercado de producción orgánica, de comercio justo y en general de producción y comercio responsables, lo cual plantea claramente un mecanismo de competencia en aquellos nichos que han buscado desarrollo de mecanismos de comercialización alternativos a los dominantes⁶.
- d. Complementario con lo anterior, la estructura de poder presente en la cadena de valor es fundamental para determinar las opciones de los pequeños productores al incorporar en sus estrategias las certificaciones (ver Lee, Gereffi, y Beauvais, 2012)⁷. Tanto las empresas líderes como los esquemas de certificación enfrentan desafíos

⁴ Al respecto ver antecedentes históricos del comercio justo en <http://www.equimerca.com/comercio-justo/historia-del-comercio-justo/> y <http://www.mundosolidario.net/historia/historia.htm>, consultados el 6/12/13.

⁵ En Rotherham (2005) se encuentra una revisión de los diferentes ámbitos de impacto de los ecoetiquetados en la discusión comercio – medio ambiente.

⁶ Ese es el caso de Nestlé y Starbucks, como se verá más adelante.

⁷ En Renard (2005) se encuentra una discusión en este respecto, en la que la autora argumenta que las tendencias hacia una mayor complejidad de los mercados de etiquetado justo, la centralización de sus órganos reguladores, y la normalización de los procesos de certificación han alterado las relaciones de poder en detrimento de los pequeños productores.



para que la producción sostenible permita el acceso de los productores y su sostenibilidad (ver Cuadro 15.2 en Soto y Coq, 2011, pág. 324)

Estos elementos se reflejan en los casos de productores en estudio, como un espacio de competencia por la captación del café producido por los caficultores del cantón, como veremos en la sección de análisis, por cuanto León Cortés forma parte de la Región cafetalera de Los Santos, que por la predominancia de la producción de café de altura (1200 m.s.n.m.), es considerada una zona de alta calidad natural. A ello se agrega la tradición cafetalera de la región, lo cual implica la presencia de productores con gran experiencia. Por lo tanto, en esta zona se refleja la competencia por la captación de café por parte de las principales empresas procesadoras y exportadoras de Costa Rica. Esto implica competencia entre empresas transnacionales (Volcafé, ECOM F.J. Orlich), cooperativas locales (Coopellano Bonito, Coopetarrazú) y micro beneficios.

2. Metodología

Para alcanzar el objetivo del estudio, se ubicó el entorno en que operan los productores, sea certificados, verificados u orientados a mercados especiales, incluidos en la fase de selección de casos de productores. Dicho entorno se refiere a las estrategias de sus organizaciones o de las empresas que procesan su producto, que lleva a ubicar los mecanismos de comercialización y posicionamiento de los productores en el mercado, y por lo tanto se da un primer paso para entender la lógica de sus decisiones respecto a la certificación.

Tal como se ha indicado previamente, los casos fueron escogidos por conveniencia, tratando de incorporar productores certificados y no certificados que a su vez permitieran ser comparados en pares, esto con el propósito de estudiar comparativamente sus prácticas en finca. En este documento, utilizamos dichos casos de productores para detectar los sistemas de comercialización y certificación en que se encuentran involucrados.⁸

Los criterios de selección de los productores consideraron el tipo de certificación, el tamaño del productor, organización, ubicación geográfica (en León Cortés), nivel de integración en la cadena, género y edad. De esta forma se trató de que los casos seleccionados garanticen la

⁸ En el estudio del proyecto mencionado en la página 1, finalmente se tomó información detallada en finca de 10 de esos productores, cuyo análisis será divulgado posteriormente.



mayor diversidad posible de criterios y enriquecer así el nivel analítico, lo que se refleja en el Cuadro 1.



Cuadro 1. Características de productores incluidos en la muestra

| Caso | Certificación/ Verificación | Tamaño finca | Organización | Ubicación | Función en la cadena |
|------|-----------------------------------|-----------------|---|-----------------|--|
| 1 | Orgánico | 1 ha | AFAORCA * | San Andrés | Productor |
| 2 | C.A.F.E. Practices | 10 ha | ECOM /FJORLICH*** | San Pablo | Productor |
| 3 | C.A.F.E. Practices | 6 ha | ECOM /F.J. ORLICH*** | San Andrés | Productor |
| 4 | AAA Nespresso /Rain Forest | 3 ha | UNDECAF/ VOLCAFE*** | San Isidro | Productor / Beneficiador/ Exportador |
| 5 | C.A.F.E. Practices/ Fair Trade | 4 ha | Coopellano Bonito** | Llano Bonito | Productor |
| 6 | No | 30 ha | Beneficio UNDECAF**** | San Isidro | Productor / Beneficiador/ Exportador |
| 7 | No | 6 ha | Beneficio UNDECAF **** | San Isidro | Productor / Beneficiador/ Exportador |
| 8 | No | 8 ha | Beneficio Ecológico Puente Tarrazú**** | San Pablo | Productor / Beneficiador |
| 9 | No | 1 ha | No | San Andrés | Productor |
| 10 | No | 15 ha | ECOM /FJORLICH | San Pablo | Productor |
| 11 | No | 0,5 ha | La Eva (entregador) | Santa Cruz | Productor |
| 12 | No | 4 ha | Coopetarrazú | San Antonio | Productor |

*AFAORCA: Asociación de Familias Orgánicas de los Cerros Carraiges.

** Cooperativa afiliadas al consorcio COOCAFE, conformado por 9 cooperativas, quienes fueron las organizaciones pioneras en participar en Comercio Justo.

*** Compañías transnacionales que organizan y dan apoyo a grupos de productores para verificarse con Starbucks y Nestlé.

**** Organización empresarial de productores con micro beneficio.

Fuente: elaboración propia.

A cada productor se le entrevistó con el objetivo de clarificar la red en que participa en la cadena de café, lo cual nos orientaría a detectar los circuitos de certificación. En entrevistas abiertas se les consultó acerca de su plantación de café, las certificaciones, el proceso seguido, la implementación y asesoría recibida y su percepción acerca de los beneficios de la certificación. A los productores no certificados se les preguntó sobre su percepción en relación con certificación y las razones para no participar en ningún programa, o si habían sido certificados en el pasado. En general se les pregunto sobre los sistemas de comercialización del café en que participan (Ver Anexo 1).



De esta forma, en una primera fase se detectaron los sistemas de certificación en los cuales participan los productores, y los vínculos en la cadena de comercialización con los cuales opera el proceso de certificación. En el cuadro siguiente se muestra los elementos inherentes a cada productor.

En una segunda fase de la investigación, se identificaron las estrategias de las organizaciones presentes en la muestra, en relación con las certificaciones y la comercialización del café. Para ello se realizaron una serie de entrevistas a funcionarios y funcionarias de cada organización o empresa detectada, en los cuales se preguntó acerca de la organización de la cadena, los vínculos con los productores, la implementación de las certificaciones y la comercialización (ver Anexo 1).

3. Análisis

En esta sección se contextualizan las características de la caficultura del Cantón de León Cortés, para en la siguiente sección, abordar el análisis de las estrategias desarrolladas por las empresas beneficiadoras que procesan y comercializan el café de los 12 productores de nuestro estudio, en lo referente a la incorporación de certificaciones y manejo de calidad en sus estrategias de comercialización. Posteriormente, se presentan los mecanismos de vinculación desarrollados por las empresas beneficiadoras con los productores y finalmente, la forma en que operan dichos circuitos en relación con las certificaciones.

3.1.Ubicación de los productores

El Cantón de León Cortés (provincia de San José), es parte de la zona cafetalera de Los Santos. Las coordenadas geográficas medias del cantón de León Cortés Castro son 09°41'13" Latitud Norte y 84°08'53" Longitud Oeste. La anchura máxima es de veintiún kilómetros en dirección Noreste a Suroeste, desde unos dos kilómetros al Este del poblado Cedral, camino a Villa Jardín, en el Cantón de Dota, hasta la confluencia del río Pirrís y la quebrada Delicias.

El Cantón está conformado por seis distritos: San Pablo (cabecera del Cantón), San Andrés, Llano Bonito, San Antonio, San Isidro, Santa Cruz. Las elevaciones, en metros sobre el nivel medio del mar, del centro urbano de los distritos del cantón son las siguientes: Ciudad San Pablo 1.542, Villa San Andrés 1.340, Villa San Rafael Arriba 1.780, Villa San Isidro 1.640 y Villa Santa Cruz 1.650 (ver Mapa).



Asimismo, se encuentran otras organizaciones de productores como: Asociación de Productores de Café Sostenible de Tarrazú, la Unión de cafetaleros de San Isidro de León Cortes, el Beneficio Puente Tarrazú y otros microbeneficios que buscan entre otras cosas, incentivar la microempresa familiar en las comunidades, la generación de empleo y la mejora en los ingresos de los productores. Como parte del proceso de consolidación de estas organizaciones, se creó una Asociación de Microbeneficios de Los Santos, que permite unir esfuerzos para el beneficio común.

La instalación de microbeneficios ha contribuido además en la capacitación de los productores y la asistencia técnica (por parte del MAG), orientada a la producción sostenible y beneficiado de café sostenible (uso eficiente del agua, secado al sol, biodigestores, abono orgánico y otros).

La variabilidad climática experimentada desde hace varios años en la región, ha motivado a diversas organizaciones locales a monitorear el clima. Con este propósito la Cooperativa de Productores Agrícolas y de Servicios Múltiples de la Zona de Los Santos (APACOOB RL.) ha instalado cuatro estaciones meteorológicas que les permitirá tomar decisiones en relación con la ubicación de las plantaciones de aguacate y los períodos adecuados para la siembra, manejo y cosecha del cultivo. Asimismo, el Centro Agrícola Cantonal de Tarrazú cuenta con algunas estaciones meteorológicas instaladas en la región.

3.2. Estrategias de las organizaciones presentes en la muestra

Con el fin de explorar las estrategias de las organizaciones detectadas en los casos de los productores incluidos en la muestra, se realizaron una serie de entrevistas a funcionarios y funcionarias de cada organización o empresa en relación con las certificaciones y la comercialización del café. A continuación se detallan los aspectos más relevantes referidos a cada una de las organizaciones que procesan y comercializan café de León Cortés. El orden de exposición va desde las organizaciones de productores y las empresas nacionales y las multinacionales con productores certificados, y posteriormente se presentan los casos detectados que no tienen certificación, ubicando el tipo de estrategia de calidad para posicionarse en el mercado.



3.2.1. Organizaciones y empresas con productores certificados

Asociación de Familias Orgánicas de los Cerros Caraigres (AFAORCA)⁹

Las certificaciones de café orgánico, no sólo son un beneficio ambiental sino que también son una herramienta de mercado. Según el mercado al que se desea abastecer, así serán los requisitos y normas que se deben cumplir. Existen las certificaciones individuales y las grupales o Grupo de Productores Organizados (GPO) y a partir de estas condiciones se elige la certificadora.

Para el caso orgánico de este estudio, la certificación es GPO de AFAORCA para la exportación a Estados Unidos, la cual se basa en las Normas de Producción Orgánica NOP-USDA, las cuales fueron creadas por el Ministerio de Agricultura de los Estados Unidos para avalar y controlar el ingreso de productos orgánicos. Para obtener este sello, las agencias certificadoras deben estar avaladas por el Ministerio de Agricultura del gobierno de Estados Unidos, como es el caso de la agencia costarricense Eco LOGICA. Ésta a su vez, es auditada por la NOP con el fin de que la norma esté siendo cumplida correctamente. Estas normas sufren frecuentemente cambios e incluyen aspectos muy específicos. La certificación NOP es avalada por los gobiernos de Canadá y China lo que facilita el ingreso a estos otros mercados.

