



**Intermón
Oxfam**

CRISIS DEL CAFÉ



POBREZA PARA 25 MILLONES DE FAMILIAS



Y España... ¿Qué puede hacer?

El mercado del café atraviesa una grave crisis. Durante los últimos años, el desplome de los precios que los productores reciben por su café ha sumido en la pobreza a 25 millones de familias campesinas, la mayoría en algunos de los países más pobres del mundo. Mientras, las tostadoras multinacionales se benefician de la crisis obteniendo cuantiosos beneficios.

INTERMÓN OXFAM lanza, junto con las restantes organizaciones de Oxfam Internacional, una campaña para exigir precios dignos para los productores de café.

España, como uno de los principales países importadores y consumidores de café del mundo, no puede permanecer ajena a la crisis. Gobierno, empresas y consumidores deben implicarse de forma activa en la aprobación de un Plan de Rescate para el Café que establezca el mercado y garantice una vida digna a los productores.

**COMERCIO
CON
JUSTICIA**

El hundimiento del mercado mundial del café

El café se cultiva en las regiones tropicales y subtropicales cercanas al Ecuador, donde se encuentran algunos de los países más pobres del mundo. El 70 por ciento de su cultivo está en manos de pequeños productores que poseen parcelas de menos de 10 hectáreas, donde no cabe la tecnificación de las grandes explotaciones agrarias. De ahí su papel clave en el desarrollo humano de multitud de comunidades de las zonas más empobrecidas.

Se hundieron los precios, estalló la crisis

El precio que reciben los productores comenzó una caída libre en 1997, año en que alcanzaba los 180 centavos de dólar por libra. En mayo de 2002, había caído a tan sólo 47,30 centavos. Para valorar la dimensión de la crisis, basta tener en cuenta que, según una encuesta realizada por la Organización Internacional del Café (OIC) en 19 países productores, el precio medio de producción asciende a 65 centavos por libra.

Esta situación está generando un fuerte desequilibrio en el mercado. Hace diez años, de los 30.000 millones de dólares del mercado del café, los países productores recibían 10.000 millones. En la actualidad reciben menos de 6.000 millones de un mercado que ha doblado su volumen.

Las beneficiadas son las grandes tostadoras. Las cinco más importantes compran casi la mitad de la producción anual de café verde. Esta concentración empresarial y la creciente flexibilidad en el origen de los cafés para las mezclas, les da una gran capacidad de negociación frente a los productores.

Un mercado fuera de control, más café del que podemos beber

Para la temporada 2001/02, la producción se estima en 115 millones de sacos -de 60 kilos cada uno-, y el consumo en unos 105-106 millones de sacos. Este exceso de oferta ha generado a lo largo de los años unas reservas de más de 40 millones de sacos que han contribuido a hundir los precios. Entre las causas del exceso de oferta, destacan:

- **La producción se dispara en Brasil y Vietnam**
Brasil, líder del mercado desde hace años, ha impulsado aún más su producción gracias a sus inversiones en tecnología y al cultivo en regiones sin riesgo de heladas. Vietnam en sólo diez años ha pasado



Peris Mwhaki, productora de café de Kenia, observa en compañía de su hijo un paquete con café de su país procedente de un supermercado británico. Peris quedó asombrada al saber el precio al que se vendía ese café en el Reino Unido.

de ser un productor irrelevante (1,5 millones de sacos) a convertirse en el segundo productor mundial (12,6 millones de sacos previstos para el año cafetero 2001/02). Además, los gobiernos de otros países productores, alentados por la subida de precios de los años 1994 y 1997, fomentaron la producción para aumentar sus ingresos de divisas.

● Ausencia de un sistema de regulación

Hasta 1989, el Acuerdo Internacional del Café regulaba el mercado, estableciendo contingentes de exportación para asegurar unos precios estables entre 120-140 centavos de dólar por libra. Sin embargo, las tensiones entre los países productores y la salida de EE.UU. del Acuerdo motivaron su ruptura, dando paso a un escenario de mayor incertidumbre y precios más bajos.

