



# Café Sostenible

## Sostenibilidad

Debido a la importancia del café, -es el segundo producto más importante del planeta en términos económicos-, el concepto de sostenibilidad incide en este producto de forma destacada. El concepto de café sostenible está en boca de todos, aunque no siempre se tiene una idea clara de lo que ello representa. Hay quien lo confunde con el café orgánico, el cultivado sin productos químicos. Otros piensan que corresponde a que el productor ha obtenido un mayor precio por su producto. Todo ello es cierto, pero es mucho más. Existe un consenso generalizado en que un café sostenible debe reunir tres cualidades principales:

- debe ser un cultivo orgánico, es decir que ningún componente químico ha intervenido ni en la plantación ni en el beneficio o tratamiento post cosecha
- el productor debe haber obtenido una remuneración correcta por el trabajo desarrollado durante el año de cultivo
- la plantación debe ser sombreada, con lo que se garantiza la preservación de la flora, de los bosques y de la fauna y aves que en ellos viven

Las ventas de café sostenible están en claro aumento en todos los países con potencial económico y buen nivel de vida, aunque hay una marcada desorientación en el público, sometido a veces a publicidades sesgadas. La propuesta de un café "justo" o "ético", sólo tiene en cuenta "a priori" el segundo de los tres puntos mencionados. Un café "orgánico" o "verde", sólo nos garantiza el primer punto, de la misma forma que los defensores de la "vida salvaje o animal" se centran en el tercero de dichos puntos. Y ninguno de ellos nos garantiza la calidad intrínseca de calidad, gusto o sabor. A veces, parece existir una competición entre cafés que sustentan de forma exclusiva alguno de estos conceptos, como si fueran marcas, excluyendo de forma poco ortodoxa a los competidores que no están en su cuerda, como si se tratara de una lucha comercial entre multinacionales, cada una de ellas buscando su propia venta.

FÓRUM CAFÉ ha acogido y potenciado siempre la divulgación de las premisas citadas, pero ha hecho un marcado hincapié en asociarlas a la de calidad del producto y de la taza final, por creer que si se lograra este parámetro, se

allanaría el camino al reconocimiento de los otros conceptos, no como una muestra de caridad o benevolencia, sino de justicia.

Siguen a continuación unos artículos alrededor del tema del café sostenible. En "Sostenibilidad Global" se desarrollan unos interesantes planteamientos por un especialista internacional, Christopher Wunderlich, asistente coordinador de la Sustainable Commodity Initiative y miembro del International Institute for Sustainable Development. En otro, se compara el sistema cafetero a un organismo enfermo, artículo de Marcelo Vieira, caficultor y ex presidente de la Brazilian Specialty Coffee Association. Completan el reportaje dos artículos más que hacen hincapié en la calidad: uno de Alicia Salas explicando la experiencia de obtener una Denominación de Origen y otro haciéndose eco de una reunión sobre sostenibilidad que tuvo lugar en el último SIAL, la Feria Internacional de la Alimentación de París. Por falta de espacio no ha sido posible incluir en esta publicación una interesante experiencia en el campo de la sostenibilidad a cargo de una empresa caficultora nicaragüense, aspecto que pensamos subsanar en el próximo número.

# Sostenibilidad Global

Nunca dejaré de sorprenderme lo hermoso, poderoso e influyente que puede ser la producción y el comercio del café. Su amplia influencia se siente en las fincas y en las comunidades donde se cultiva, se extiende al intenso impacto económico y político del comercio global cafetero y se hace claramente evidente en la marcada identidad social que rodea los numerosos "coffee shops" de los países consumidores.

A la luz de esta importancia y durante los últimos 20 años, la comunidad internacional se ha mostrado cada vez más preocupada por el valor económico, medioambiental y social que representa este cultivo no solo para las comunidades donde se cosecha sino también para la comunidad global en conjunto. Para identificar y comercializar cafés producidos de una forma responsable tanto a nivel social, económico como medioambiental, se han desarrollado criterios y programas internacionalmente aceptados para medir estos atributos y los cafés que se ajustan a estos estándares se han denominado "cafés sostenibles". Tal como sucede con todas las ideas innovadoras estos programas fueron inicialmente reducidos, centrándose en pequeños mercados de consumidores sensibilizados en este tipo de cuestiones e, igualmente importante, dispuestos a pagar un precio más elevado para respaldar los beneficios sociales, económicos y medioambientales que ellos mismos asocian con estos cafés. Programas tales como Organic; Fair Trade, Rainforest Alliance y Bird Friendly han revelado su forma de proceder y han demostrado su impacto e importancia positiva. Más recientemente, el impresionante éxito comercial que han tenido estos programas y el interés creciente de los consumidores por los productos sostenibles han propiciado intentos para desarrollar cafés sostenibles dentro de la corriente principal o segmento con-

