

La responsabilidad de las compañías cafeteras

¿Cómo de amargo lo quiere?

Durante demasiado tiempo, el café ha sido el paradigma de producto obtenido en países en vías de desarrollo en condiciones sociales y medioambientales injustas. Sin embargo, algunas grandes empresas del sector empiezan a tomarse un poco más en serio su responsabilidad y han hecho algunos esfuerzos para proveerse de manera más justa y sostenible, pero todavía hay muchos aspectos con margen de mejora.

No todas las compañías garantizan los derechos sociales, laborales y medioambientales en las plantaciones. En la mano del consumidor está priorizar el café de aquellas que sí lo hacen.



Un mercado que abusa de los pequeños

En países como Etiopía, donde una parte muy importante de la producción de café procede de pequeños agricultores, los grandes plantadores, los intermediarios, los almacenistas y las multinacionales suelen aprovechar para imponer precios a la baja. Y es que el cultivador familiar carece de capacidad financiera para negociar o guardar la cosecha a la espera de mejores ofertas. Si a este hecho sumamos que desde los años noventa la sobreproducción mundial de café todavía ha hecho caer más los precios, el resultado es que muy a menudo se ven forzados a vender por debajo del coste de producción. En consecuencia, las condiciones generales de vida y trabajo de quienes dependen del cultivo del café son hoy más precarias que nunca. La situación no es para nada mejor para los trabajadores empleados en grandes plantaciones. En la región brasileña de Minas Gerais en la que hicimos nuestro estudio de campo, comprobamos que muchos jornaleros hacen extenuantes

jornadas de trabajo por poco más que un salario mínimo, cuando no simplemente a cambio de saldar las deudas que han contraído para viajar hasta la hacienda cafetera y ser contratados. Además, estos eventuales carecen de lugares donde dormir y hasta de agua potable. Una realidad muy injusta si pensamos que el precio final que pagamos los consumidores no se ha abaratado precisamente con el tiempo y que se mantiene siempre estable pese a la gran volatilidad del mercado mundial del café.

Para cambiar este estado de las cosas es preciso exigir a las grandes cafeteras el compromiso de involucrarse en una producción económica y laboralmente sostenible. Y ese es un papel que pueden desempeñar las certificaciones (vea, en la pág. 39, el recuadro *Los guardianes de la ética*). Porque aparte de nuestros análisis periódicos, es la única manera de ofrecer al consumidor alguna garantía de que el café que compra y toma proviene de tratos justos y que no se ha utilizado mano de obra en condiciones abusivas para recolectarlo.

DALBERTO LUIZ GOMES

BRASIL



El uso de pesticidas muy tóxicos, baratos pero sin licencia comercial, amenaza la salud de unos agricultores que ignoran sus riesgos.

Dalberto Luiz, líder sindical de Cresol, no se muerde la lengua: "El problema mayor de esta industria se llama cáncer". El hospital da Fundação Cristian Varella confirma que "los tres tipos de cánceres más comunes en la región pueden relacionarse con el empleo de pesticidas. Y su incidencia va en aumento".

DANIEL GODEBO

ETIOPIA



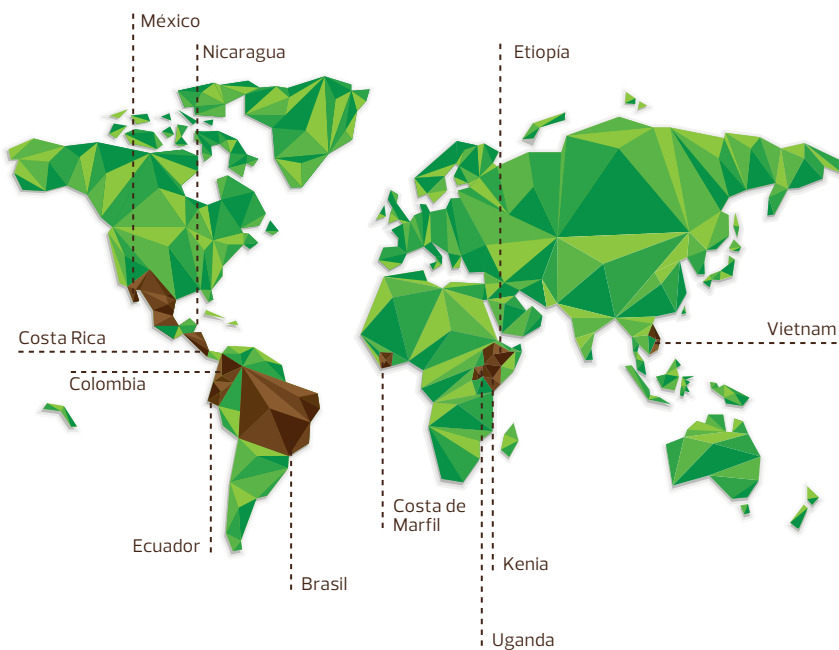
Sin el respaldo de cooperativas, muchos productores etíopes son víctimas de abusos y engaños.