El proceso de cumplimiento de la norma implica el desarrollo de un sistema de control interno por la organización. De esta forma, AFAORCA tiene registros de la finca, y se le apoya al caficultor para que pueda cumplir con los requisitos de la certificadora. Recientemente, AFAORCA ha elaborado un folleto con un resumen de la norma que se debe cumplir para que el productor la conozca más fácilmente y la pueda revisar. Los registros incluyen: registro de operaciones en la finca (con gran nivel de detalle) y un plan de manejo para cada año.

El proceso de certificación grupal establece una muestra de productores, para los cuales la agencia certificadora revisa el expediente de cada una de las fincas que fueron seleccionadas para la verificación. Dicho expediente debe estar completo: hoja de compromiso del productor firmada, mapa de la finca, plan de trabajo y hoja de visitas de la organización. En esta última debe comprobarse que la organización está dando seguimiento al productor durante todo el año.

⁹ Basado en entrevista a Cristian Mora, Gerente del AFAORCA, octubre de 2012 y consulta a <http://afaorca.com/online/modules/info/index.php?id=2> el 19-09-2014.



AFAORCA realiza dos visitas formales por año y algunas otras ocasionales. Estas visitas tienen el objetivo de comprobar que el productor está llevando a cabo el plan de trabajo aprobado. Este plan se realiza con la organización y está contemplada la normativa de NOP para facilitarle al productor su cumplimiento, es decir, se incluyen las labores y actividades que son permitidas como parte del trabajo por realizar a lo largo del año. También apoyan en la elaboración de la documentación antes mencionada para que el expediente siempre esté al día.

Posteriormente, el verificador realiza una visita a las fincas de la muestra que normalmente corresponde al 30% de todas las fincas de la organización y camina por todos los linderos para comprobar si hay algún elemento que esté prohibido en la normativa. Por ejemplo, que existan cercas, que no se encuentre basura de los vecinos, zanja colindante de contención para que el agua de la finca vecina no se pase a la finca en verificación.

Al final de la visita, el Sistema de Control (SIC) de la organización y los verificadores se reúnen para conocer las anotaciones realizadas durante la visita a las fincas. En ese espacio, se analiza la aplicabilidad de la norma en cada caso y se debate para llegar a acuerdos conjuntos de mejoras y cambios para cumplir al cien por ciento con los requisitos. Esta tarea se facilita en el tanto el plan de trabajo de los productores se ajuste los formatos de verificación que usa la certificadora para verificar el cumplimiento de la normativa.

El informe del inspector se entrega a la organización y se presenta al comité de evaluación de Eco LOGICA para analizar si las anotaciones se apegan a la norma. De esta evaluación resulta una lista de inconformidades (si existen) que deben resolverse; normalmente se firma un compromiso donde se especifica de qué forma se va a subsanar la inconformidad y el tiempo estimado para su solución. A partir de esta firma es posible que la organización tenga la certificación aunque las inconformidades no estén resueltas inmediatamente, pero existe el compromiso formal de solución. Una vez resueltos los problemas encontrados, debe documentarse y demostrarse que efectivamente fue solucionado. La normativa de NOP debe cumplirse en su totalidad, no hay margen para no cumplir algunos aspectos. El costo de la certificación se estima en \$2.2 por fanega, más los costos por administración de la organización aproximadamente \$4.4 por fanega, de forma que los costos totales de la certificación alcanzan \$6.6 por fanega. A ello se agregan los costos específicos de la certificación que es anual y ronda los \$2.000 para el grupo. La organización asume todos estos costos de la certificación a cambio del compromiso del productor de entregar su café.



La inversión del productor corresponde a las tareas y actividades que debe realizar y/o modificar en su finca para cumplir con la norma de orgánico de la NOP y además el compromiso de entregar todo su café a AFAORCA.

La organización comprueba la calidad de todo el café recibido. Las visitas periódicas a que se hizo alusión anteriormente, también cumplen con el importante objetivo de garantizar la mejor calidad del café de cada una de las fincas. A partir de las características mostradas, la organización recibe los mejores lotes de café y en ocasiones recomienda al productor entregar su café a otro beneficio porque no cumple con los estándares establecidos para los compradores del grano en el mercado internacional. AFAORCA también recibe café de otras fincas certificadas individualmente. Con estos productores se negocia la cantidad de café que se recibe y se pacta el precio.

En relación con el precio de los asociados, AFAORCA no tiene precios diferenciados. No importa la altitud de la finca o si el café resultó ser boutique para un mercado diferenciado que paga \$500 por un quintal. Esta política de precio igual para todos, garantiza igualdad para todos los productores, evita roces en la organización y socializa los buenos precios como los bajos. Evita al mismo tiempo, la competencia entre micro lotes por lograr precios extraordinarios que no se disfrutaban todos los años por los ciclos propios del cultivo.

La organización, hace una estimación de la calidad mediante una tabla, del porcentaje de café maduro, sobre maduro y verde, a partir de la cual se fija el precio de primera y segunda calidad. La práctica de AFAORCA es comprar el café de segunda a la mitad del precio del café de primera, que normalmente tiene un sobre precio en el mercado internacional. Normalmente, el café que se castiga con este procedimiento, es el que se cosecha en los primeros y últimos días del período de recolección (granea y repela). De esta forma el productor ya sabe que debe entregar café maduro.

El café de alta calidad se procesa por separado en el beneficiado. El proceso de catación interno de la organización, contribuye con la identificación de lotes especiales que van para diferentes mercados o diferentes preparaciones. Esto ha contribuido con la eficiencia del proceso y permite entregarle al comprador exigente, el café que desea y al mismo tiempo, lograr ventas de café con otras características a mercados menos exigentes.

AFAORCA cuenta con la certificación de fincas y de beneficiado. Ambas certificaciones se generan a partir de la misma verificación del evaluador de Eco LOGICA. Estas certificaciones son suficientes para comercializar el café certificado orgánico. Además, para comercializar café verde, lo hacen a través de La Alianza (Asociación Alianza de Familias



Productoras Orgánicas de Costa Rica, integrada a Cooperativas sin Fronteras)¹⁰, que está certificada para hacerlo. De esta forma la organización puede acceder a otros mercados.

Coopellanobonito¹¹

Coopellano Bonito R.L, fue constituida hace 35 años por pequeños productores de la comunidad de Llano Bonito, dedicados a la producción de café tipo S.H.B Tarrazú de alta calidad. La cooperativa está certificada en Comercio Justo, Café Sostenible y Bandera Azul. Además, todo el café posee garantía de origen y calidad S.H.B Tarrazú producido y procesado en el sitio. Para el caso de certificación Comercio Justo, Fair Trade Labelling Organizations International (FLO) es la agencia de inspección y certificación que elabora estándares internacionales para Comercio Justo, gestiona la certificación, inspecciones y apoya a los productores. Actualmente el mercado de café de Comercio Justo para Centroamérica se cotiza a precios superiores a los que se mantienen en la bolsa internacional y a los que se suman US\$ 5.00 por quintal, que el pequeño productor recibe adicionalmente.

La cooperativa posee además la verificación C.A.F.E. Practices para vender a Starbucks. Aprovechando los procesos de mejora aplicados a partir del plan de trabajo para la certificación de Comercio Justo, aplica la norma C.A.F.E. Practices. La cooperativa promueve en sus asociados ambas certificaciones para garantizarse un mejor precio en el mercado internacional. Para esto realiza varias actividades de información, capacitación, asesoría y asistencia técnica necesarias, para estandarizar las prácticas agrícolas de todos sus asociados y cumplir con los requisitos para cada una de las certificaciones.

La gerencia de la cooperativa decide el porcentaje del café procesado que será vendido al mercado justo por medio de la cuota que debe cumplir la exportadora COOCAFE. Del resto del café, un porcentaje es vendido a Starbucks y otra parte se vende en mercados convencionales.

El café certificado es comercializado en el mercado internacional a través del consorcio COOCAFÉ y desde hace varios años están abriendo nuevos mercados directamente, como el caso del mercado asiático.

¹⁰

Ver:http://www.cooperativasinfronteras.net/index.php?option=com_content&view=article&id=198&Itemid=158.

¹¹ Elaborado con base en entrevista al Ing. Jorge Ortiz, de Coopellano Bonito, en octubre de 2012.



Esta empresa impulsa procesos de verificación para Nestlé y Starbucks (ver detalle en anexos 4 y 5) mediante un departamento de Servicios de Manejo Sostenible. La certificación AAA Nespresso la desarrolla en las regiones de San Ramón y Naranjo de Alajuela, así como Orosi y otros lugares, pero no están autorizados para extenderla en Los Santos. En esta región otorgan la verificación C.A.F.E. Practices para Starbucks. La capacitación, acompañamiento, asistencia técnica para la verificación de las normas de buenas prácticas de Starbucks, son parte de las facilidades que ofrece la empresa a los productores, a cambio de un café de muy alta calidad.

El programa de sostenibilidad inició en Los Santos a mediados del 2012 y busca incrementar la productividad, cambiando el concepto tradicional de los rendimientos por hectárea a buscar mayores rendimientos económicos. Está asociado al mejoramiento de la calidad del grano que le garantice a la empresa contar con un volumen adecuado de producto para ofrecer a Starbucks. A cambio de implementar estas buenas prácticas, la empresa ofrece mejores precios de liquidación y por tanto, mayor estabilidad de los ingresos de los caficultores.

En su estrategia de funcionamiento, esta empresa brinda financiamiento para diversas necesidades no sólo relacionadas con la producción propiamente dicha, sino también con aspectos personales o familiares de los productores. Los préstamos se ofrecen a corto, mediano y largo plazo con intereses razonables y se pueden cancelar con producto.

Se busca que los productores valoren los diferentes servicios que les brinda la empresa y consolidar así un grupo de caficultores socios que provean el café que requiere la empresa para comercializarlo a nivel internacional.

En el proceso de verificación C.A.F.E. Practices, ECOM F.J. Orlich funciona como implementadora de las normas y verifica que los productores la cumplan. Los técnicos de la empresa ofrecen a los productores la norma para poder exportar café con el sello C.A.F.E. Practices. La empresa aporta la capacitación y la asesoría para el mejoramiento de la finca y asume los costos no solo de la implementación, sino también de la verificación. En este sentido la empresa contrata a la empresa certificadora para que emita criterio y recomiende la obtención del sello una vez verificada la normativa en el campo.

¹² Elaborado con base en entrevista a los Ing. Neeta Soni y Mainor Fernández de F.J. Orlich, octubre y noviembre de 2012, respectivamente.



Como parte de la consolidación como procesador y comercializador de café certificado, F.J. Orlich, recibe financiamiento de la Corporación Financiera Internacional (IFC por sus siglas en inglés) que es miembro del Grupo del Banco Mundial. Es la principal institución internacional de desarrollo que centra su labor exclusivamente en el sector privado de los países en desarrollo. Proporciona financiamiento que ayuda a las empresas a emplear más gente y suministrar servicios esenciales, moviliza capital de terceros, y presta servicios de asesoramiento orientados al desarrollo sostenible¹³.