vencional del sector cafetero. Estos desarrollos, aunque excitantes, plantean una cuestión fundamental a resolver para que la producción de café sostenible pueda extenderse a la corriente principal: ¿Cómo puede motivarse y apoyar al productor para que continúe proveyendo esos beneficios sociales, económicos y medioambientales a su comunidad local y a la comunidad global? Se están haciendo esfuerzos a nivel general para tratar esta cuestión y hacer de la producción y el comercio del café sostenible una realidad para todo el sector cafetero.

en temas agrícolas y mano de obra, a menudo durante un año entero antes de poder apreciar cualquier resultado de su inversión. Esta inversión se ha hecho cada vez más difícil de manejar en un mercado internacional volátil e impredecible que, aunque recuperándose, vio caer los precios a un nivel de hace 100 años en la temporada de 2003-2004, situándolos muy por debajo del coste de producción en casi todos los países productores. Ante estas dificultades, los granjeros todavía son conscientes de la importancia que tiene su cosecha para la economía de



Me siento afortunado de hallarme entre aquellos que han tenido la oportunidad de visitar zonas productoras en todo el mundo. Quizás lo que me haya impresionado más es el orgullo y la dignidad que se aprecia en los cultivadores cafeteros de todo nivel y en todas las regiones. Cultivar, procesar y comercializar café de calidad es un reto difícil y delicado. Así mismos, el cultivo del café requiere una inversión significativa a largo plazo tras el establecimiento de una granja, esperando un promedio de 3 a 5 años antes de poder cosechar y, cada año, el granjero debe invertir

su familia y los beneficios que puede traer a sus comunidades y a su entorno. He visto esta importancia y este orgullo grabados en sus caras. Sin embargo, una de las cosas más difíciles de digerir es un agricultor que ya no puede hacer frente a las obligaciones financieras de su granja ni sostener las oscilaciones de los mercados internacionales y se ve forzado a perder su propiedad. El impacto que esto puede producir no sólo sobre ese caficultor y su familia, sino en la totalidad de la comunidad local y global, puede ser devastador.



Las prácticas de producción sostenible pueden potencialmente contrarrestar estas incertidumbres y proporcionar beneficios al productor a largo plazo. Ejemplos de estos beneficios incluyen sistemas de producción más estables, menor dependencia de inversiones externas y uso más eficiente de los recursos, una mano de obra más sana y productiva (tanto si se trata de la familia de un pequeño propietario o mano de obra externa en plantaciones más grandes), aumento de la fertilidad del

suelo, café de mejor calidad y más consistente (que produce un aumento de los ingresos), y una mejor gestión de riesgos frente a los precios volátiles. Además, los sistemas de producción sostenible también producen numerosos beneficios a la comunidad global. Estos incluyen: prevención de la deforestación e invasión de áreas de reserva naturales, conservación de las aguas y protección de fuentes de agua natural, conservación del hábitat natural y mantenimiento de corredores biológicos entre áreas ecológicamente sensibles, dando lugar a una elevada biodiversi-

