

## ¿Productor de materia prima? ¡No, emprendedor de café!

**El café se cotiza en las bolsas de valores y suele ser considerado como una materia prima. Los productores de café sienten los efectos de este tratamiento. No obstante, una nueva generación de productores está emergiendo en todo el mundo: están bien educados y superan el modelo comercial tradicional con creatividad y espíritu empresarial. Nuestro estudiante de doctorado Samuel Brülisauer visitó a los "productores emprendedores" en Perú.**

*Samuel Brülisauer*

2021 fue un buen año para Mark Bolliger. Por primera vez, desde que se hizo cargo de la gestión de la granja familiar eso hace una década, le quedó un excedente considerable luego de vender con éxito su cosecha. Bastante para hacer por fin las inversiones que se avecinan, como una nueva camioneta y un techo para la ampliación a medio terminar de la planta de procesamiento de su Finca Rosenheim. Con 39 hectáreas, este peruano de 38 años con ancestros alemanes y suizos no es un pequeño productor, pero tampoco es un gigante de Villa Rica, una de las más importantes regiones cafeteras del Perú. Su cosecha está destinada principalmente a la exportación, Mark envía casi dos contenedores de café verde a un importador de café de especialidad en Alemania. Esto, lo sitúa como una referencia entre los productores de café; la mayoría de sus colegas venden a un exportador peruano o internacional o a una cooperativa. Mark también es un caso especial por su inglés fluido que le permite transmitir de primera fuente el trabajo en la granja a sus compradores y consumidores finales haciendo uso efectivo de las redes sociales y de vez en cuando aparece en podcasts. No es raro que sus videos tengan un alcance considerable (ver enlace al final de este artículo): No hay muchos productores en la burbuja de café de Internet.

### **Adaptarse a los precios de la bolsa de valores**

Sin embargo, nada de lo antes mencionado cambia mucho en la realidad profesional de Mark. Como la gran mayoría de los productores de café del mundo, sus resultados dependen principalmente del mercado de valores. Diez años de inversión en su finca – desde la selección de variedades hasta el procesamiento – le ayudaron a conseguir contactos con clientes a largo plazo y una mayor prima de precio por la calidad, el llamado diferencial de calidad. Sin embargo, en última instancia, fue un período de heladas en Brasil que llevó los precios del café a los niveles más altos desde finales de 2011 lo que trajo el mejor resultado a la Finca Rosenheim desde sus inicios.

Pero como muchos otros, Mark, también siente el lado negativo del actual boom: cuando el precio base es tan alto como en este momento, muchos compradores están dispuestos a disminuir en calidad para reducir sus costos. Para los productores de cafés especiales como Mark, esto significa que, no podrá vender todo su café o tendrá que aceptar un menor diferencial de calidad.

**Recuadro: Más sobre los precios del café**

El precio de exportación de casi todos los cafés verdes se compone de un precio base y de un diferencial de calidad positivo o negativo - para el café certificado de una prima de sostenibilidad fija (Comercio justo, orgánico) o variable (por ejemplo, Rainforest Alliance/UTZ, Nespresso AAA). Esto, se aplica tanto para los cafés de calidad estándar como para las especialidades pues para estas últimas, además de la calidad "física", como el tamaño y la uniformidad de los granos, así como los defectos visibles de una muestra, se determina el perfil organoléptico, es decir, la calidad sensorial en la taza, mediante un procedimiento estandarizado de cata. La evaluación de diferentes criterios, como el olor, el sabor y la textura, permite a los compradores ser más precisos sobre una entrega concreta y conseguir una prima de calidad sustancial.

En 2021, el precio de cambio del café arábigo pasó de unos 1,30 USD/libra (0,45 kg) a más de 2,15 USD/libra, es decir, un aumento en más del 60%. La razón principal fue un periodo de heladas en el sur de Brasil que destruyó más de una quinta parte de la cosecha en esa zona y cuyas repercusiones se seguirán notando en los próximos años. No obstante, hacia finales del 2022, el mercado alcista mundial no muestra signos de disminución en este precio. A ello se suma que, los precios de los fertilizantes han aumentado desde hace meses. De manera que, estas condiciones están haciendo que la cosecha de este año y posiblemente la del próximo sean aún más escasas. Aunque el sector mundial del café lleva casi dos años en estado de emergencia por este motivo (y por el fuerte aumento de los costes de transporte), los elevados precios suponen una bienvenida recuperación para muchos productores del mercado bajista que ha durado casi diez años.



## Los desafíos de las cooperativas

La situación es aún más difícil para las empresas privadas y, sobre todo, para las cooperativas que exportan cafés especiales. También, ellas han invertido sumas considerables de recursos en mejorar la calidad en los últimos años. Para muchos, la prima asociada desempeña un papel al menos tan importante como la prima de precio del Comercio Justo y la certificación orgánica.

El elevado precio de la bolsa de valores dificulta su negocio de tres maneras: la menor demanda de cafés especiales, la competencia en la oferta: un elevado "precio de calle" – es decir, el precio ofrecido por la calidad estándar por los comerciantes locales a cambio de dinero en efectivo – hace que, por un lado, los productores tengan pocos incentivos para mantener la calidad de su cosecha. Por otro lado, las cooperativas suelen pagar altas tasas de interés por el capital prestado que necesitan para la compra de café y la implementación de los proyectos en curso. En Perú, este porcentaje asciende actualmente hasta el 14% anual. Por ello, les resulta complicado competir con empresas internacionales, cuya liquidez de capital es mayor y acceden a tipos de interés bastante más bajos. Por lo tanto, muchas cooperativas tienen actualmente dificultades para obtener los volúmenes correspondientes a sus contratos celebrados anteriormente y tienen que recurrir los no socios para comprar café adicional, una práctica que a menudo se examina críticamente: ¿Siguen siendo verdaderas cooperativas?

## De Moyobamba a Milán

Cambio de escenario: En junio de 2022, Karen Guevara sube a un avión en Lima para participar en una rueda comercial de diez días en Suiza y la feria "World of Coffee" de cafés especiales en Milán, Italia junto con un grupo de jóvenes colegas. Esta joven de 25 años, trabaja como gestora de proyectos para la Asociación de Productores Selva Nororiental (Aproselvanor) en Moyobamba, en la zona norte de Perú.

Bajo la dirección de un equipo joven y bien formado de agrónomos, administradores de empresa e ingenieros de industrias alimentarias, Aprosesvanor ha crecido hasta superar los 500 miembros en sólo cinco años. Con proyectos cofinanciados por la prima de Comercio Justo, fondos gubernamentales y en menor medida clientes, Aprosesvanor ha invertido importantemente en este lapso de tiempo: infraestructura de procesamiento, material vegetal, pero sobre todo la mejora en la calidad del café. En perspectiva de sus colegas, el viaje de Karen es una importante oportunidad para crear redes comerciales en el mundo de los cafés especiales y establecer contactos con clientes. Karen documenta sus impresiones en Instagram, en el cual, Aprosesvanor tiene presencia activa tal como lo hacen prácticamente todas las empresas y cooperativas de café peruanas para informar a la población sobre su actividad diaria, pero también para construir la identidad de su marca y contar su propia historia.

### **Materia prima sin marca**

En los países consumidores, se transmite muy poco de la historia del cafetero y nada de la marca detrás. Es comprensible que la mayoría de las empresas de tostado inviertan mucho en construir y mantener su propia imagen comercial. Esto, a menudo da la impresión de que el trabajo difícil comienza realmente en el tostador. Pero, cualquiera que conozca el arte del cultivo del café sabe de las principales decisiones que los productores tienen que tomar a lo largo del año; del alto riesgo que conlleva, y del pensamiento y la actuación empresarial que requiere.

Personas jóvenes y bien formadas como Karen y Mark no han elegido el negocio del café por necesidad, sino por interés y pasión por su complejidad. Esta motivación, es muy similar a la de muchos jóvenes que han puesto en marcha cafés y tostadores especiales en los países consumidores en los últimos años. Pero, el éxito o el fracaso de estos últimos emprendimientos depende en gran medida de las capacidades personales, Karen, Mark y otros "productores-emprendedores" siguen expuestos principalmente a las condiciones establecidas por el mercado mundial del café como materia prima.

### **La comparación con el vino**

Esto hace que resulte aún más llamativo el hecho de que a los productores de café se les niegue el espíritu empresarial y se les trate, en cambio, como meros proveedores de materias primas. Se puede establecer una comparación reveladora con las bodegas, por ejemplo, mientras que los viticultores pueden construir su propia marca, convertirse en empresarios y aumentar sus ingresos, apenas hay oportunidades de comprar un producto con la marca del productor (o de sus cooperativas) de café. Incluso los cafés de origen único -que suelen proceder de una sola finca cafetera o de la zona de captación de una cooperativa- suelen estar dominados por la marca y la historia del tostador.

Es más, si algunos de los envases hacen referencia a los productores para dar un rostro al compromiso de la torrefacción con la sostenibilidad: Suele ser la imagen del caficultor sonriente que se considera afortunado por poder disfrutar de una pequeña retribución salarial. Pero, ¿cuál sería la reacción de los consumidores si leyeran en el estante del vino: "50 céntimos van directamente a los productores"?

### **Narrativa poscolonial con fecha de caducidad**

Pero, volvamos con Karen y Mark, los productores peruanos de los hablamos antes: En el creciente mercado local y nacional, tanto Aprosesvanor como Finca Rosenheim venden su café por sí mismos, en su mayoría tostado y molido externamente, pero con su propio diseño y rotulado. La media libra de café especial, se puede vender en Lima por 10 dólares o más, en tiendas o por Whatsapp. Para Mark y los productores de Aprosesvanor es un buen negocio, ya que obtienen una parte mucho mayor del precio de venta, que no depende de las incertidumbres del comercio mundial del café.

Por supuesto, las exportaciones de ambos seguirán representando más del 95% de las ventas en el futuro. No obstante, es probable que esta generación, con los conocimientos acumulados – desde la producción hasta el procesamiento, pasando por la cata, el tueste y la comercialización – no esté satisfecha por siempre con la estructura actual de los mercados internacionales del café así como con la narrativa poscolonial subyacente. Dado

que, el futuro del café – especialmente del café especial – depende de los "productores-emprendedores", los comerciantes y tostadores probablemente hagan bien en percibir los conocimientos, la creatividad y el espíritu emprendedor de esta generación de empresarios cafeteros como una oportunidad – y a personas como Karen y Mark – como socios en igualdad de condiciones.

### **Bio:**

Samuel Brülisauer es estudiante de doctorado en el CDE, amante del café y trabaja en el proyecto COMPASS, que investiga las cadenas de valor de cacao y café en Perú y Suiza. Para sus estudios, permaneció en Perú en el primer semestre de 2022. En el blog del CDE "[Coffee Corner](#)" arroja luz sobre el trasfondo de estos sectores.

Al proyecto:

[https://www.cde.unibe.ch/forschung/projekte/umweltgerechtigkeit\\_fuer\\_das\\_menschliche\\_wohlergehen\\_compass/index\\_ger.htm](https://www.cde.unibe.ch/forschung/projekte/umweltgerechtigkeit_fuer_das_menschliche_wohlergehen_compass/index_ger.htm)

Fotos y vídeos de Finca Rosenheim en Instagram:

<https://www.instagram.com/accounts/login/?next=%2Ffinca-rosenheim%2F>

Fotos y vídeos de APROSELVANOR en Instagram:

<https://www.instagram.com/aproselvanor/?hl=es-la>