Daniel nos contó cómo les estrangulan con los precios más bajos posibles: "Siento frustración porque no tenemos poder negociador. Yo he vendido 17 kilos de café por 300 birr (11 euros). Más tarde he descubierto que el precio debía haber sido 500 birr (19 euros). Tengo cuatro niños y cuatro niñas que, gracias al cielo, estudian. Espero que busquen su futuro lejos de aquí."

Principales productores de café

Originaria del cuerno de África y del sur de Arabia, la planta del café exige unas temperaturas y condiciones de humedad que explican su concentración en zonas tropicales. Para nuestro estudio hemos escogido los ejemplos de Etiopía y Brasil

porque representan los dos grandes modelos de explotación existente: las pequeñas plantaciones familiares, de las que todavía sale el 75% de la producción mundial, y la gran hacienda cafetera.



PRODUCTORAS CAFÉ	RESULTADOS											CALIFICACIÓN GLOBAL
	Política derechos humanos	Responsabilidad social	Estándares sociales en la cadena	Control social en la cadena	Política medioambiental	Responsabilidad medioambiental	Estándares medioambientales en la cadena	Control medioambiental en la cadena	Diálogo con las partes	Apoyo a las comunidades productoras	Transparencia	
OXFAM INTERMON Intermon oxfam, Tierra Madre	+	+	+	□	+	+	+	+	+	+	+	79
ILLY Illy	+	+	□	+	+	□	+	+	+	□	+	73
NESTLÉ Bonka, La Estrella, Nescafé, Nesspresso, Dolce Gusto	+	+	-	-	+	+	+	+	+	+	+	64
STARBUCKS Starbucks	□	+	□	+	□	+	-	□	□	-	□	50
DE MASTER BLENDERS (DEMB) Marcilla, Senseo, L'Arome Expresso	□	+	-	●	+	+	-	●	+	□	-	33
MONDELEZ Saimaza, Tassimo	□	+	-	-	□	+	-	●	+	-	●	33
LAVAZZA Lavazza	-	+	-	●	□	-	-	●	+	+	●	28
SEGAFREDO ZANETTI Segafredo	●	●	●	●	●	●	●	●	●	-	●	3

CUADRO CÓMO SE USA

Política de derechos humanos o medioambiental ¿Están recogidos en la política de la compañía?

Control social o medioambiental en la cadena A través de auditorías internas o externas.

Responsabilidad social o medioambiental Qué mecanismos hay para garantizar su cumplimiento.

Apoyo a las comunidades Los programas para mejorar las condiciones de vida de los productores.

Estándares sociales o medioambientales en la cadena Los requisitos en estos ámbitos que exigen a los proveedores.

Transparencia La disponibilidad a participar en nuestro estudio y la existencia de documentación accesible.

- + Muy buenas políticas
- + Buenas políticas
- Políticas adecuadas
- - Políticas débiles
- ● Políticas muy débiles o sin información

NUESTRO ESTUDIO

Evaluamos la responsabilidad social y medioambiental de 8 grandes compañías comercializadoras, desde la recogida del café hasta su comercialización. Las marcas de Illy, Starbucks, Lavazza y Segafredo son, básicamente, de cafetería.

El estudio no incluye las marcas blancas. Y es que en febrero de 2014 ya analizamos la política social de las principales cadenas de supermercados (puede consultarlo en OCU-CM n° 389).

DIÁLOGO CON LAS PARTES

Valoramos si las compañías son capaces de obtener compromisos con los distintos agentes, atender las demandas de los trabajadores y solucionar los problemas que vayan surgiendo.



El 'oro verde' que se come la selva

La factura social no es la única factura elevada. Al decidirse por una u otra marca de café también hay que pensar en los impactos medioambientales que ésta consiente.