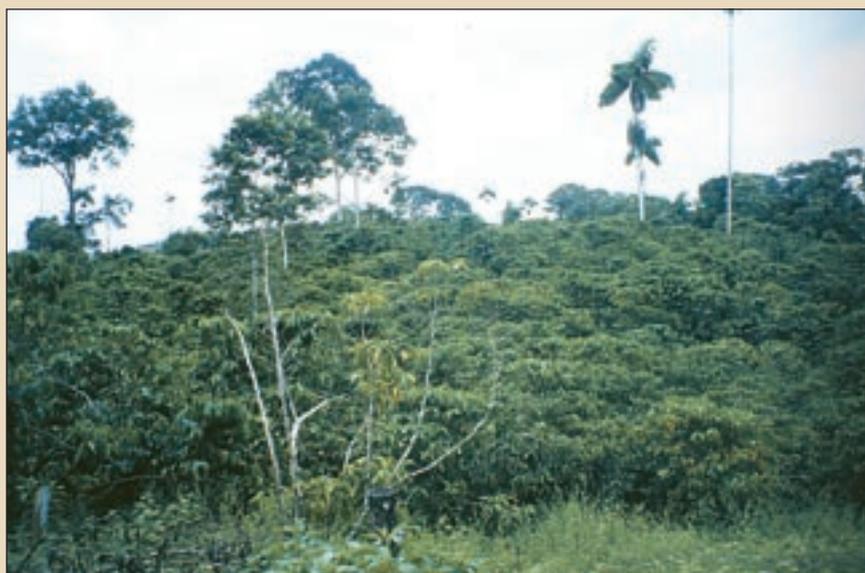
dad en la granja y en su entorno, una situación económica estable en áreas rurales que pueden evitar la migración a áreas urbanas y la inmigración internacional basada en la "huida económica" y una estabilidad económica y política global lograda gracias a un sector cafetero vibrante y productivo. Es más, la adopción de prácticas sostenibles puede reflejar un buen criterio comercial estabilizando áreas de producción y permitiendo el suministro continuo de un producto de calidad consistente.

Los estándares de sostenibilidad, entre otras cosas, buscan una remuneración justa para productores y trabajadores, la conservación de fuentes de energía y agua, así como otras fuentes naturales, la gestión responsable y la eliminación de productos de desecho, la adopción de prácticas agrícolas óptimas, la provisión de viviendas dignas y un entorno laboral seguro, el acceso a la educación y a servicios sanitarios, así como el derecho de los trabajadores a organizarse.

A través de un proceso de consulta internacional la sociedad ha identificado tres áreas clave en las que concentrar su esfuerzo para llevar la sostenibilidad al sector cafetero global.

La primera es el intercambio de información. Los productores y la industria necesitan información exacta y concisa sobre: la estructura y requisitos de los programas de café sostenible, tendencias de mercado relevantes, experiencias, ejemplos y estrategias positivas para adoptar prácticas sostenibles, e información sobre los acuerdos comerciales internacionales existentes y sobre las normativas que afectan a la producción y el comercio de cafés sostenibles, así como también una vía para que aquellos puedan expresar sus opiniones.

La segunda área clave es el desarrollo de herramientas para implementar los estándares de sostenibilidad a nivel de explotación. Esto se hace examinando los cambios reales que los productores deben hacer para cumplir con los estándares internacionales y satisfacer los requisitos de los programas de café sostenible. Una vez que estos cambios se han identificado se pueden valorar los costes asociados. Esta información constituye la base para llevar a cabo un examen más extenso de los costes y beneficios reales y el impacto global que pueden tener las prácticas de café sostenible en el tiempo.



suelo, café de mejor calidad y más consistente (que produce un aumento de los ingresos), y una mejor gestión de riesgos frente a los precios volátiles.

Además, los sistemas de producción sostenible también producen numerosos beneficios a la comunidad global. Estos incluyen: prevención de la deforestación e invasión de áreas de reserva naturales, conservación de las aguas y protección de fuentes de agua natural, conservación del hábitat natural y mantenimiento de corredores biológicos entre áreas ecológicamente sensibles, dando lugar a una elevada biodiversi-



El tercer aspecto contemplando es el desarrollo de estructuras financieras que ayuden a los productores a adoptar prácticas sostenibles. Los productores, especialmente los pequeños, a menudo no disponen del capital necesario para soportar prácticas sostenibles y los costes asociados de verificación, haciéndose imposible que sigan estos programas y experimenten los beneficios a largo plazo que las prácticas de producción sostenible pueden potencialmente proporcionar.