El Programa de Sostenibilidad y transferencia tecnológica de F.J. Orlich en Costa Rica, contribuye con el acompañamiento de técnicos especializados en finca, capacitación, material de promoción, rotulación de fincas, personal para inspecciones y transferencia tecnológica. Este financiamiento del Banco Mundial contribuye indirectamente, a la implementación de las normas exigidas por Starbucks para conceder el sello C.A.F.E. Practices.

La empresa organiza a los productores en cadenas o grupos para facilitar la implementación y bajar los costos de la verificación. A la fecha existen aproximadamente unos 29 productores verificados C.A.F.E. Practices por parte de F.J. Orlich en León Cortés y otros 200 están en el proceso en toda la región de Los Santos. Con este sistema de cadenas, la empresa funge como administrador de grupo y responsable de llevar a término la implementación de la norma.

Las cadenas se conforman dependiendo de la ubicación y otras características que les permita contar con grupos pequeños lo más homogéneos posible. Esta forma de trabajo también facilita la verificación; la agencia que lo hace elige al azar un número determinado de fincas dentro de cada cadena. El resultado de la verificación de la agencia, es para toda la cadena de manera que la evolución o progreso se realiza grupalmente.

Los niveles de implementación establecidos por Starbucks son tres: verificado, preferido y estratégico. Una vez logrado este último nivel, el productor puede acceder a un sobre precio. Aunque a la fecha en León Cortés ningún productor lo ha alcanzado.

A partir del primer nivel, el café de las cadenas puede ser sellado y exportado como C.A.F.E. Practices. Starbucks lleva un control estricto de la cantidad de cadenas y productores y sus niveles, de manera que conoce de antemano la cantidad de café que será comprado a la empresa. Esta práctica evita que se le venda café que no tenga el sello.

¹³ http://www1.ifc.org/wps/wcm/connect/Multilingual_Ext_Content/IFC_External_Corporate_Site/Home_ES



Otra importante medida por parte de Starbucks, tiene que ver con la calidad de taza. Con las características históricas mostradas por las diferentes cadenas, el importador define la calidad de taza que se debe cumplir. De ahí que sea fundamental el trabajo que se realiza en la fase agrícola y el procesamiento para cumplir con esta exigencia.

El procesamiento se realiza en el beneficio El Marqués en San Marcos de Tarrazú, mediante un convenio de arrendamiento a la Coopetarrazú. Dicho beneficio está equipado con alta tecnología, con la posibilidad de trabajar hasta tres líneas diferentes para garantizar la trazabilidad.

*VOLCAFE*¹⁴

VOLCAFE es una empresa transnacional de capital inglés que opera en diversos países del mundo comercializando principalmente “commodities”. En Costa Rica, opera en Los Santos ofreciendo la certificación AAA Nespresso homologada Rainforest (RA).

La certificación incluye aspectos como:

- Bajo uso de agroquímicos
- Mejor precio de liquidación
- Manejo sostenible de la plantación

La implementación del programa de certificación en Los Santos inició hace 2 años con aquellos productores que tradicionalmente entregan su café al beneficio Volcafé. El mecanismo de atención a los productores es a través de la conformación de grupos pequeños de caficultores con características que tiendan a homogenizarlos, por ejemplo: la zona, las variedades de café, el tipo de terreno, tradición del productor y otros.

Los técnicos de Volcafé son capacitados por funcionarios de Rainforest para la implementación y seguimiento de las normas por parte de los caficultores que han elegido ingresar al programa.

El programa de certificación consiste en:

- Charlas para explicar en qué consiste el programa
- Rain Forest capacita a los técnicos de Volcafé
- Los técnicos acompañan a los productores para la implementación de las normas

¹⁴ Elaborado con base en entrevista a Ing. Emiliano Castro de Volcafé, noviembre de 2012.



- Una vez finalizado el proceso, los técnicos de Rain Rorest verifican y autorizan la certificación.

El modo de operar en la fase de procesamiento es individual, es decir, el café certificado AAA Nespresso se procesa por separado del café convencional, en los beneficios se tienen líneas de proceso.

3.2.2. Estrategias de organizaciones y empresas con productores no certificados

Coopetarrazú¹⁵

Actualmente la cooperativa cuenta con 2.600 afiliados y el único requisito para su incorporación es ser productor de café de la zona de Los Santos. Brinda servicios en las siguientes áreas:

- Asistencia técnica: para mejorar los procesos de producción
- Combustibles: servicio 24 horas para abastecer los diferentes equipos
- Insumos agrícolas: para garantizar precios justos para el productor
- Supermercados: mediante dos puestos se brindan los abarrotes necesarios
- Servicio automotriz: mantenimiento y reparación para los vehículos
- Veterinaria: asesorías y servicios de medicina veterinaria
- Ferretería: amplia gama de productos e insumos relacionados con la producción cafetalera.

La cooperativa posee la planta industrial más grande del país y el proceso de beneficiado utiliza los subproductos del café como la pulpa y las mieles en la preparación de abono orgánico, que se utilizará en los cafetales de los asociados durante la época de fertilización.

Tienen un sistema de tratamiento de aguas residuales moderno, que permite la minimización del uso de este recurso y garantiza que las aguas utilizadas se devuelvan con niveles de contaminación por debajo de los establecidos en las normas de contaminación ambiental costarricense.

La cooperativa ha tenido la certificación de Comercio Justo por diversos períodos. Recientemente se encuentra desarrollando un proyecto denominado Café de Comunidades

¹⁵ Elaborado con base en entrevista a Manuel Solano, asociado de la cooperativa en setiembre de 2012 y <http://fairtradeusa.org/producer-profiles/coopetarrazu-cooperativa-caficultores-y-servicios-tarrazu>



que busca el desarrollo del concepto de lotes especiales de café, procedentes de diversas comunidades ubicadas en la zona de influencia de Coopetarrazu, donde brinda la trazabilidad desde la finca de producción hasta el área de beneficiado antes de ser exportado a sus clientes. El productor de referencia en este estudio no tiene la certificación.

Micro Beneficio Puente Tarrazú¹⁶

La instalación de este micro beneficio se realizó con el apoyo del Programa de Fomento de la Producción Agropecuaria Sostenible (PFPAS) del MAG. El apoyo consistió en diseño, capacitación y asesoría para su mantenimiento. La organización cuenta con seis socios, todos productores de café, quienes entregan toda su cosecha al beneficio. El beneficio tiene una capacidad de procesamiento de aproximadamente 1.400 fanegas.

El proceso de beneficiado se realiza individualmente para garantizar la trazabilidad del producto y además porque una de sus principales estrategias de comercialización internacional, es la venta de lotes o micro lotes de café con características especiales que los obliga a este procesamiento por separado que garantiza la calidad y evita contaminaciones o mezclas no deseadas.

Esta empresa realiza la exportación del café oro a través de un exportador independiente. Anualmente, el exportador lleva compradores extranjeros, tanto a las fincas de los socios, como al beneficio para que conozcan más de cerca los procesos y sus características. En los últimos años estas visitas han abierto nuevos mercados de exportación como son: Japón, Australia y Canadá.

Beneficio UNDECAF S.A.¹⁷

El grupo de nueve productores que conforman la Finca don Diego, han venido trabajando en la integración de la cadena para tratar de obtener mejores precios en el mercado internacional por su producto. A través de una exportadora, que también es socia del beneficio, se encuentran exportando directamente desde hace varios años. La integración incluye desde la agricultura, la agroindustria y la comercialización en el mercado internacional.

¹⁶ Elaborado a partir de entrevista a Efraín Méndez socio del Micro Beneficio Puente Tarrazú en setiembre de 2012.

¹⁷ Elaborado según entrevista al Señor Rafael Prado, Gerente de UNDECAF, en setiembre de 2012.



La sociedad está conformada por un exportador y seis productores y la Finca Don Rigo S.A. El microbeneficio es del tipo amigable con el ambiente que realiza un correcto tratamiento de aguas y desechos sólidos así como secado al sol, para garantizar la calidad del producto.

Beneficio La Eva¹⁸

Este beneficio forma parte del Grupo Massimo Zanetti Beverage, su actividad principal está representada por el café en todas sus formas y expresiones. Todas las sociedades que forman parte del grupo son especialistas en cada una de las fases del ciclo de vida, desde el proyecto agro-industrial hasta la bebida en la taza.

El beneficio la Eva, está ubicado en Sarchí de Valverde Vega, San José. El acopio de la fruta la realiza a partir de la compra el café a muchos productores, por lo general de medianas y pequeñas dimensiones, que se encuentran en las cercanías y en la región de Tarrazú.

El grupo representa para el mercado mundial del café un importante punto de referencia en términos de volúmenes comercializados de materia prima a través de una de las más importantes sociedades exportadoras de café verde de Brasil.

En la región de Los Santos compra café convencional desde hace aproximadamente cinco años con precios muy competitivos, con el fin de capturar productores.

3.2.3. Síntesis de las estrategias de calidad

La anterior descripción de las estrategias seguidas por las organizaciones y empresas beneficiadoras del café de León Cortés, permite mostrar en el cuadro 2 el sesgo que tienen en sus estrategias de gestión de la calidad. En primera instancia se busca competir a nivel local para captar el mayor volumen de la producción que se pueda, como es el caso de las cooperativas y las empresas transnacionales como La EVA y VOLCAFE. Las cooperativas lo hacen a través de la prestación de servicios adicionales a los asociados (certificaciones, crédito, asistencia técnica, otros). Las transnacionales lo hacen a través de precios de liquidación competitivos.

Como es de esperar, la certificación orgánica y de comercio justo (ver Anexos 2 y 3) las tienen una asociación de productores y las cooperativas. Los esquemas privados al interior de empresas son promovidos por empresas transnacionales como: ECOM F.J. Orlich y VOLCAFE. Sin embargo, entre estas dos empresas la diferencia importante es que la primera

¹⁸ Elaborado con base en información tomada de <http://www.laeva.net/> y entrevista personal con caficultora Mónica Venegas en setiembre de 2012.



tienen un programa de sostenibilidad que busca conducir al productor hacia la eficiencia en la producción de alta calidad, mientras que el segundo busca más garantizar la compra de grano de altura.

Por otra parte, la calidad natural que ofrece el cantón de León Cortés es aprovechada de formas diferentes por las empresas. Los microbeneficios están más orientados al desarrollo de micro lotes de alta calidad, con procesamientos artesanales como el secado al sol con y sin pulpa, para atender mercados muy especiales. COOPETARRAZU aplican el desarrollo de estrategias de calidad para establecer comercialización directa orientada a nichos de café de alta calidad.

Cuadro 2. Resumen de estrategias de calidad de las empresas beneficiadoras de café. León Cortés, 2013

| Organización / Empresa | Tipo | Estrategia de Calidad |
|---|-------------------------|--|
| AFAORCA | Asociación Productores | Certificación Orgánica desarrollo de lotes especiales |
| Copellano Bonito | Cooperativa Productores | Doble certificación de café: Comercio Justo y Starbucks |
| ECOM F. J. Orlich | Empresa transnacional | C.A.F.E. Practices (Starbucks) / incremento de rendimientos de café de altura |
| Volcafé | Empresa transnacional | AAA Nespresso - Rain Forest / Captación café de altura |
| COOPETARRAZU | Cooperativa | Volumen sin descuidar calidad . Alguna incursión en nichos especiales |
| Micro Beneficio Puente Tarrazú | Asociación Productores | Integración vertical / desarrollo de lotes nichos especiales / ventas internacionales directas |
| Micro Beneficio UNDECAF S.A. | Asociación Productores | Integración vertical / lotes para nichos especiales / ventas internacionales directas |
| Grupo Massimo Zanetti Beverage (Beneficio La Eva) | Empresa transnacional | Captación café de altura con altos precios de liquidación |

Fuente: elaboración propia.