La deforestación de selvas tropicales en países como Vietnam, Brasil, Colombia o Indonesia es uno de los más graves efectos de la plantación extensiva. Y es que aunque tradicionalmente el café ha crecido a la sombra de los árboles, allí

ofrece un rendimiento bastante inferior que si se cultiva en grandes explotaciones al sol. Una circunstancia que explica el hecho de que hasta un 80% de todas las hectáreas dedicadas ahora a cafetal fueran antes selvas tropicales.

Este tipo de plantación comporta además una fuerte erosión del suelo y un enorme gasto de agua. Además, es especialmente nocivo el lavado de los granos, que junto a los fertilizantes y pesticidas empleados, contamina los ríos y los acuíferos. La

cantidad de energía que se gasta en la torrefacción acaba de enturbiar el aroma del llamado "oro verde".

Recompensar a las mejores...

El consumidor tiene el poder de exigir y privilegiar con sus compras a las compañías que hagan mejor las cosas. Algo que ya está dando resultados pues, pese a todo, observamos progresos desde nuestro último estudio en 2003 y un sustancial crecimiento del café certificado.

Desinterés del intermediario



Los intermediarios se aprovechan de la debilidad de los agricultores. Sacan partido de su escasa información, de su imposibilidad para guardar la mercancía y de las mínimas reservas de capital para negociar unos precios muy bajos. Dueños de almacenes, como Antonio Geraldo Vieira Lima, con quien nos

entrevistamos en Brasil, se desentienden además de cualquier responsabilidad: "Las condiciones de trabajo en las plantaciones no son asunto mío". Un motivo más para que las compañías cafeteras supervisen el cumplimiento de sus estándares sociales durante todo el proceso.

El uso de pesticidas agresivos puede contaminar el suelo y las aguas de las regiones cafeteras

Es más, en un mercado muy concentrado en un puñado de multinacionales, la decisión de establecer estándares más rigurosos, ahondar en sus controles o adherirse a una certificación tiene un gran impacto.

De entre las ocho empresas examinadas, destaca Oxfam Intermon: su café está certificado y garantiza adecuados salarios para los trabajadores y precios de venta para los productores. Illy también sobresale con unas políticas de compra adecuadas, tanto desde el punto de vista social como medioambiental, un buen nivel de supervisión a lo largo de toda su cadena de suministro y mucha transparencia en sus actuaciones. Le faltaría, sin embargo, más auditorías independientes. Nestlé y, ya a gran distancia, Starbucks también presentan aspectos positivos. En el primer caso, han desarrollado una política de respeto a los derechos humanos y de protección medioambiental muy seria, mientras que Starbucks dispone de buenos controles de su cadena de suministro por parte de

Los guardianes de la ética

A las certificaciones de ámbito internacional aquí recogidas habría que añadir los estándares de algunas compañías que integran todo el proceso desde la recogida del café, como RSCP (Illy), CAFE (Starbucks) o 4C (Nestlé, Mondelez).



FAIRTRADE

La mejor certificación es la de comercio justo, pues asegura que no ha existido explotación del productor.



RAINFORREST ALLIANCES

Evalúa algunos aspectos sociales, pero no si se ha pagado un precio mínimo adecuado al productor.



UTZ

Garantiza que el café lo han cultivado agricultores a quienes se respetan los derechos laborales.



AGRICULTURA BIOLÓGICA

Certifica que no se han usado pesticidas o fertilizantes químicos durante la producción.

auditores independientes. Pero no cuentan con certificación externa (Nestlé) o ésta es muy limitada (apenas el 8% de café en Starbucks es de comercio justo). En el extremo opuesto está Segafredo que, por lo que sabemos, no tiene definidas políticas de responsabilidad social corporativa, y no ha ofrecido ninguna colaboración en nuestra encuesta.

... No sale tan caro para su bolsillo

La buena noticia para el consumidor es que premiar o castigar estas actuaciones no le ha de suponer un sacrificio. En nuestro análisis de junio (OCU-CM nº 393) comprobamos que Intermon Oxfam también alcanza una buena calificación en las pruebas de degustación, mientras que Bonka -cuyo fabricante Nestlé consigue una nota razonable en este estudio de responsabilidad social- era el mejor café del análisis. Y si bien ambos están en la franja de precios medio-altos, esa pequeña diferencia para su bolsillo (de entre 0,5 y 1 euro más por envase) es inmensa para la vida de otras personas.

Los cafés de Intermón-Oxfam, Illy y Nestlé son el ejemplo a seguir