



Café sostenible y calidad

El concepto de café sostenible se está imponiendo en los últimos años. Hasta hace poco se creía que ello comportaba únicamente que no se había cultivado con fertilizantes químicos o que el productor había obtenido un mayor precio por su producto. Hoy no es sólo eso y el concepto ha ido evolucionando para dar respuesta a un consumidor preocupado por el entorno en su más amplio sentido, social y ecológico.

En ciertos países como EE UU, tomar un café socialmente responsable, está siendo una idea en la que se están apoyando los departamentos de marketing al lanzar sus mensajes. Quizá por ello este segmento de mercado está creciendo a un ritmo del 25% anual y es un asidero al que se han agarrado con éxito un gran número de productores para mantenerse a flote en estos momentos de fuerte caída de los precios del café.

Pero, ¿qué es un café sostenible? Como en tantos conceptos nuevos, es lo que se quiere que sea, siempre que se disponga de los medios suficientes para imponer el criterio. Existe un consenso generalizado para atribuir tres cualidades esenciales que definen a esta categoría de café:

Cultivo orgánico

Remuneración correcta al productor

Cultivo bajo sombra.

Con ello se pretende que este tipo de café tenga la garantía de que:

No ha intervenido ningún componente químico ni durante el período de cultivo ni en su proceso posterior.

Se ha comprado a un precio mínimo y adecuado, al pequeño agricultor o a las cooperativas que los agrupan.

El cultivo bajo sombra significa que se está preservando la biodiversidad de los bosques y de los pájaros que en ellos anidan.

Estas ideas pueden valorarse o no. Realmente, como cualquier idea que conlleve incrementos de costes o rompa una rutina empresarial o de consumo, son difíciles de asimilar a la primera. Las empresas tradicionales, con independencia de su dimensión, sólo acostumbran a aceptarlas cuando pueden constatar que un posible incremento de costes es compensado por otro de ventas, o simplemente, porque ayuda a conservar los márgenes o la participación de mercado, pero raramente por razones altruistas.

El café orgánico está moviendo en EE UU unos 125 millones de dólares, con un rápido incremento en los últimos años. Más de 50 empresas se dedican a certificar este tipo de café, estando todas ellas supervisadas por el USDA, United States Department of Agriculture. A nivel internacional, la tutela cae en manos de la IFOAM, International Federation of Organic Agricultural Movement o la ISO, International Standards Organization. Cada certificación puede costar 2.500 US\$, que las empresas productoras o tostadoras repercutirán en función de sus volúmenes de negocio.

El café tostado procedente del comercio justo puede mover en EE UU unos



10 millones de dólares. Este tipo de producto está certificado en ese país por TransFair USA, que autoriza el uso de un logotipo indicador con un coste equivalente a 47 pta/kg de café tostado. Los productores, que además lo sean de café orgánico, perciben por kilo unas 30 ptas más, lo que les puede representar un incremento del 12%.

Y finalmente el café producido bajo sombra representa unas ventas certificadas de 1 millón de dólares en el mercado de EE UU, cifra aparentemente baja, debido a que es difícil una evaluación independiente pues las ventas de café orgánico o de comercio justo usufructúan subliminalmente para ellas este tipo de producto. Esta forma de cultivo está certificada por Eco OK (Rainforest Alliance) o el SMBC, Smithsonian Migratory Bird Center, que sólo lo certifica si además el cultivo es orgánico, cobrando un equivalente de 120 pta/kg para dejar usar su logotipo de certificación.

Sumando los costes de estas certificaciones -según comenta amargamente el director de la Asociación de Exportadores de un reputado país productor centroamericano- se llega a un total que supera al precio medio pagado al productor por un kilo de café.

A pesar de ello, los exportadores se ven cada día más obligados a certificar la calidad si quieren vender en EEUU, porque la presión mediática está imponiendo a la opinión pública la idea que hay que comprar sólo café certificado, con independencia de cualquier razonamiento de calidad intrínseca.

Un estudio reciente del mercado norteamericano, el Hartman Report, muestra que un 52% de los consumidores adultos



se inclina por productos que podríamos poner bajo el paraguas de “verdes”. Y el cruce de estos datos con una encuesta de la que lamento no recordar la fuente, nos indica que este tipo de consumidor es el socialmente más influyente, rico y educado, incluyendo en esta educación, evidentemente la gastronómica. Dicho de otra manera, la persona que valora más un buen café, un café “gourmet”, es la que está dispuesta a pagar algo más por un café “sostenible”.



en los sistemas naturales y orgánicos de cultivo y no acostumbran a tener excesivas preocupaciones por el sistema de remuneración aplicado al productor ni por la vida animal que gira a su alrededor.

Existen finalmente, aunque más dispersas, organizaciones que velan por el mantenimiento del "habitat" de las aves y la protección de espacios reservados para ellas, que asimismo, como las anteriores, prescinden de lo que no las afecta de forma directa, como es en este caso, los precios de compra o la calidad de los productos que puedan cultivarse en las áreas sometidas a su vigilancia.



No hay que confundir café sostenible con café de calidad

No obstante, no hay que confundir café sostenible con café de calidad: son dos conceptos diferentes, pudiendo tener sólo el pequeño nexo de que un café producido con sombra puede hacernos pensar en una plantación de la especie arábica en una zona alta y lluviosa. Por lo demás, el que el productor perciba un precio u otro, o se utilice un fertilizante o insecticida químico, no tiene por qué influir necesariamente en las características organolépticas del café.

En nuestro país se está promoviendo intensamente la idea del "comercio justo", que de todo lo comentado anteriormente se ha quedado sólo con el concepto de pagar de forma correcta al productor, sea de camisetas, de pelotas o de café, pero que no ahonda ni exige ni avala la calidad del producto, creyendo -y está en su derecho- que por ello ya velan otras instancias.

Otros promueven los productos orgánicos, que es un mercado en alza a nivel mundial y sobre todo en Europa después del tormentoso semestre de las "vacas locas" y de la fiebre aftosa. Sus promotores tienen la mira puesta

El café sostenible se ha definido aunando estos tres conceptos: orgánico, sombreado y remuneración justa. Es una idea encomiable y que aplaudimos sin reparo (aunque nos cuesta admitir que en origen cueste más el control que el propio café), pero que a nuestro modo de ver se queda corta: debería añadirse la idea de calidad, sobre todo la de la calidad organoléptica, la que notaremos saboreando la taza final de café.

A nuestro modo de ver, un café con futuro es el que pueda englobar ambos conceptos: sostenibilidad + calidad. Con ello todos saldremos ganando: nuestro paladar, nuestro ecosistema,

nuestra salud, las organizaciones de Certificaciones, sean o no ONG, y evidentemente el productor. Pero insisto: exijo calidad de gusto, aroma y sabor, pues no me veo saboreando un mal café y además más caro, sólo por la satisfacción moral de contribuir a una mejor vida de tantas personas velando por mi salud y por la fauna y flora tropicales. Para ello tengo otros cauces.

Albert Solà

(Agradecemos los datos facilitados por David Griswold, presidente del "SCAA Environment Committee")