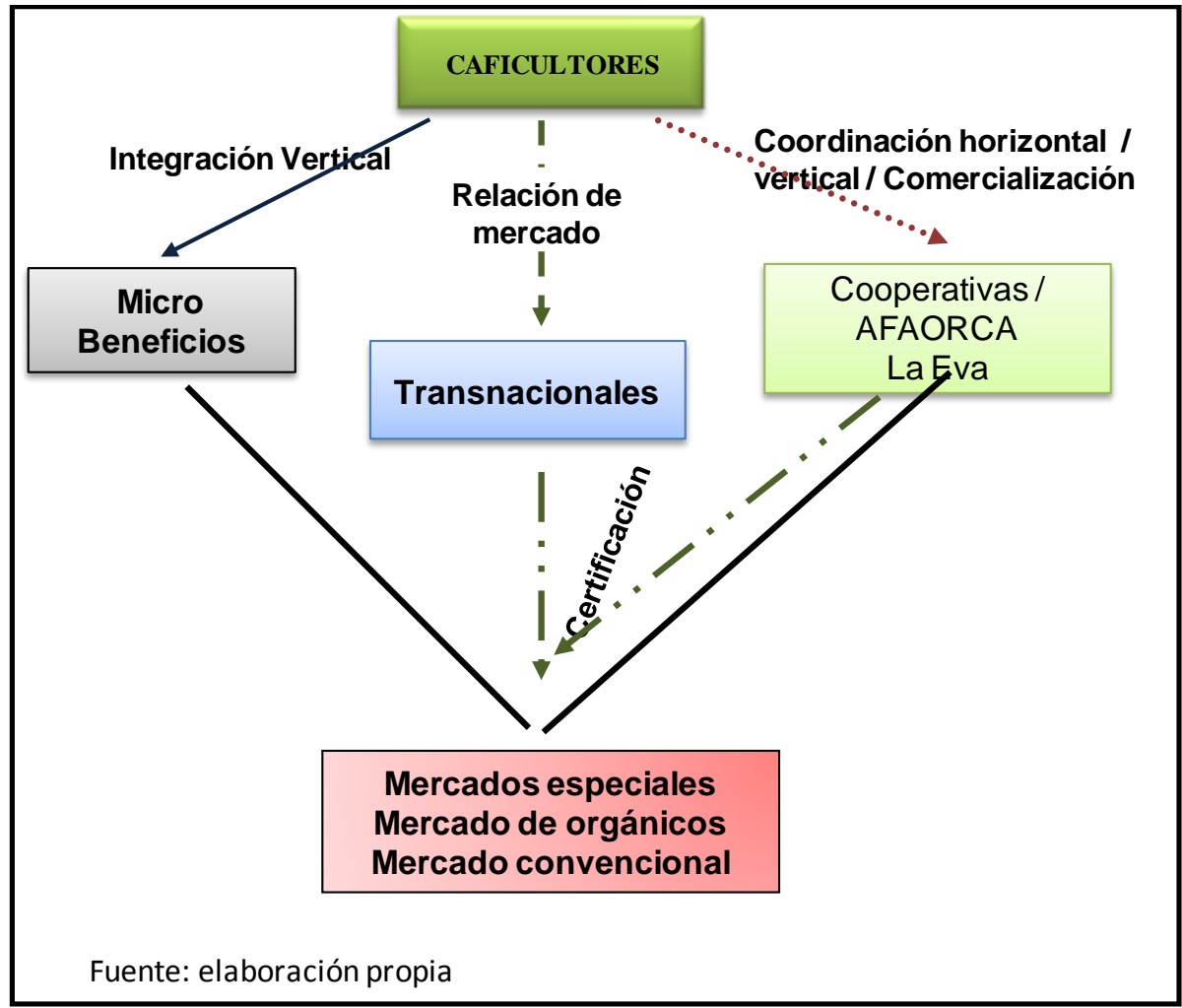
3.3. Red organizativa de las empresas involucradas

En la figura 1, se sintetizan los diversos mecanismos que se establecen entre los caficultores, las empresas y organizaciones para comercializar a los diversos mercados de café existentes, y en particular alcanzar nichos en los que se reconozca la diferenciación de su producto. Estos los podemos distinguir en términos de la integración y coordinación productiva y relaciones de mercado. En las dinámicas de certificación y diferenciación por calidad, dichos vínculos determinan en mucho los mecanismos mediante los cuales operan las certificaciones, centrados en las empresas beneficiadoras como agentes clave. Tal como se observa en la



Figura 1 podemos distinguir tres redes, por una parte las centradas en organizaciones de productores (cooperativas y asociaciones), compañías transnacionales y los micro beneficios.

Figura 1. Redes de coordinación, cooperación e integración en la cadena de café del Cantón de León Cortés



Los productores que participan de esquemas de certificación tienen en común que la organización o empresa beneficiadora les facilita el otorgamiento de la certificación, asumiendo los costos de la certificación así como los de seguimiento, apoyo y capacitación. Este es el caso de AFAORCA, Coopellano Bonito, Cooperatarrazú, Volcafé y F.J. Orlich. Sin embargo la modalidad de relación de los productores con el resto de la cadena difiere. Las cooperativas y asociaciones de productores tienen mecanismos de coordinación vertical entre productores organizados en el proceso de beneficiado y comercialización. Mediante este vínculo acceden a nichos orgánicos, de comercio justo y otros de corte de responsabilidad ambiental. Igualmente ellos acceden el mercado convencional. En el caso de los micro

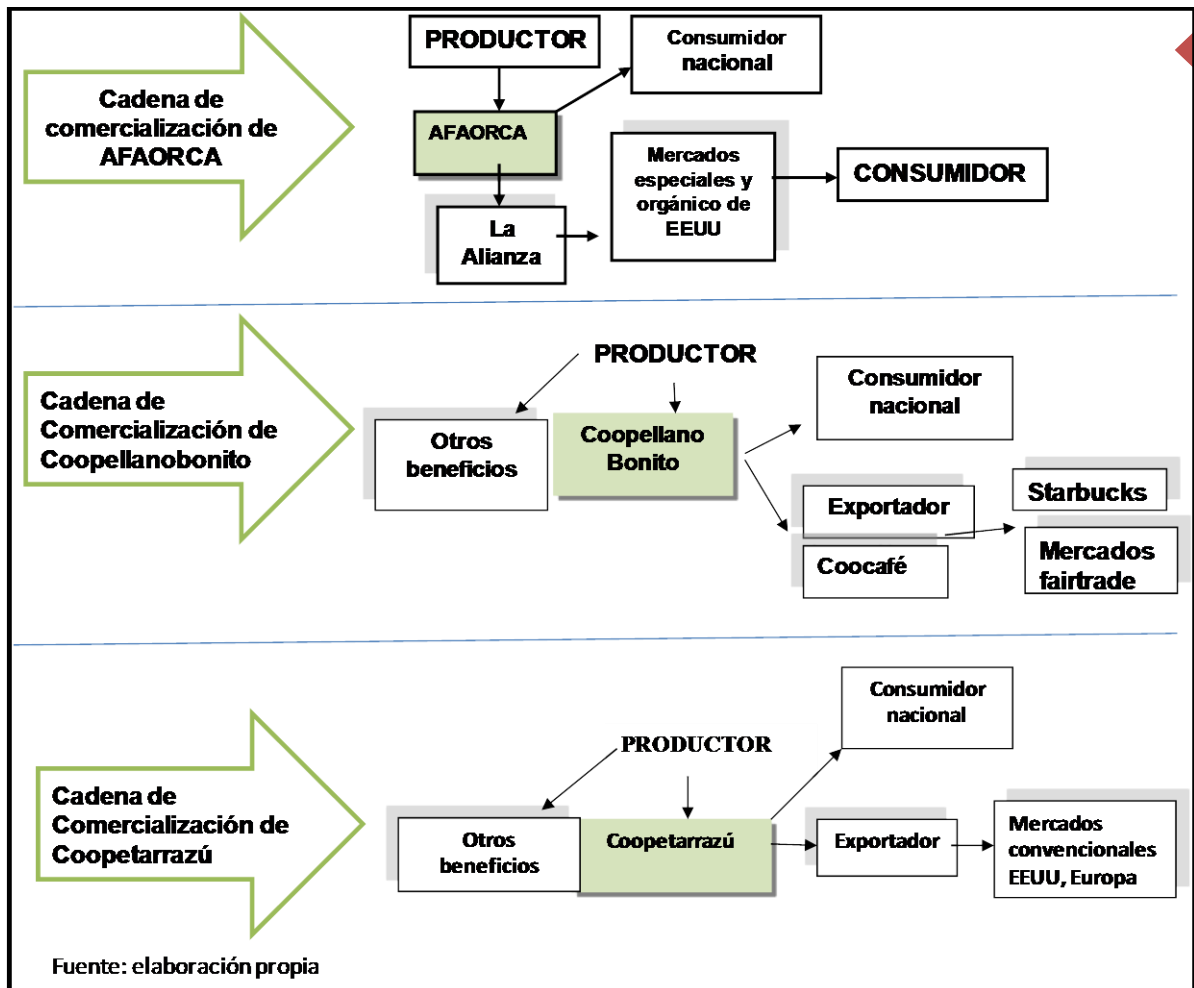
beneficios, se encuentra un circuito de integración vertical, cuya estrategia es de alcanzar nichos de mercado, pero no mediante certificaciones. Por otra parte, está el circuito de las transnacionales que vinculan productores mediante mecanismos de mercado, incorporando la posibilidad de verificación para Nestlé y Starbucks

En otros casos, la diferenciación se busca mediante procesos de mejoramiento de calidad, en el cual el vínculo es la integración / coordinación vertical que han logrado algunos de los productores en estudio, como es el caso de UNDECAF S.A. y del Beneficio Ecológico Puente Tarrazú. En ambos casos un grupo de caficultores se han unido para constituirse en una empresa que procesa y vende café oro para el mercado internacional y café tostado para el mercado regional y local. Esto les ha permitido integrarse al mercado internacional no sólo como productores sino además como comercializadores, logrando integrar más fases de la cadena de valor.

Otra forma de vincularse con una organización por parte del caficultor, es la que se establece a partir de la comercialización, sin participar de la certificación. La muestra presenta un caso de estudio donde el caficultor es asociado de Coopetarrazú, el beneficio más grande de la zona y una de las organizaciones de productores con mayor impacto en Los Santos que le garantiza la compra de café a buen precio. Otro caso se trata de un caficultor afiliado a Coopellano Bonito, este tiene la particularidad de que la organización le proporciona dos certificaciones: Comercio Justo y C.A.F.E. Practices y asume los costos de todo este proceso, pero el productor no ha elegido la certificación, sino que la estrategia de la cooperativa lo involucra en el proceso. A continuación se detallan las características de las redes establecidas por los microbeneficios, las organizaciones y las transnacionales para captar producto y comercializarlo a nivel nacional e internacional.