Disminuye la calidad

Las grandes tostadoras han reconocido el negativo impacto de la crisis en la calidad del café. Preocupación que contrasta con el desarrollo de tecnologías que permiten utilizar cafés de peor calidad en las mezclas, especialmente tras la subida del precio de la variedad arábica en 1997, que llevó a un aumento del consumo de la variedad robusta, de peor calidad.



En el informe **Pobreza en tu taza**. La verdad sobre el negocio del café (OXFAM INTERNACIONAL, 2002) se puede encontrar un análisis detallado sobre la crisis del café y la propuesta de **Plan de Rescate para el Café** de OXFAM INTERNACIONAL.

Más información en:

www.comerciojusticia.com

El mercado español en cifras

El café, una bebida habitual para los españoles...

En España tomamos 690 tazas de café por persona y año –un total de 185.000 toneladas de café verde en el año 2000–, lo que nos convierte en el noveno país en consumo de café per cápita del mundo.¹ El 88 por ciento de ese café lo tomamos tostado, y sólo el 12 por ciento soluble.²

El 51 por ciento se consume en los hogares y el 49 por ciento en el sector de la hostelería.¹ La mayor parte del café que los españoles tomamos en nuestros hogares se adquiere en supermercados (58 por ciento) e hipermercados (30 por ciento).

Esta afición por el café convierte a España en uno de los principales países importadores del mundo, sólo por detrás de Estados Unidos, Alemania, Japón, Francia e Italia. La mayor parte del café se importa como grano verde y sólo una pequeña parte ya tostado o en forma de café soluble. En el año 2000, las importaciones fueron de 3.819.986 sacos (de 60 Kg. cada uno) frente a 1.573.908 sacos en 1981; un incremento del 142,7 por ciento, el mayor de todos los países consumidores, después de Portugal³.

Una pequeña parte de las importaciones, el 11 por ciento en el año 1999, se destina a la exportación al Magreb y a otros países de Europa; el 89 por ciento restante es para consumo interno⁴.

¹ Asociación Española de Tostadores de Café
² A.C. Nielsen
³ Organización Internacional del Café (OIC)
⁴ Alimarket. 2000



El Gobierno español debe asumir la responsabilidad que corresponde al papel de España en el mercado del café,

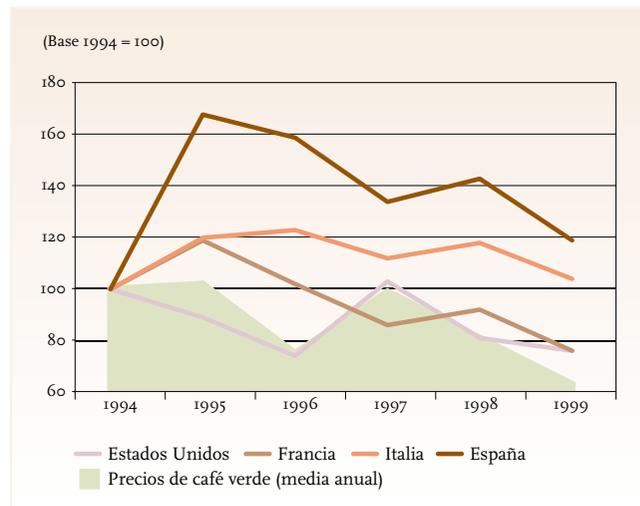
y a su presencia en la Junta Directiva de la OIC. Para ello, debe apoyar el **Plan de Rescate para el Café** y facilitar fondos para contribuir a su financiación; e impulsar la celebración de una **Conferencia Internacional sobre el Café** en 2003.

... que no se benefician de la caída de los precios

Los precios de venta al detalle no han reflejado la evolución de los del café verde, como afirma CEPAL (Comisión Económica para América Latina): "...debido a la estructura comercial de la industria del ramo cafetero en muchos países importadores (...) la caída de los precios internacionales del aromático no se reflejó en el nivel del consumidor final, lo que contribuyó al virtual estancamiento del consumo".