Son tiempos apasionantes para el sector cafetero, lleno de retos y oportunidades. Este año se han realizado talleres de trabajo en las conferencias de la Specialty Coffee Association of America, la East African Coffee Association y la National Coffee Association of America, colaborando estrechamente con la ICO para exponer cuestiones tales como examinar el desarrollo de un comité de sostenibilidad en el ICO. En todos estos eventos se ha constatado claramente que las cuestiones y programas en torno a cafés sostenibles son ahora un aspecto significativo en la industria cafetera. Pero también se ha hecho evidente que estos programas y estrategias deben desarrollarse de una forma que comporte responsabilidades entre los actores involucrados que están investigando en la implementación de estos programas y compartiendo los beneficios que aportan a la totalidad del sector y la comunidad global.

Muchas organizaciones están trabajando para que este movimiento sea una tendencia generalizada, intensificando el impacto positivo de los programas de café sostenible existentes que ya han demostrado su efectividad y beneficio. Una de estas entidades es la Sustainable Coffee Partnership que trabaja a un nivel global con grupos de influencia representativos de todo el sector cafetero para promocionar la adopción de prácticas productivas y de comercio sostenible y el desarrollo de una política internacional para apoyar estas prácticas. La sociedad en la que trabajo como asistente-coordinador es una iniciativa del International Institute for Sustainable Development (IISD) y de la United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD).

**Christopher Wunderlich**

# La calidad es la única manera de fomentar el comercio sostenible

El constante debate público sobre la globalización, el desarrollo sostenible y la gran demanda de consumidores que buscan productos "éticos" y de calidad indican que existen conceptos diferentes de lo que se puede entender como comercio justo y sostenible. Es cierto que progresivamente vamos adquiriendo una conciencia social respecto al mundo que nos rodea y particularmente nos preocupamos más por todo lo relacionado con el consumo de productos de comercio justo o sostenible. Pero, ¿existe una definición común de comercio sostenible que pueda ser aceptada por el mercado,

que implique la calidad como un criterio de certificación?, ¿Hay algún sistema de etiquetaje para promover la sostenibilidad entre los consumidores?

Una conocida marca italiana, líder en el segmento de calidad desarrolla colaboraciones a largo plazo con los mejores caficultores del mundo con el convencimiento que sólo las relaciones basadas en un intercambio y en un crecimiento mutuo puede garantizar la calidad y el valor del producto. Esa empresa hace años que instituyó en Brasil un Premio de Calidad para los mejores caficulto-

res. Una calidad que debe conseguirse desde el origen de la cadena de suministros, es decir, la planta. Para garantizar calidad, los productores de café han de ser capaces de producirla.

El hecho de pagar un precio por encima del establecido por el mercado se traduce en términos de calidad. Un comprador inteligente que se mueva en el segmento de la calidad, puede ayudar a los caficultores a mejorar su calidad enseñándoles know-how y tecnologías actualizadas y premiándoles por cosechas de alta calidad.

Durante el último SIAL, la Feria Alimentaria Internacional de París, se organizó una mesa redonda para debatir la problemática del comercio sostenible con representantes del mundo empresarial e institucional. Formaban parte de esta mesa redonda: Véronique Discours-Buhot, Directora de Desarrollo Sostenible de Carrefour; Paolo Pastore, coordinador de la Fairtrade Organisation de Italia; Pablo Dubois, Jefe de Operaciones de la Organización Internacional del Café, Andrea Illy, Consejero Delegado de illycaffè, Ahmed Legesse, productor de café de Etiopía; Samuel Ribeiro, de la Universidad de São Paulo y Michel Hourdebaigt, Responsable de proyectos sostenibles del Ministerio de Ecología de Francia. Cada uno aportó visiones distintas sobre la temática planteada, proporcionando un poco de luz a la complejidad del tema.



las empresas, trabajadores, ONG's, proveedores, compradores y consumidores de todo el mundo?

Actualmente, las compañías deben garantizar prácticas éticas de comercio y una responsabilidad social corporativa, mientras ofrecen un consumo satisfactorio asegurando productos de calidad y asumen una estrategia respecto a preguntas como: ¿Cómo la calidad se asocia al comercio justo?, ¿Es posible establecer un certificado comercial justo

res, consiguiendo que algunos logran cafés de excelente calidad, animando, así, a muchos otros a seguir su ejemplo. Esto ha permitido mejorar los sistemas y tecnologías de cultivo, incrementando la calidad del producto y las condiciones de trabajo de esos caficultores.