Figura 2 Redes de comercialización de las cooperativas y asociaciones





CASO AFAORCA

AFAORCA en los últimos años ha estado a la vanguardia en comercialización de café orgánico en el país. Tienen diversas estrategias tales como: la cafetería de café orgánico, tour de café, ventas a mayoristas por lotes de café en el mercado exterior, ventas a mayoristas nacionales en las ferias de orgánicos y las ventas minoristas con locales ubicados en la cafetería y en el beneficio.

AFAORCA está comercializando en mercados orgánicos tradicionales y especiales con algunos lotes de las fincas de sus socios. Para entrar en esta dinámica, la organización ha acumulado mucho conocimiento del mercado café, desarrollando incluso capacidades para autoevaluar el perfil de taza de su café con cataciones propias. En este sentido, este mercado es especial no sólo por el producto que comercializa sino también por los altos niveles de conocimiento y capacidades para mantenerse en el juego, donde los gustos y preferencias de



los consumidores son altamente apreciados. Es un mercado con importantes barreras de entrada.

Para poder ingresar a este tipo de mercado, AFAORCA recurre a varias estrategias. En ocasiones exporta a través de La Alianza, otras veces entrega a beneficios de Volcafé, cuando el grano no alcanza la calidad para café orgánico de primera calidad. Otras veces el producto se envía a través de Cafés Exclusivos, consolidado con otros exportadores para cubrir la capacidad de un contenedor.

En la figura 2, se presenta la cadena de comercialización de AFAORCA, donde se destacan sus esfuerzos por la integración vertical de la organización al incorporarse a otra organización de mayor nivel como es La Alianza, que funge como exportadora del café de primera calidad a mercados especiales de EEUU, principalmente. Además, la organización tiene injerencia directa sobre la fase agrícola de la cadena productiva, con lo cual integra tres fases en la región.

El café de AFAORCA se vende todo como orgánico, aunque el comercializador internacional no necesariamente lo vende como tal. Es posible que el comprador explote cada una de las características del café, es decir, según el cliente, ofrecerá el café como orgánico, o como proveniente de una región o sitio en particular, o bien, por las características de taza. De manera que la comercialización del café orgánico en el mercado internacional se personaliza según el cliente y se resaltan las características que el cliente desea encontrar en el café que está adquiriendo, dejando otras de lado aunque el grano las posea.

Las nuevas herramientas tecnológicas como las redes sociales y las páginas web están permitiendo a los compradores internacionales de café monitorear diariamente los lotes de café en los que tienen interés y ver cómo está evolucionando cada una de las etapas de la producción. La información es posteada por los tostadores para atraer potenciales compradores y realizar contratos de compras futuras.

En este contexto AFAORCA está apostando al sistema de ventas en línea y rediseño de empaques y marcas, así como a personalizar el café según el cliente y la dinámica explicada anteriormente.

Estos sistemas han avanzado mucho en otras partes del mundo y en Costa Rica es incipiente y se está en el proceso de entender el mercado. Tiene la desventaja del envejecimiento de los cafetales, el deterioro de los suelos y los efectos del cambio climático. Si se superan estas



limitaciones, hay posibilidades de competir en estos nuevos mercados y permanecer en la actividad.

La mayor competencia que tiene el café orgánico es el origen especial de algunos cafés, es decir, ha surgido un tipo de mercado en el cual se comercializa café de una región, finca y lote en específico a precios muy elevados y que no tienen ningún tipo de certificación. Países como Japón, por ejemplo está comprando café para comercializarlo bajo este concepto.

Esta nueva dinámica del mercado está haciendo que algunos tostadores de café especial, influenciados por sus baristas, que son los que al final preparan los lotes de café y tienen el contacto directo con el consumidor, establecen cuál es el café que requieren. El gerente de la tostadora visita las fincas y encarga café de lotes especiales, no necesariamente de toda la finca. De esta forma el café especial que se está comercializando pierde diferenciación en lo referente a la marca, certificación y su origen geográfico. La tendencia del mercado va hacia la calidad y características de taza muy específicas, sin denominaciones de origen ni certificaciones.

Coopellano Bonito y COOPETARRAZU

A partir de las entrevistas con expertos, los afiliados de las cooperativas que están presentes en este estudio, Coopetarrazú y Coopellano Bonito, se incorporan en primera instancia a estas organizaciones locales para garantizar la comercialización de su producto. Independientemente de las gestiones de las cooperativas para la obtención de las certificaciones, los productores se afilian para entregar su café. En este sentido las cooperativas establecen en primera instancia una relación de afiliación con los productores.

Como ya se explicó Coopellano Bonito tiene las certificaciones de Comercio Justo y C.A.F.E. Practices. El principal objetivo de los productores afiliados es beneficiarse de otros servicios como son: la comercialización del café, crédito, asistencia técnica y capacitación. En el caso de Coopetarrazú, la cooperativa exporta a EEUU y Europa y también tiene marcas propias para la comercialización a nivel nacional.

Ambas cooperativas de gran trayectoria en la región, posee beneficios con altos volúmenes de procesamiento, marcas para la comercialización local y regional y plataformas para la exportación de diferentes mercados internacionales.



Circuito transnacionales

Otra red presente en los casos de estudio es la del Consorcio Internacional ECOM/FJ Orlich y Starbucks, para la verificación C.A.F.E. Practices. ECOM es una empresa comercializadora de productos básicos y se ha expandido principalmente en el café y el cacao como procesador y comercializador para fabricantes de productos de marca, como: Grupo Nestlé, Starbucks, Hershey, Mars, Sara Lee, Kraft, y Folgers.

El negocio del café de ECOM es global, opera en 30 países con más de 20 oficinas en cinco continentes. En los últimos años, el 20% del comercio total del café de ECOM ha sido en las variedades certificadas y la visión a largo plazo de la empresa es aumentar este porcentaje de manera significativa.

La transnacional ECOM compra a finales de los años noventa, la empresa costarricense F.J. Orlich, con el objetivo de consolidar a nivel nacional el acopio de la fruta para su posterior exportación. Esta transacción incluye también la compra de la exportadora Cafinter y una finca cafetalera ubicada en Palmichal de Acosta. De esta manera, la empresa en Costa Rica desarrolla todas las fases de la cadena productiva y la comercialización internacional.

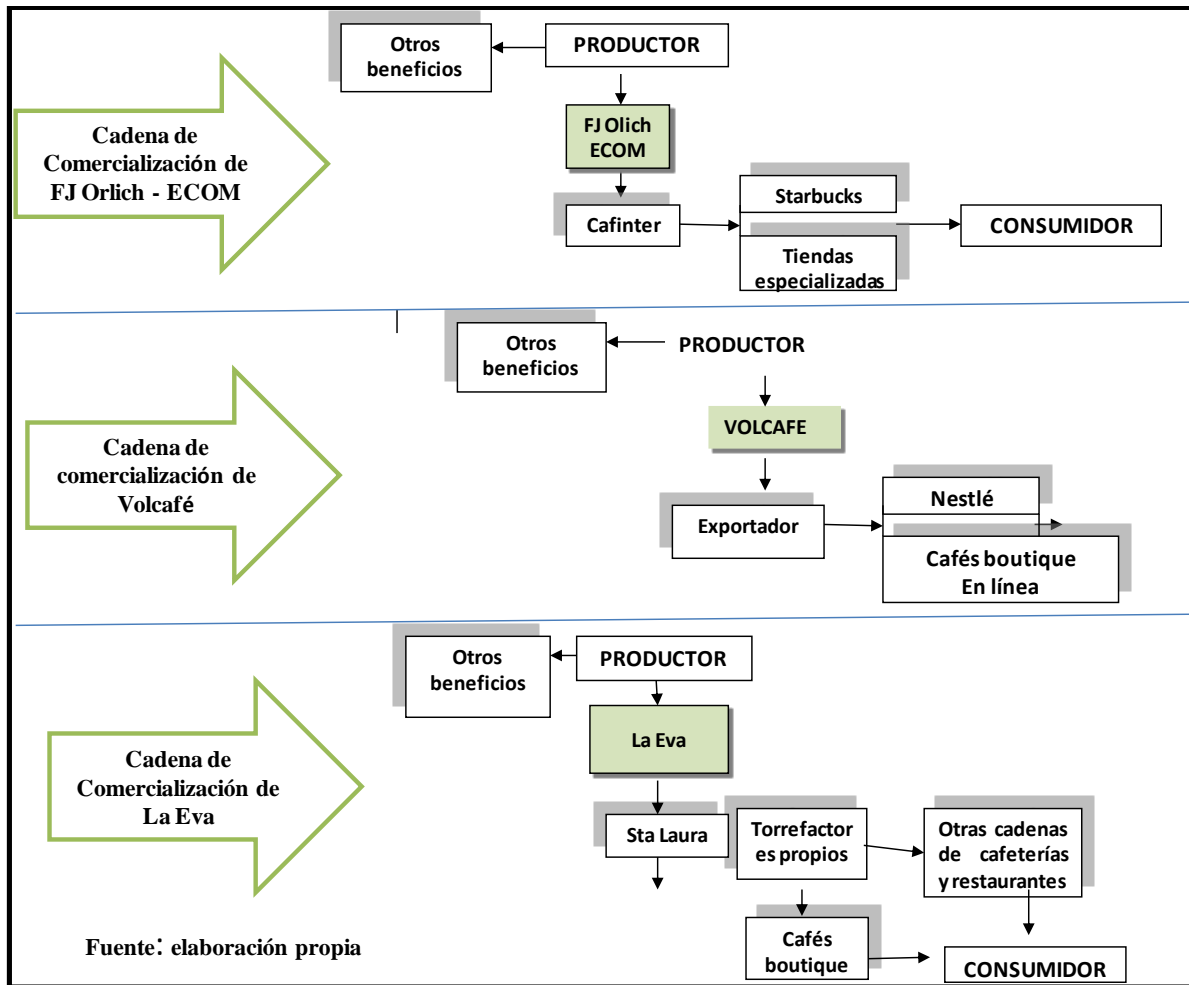
En la figura 3, se observa que en la cadena de comercialización de ECOM F.J. Orlich, los productores pueden vender su producto tanto a esta empresa como a otros compradores; no existe contrato de entrega del 100% de la cosecha. Se muestra además el nivel de integración de esta transnacional en Costa Rica, ya que la exportadora Cafinter también forma parte del ECOM. Además, a través de la verificación de Starbucks, la empresa está teniendo control sobre la fase agrícola, para garantizar la calidad de taza deseada.

Además está presente en la red de transnacionales la cooperación entre VOLCAFE y Nesspresso/Nestlé. Tiene la particularidad que de todo el café producido bajo este sello es comprado únicamente por Nestlé para abastecer sus tiendas boutique de café y las ventas en línea de cápsulas de café de altísima calidad.

Los productores que venden su café al VOLCAFE no están comprometidos a entregar el 100% de su café, aun cuando estén certificados por medio de esta empresa, lo cual hace posible entonces que vendan parte de su cosecha a otros beneficios. La cadena de comercialización se explica en la figura 3.



Figura 3 Circuito transnacional de captación de café en León Cortés



Otro agente que participa en la red es el beneficio La Eva, miembro del Grupo Massimo Zanetti, el cual desarrolla una amplia gama de negocios, todos alrededor del cultivo, procesamiento, comercialización y consumo del café. La multinacional posee plantaciones tanto en Brasil como en Costa Rica, además del acopio que realizan de la fruta por parte de caficultores independientes.