La evolución de los precios al por menor en el mercado español muestra una peculiar trayectoria. Entre 1994 y 1999, mientras los precios del café verde en los mercados internacionales caían más de un 35 por ciento, el consumidor vio cómo el precio del café aumentaba casi un 20 por ciento. Aunque en 1994 el precio de venta al por menor del café en España era el más bajo de los principales países consumidores, la realidad es que aumentó en un contexto internacional de caída de precios. Por el contrario, otros países consumidores como Francia o EE.UU. experimentaron un descenso en el precio de venta al consumidor, acorde con la caída del precio del café verde.

Precios de venta al detalle vs precios del café verde (base 1994 = 100)



Fuente: Elaboración propia con datos de la OIC y el Forum del Café.

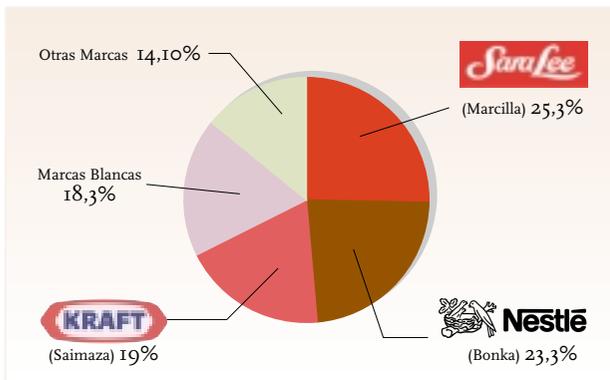
El sector empresarial en España

Multinacionales, las grandes beneficiadas de la crisis

Las multinacionales del café viven una situación más que favorable. En 1997 la rentabilidad sobre recursos propios del sector era de 7,6 por ciento, y en 2000 ascendía al 11,2 por ciento. “La tendencia bajista del café verde es uno de los factores que ha permitido el aumento de los márgenes sectoriales. Destaca el incremento de la rentabilidad tanto económica, de 8,4 por ciento en 1998 (6,65 en 1997); como financiera, de 13,8 por ciento (10,77 en 1997)” (Alimarket).

Tres multinacionales, **Nestlé (Nescafé, Bonka)**, **Sara Lee (Marcilla)** y **Kraft Jacobs Suchard (Saimaza)**, concentran más del 60 por ciento de las ventas del café que se consume en los hogares españoles. Aparte de ellas, sólo las marcas blancas participan de forma significativa (Alimarket).

Cuotas de mercado en España de café tostado molido, en valor (1999)



Fuente: Alimarket 2000

En 1999, las tres grandes tostadoras controlaban el 67,6 por ciento del mercado de café tostado molido en valor, y el 77,8 por ciento del mercado de café soluble –Nestlé dominaba el 72,6 por ciento de las ventas de soluble–.

La pequeña y mediana empresa

Las grandes tostadoras internacionales han encontrado más dificultades para abrirse camino en el sector de la hostelería, un mercado muy segmentado, menos sensible al precio y en el que el distribuidor suele tener una estrecha relación con el proveedor. En este sector, el mercado está muy atomizado, con más de 300 pequeñas y medianas empresas tostadoras trabajando en él.

El “boom” de los “coffee shops”

Su creciente implantación puede desempeñar un papel clave de cara a promocionar el consumo de cafés de calidad, cuyo cultivo representa una alternativa para algunos productores frente a la crisis. En nuestro país, destaca el liderazgo de Jamaica Coffee Shop y la expansión de Illy l’Espresso, Lavazza (Il Caffé di Roma) y Segafredo Zanetti. El líder mundial de cafeterías, Starbucks, tiene planes de expansión por todo el territorio de la mano de VIPS.

Comercio Justo, precios dignos

El Comercio Justo ofrece una salida para muchos productores, ya que les garantiza un salario digno. Por ejemplo, los productores de café arábica reciben un mínimo de 126 centavos de dólar por libra de café, más del doble del precio de mercado.