El café es un producto que la gente debe disfrutar y saborear. Por lo tanto, el precio no es el principal factor de influencia en la decisión de compra. Los consumidores compran una supuesta

Según Pastore, "comercio justo y sostenible no es sinónimo de calidad. El propósito no es centrarse en la ayuda, sino mejorar las economías de los países en desarrollo mediante el pago de precios justos a los productores y solicitando que los consumidores también paguen esos precios justos por su café". Dubois afirmó que "el respeto por el entorno, las condiciones sociales y un balance económico han convertido el desarrollo sostenible en una realidad viviente" También remarcó que el ICO



ha establecido una serie de mínimos de calidad estándar y que este proyecto voluntario ya cuenta con 26 países cultivadores de café que también han corregido sus leyes nacionales para adaptarlas a estos nuevos estándares. Andrea Illy sostiene que debe crearse una confianza y una relación directa con los productores para animarles a aumentar la calidad de sus cosechas con una estrategia basada en cuatro puntos básicos: seleccionando y motivando a los caficultores; transfiriéndoles el know-how y organizando proyectos de investigación colectivos; premiando a los agricultores por cosechas de alta calidad, y por fin, ali-

mentando el consumo mediante la promoción de una cultura de calidad hacia los consumidores. Legesse hizo hincapié en que establecer una cadena de suministros basada en el desarrollo sostenible es crucial para la economía de los países en vías de desarrollo.

Garantizar una relación de sostenibilidad con los cultivadores de café es de vital importancia, ya que esto impedirá que abandonen sus plantaciones u opten por cosechas alternativas para exportar. Las primeras pruebas han sido llevadas a cabo en Francia por el Ministerio de Ecología y Desarrollo. Diversas asociaciones de consumidores,

confederaciones de industrias, representantes e instituciones de ONG y la AFNOR, la Agencia Francesa de Normalización, han adelantado propuestas para establecer criterios reguladores para el comercio sostenible.

Terminamos insistiendo en la frase inicial: "La calidad es la única manera de fomentar el comercio sostenible". Y al hablar de calidad, se entiende en un sentido absoluto, no comparándola con un competidor. Es decir, la mejor calidad que la biología y la tecnología nos permite obtener.

**B.M.**

# Café, ¿un sistema alimentario enfermo?

---

Desde hace ya bastantes años, muchos de los que hemos sido testigos de demasiados ciclos aparentemente inacabables de "auge y quiebra", hemos debatido diversas formas para resolver la cuestión. Se trata de un problema recurrente en los mercados comerciales e, históricamente, la mayoría de los intentos para resolver los problemas de los sistemas alimentarios sólo han servido para señalar los síntomas. Algunas soluciones puestas incluso en práctica, como los acuerdos comerciales para el café y subvenciones para otros productos, han empeorado el problema inicial.

Algunas políticas, tales como la limitación de la oferta producen una mejora en el precio y los ingresos, pero la mejora es temporal. Nuevas presiones financieras obligan a los agricultores a aumentar la producción. El incremento de precios incita a los productores más eficientes a aumentar el suministro que conduce a la rápida caída de precios.

En la batalla para mantener los ingresos frente a la caída de precios, los productores intentan nuevamente maximizar su producción. Mientras que producciones más elevadas pueden potencialmente incrementar los ingresos individuales, el efecto global de muchos productores que adoptan las mismas decisiones da lugar a una producción general más elevada y consecuentemente a un descenso de los ingresos.

Los caficultores han aumentado la producción y reducido costes durante muchas décadas, pero la productividad ha aumentado a costa de disminuir estándares de vida para los agricultores y comunidades rurales.

Y, sin embargo, no podemos evitar estos ciclos en los mercados comerciales. Ello se debe a que las decisiones tomadas individualmente para hacer el mejor negocio posible dentro de su

propio contexto ocasionan un sistema insostenible a nivel generalizado. El resultado de todas estas decisiones, racionales dentro del contexto de aquel que toma las decisiones, es un sistema inestable que no satisface adecuadamente a muchos inversores.

Los sistemas comerciales tienden sistemáticamente a situar a los productores al borde de la supervivencia económica.

## Mirando hacia el futuro

Hemos debatido en las muchas reuniones a las que hemos asistido en los últimos años, las soluciones posibles para dirigir nuestra industria hacia un futuro más sostenible. Las metas de un sistema alimentario sostenible deberían incluir:

- satisfacer las necesidades del consumidor
- tratar asuntos de seguridad alimentaria
- proteger y administrar la naturaleza
- aumentar los estándares de vida, de salud y seguridad de los trabajadores
- asegurar unos ingresos sostenibles a los productores

Se están probando muchas innovaciones pero todas ellas se ven constreñidas por limitaciones del mercado existente que premian algunas decisiones y no otras. Las decisiones tomadas por negocios que hacen suyos costes externos y por tanto aumentan los precios finales se ven limitados por la predisposición de los consumidores a gastar dinero para apoyar estos conceptos. El "triple principio" –incluyendo la responsabilidad social y la administración medioambiental– frecuentemente compite con el único principio del aumento del ingreso.

Algunas innovaciones están empezando a cambiar la estructura del sistema:

- proveer acuerdos en cadena para crear nuevas relaciones desde el productor hasta la venta al por menor, tales como Utz Kapeh o Rainforest Alliance
- acuerdos industriales voluntarios que cambien las prácticas industriales tales como CCC, EUREP GAP
- la Brasil Specialty Coffee Association ha dedicado muchos esfuerzos y ha conseguido que muchos de sus miembros adopten códigos de conducta que se identifican con todo lo mencionado anteriormente, pero habiendo añadido otro componente, el sistema de control de calidad del café, derivado de su experiencia en la Cup of Excellence. Hasta el momento este ha sido el mejor laboratorio para los cambios

en el sistema cafetero y que implica tanto a tostadores y vendedores al por menor como a importadores que apoyan el cambio invirtiendo su tiempo para negociar presupuestos para promocionarlo.

El resultado más importante de todas estas iniciativas es nuevo: el establecimiento de relaciones a largo plazo entre productores y la industria del café y que dan lugar a contratos a más largo plazo que animan la inversión en calidad, el único conductor posible de una nueva demanda para nuestro producto.

Hasta el momento apenas hemos empezado a llegar al consumidor, el verdadero conductor del cambio. Se requiere un esfuerzo más intenso.

**Marcelo Vieira**

Productor de café y ex -Presidente de la Brasil Specialty Coffee Association

# Café con Denominación de Origen

Europa ha mantenido el desarrollo regional de sus productos como una de sus principales políticas, por lo que durante muchos años y, en algunos casos, durante siglos, varios productos como vinos, licores y quesos provenientes de una región concreta se han protegido de falsificaciones por decretos o leyes locales. Estas leyes, que protegen el nombre de la región y regulan el método de procesamiento, con el tiempo se convirtieron en las primeras deno-

de esa región cumpla con un perfil determinado. Una organización, normalmente llamada Consejo Regulador, se encarga de las tareas de regulación y certificación del producto protegido. Si la denominación de origen tiene éxito, entonces su prestigio aumentará y será reconocida por los consumidores, quienes contarán con la garantía de que compran un producto único y, por lo tanto, estarán dispuestos a pagar un mejor precio por él.



minaciones de origen. El concepto de "Denominación de Origen" hoy es reconocido por las legislaciones de muchos países y básicamente hace referencia a un producto que se hace único debido a los factores que se encuentran en una región determinada. El nombre de la región se protege legalmente para que no pueda ser utilizado en productos similares y se crean normas para que el producto que lleva el nombre

A raíz de la expansión del mercado del café de especialidad a partir de inicios de los 90, por primera vez, un gran sector del público empezó a buscar orígenes renombrados. De hecho, algunos orígenes empezaron a tener tanta demanda que aparecieron falsificaciones por todas partes. Este tipo de situación normalmente crea las condiciones bajo las que se crean las denominaciones de origen: un

producto único de una región especial, que debe regularse y protegerse de falsificaciones, a fin de salvaguardar los intereses tanto de los consumidores como de los productores. La aparición de las primeras denominaciones de origen para café era sólo una cuestión de tiempo, aunque muchas regiones productoras tendrían que enfrentarse a problemas en su legislación, ya que no todos los países proveen un marco legal para las denominaciones de origen. Aunque muchas denominaciones para café trabajan bajo varias normas nacionales o a veces incluso privadas, Café Veracruz (en México) es la primera bajo las regulaciones del Acuerdo de Lisboa, que es el sistema legal más desarrollado. Como tal, creemos que puede tomarse como un ejemplo de protección y regulación internacional a un café de origen.

## El modelo de denominación de origen contra otras certificaciones

En años recientes, se han hecho creado muchas certificaciones para el café de especialidad. Muchos consumidores están familiarizados con las certificaciones de café orgánico, de precio



justo, amigable con las aves, de sombra o sostenible. Estas certificaciones aseguran lo que se conocen como atributos de calidad "extrínsecos"; es decir, atributos que no se encuentran en el propio producto, sino que se deben a las características del proceso o de la historia del producto. Existen otros tipos de certificaciones, aún poco conocidas por la industria del café de especialidad, que se concentran en atributos de calidad "intrínsecos", en lugar de –o además de– los extrínsecos. En el caso del café verde de especialidad, los atributos intrínsecos de calidad son, básicamente, su preparación en verde y su perfil de taza.

sombra o incluso orgánico. Siempre que las denominaciones de origen se implementan adecuadamente, proveerán lo que probablemente es el perfil más consistente para un café certificado, puesto que el origen único y las prácticas homogéneas con las que se produce permiten lograr una calidad muy constante.

## Marco legal

México, como signatario del Acuerdo de Lisboa, ha emitido algunas leyes y nombrado a ciertas autoridades para la protección de las denominaciones



pación de todas las partes interesadas. La conformidad de un producto con esta Norma debe ser evaluada por laboratorios de pruebas, unidades de verificación y organismos de certificación, aprobados por el gobierno federal, previa homologación ante la Entidad Mexicana de Acreditación, bajo una serie de normas internacionales.

El Consejo Regulador del Café Veracruz, por lo tanto, es una asociación civil sin fines lucrativos en la que están representados los productores, los beneficiadores, los tostadores e incluso las cafeterías. Es, a la vez, un organismo de certificación, una unidad de verificación y un laboratorio de pruebas, acreditados y aprobados para la evaluación de la conformidad contra la Norma Oficial Mexicana del café Veracruz, y es el único organismo que puede certificar que un producto es Café Veracruz. Se inspecciona al café a lo largo de la cadena, de la finca al beneficio y de ahí al tostador, verificando que se llevan a cabo las Buenas Prácticas Agrícolas y de Manufactura. Cada lote es sometido a un muestreo y analizado por el Consejo Regulador a fin de asegurarse de que cumple la norma.

Ser el primer modelo de Denominación de Origen para un café, es sin duda una ventaja competitiva para entrar en un mercado que exige garantías; sin



Las denominaciones de origen también son certificaciones. Por lo general, garantizan atributos de calidad tanto intrínsecos como extrínsecos, ya que se debe lograr un perfil de taza determinado, pero también se certifica el origen geográfico del producto. Algunas de ellas incluso abarcan otros aspectos en los que el consumidor podría interesarse, como el cultivo bajo

de origen. Además de Café Veracruz, algunas denominaciones mexicanas famosas incluyen al Tequila, al Mezcal y a la loza de Talavera. El Estado Mexicano es el titular de las denominaciones de origen, cuya protección corresponde al Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI). Cada denominación debe regularse por una Norma Oficial Mexicana, que se crea con la partici-

embargo hay enfrentamientos con la visión proteccionista de los productores, que debido a las crisis de precios que les ha tocado experimentar, han vivido en el antiguo esquema de apoyos gubernamentales. Al Consejo Regulador le ha supuesto un enorme esfuerzo convencer a algunos de esos productores, de que el café certificado obtendrá mejores márgenes y se insertará en los mercados de especialidad, lo que hará que valga la pena el esfuerzo adicional requerido para cumplir la norma

Por esa razón, los proyectos futuros del Consejo Regulador, además de intentar elevar la conciencia del consumidor, se enfocan, sobre todo, en los mismos productores: en hacerlos conscientes de la necesidad de los sistemas de calidad, de promover la organización entre los productores, y de fomentar la creación de una entidad que se encargue de la comercialización del Café Veracruz.

**Alicia Salas Bueno**

Consejo Regulador Café de Veracruz