La exportación desde Costa Rica la realizan a través de la exportadora Santa Laura, miembro del grupo. Esta empresa compra el café a los productores locales y lo exporta hacia todo el mundo, inclusive a compañías externas al Grupo.

Otro miembro del grupo con sede en Ginebra, es Cofiroasters que maneja la compraventa de café verde y se encarga del abastecimiento de café para todas las empresas asociadas del Grupo. En particular, la empresa se encarga de los siguientes aspectos:



- compra de café verde en todos los países productores
- venta a las diferentes sociedades del Grupo y también a otros clientes en el mundo
- compra y venta en las bolsas del café de Nueva York y Londres
- transporte desde la sede de origen hasta los puertos de llegada o directamente hasta las instalaciones de torrefacción
- gestión del control de calidad
- promoción de las marcas para las empresas asociadas brasileñas y costarricenses del Grupo

El grupo posee además plantas de torrefacción en Italia, Austria, Francia, Córcega, Holanda, Polonia, Finlandia, Escocia, Brasil y Estados Unidos, donde se encuentra el establecimiento más grande del grupo.

El grupo comercializa el café tostado a una gran cantidad de marcas y establecimientos a nivel mundial, pero también lo hace a través de La sociedad Segafredo Zanetti (marca del Grupo) que es líder en el mercado italiano y un líder mundial del café expreso (ver Figura 3).

En el caso de productores que entregan su café a La Eva, su objetivo principal es la comercialización del producto, para lo cual no media ningún tipo de compromiso con la transnacional.

Circuito de integración vertical con microbeneficios

Tanto el Beneficio Puente Tarrazú y UNDECAF S.A. fueron apoyados para su instalación por el MAG. Los recursos para el desarrollo del proyecto fueron aportados por líneas de crédito especiales del Banco Popular para el fortalecimiento de Pymes.

En el beneficio UNDECAF S.A la catación es una herramienta de comercialización porque dependiendo de sus resultados, así se debe realizar ajustes en el procesamiento o beneficiado que vengan a mejorar la calidad del café a través del tostado. Este proceso lo realizan en dos direcciones, por un lado, envían las muestras al ICAFE para que sean calificadas, es decir que se les asigne una puntuación de calidad y por otro, también envían muestras al departamento de catación de Coricafé, que es socio de UNDECAF y funge además como exportador. De esta forma realizan el control interno de la calidad del grano.

Aquellos lotes que han tenido una puntuación mayor a los 84 puntos son trabajados en el futuro con mayor cuidado para tratar de aumentar la puntuación en la próxima catación y contar con un café que se pueda comercializar en los mercados especiales. De lo contrario,

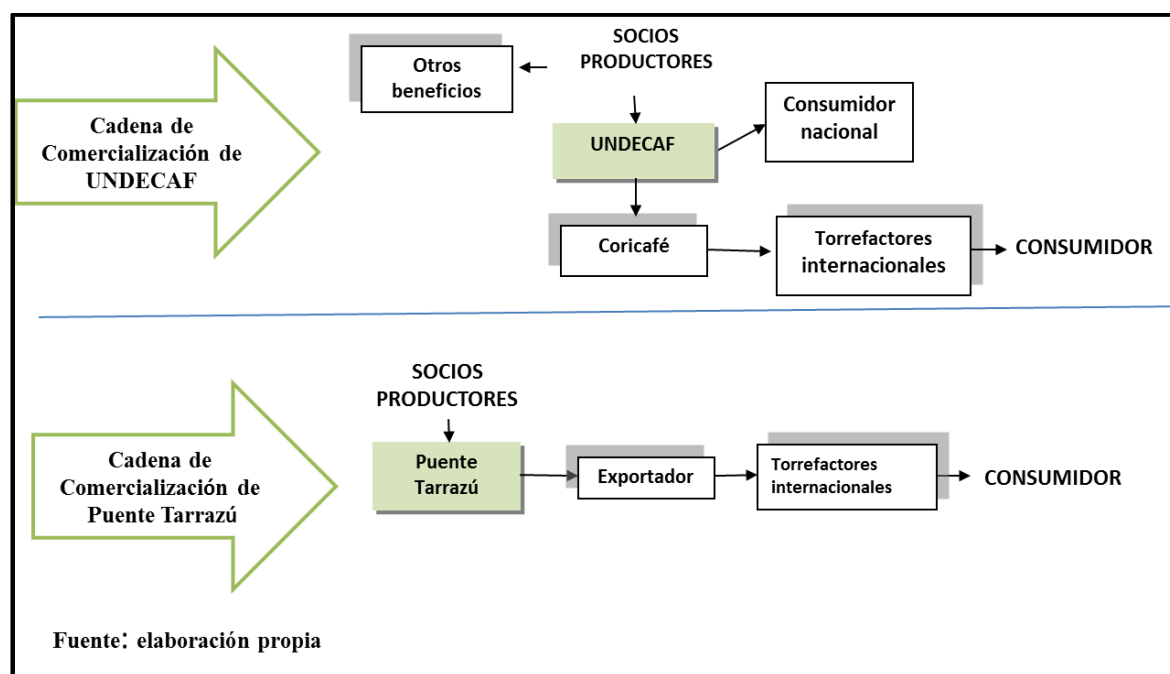


cuando el máximo de calidad obtenido es de 84 o menos, se vende en mercados convencionales.

Basado en una estrategia focalizada en la calidad, UNDECAF está vendiendo su café por micro lotes. El procesamiento lo realizan por separado para garantizar la trazabilidad. Algunos de los mercados que abastecen están en Estados Unidos y Japón. En la Figura 4, se muestran las redes de comercialización de esta organización, donde se evidencian sus esfuerzos por la integración vertical de la cadena productiva.

UNDECAF se encuentra desarrollando un proyecto de café tostado a nivel nacional, mediante un convenio con una empresa que realiza entregas a domicilio de diversos productos.

Figura 4 Circuitos de los micro beneficios de café. Cantón de León Cortés



Esta misma estrategia de comercialización directa de micro lotes la está llevando a cabo el Beneficio Puente Tarrazú, que les ha permitido incurrir en mercados asiáticos, en Australia, Japón y Canadá especialmente con la variedad de café denominada Geisha originaria de Panamá.

Todos los microbeneficios de la zona están afiliados a la Asociación de Micro Beneficios y están presentándole un proyecto al MAG para la instalación de una tostadora y poder procesar internamente el café que no se pudo colocar en el mercado internacional y ofrecerlo a las instituciones gubernamentales.



El MAG financió además la construcción de un centro de productos de Los Santos en El Empalme, donde se ha planeado instalar una cafetería administrada por la Asociación de Microbeneficios y que cada uno de ellos pueda vender su café.

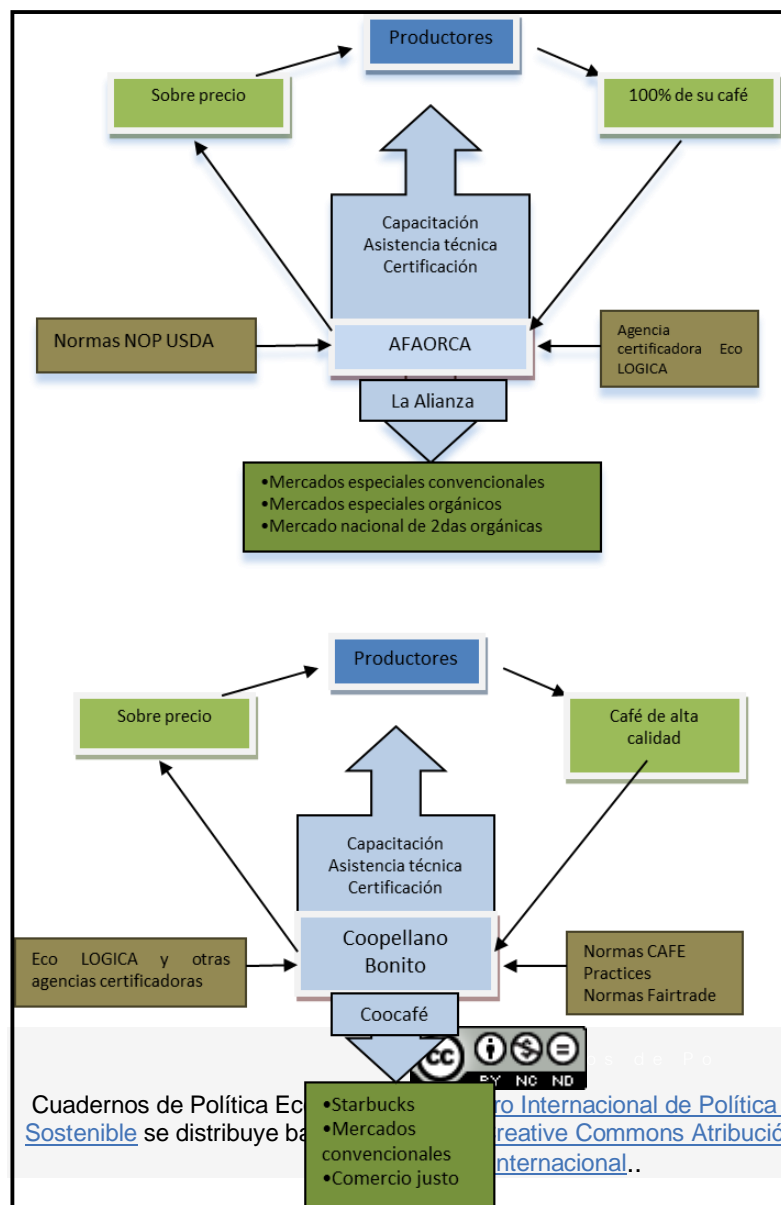
3.4. Redes de certificación de café en León Cortés

En los estudios de caso se han podido ubicar las diferentes redes de certificación que se han desarrollado en León Cortés. A continuación se analizan los mecanismos de certificación promovidos por las diferentes empresas y organizaciones beneficiadoras de café.

Cooperativas y asociaciones

En la Figura 5, se muestran las diversas relaciones de las cooperativas y asociaciones en lo referido a la cooperación, supervisión y apoyo de cada uno de los agentes participantes en los

Figura 5 Circuito de certificación de cooperativas y organizaciones en León Cortés



circuitos que se establecen a partir de las certificaciones. En el caso de AFAORCA su principal socio para la certificación es la organización La Alianza, por medio de la cual realiza las exportaciones. Coopellano Bonito cuenta con COOCAFÉ como su principal socio para la exportación del café, aunque también está realizando ventas directas a través de la contratación de un exportador. El café que no puede ser colocado en el mercado internacional es torrefactado y

empacado con marcas propias de la organización y las cooperativas para ser consumido a nivel local y regional.

Circuitos de certificación de las transnacionales

Recientemente ha aparecido en el panorama de León Cortés, la estrategia de empresas beneficiadoras/comercializadoras transnacionales, que coordinan con otras empresas transnacionales ubicadas al final de la cadena. Son cadenas cortas, en las cuales se asegura una oferta de café de altura con el distintivo ambiental. En el cantón de León Cortés se ubican dos de este tipo de circuitos, como se observa en la Figura 6.

La dinamización de estos circuitos proviene por una parte de Nespresso, que cuenta con el programa AAA Nespresso Sustainable Quality™ como herramienta de Evaluación de la Calidad Sostenible o TASQ™. Este permite a los agricultores de café del programa, identificar prácticas deficientes y desarrollar un plan para trabajar en pro de la producción de café que sea social, ambiental y económicamente sostenible (Ver Anexo 4).