En 1999, en España se importaron cerca de 80 toneladas de café de Comercio Justo. Su reciente introducción en algunas grandes superficies está aumentando las ventas en nuestro país, que comienza así a seguir los pasos de otros países europeos en los que se puede encontrar en más del 90 por ciento de los establecimientos de alimentación.

El Comercio Justo...

- Garantiza el pago de un precio justo a los productores
- Establece con ellos una relación a largo plazo y les paga una parte del precio por adelantado
- Los productores destinan una parte de sus beneficios a las necesidades básicas de sus comunidades
- No hay explotación infantil
- Promueve el papel de la mujer
- Respeta el medio ambiente
- Son productos de calidad, a los que se acompaña de información para el consumidor



La campaña de **INTERMÓN OXFAM** invita a los consumidores a exigir a **Nestlé, Sara Lee y Kraft** que garanticen un precio digno a los productores de café que asegure la alimentación, la salud y la educación de sus hijos.

El coste humano de la crisis

La crisis del café está llevando a la ruina a 25 millones de familias para las que el cultivo del café es su medio de vida, y agudiza la pobreza en países cuya economía depende de su exportación. En Etiopía, por ejemplo, el café aporta más del 50 por ciento de los ingresos por exportación y en Burundi el 80 por ciento. Estas son algunas de las consecuencias.



© Geoff Sayer/Oxfam

Topista Neumbe y su hijo Franco, de 14 años, campesinos de Uganda, extienden el café para su secado. Muchos agricultores se ven forzados a vender su café por debajo de los costes de producción.

Las familias pasan hambre

El hambre se extiende en las zonas cafeteras. Campesinos de Honduras, Guatemala, Etiopía, Vietnam... ya no pueden alimentar a sus familias. Según el Programa Mundial de Alimentos, en Honduras 30.000 personas sufren hambruna por culpa de la crisis del café y la sequía, y cientos de niños son hospitalizados por problemas de malnutrición.

Los niños dejan la escuela

Los niños - y especialmente las niñas- se ven obligados a abandonar la escuela porque sus padres ya no pueden correr con los gastos.

Sin dinero para las medicinas

La caída de los ingresos junto con la expansión de enfermedades como el SIDA está teniendo un efecto devastador sobre la salud. En Etiopía, donde 700.000 familias dependen del café y en millones de hogares más aporta una parte de los ingresos, la capacidad de hacer frente al elevado coste de los tratamientos para combatir el SIDA se está viendo gravemente afectada.

Desempleo y bajos salarios

Según el Banco Mundial, sólo en Centroamérica se han perdido 400.000 empleos temporales y 200.000 permanentes desde el comienzo de la crisis. Por otra parte, los trabajadores que conservan su empleo han visto reducidos sus salarios.

Forzados a emigrar

Muchos pequeños productores se ven obligados a abandonar sus cultivos y emigrar a la ciudad en busca de un empleo. Según una encuesta de la Organización Internacional de Migraciones, el 70 por ciento de los productores afectados en Guatemala piensa en emigrar a EE.UU.

Mejor cultivar coca

En algunos países sudamericanos las condiciones ambientales para el cultivo del café son similares a las del cultivo de coca. Ante la actual crisis, algunos productores han comenzado a sustituir los cafetales por el cultivo de coca como medio para sobrevivir.



Centroamérica

Centroamérica produce alrededor del 12 por ciento del café mundial. La participación de la actividad cafetalera en el PIB de la región es muy importante, en especial en Honduras (8,2 por ciento)

y en Nicaragua (7,2 por ciento). El cultivo del café emplea de manera directa a 1,6 millones de personas, la cuarta parte de la población rural económicamente activa. El sector proporciona, además, una gran cantidad de empleos temporales.

Según el Programa Mundial de Alimentos son ya 150.000 los refugiados como consecuencia de la crisis. Sólo en Nicaragua, 12.000 trabajadores cafetaleros reciben ayuda alimentaria de emergencia.

CAMPAÑA DE INTERMÓN OXFAM

PRECIOS DIGNOS PARA LOS PRODUCTORES

La situación de emergencia que viven 25 millones de familias de algunas de las zonas más pobres del mundo, requiere una actuación urgente.

INTERMÓN OXFAM, junto con los restantes miembros de Oxfam Internacional, lanza una campaña para exigir unos precios dignos para los productores de café.

La campaña se lanza simultáneamente en: Alemania, Australia, Bélgica, Brasil, Canadá, Colombia, España, Estados Unidos, Etiopía, Haití, Holanda, Honduras, Irlanda, México, Nicaragua, Perú, Reino Unido, Suiza, Timor Oriental y Uganda; y está **respaldada por la Alianza Global del Café**, que engloba a decenas de asociaciones cafetaleras, ONG y sindicatos de los cinco continentes.

¿Dónde va el dinero que pagas por tu café?, es la pregunta con la que la campaña va a implicar a los consumidores para que exijan a las tostadoras que garanticen unos ingresos dignos a los productores de café. Para ello ha editado miles de **postales dirigidas a Kraft (Saimaza)**,

Nestlé (Nescafé y Bonka) y Sara Lee (Marcilla). Las postales también podrán enviarse directamente a las empresas desde la web de INTERMÓN OXFAM.

Desde septiembre de 2002 y hasta julio de 2003, 40 ciudades españolas recibirán la visita de un camión con la **exposición itinerante Comercio con Justicia**, para informar de la campaña y animar a los ciudadanos a participar activamente en ella. **El periódico Café Express, carteles y otros materiales de divulgación** contribuirán a una amplia difusión del mensaje:

“Millones de familias que cultivan café no pueden vivir dignamente. Les cuesta más cultivar un grano de café que lo que les pagan por él. Tú puedes cambiar esta situación.”

Más información: 902 330 331 - www.comercioconjusticia.com



El informe **Pobreza en tu taza**. La verdad sobre el negocio del café, detalla las recomendaciones para cada uno de los actores del mercado internacional del café. Concretamos aquí las principales propuestas para el Gobierno español y las multinacionales afincadas en nuestro país.

Gobierno español

- Apoyar públicamente el **Plan de Rescate para el Café**, que debe actuar en cinco frentes:
 - ◆ Restablecer el equilibrio entre oferta y demanda.
 - ◆ Restablecer la calidad.
 - ◆ Subir los precios pagados a los productores.
 - ◆ Que los productores realicen parte del procesado para retener una mayor parte del valor añadido.
 - ◆ Apoyo a la diversificación en el desarrollo rural.
- Contribuir económicamente a la **financiación del Plan de Rescate para el Café**.
- Apoyar la celebración de una **Conferencia Internacional sobre el Café** (en febrero-marzo de 2003) en la que participen Naciones Unidas, la Organización Internacional del Café y el Banco Mundial.

Tostadoras: Kraft, Nestlé y Sara Lee

Un pronunciamiento público de las filiales españolas para que sus centrales:

- Garanticen un precio digno a los productores.
- Destinen recursos significativos a paliar la crisis, incluyendo paquetes de ayuda.
- Etiqueten el café atendiendo a su calidad.
- Se comprometan a comprar, en el plazo de un año, un dos por ciento del café directamente a los productores bajo condiciones de Comercio Justo, con posteriores incrementos anuales.
- Adquieran compromisos claros y verificables de manera independiente en cuanto al respeto de los derechos de los trabajadores, incluyendo las Convenciones de la Organización Internacional del Trabajo (OIT).

DEPARTAMENTO DE ESTUDIOS DE INTERMÓN OXFAM

Alberto Aguilera, 15. 28015 Madrid. Tfn.: 91 548 04 58 - Fax: 91 559 16 67 - e-mail: msambade@intermon.org

[www. IntermonOxfam.org](http://www.IntermonOxfam.org)