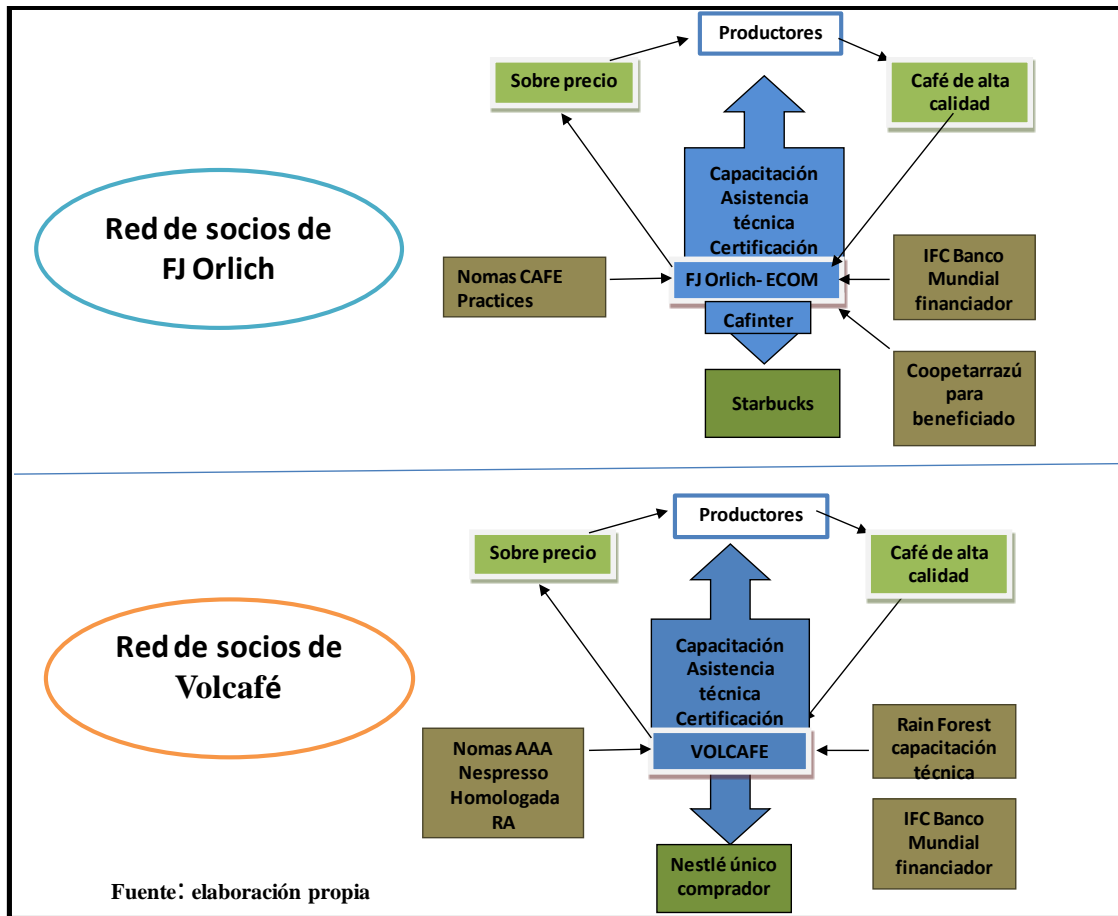
En mayo de 2009, AAA Nespresso inicia su trabajo en afiliación con Rainforest Alliance para homologar su programa con la certificación RA. Esta certificación, ayuda a los agricultores a mitigar la volatilidad del mercado del café en el mercado mundial, dándoles las claves para mejorar la gestión agrícola y tener acceso a mejores mercados. Mediante la implementación de un sistema sostenible de la certificación de gestión de explotación, los agricultores pueden controlar los costos, ganar eficiencia, mejorar los rendimientos y aumentar la calidad de los cultivos.

Para el 2013 Nespresso espera contar con el 80% de los productores con la certificación RA, debido principalmente a que mediados de 2013 finaliza el financiamiento del IFC para la implementación de los programas de sostenibilidad. De esta forma Nestlé se garantiza el abastecimiento del café con las características de taza que requiere para sus tiendas boutique en todo el mundo (ver figura 6).

Nespresso se constituye en un agente de cooperación común en las redes de ECOM/ FJ Orlich y VOLCAFE, pues los programas de mejoramiento de ambas empresas están siendo financiados por el IFC. Con ambas empresas tiene convenios de compra de producto certificado AAA Nespresso homologado RA. Para no crear roces entre ambas empresas, en Costa Rica se hizo una división territorial del ámbito de acción de cada una de ellas para la certificación. De manera que Volcafé otorga la certificación en Los Santos y FJ Orlich en la región Occidente del país.



Figura 6 Circuito transnacional de certificación de café. Cantón de León Cortés



ECOM/ FJ Orlich orienta en León Cortés su Programa de Sostenibilidad y transferencia tecnológica a la implementación de las normas exigidas por Starbucks para conceder el sello C.A.F.E. Practices (ver anexo 5). De esta forma el financiamiento del Banco Mundial permite proveer a los productores con: acompañamiento de técnicos especializados en finca, capacitación, material de promoción, rotulación de fincas, personal para inspecciones y transferencia tecnológica.



4. Conclusiones

La forma en que opera la competencia ejercida por las empresas y organizaciones que procesan y comercializan el café de León Cortés, incorporan una faceta relacionada con las certificaciones. El repaso de las estrategias desarrolladas, las redes que se han organizado y las dinámicas observadas permiten plantear las siguientes conclusiones:

1. Los procesos de diferenciación del café, en la búsqueda de los mercados especiales o nicho discurren por dos dinámicas, que para distinguirlas ubicamos los extremos: las centradas en las certificaciones y las centradas en calidad. En la primera operan organizaciones cooperativas (Llano Bonito y en parte COOPETARRAZÚ), organizaciones de productores (AFAORCA), junto a empresas transnacionales (ECOM / FJ Orlich). En la segunda dinámica operan los micro beneficios y recientemente la cooperativa más grande de la zona (Coope Tarrazú).
2. Las dinámicas anteriores presentan diferentes intencionalidades de posicionamiento. La diferenciación por certificaciones y calidad cuando son ejercidas desde organizaciones de productores, implican un aprovechamiento de oportunidades de mercado, sin vínculos cautivos desde adelante en la cadena. Por otra parte, las dinámicas de las transnacionales implican una búsqueda para asegurar la provisión de café de calidad y con credencial ambiental, para que estas alcancen los nichos de calidad, tal como lo muestran en el cantón de León Cortés la coordinación VOLCAFE con Nestlé, y ECOM FJ Orlich con Starbucks.
3. En todos los casos se da un acortamiento de las cadenas. Esto se había planteado como una estrategia recomendada para los productores organizados, a efectos de participar y desarrollar cadenas de comercialización alternativas a las tradicionales. Ejemplo de ello es AFAORCA con café orgánico, Coopellano Bonito en Comercio Justo, y los microbeneficios en comercialización hacia nichos especiales. Lo interesante es que las empresas dominantes en el comercio convencional también han desarrollado la estrategia de acortamiento de la cadena, desde Nestlé y Starbucks, a través de transnacionales participantes en el beneficiado y comercialización internacional de café, hacia productores de buen perfil de calidad, no organizados.
4. Lo anterior se da en un marco que expresa cambios importantes en la estructura de la cadena de café en Costa Rica, en la cual coexiste en el esquema de beneficiado y comercialización una participación fuerte de empresas transnacionales, se mantiene la



participación de las cooperativas, y una incipiente participación de los micro beneficios, que como se observa en este documento coexisten compitiendo en espacios locales como el de León Cortés, en la Zona Cafetalera de Los Santos.

Bibliografía

- Binden, J., Busch, L. (2006). *Agricultural Standards. The Shape of the Global Food and Fiber System*. . The Netherlands: Springer.
- Díaz Porras, R., Avendaño Escudero, M. (2014). Evolución de las certificaciones ambientales: Perspectivas para el mejoramiento competitivo de los pequeños productores agrícolas en Costa Rica. *Cuadernos de Política Económica*(002-2014). Obtenido de <http://repositorio.una.ac.cr/handle/11056/8633>
- González, A., Nigh, R. (2005). ¿ Quién dice qué es orgánico ? La certificación y la participación de los pequeños propietarios en el mercado global. *Gaceta Ecológica*, (077), 19–33. *Gaceta Ecológica*(077), 19–33.
- González, A., Nigh, R. (2005). ¿ Quién dice qué es orgánico ? La certificación y la participación de los pequeños propietarios en el mercado global. *Gaceta Ecológica*, (077), 19–33. *Gaceta Ecológica*(77), 19–33.
- Lee, J., Gereffi, G., Beauvais, J. (2012). Global value chains and agrifood standards: challenges and possibilities for smallholders in developing countries. *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America*,, 109(31), 12326-31.
- Machín, M. (2007). Desafíos y oportunidades desde la perspectiva de la gestión ambiental. *Revista Futuros*, 17, 1–10.
- Muradian, R., Pelupessy, W. (2005). Governing the coffee chain: The role of voluntary regulatory Systems. *World Development*, 12, 2029–2044. doi:10.1016/j.worlddev.2005.06.007
- Renard, M. (2005). Quality certification, regulation and power in fair trade. *Journal of Rural Studies*, 21(4), 419–431.



Rotherham, T. (2005). *The trade and environmental effects of ecolabels: Assessment and response*. Retrieved from <http://scholar.google.com/scholar?hl=en&btnG=Search&q=intitle:The+Trade+and+Environmental+Effects+of+Ecol>. United Nations Environment Programme.

Soto, G., Coq, J. (2011). Certification Process in the Coffee Value Chain Achievements and Limits to Foster Provision of Environmental Services. En F. Rapidel, F. DeClerk, J. Coq, J. Beer (Edits.), *B. Rapidel, F. DeClerck, J.-F. Le Coq and J. Beer (Ed.) Ecosystem services from agriculture and agroforestry : measurement and payment.. : p. 319-345*. (págs. 319–345). Londres: Earthscan Publications.

Sitios web visitados:

<http://orton.catie.ac.cr/reprodoc/A1725E/A1725E.PDF>

<http://www.skyscrapercity.com/showthread.php?t=1023775>

<http://www.gobiernofacil.go.cr/santosdigital/leoncortes/aspectosdelcanton.html>

<http://afaorca.com/online/modules/info/index.php?id=4>

<http://www.eco-logica.com/servicios-de-certificaci%C3%B3n/certificaci%C3%B3n-org%C3%A1nica/>

<http://faircompanies.com/news/view/C.A.F.E.-practices-el-modelo-certificacion-starbucks/>

<http://www.sustainablecoffeeproject.com/es/tasqtool.php>

http://www.elfinancierocr.com/ef_archivo/2010/julio/25/negocios2458383.html

<http://www.sustainablecoffeeproject.com/es/stakeholders.php>

http://www1.ifc.org/wps/wcm/connect/Multilingual_Ext_Content/IFC_External_Corporate_Site/Home_ES

<http://www.procafé.com.sv/menu/ArchivosPDF/HojaTecnicaOrganicoYComerci.pdf>

Productores entrevistadas (setiembre de 2012):

Rafael Prado Tenorio, productor, UNDECAF

Greivín Chacón, productor



Mónica Venegas, productora
Efraín Méndez, productor, Puente Tarrazú
Manuel Solano, productor
Alcides Castro, productor
Ramiro Garro, productor
Edwin Valverde, productor

Funcionarios entrevistados (noviembre 2012):

Jorge Ortíz, Ing. Coopellano Bonito
Mainor Fernández, Ing. F.J. Orlich
Neeta Soni, Ing. FJ Orlich
EmilianoCastro, Ing. Volcafé
Cristian Mora, AFAORCA



Anexos

Anexo 1 Temario de las entrevistas a los productores y empresas beneficiadoras

Temas de las entrevistas a los productores certificados:

- Tamaño de la finca, variedad de café cultivado
- Qué tipo de certificación tiene, desde cuándo
- Describir el proceso para la certificación, enfatizando en: motivos para la certificación, asesoría para la implementación. tareas y costos
- Percepción de los beneficios de la certificación (cualitativos y cuantitativos)
- Organización
- Integración
- mecanismos de comercialización y posicionamiento de los productores en el mercado
- Redes para la certificación
- Redes para la comercialización

Temario para productores No certificados:

- Tamaño de la finca, variedad de café cultivado
- Certificaciones en el pasado? Por qué la abandonó? Enseñanzas del proceso
- Organización
- Integración
- mecanismos de comercialización y posicionamiento de los productores en el mercado
- Redes para la comercialización

Temario para las entrevistas con cooperativas y microbeneficiadores

- Entorno local en el que funcionan
- Cantidad de asociados o socios
- Redes para la comercialización
- Niveles de integración
- Percepciones de la certificación de café
- Proceso para instalación de microbeneficios y logros obtenidos

Temario para empresas transnacionales y cooperativas que promueven la certificación

- Entorno local en el que funcionan
- Redes para la comercialización
- Niveles de integración



- Percepciones de la certificación de café
- Beneficios de la certificación para la empresa y para los productores
- Costos de la certificación
- Implementación del programa y seguimiento
- Calidad del producto

Anexo 2: Comercio Justo

| Descripción | Productos para Certificar | Proceso de Certificación | Certificadores |
|--|--|--|----------------|
| Apoya a una mejor vida para familias productoras. La sostenibilidad económica y ambiental. Precios justos (precio mínimo, prima social, prima orgánica), comercio directo, desarrollo comunitario. | Todos los mercados. Productos*, e.g.: bananos, flores, jugos, azúcar, cacao, fruta fresca, arroz, té, café, miel, especias e hierbas, vino, algodón, oro, balones deportivos, productos compuestos ... | Aspectos ambientales Sociales y, económicos y aplicando las Normas del Comercio Justo. Procesos; Aplicación (cuestionario y alcance de la evaluación de certificabilidad); Auditoria (cumplimiento de la verificación); Evaluación (medidas sugeridas para corregir las no-conformidades); Certificación (; Ciclo de Certificación de 3 años; Inspecciones independientes anuales por inspectores entrenados del Comercio Justo. | Flo-Cert |

Fuente: Díaz Porras y Avendaño Escudero, 2014, Anexo 2.1.



Anexo 3: Certificación de Café Orgánico

| Descripción | Productos para certificar | Proceso de certificación | Agentes certificadores |
|---|--|--|--|
| Sistema fiable de agricultura producción de alimentos sostenible la en armonía con la naturaleza, apoyando la biodiversidad y mejorando la salud de la tierra. Pprácticas orgánicas de Cultivo y procesamiento. | Todos los mercados. Cualquier operación de la producción y procesamiento de cultivos, ganadería, productos relacionados destinados a la venta como 100% orgánico o trabajado como orgánicos. | Se aplica por un agente certificador acreditado por el. Productor o procesador adopta prácticas orgánicas; este presenta una solicitud y paga una tarifa la entidad certificadora; El agente certificador revisa la solicitud para verificar que las practicas cumplan con el USDA de las regulaciones orgánicas; el agente certificador emite un certificado orgánico. | EcoLogica; BCS-Oeko Garantie GmbH (BCS); Control Union Certifications (CUC); Mayacert S.A. (MAYA); Stellar Certification Services (STEL) |

Fuente: Díaz Porras y Avendaño Escudero, 2014, Anexo 2.1.

Anexo 4: Programa Café de Calidad Sostenible Nespresso AAA:¹⁹

¹⁹ Texto tomado de <http://www.prnewswire.co.uk/news-releases/programa-nespresso-aaa-sustainable-quality-tm-155771055.html> visitado el 10/02/14.



Más de 4.500 agricultores de café en América Central pueden beneficiarse del desarrollado programa Nespresso AAA Sustainable Quality (TM)

La International Finance Corporation y Nestle Nespresso invertirán 500.000 dólares estadounidenses durante más de dos años para ayudar a los agricultores en América Central

En conjunto con la conferencia de Sintercafe 2006, Nestle Nespresso, el pionero en café principal en porciones, y la International Finance Corporation (IFC), miembro del World Bank Group, anunciaron una alianza en la cual las dos organizaciones proporcionarán un total de 500.000 dólares durante más de dos años para desarrollar el programa Nespresso AAA Sustainable Quality (TM) en América Central, un lugar clave e importante para el cultivo del café.

La financiación se utilizará para que Nestle Nespresso pueda fomentar el ámbito de su AAA Program y hacer mejoras en la calidad y práctica de la sostenibilidad de las tierras de cultivos en las regiones de tres importantes países de América Central que se dedican al cultivo del café, incluyendo Costa Rica (LA Giorgia y Orosi), Guatemala (Huehuetenango), y México (Ixhuatlan).

El AAA Program es un enfoque innovador para asegurarse que los consumidores y agricultores se pueden beneficiar de la búsqueda de Nestle Nespresso de la más alta calidad en cada etapa de la cadena de valores.

Nestlé Nespresso utilizará el Tool for the Assessment of Sustainable Quality (TASQ(TM)), para realizar más de 4.500 valoraciones de cultivos. Esta herramienta fue especialmente diseñada para valorar el rendimiento de los cultivos frente a la sostenibilidad y prácticas de cultivos de más alto nivel. No habrá ningún tipo de coste para los agricultores, que es una ventaja a destacar especialmente para las tierras más pequeñas que no tienen los medios monetarios habituales para estas valoraciones.

"Estamos encantados que el IFC haya reconocido la calidad de nuestro AAA Program y la herramienta TASQ(TM) poniéndose de acuerdo en cofinanciar el desarrollo del programa en América Central", dijo Gerhard Berssenbrügge, consejero delegado de Nestlé Nespresso. Esperamos causar un impresión importante en las áreas donde conseguimos nuestro café en colaboración con nuestros socios estratégicos ECOM y Rainforest Alliance."

"La nueva alianza de Nestlé Nespresso y el IFC es un desarrollo que ha ido a más por parte del enfoque de la Nestlé Shared Value Creation", dijo Hans Jöhr, responsable corporativo de agricultura, Nestec SA. "Forma parte de una compleja alianza pública-privada con valor de un millón de dólares entre Nestle y las sedes de Latinoamérica y el Caribe de la IFC con el objetivo de ofrecer apoyo técnico a agricultores por toda América Central."



Rainforest Alliance, una ONG líder en la sostenibilidad de la agricultura y socio de la AAA Program, contará con su equipo de agrónomos establecidos en estos países dedicados al cultivo del café para intercambiar impresiones con los agricultores y proporcionar informes independientes acerca de estas valoraciones de las tierras de cultivo.

"Aplaudimos el esfuerzo que Nestlé Nespresso ha realizado en conseguir tierras de cultivo en el camino hacia la sostenibilidad y el éxito, dijo Chris Willie, responsable de agricultura sostenible, Rainforest Alliance. "Estamos agradecidos a la oportunidad que se nos brinda para trabajar con el IFC, que nos permitirá traer beneficios de una agricultura sostenible a muchos más agricultores y comunidades rurales mientras se protege el medioambiente del que depende el futuro."

ECOM Agroindustrial Corporation, uno de los proveedores verdes a nivel internacional y un colaborador clave de Nestlé Nespresso, ha protagonizado un papel importante en desarrollar el programa y seguirá su entusiasmo hacia la obtención de cafés de la región.



Anexo 5: Programa Starbucks C.A.F.E. Practices:²⁰

Es un programa de verificación de la empresa Starbucks Coffee Company. Para tener más amplitud en sus requerimientos se describen de manera general los componentes de la misma.

La finalidad

Recompensar la producción de café sostenible de alta calidad mediante los siguientes criterios de responsabilidad: calidad, transparencia económica, medio ambiente y aspectos sociales.

Componentes del Equipo de Café Starbucks

Starbucks Coffee Agronomy Company (SCAC) o también Farmer Support Center (FSC) (Centro de Apoyo al Productor)-San José de Costa Rica.

Se establece en 2004 para ayudar al productor a desarrollar el conocimiento de la calidad que Starbucks busca, así como dar consejo de mejores prácticas agronómicas y apoyar el desarrollo de C.A.F.E. Practices.

Starbucks Coffee Trading Company (SCTC) (Compañía de comercialización de café de Starbucks)- Lausanne, Switzerland:

SCTC administra todas las muestras de oferta, las compras de café, las muestras de pre-embarque y la relación de compra con los proveedores.

Starbucks Support Center (SSC), en Seattle, Washington

Este componente maneja las mezclas, define los estándares de calidad, determina las necesidades globales de negocio y desarrolla nuevos productos. SSC igualmente sirve con una función de apoyo clave para las plantas de tostado, SCTC y FSC.

La Compra de Café por Starbucks

Se guía por los lineamientos de C.A.F.E. Practices. (Coffee And Farmer Equity = Equidad Entre el Café y el Productor). Los interesados deben someterse a los lineamientos para ser incluidos como proveedores.

Es un programa de verificación para café sostenible, creado por SCS (Scientific Certification Systems).

Objetivo

Guiar a los productores, intermediarios, procesadores y exportadores sobre técnicas de producción de café sostenible.

Mediante las siguientes áreas:

1. Calidad del café (pre requisito)
2. Transparencia económica (pre requisito)
3. Responsabilidad social (condiciones del trabajador)

²⁰ Tomado de <http://www.anacafe.org/glifos/index.php?title=04AMB:CAFE>, visitado el 10/02/14.



4. Liderazgo ambiental:

4.1 En el cultivo del café.

4.2 En el proceso del café.

En la versión de noviembre de 2004, los Lineamientos Generales de la Evaluación y la Verificación de C.A.F.E Practices se centran en cuatro áreas temáticas:

Calidad del producto (pre requisito)

Responsabilidad económica (pre requisito)

Responsabilidad social

Liderazgo ambiental

Clasificación de los “status” de los Proveedores de Starbucks, en función de la nota del resultado de la evaluación o verificación:

1. **Estratégicos:** (80% de promedio por área o más son verificados cada 3 años).
2. **Preferenciales:** (60-80% de promedio en cada área son verificados cada 3 años).
3. **Verificados:** (menos de 60% de promedio de cada área se verifican cada año).
4. **Condicionales:** es el que ya fue verificado, pero aún no tiene su “status” y éste necesita realizar negociaciones con Starbucks, por lo que se le asigna un status “condicional”.





LA VERDAD
NOS HACE
LIBRES

CINPE



CENTRO INTERNACIONAL DE POLÍTICA ECONÓMICA
PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE