



Paisajes Alimentarios: el caso de café

M.Sc. Juan Pablo Solís Víquez
Gerente Plataforma SAFE
Docente MGSAN

***“El enfoque de paisaje desafía
una definición simple,
y eso es bueno.”***

**Terry Sunderland
Científico Principal Programa de Bosques y Medios de Vida
CIFOR**

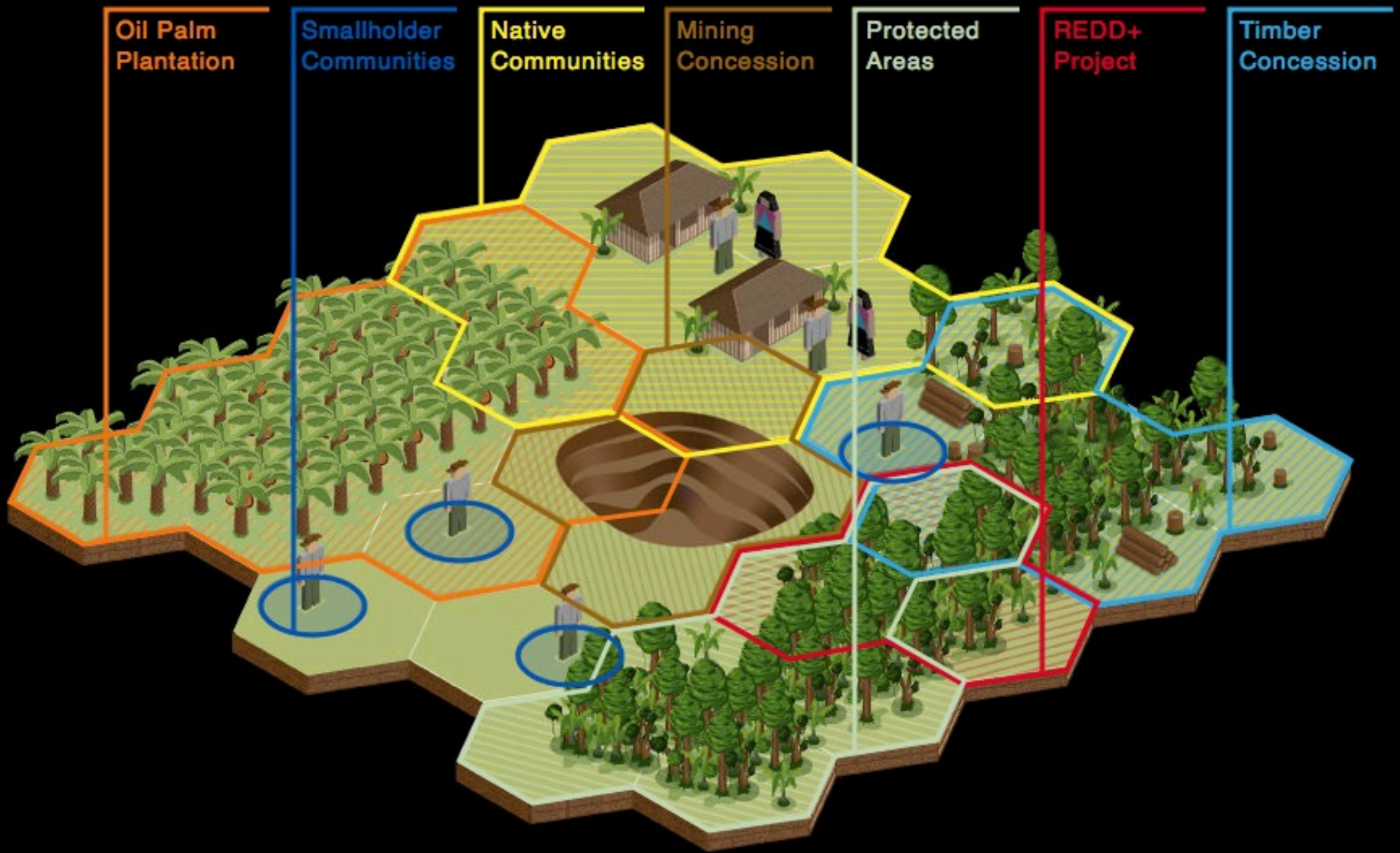
Enfoque de Paisaje

Una alternativa de enfoque a soluciones integrales desde una escala del territorio

Paisaje: mosaico del ecosistema natural y/o modificado por las personas, caracterizado por su topografía, vegetación, uso de suelo, asentamiento humano, influenciado por actividades ecológicas, históricas, culturales y económicas

LFPN, 2015

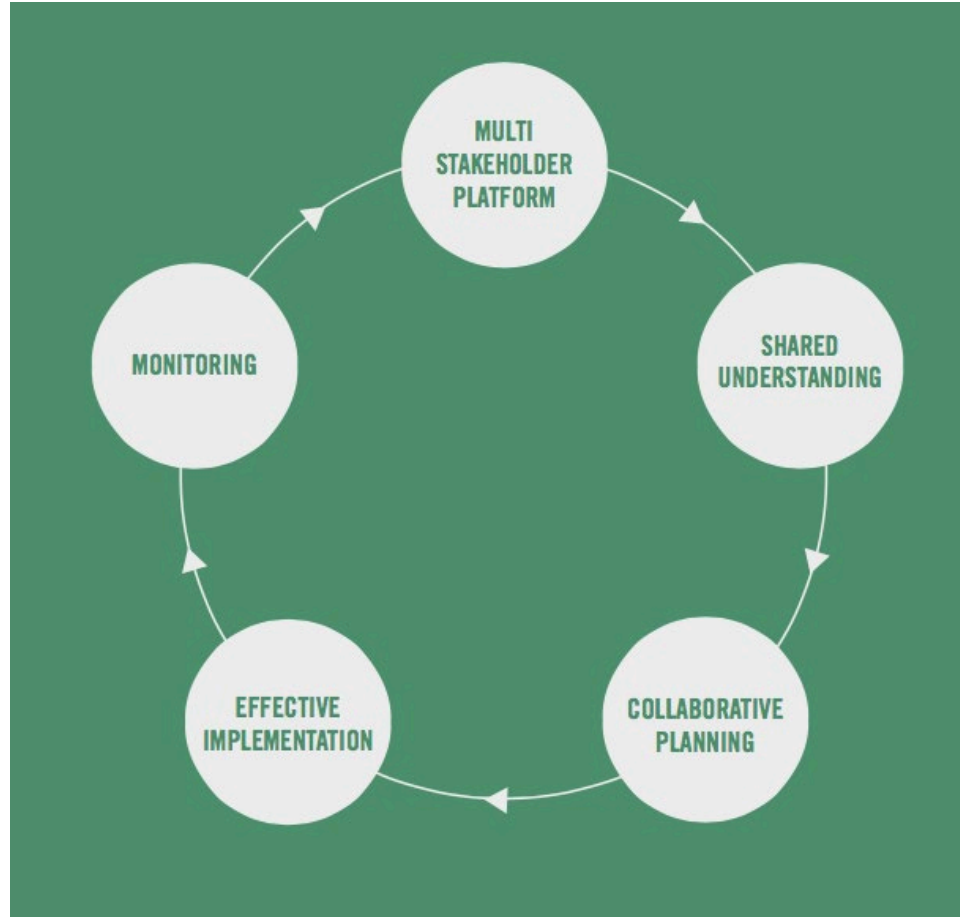




Más que un abordaje geofísico, implica el entendimiento entre múltiples actores.

¿Que es un enfoque de paisaje?

El “enfoque de paisaje” integra el manejo de los **recursos naturales**, con la **producción sostenible**, la **gobernanza territorial** y los **objetivos sociales** del desarrollo.



El caso de café

“Las tendencias actuales del café incluyen la especialización en primas y precios, conveniencia, personalización, origen único y tipos de tueste. Las personas consumidoras aprecian cada vez más la información sobre el café certificado sostenible y producido éticamente.”

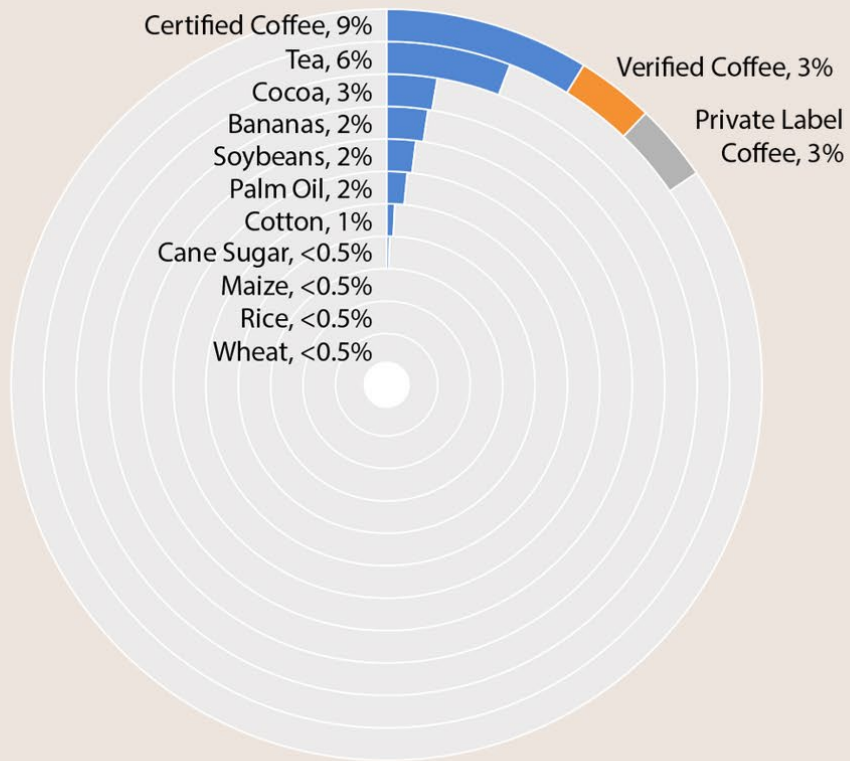
RESULTS
INTERVENTIONS

SCALE / INFLUENCE

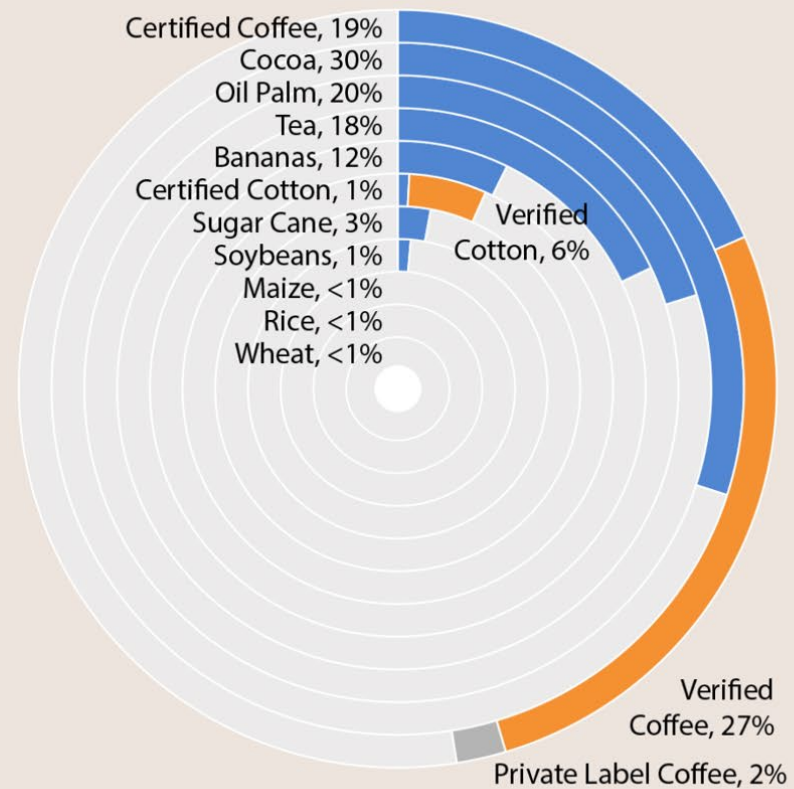
- local / geography
- regional / policies
- global / debate

DONORS
NGOs
FARMERS
COMPANIES
GOVERNMENTS
OTHERS

manage
fund



Percentage of Standard Compliant Metric Tonnes for Selected Agricultural Commodities (2008)



Percentage of Standard Compliant Metric Tonnes for Selected Agricultural Commodities (2014)

Características del consumo y Oferta Mundial de café

- Precios bajos (“des-mercantilizar” al café)
- Experiencia del consumidor (tercera ola)
- Oferta concentrada en pocos países
- Consumo creciente países productores

Recordemos las olas

- **Primera Ola:** Marcas se enfocaron en estandarización y volumen para el consumo en casa (grandes tostadores y mercado a granel)
- **Segunda Ola:** Marcas se enfocaron en café de origen y estilos de tostado, diferenciación basada en mayor calidad y consumo fuera de casa (cadenas de cafeterías).
- **Tercera Ola:** Tiendas de café independiente enfocadas en la interacción con el consumidor y alta calidad del café junto a variedad en las técnicas de preparación.

Coffee Barometer



**CONSERVATION
INTERNATIONAL**




**Committee On
Sustainability Assessment**



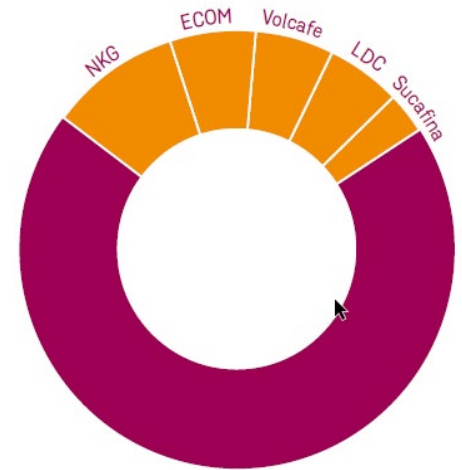
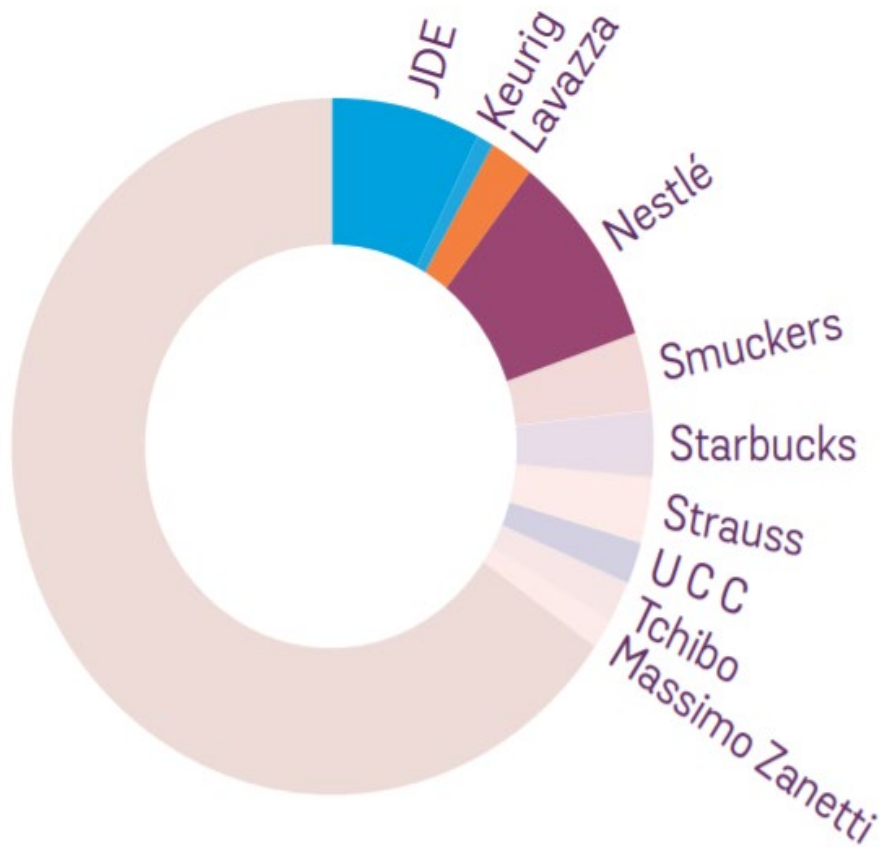
OXFAM
Wereldwinkels

Solidaridad



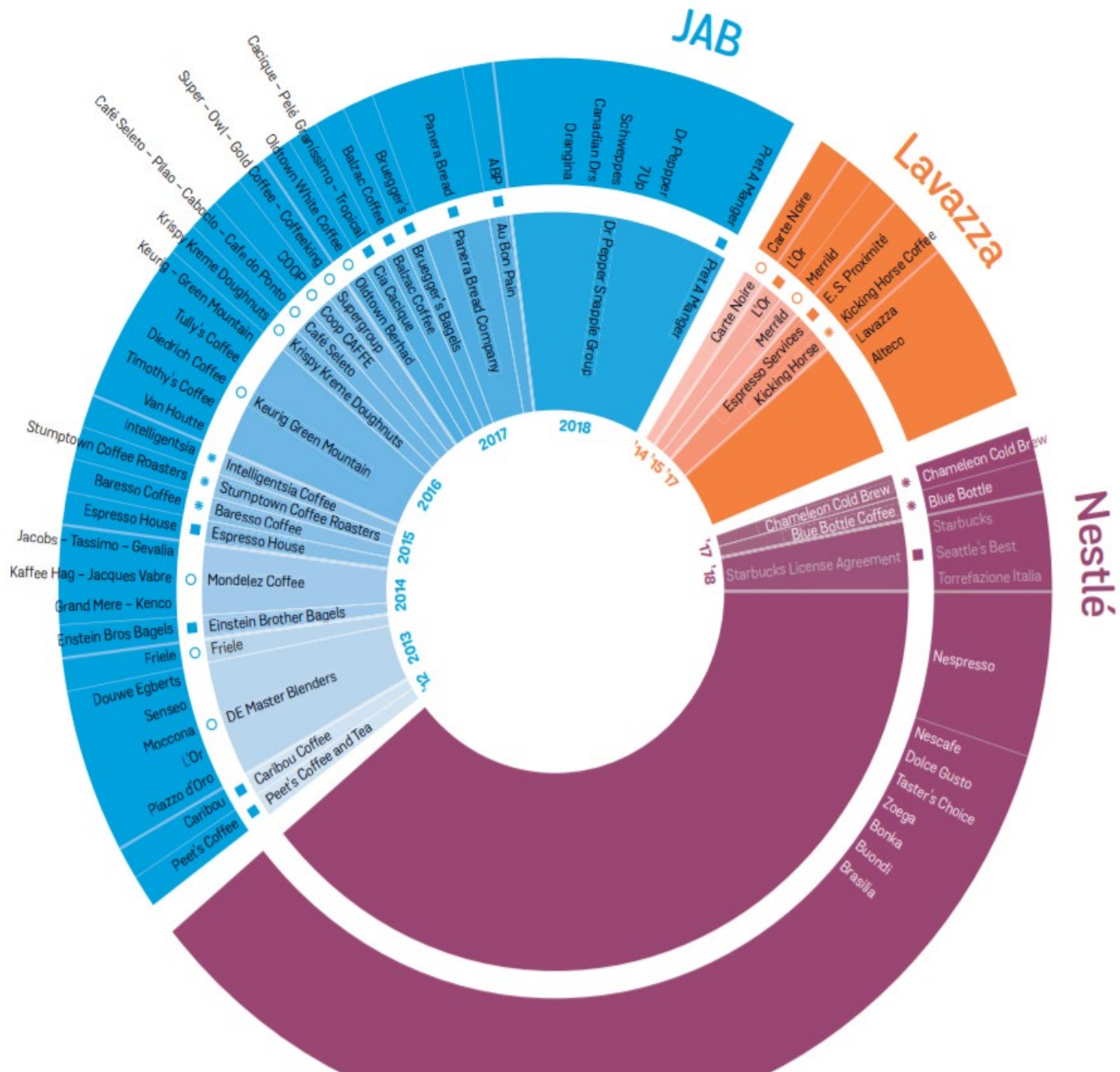
“La industria global de café se está consolidando con incontables fusiones y adquisiciones . Cuando esto puede representar una oportunidad para amplificar los esfuerzos por la sostenibilidad, hay poca evidencia de que esto ocurran dentro de los nuevos conglomerados formados.”


Inestabilidad de mercado



Top five green coffee traders

Top ten roasters = 35% of world's coffee





“ Un sector de café realmente sostenible distribuiría los beneficios entre las familias productivas. Sin embargo, actualmente el valor de las exportaciones de café verde es menos del 10% del valor total del mercado, calculado en \$200 billones. Este desbalance ilustra una necesidad por mayor transparencia.”

Factores de estrés

Arabica vs Robusta

Total World



Uganda



Vietnam



Indonesia



India



Brazil



Rest



Colombia



Honduras



Ethiopia



Mexico



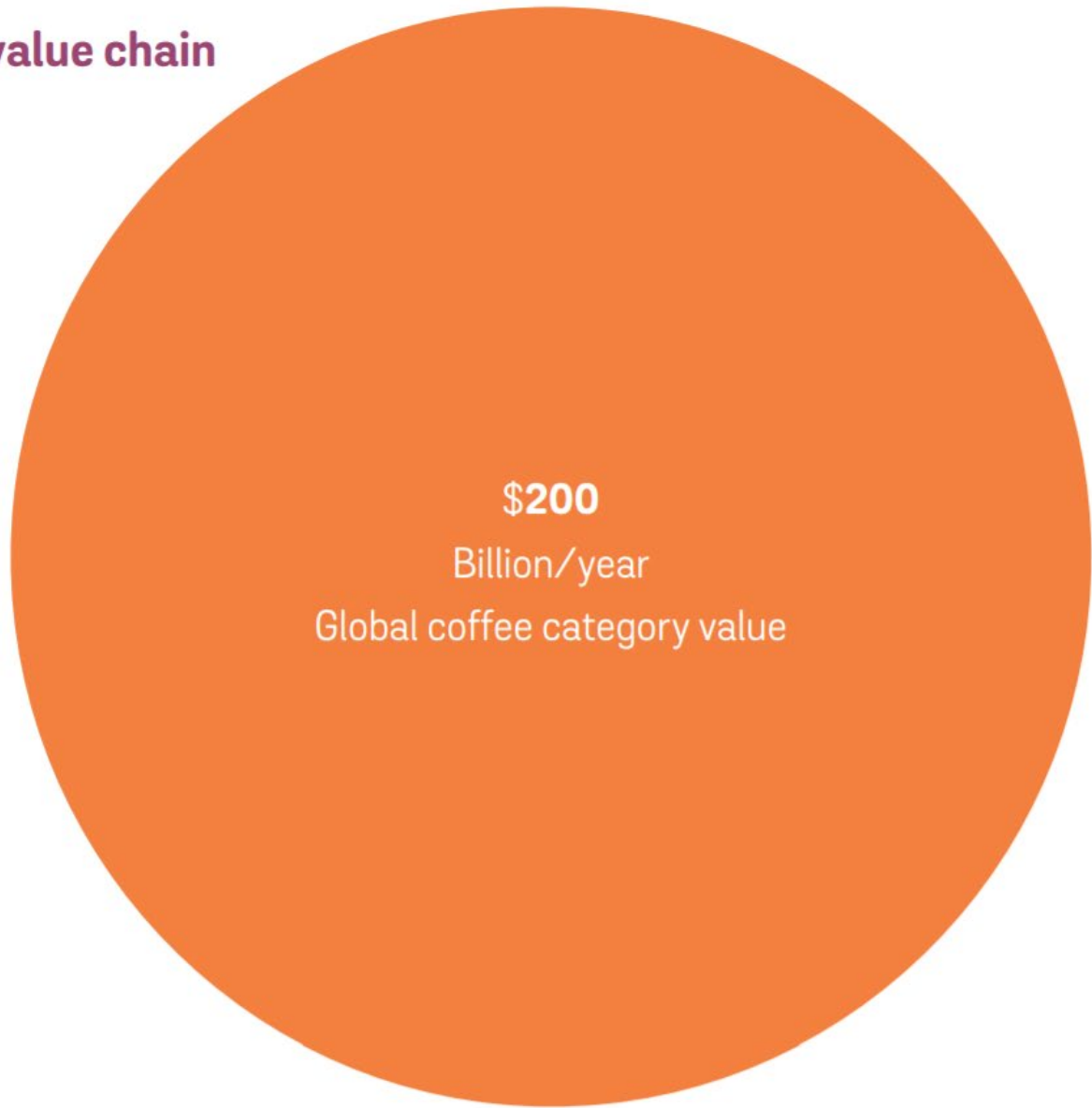
Guatemala

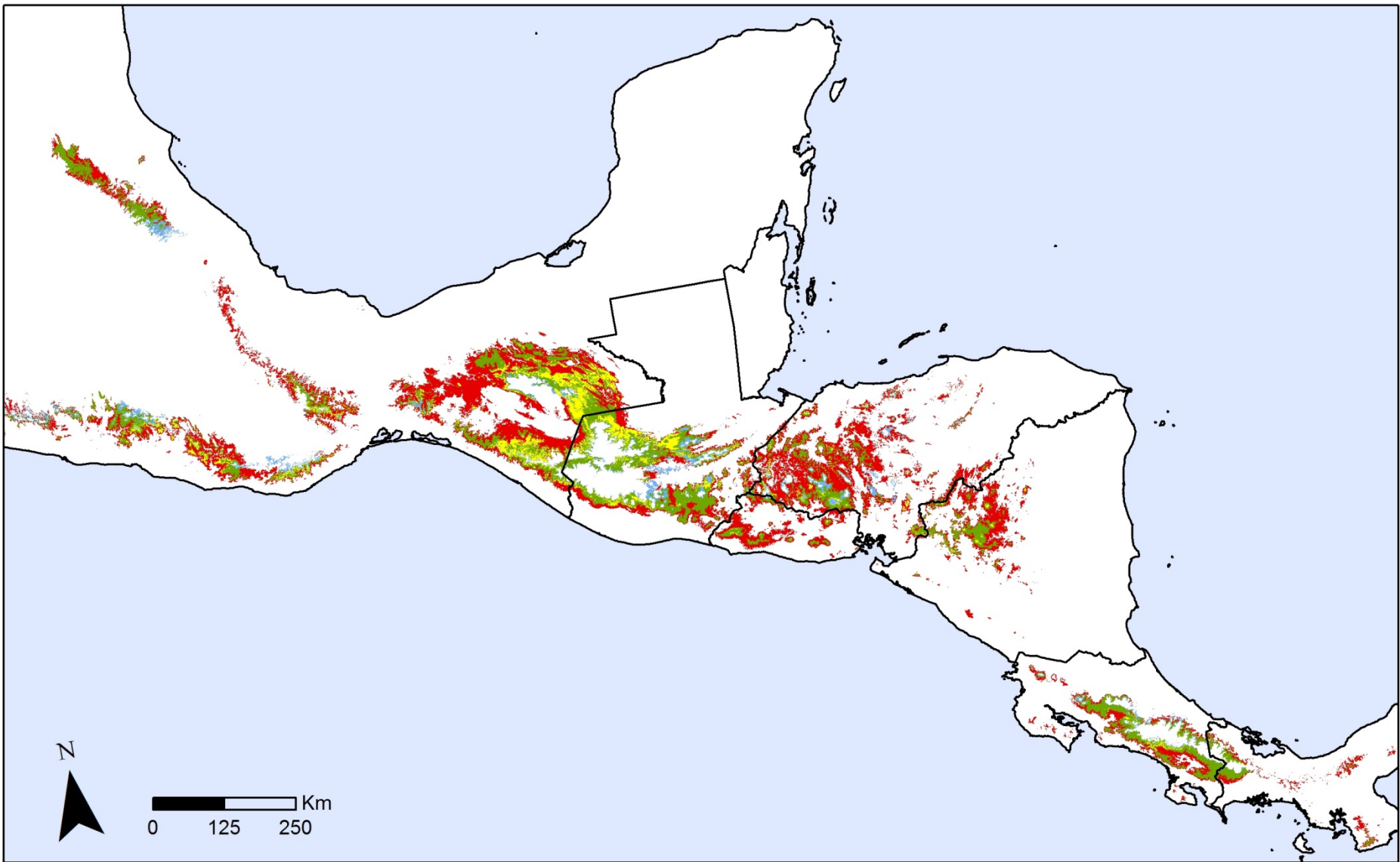


Inequality in the coffee value chain



\$350 Million/year
“Coffee Sustainability”

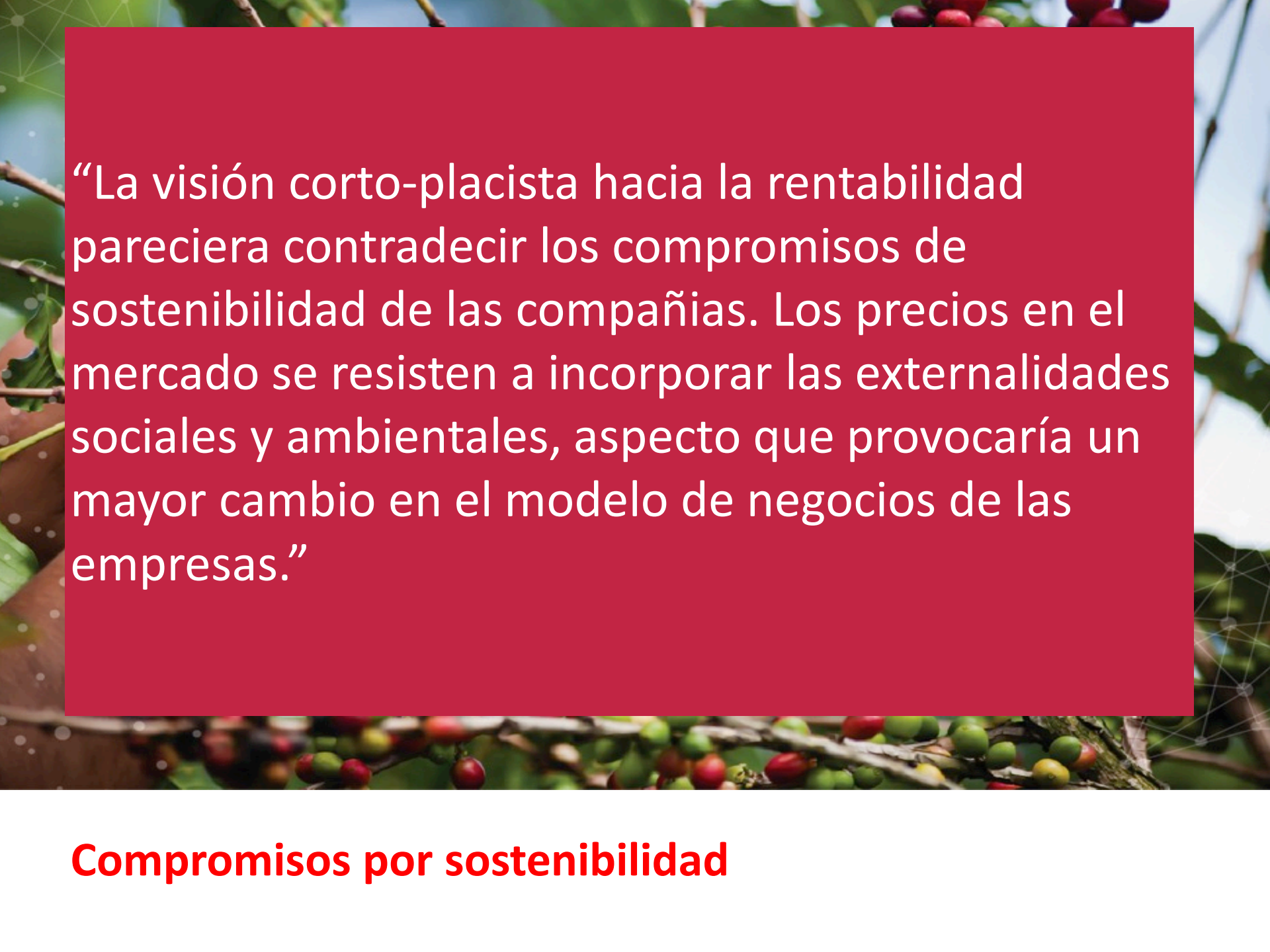




**Arabica impact zones
2050s climate**

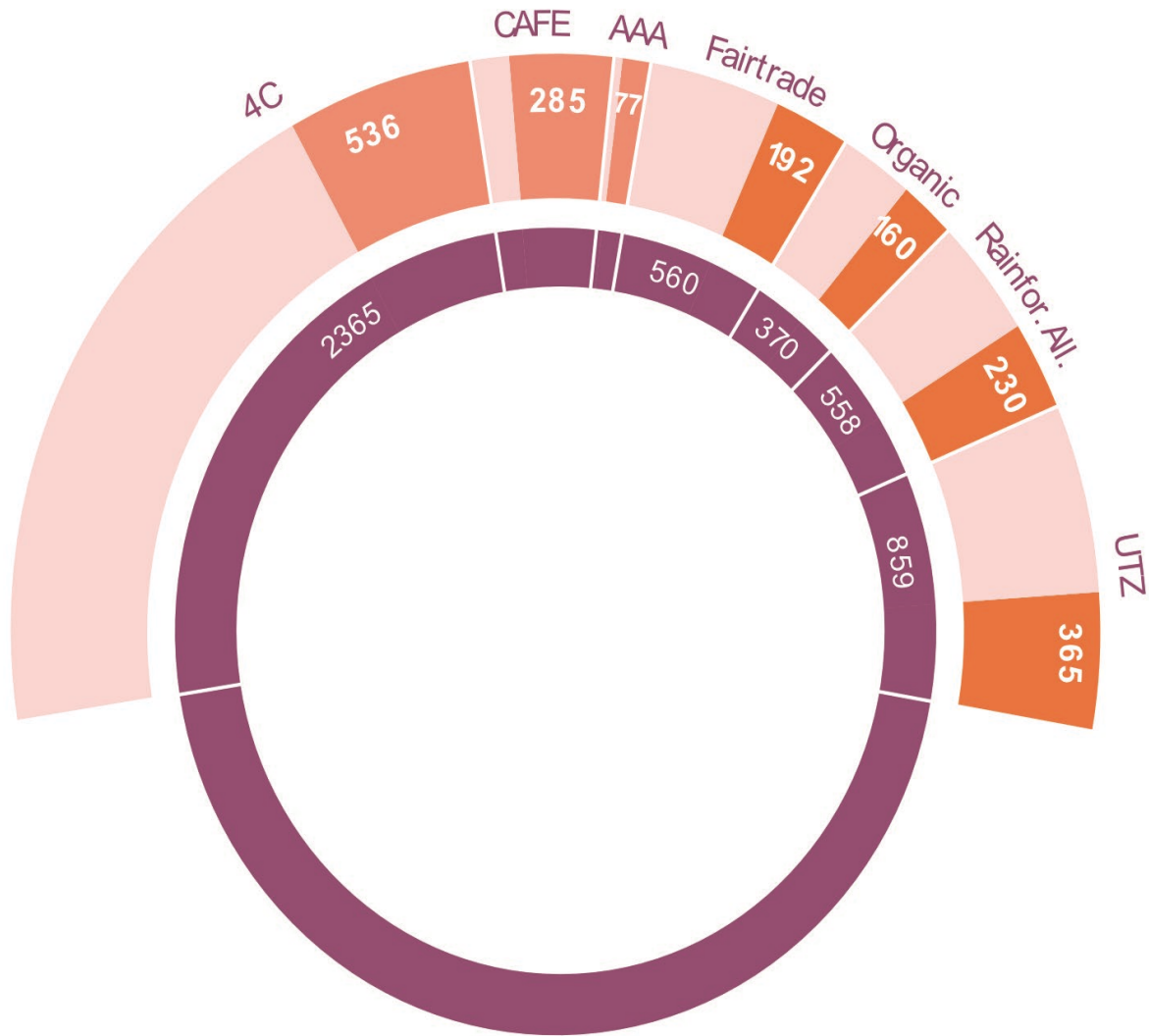
 Cope  Adjust  Transform  Opportunity



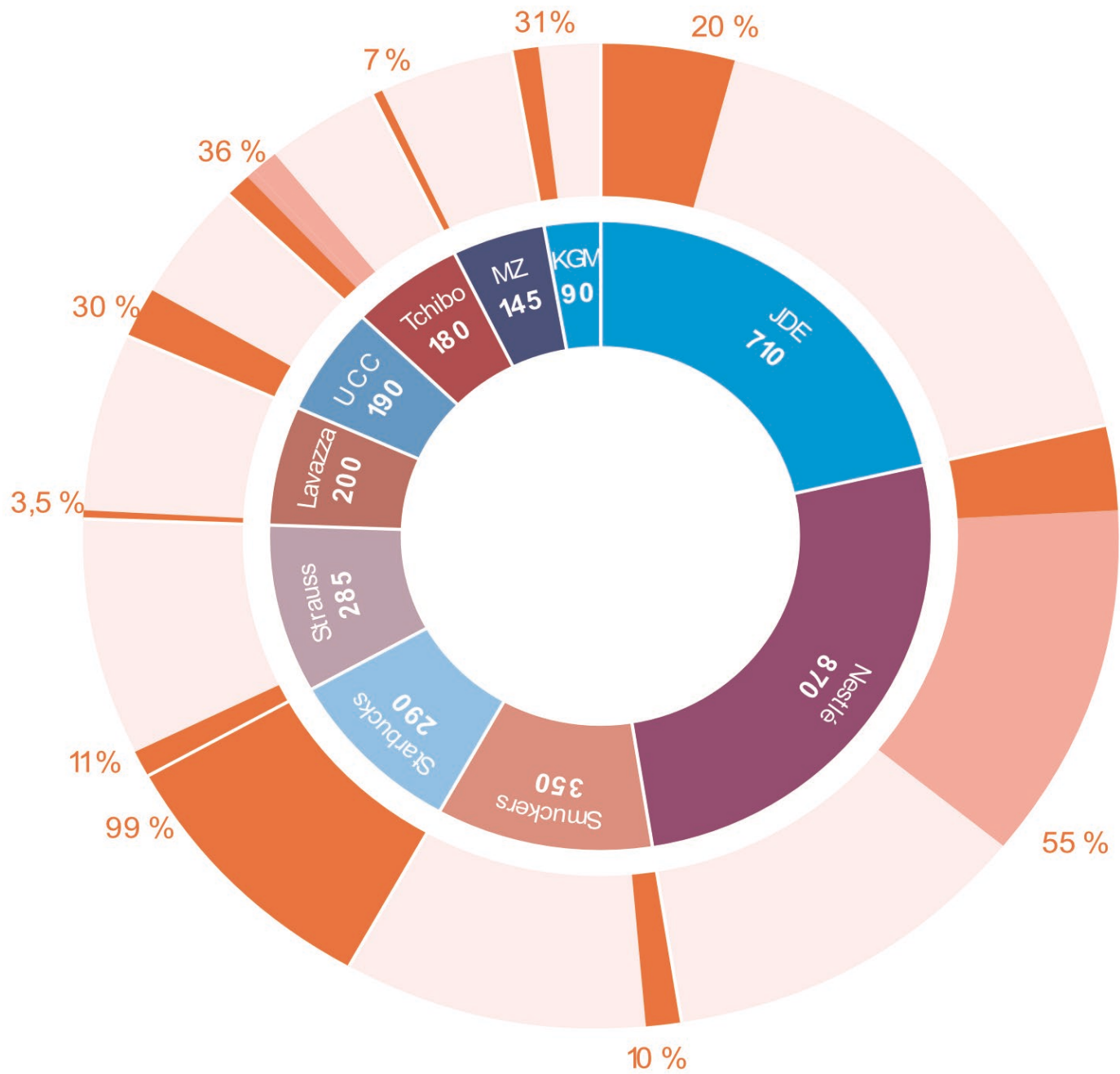



“La visión corto-placista hacia la rentabilidad pareciera contradecir los compromisos de sostenibilidad de las compañías. Los precios en el mercado se resisten a incorporar las externalidades sociales y ambientales, aspecto que provocaría un mayor cambio en el modelo de negocios de las empresas.”

Compromisos por sostenibilidad



- global coffee production
- certified/ verified produced
- certified/ verified actually sold



The background of the slide features a close-up photograph of coffee cherries on a branch. The cherries are in various stages of ripeness, with some green, some yellow, and some red. A large, semi-transparent red rectangle is overlaid on the image, containing white text. The text is a quote about the coffee industry.

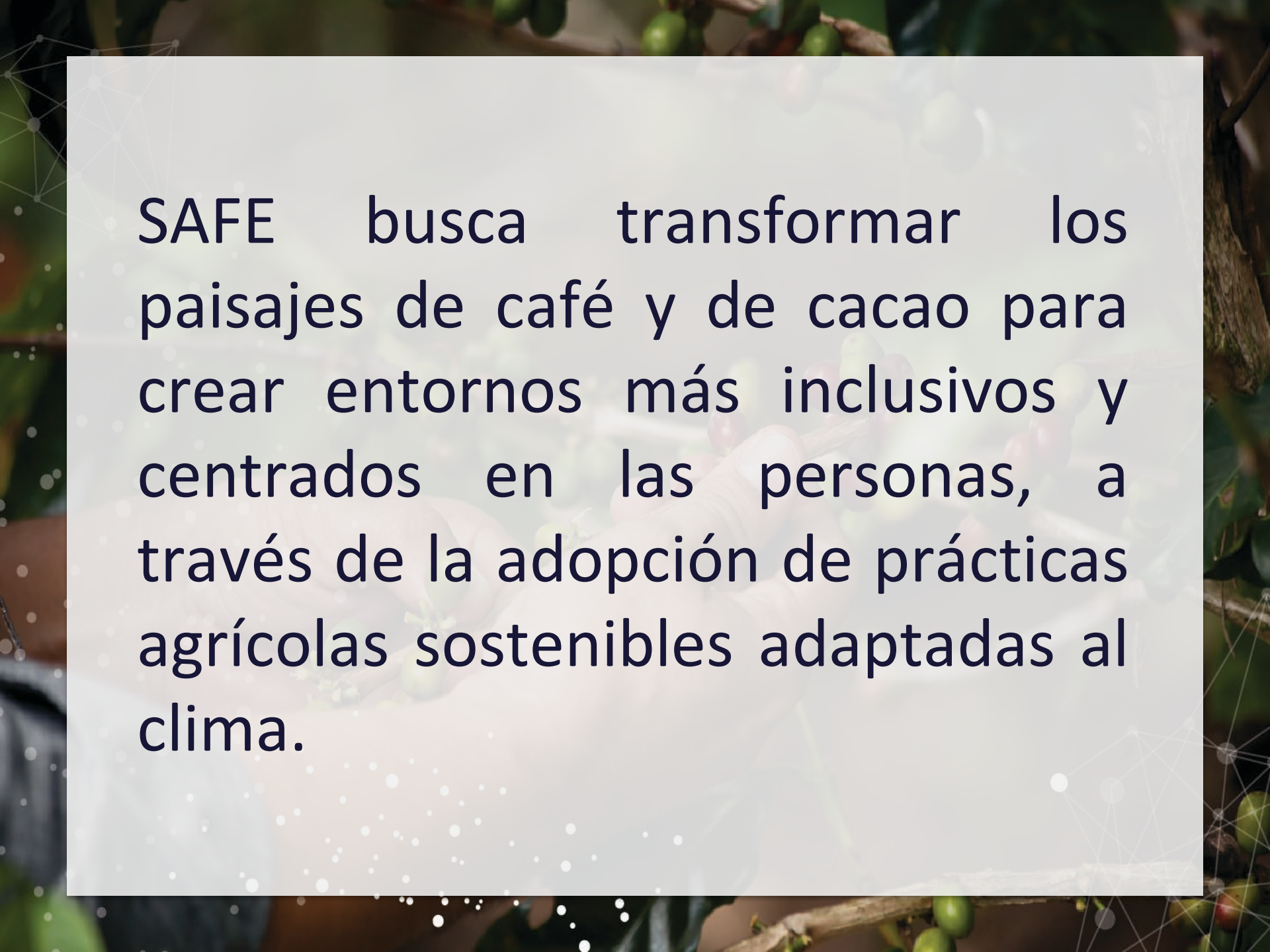
“Para provocar una transformación real en la industria del café, que confronte la complejidad y los retos de familias productoras, las empresas necesitan dejar atrás sus diferencias competitivas, fomentar alianzas e invertir en paisajes productivos”

Colaboración en el sector



safe

Sustainable Agriculture Food Environment

The background features a close-up of coffee cherries on a branch, with a pair of hands gently holding a cluster of them. A faint, white network of lines and dots is overlaid on the image, particularly visible in the top-left and bottom-right corners. The text is centered in a white box with a subtle bokeh effect.

SAFE busca transformar los paisajes de café y de cacao para crear entornos más inclusivos y centrados en las personas, a través de la adopción de prácticas agrícolas sostenibles adaptadas al clima.

Socios

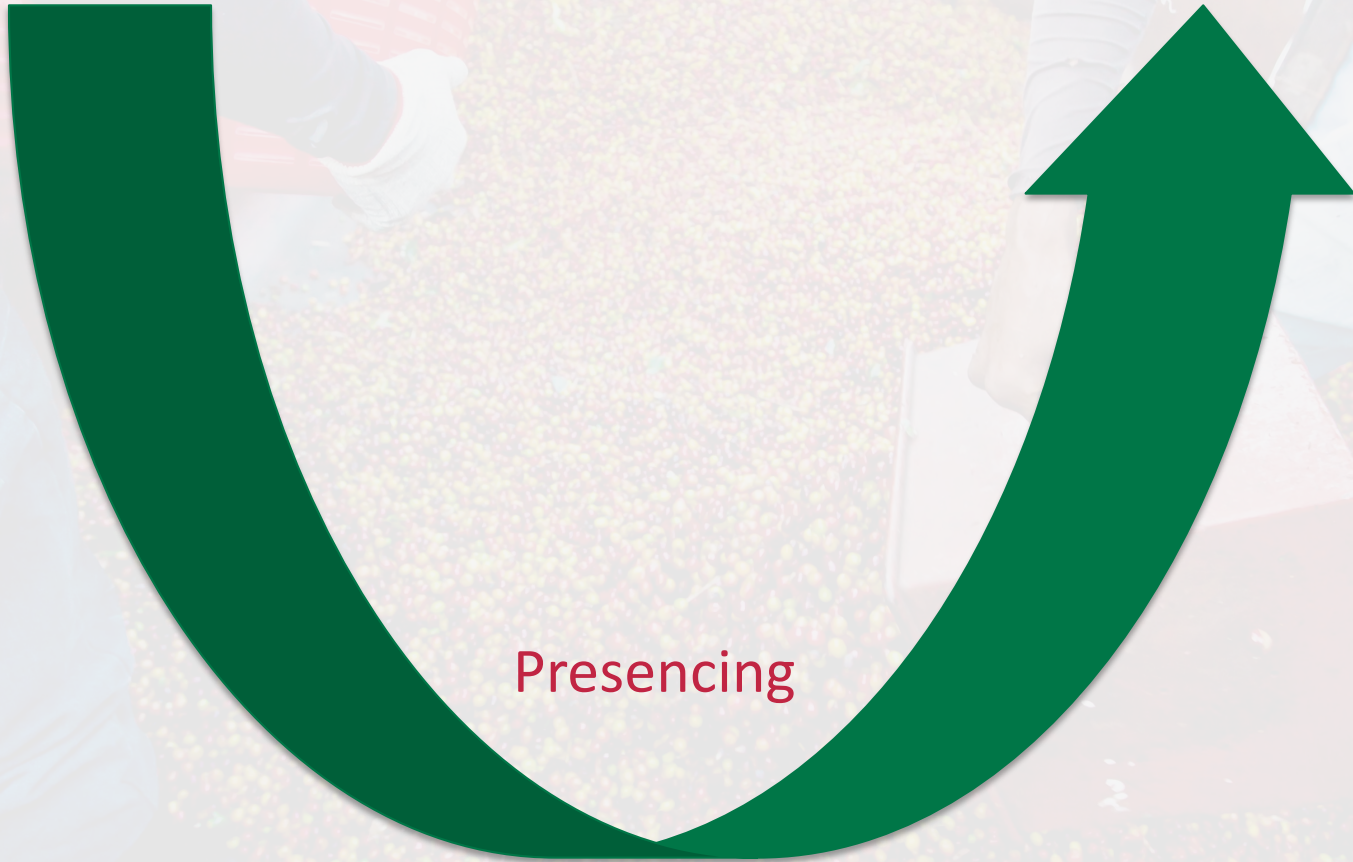


De ideas hacia acciones

Sensing

Prototyping

Presencing



Lecciones

- Crear incentivos para reconocer externalidades
- Trade off:
 - Adaptación vrs Mitigación
 - Nutrición vrs Cambio Climático
 - Piloto vrs Escala
- Cambio demográfico está aquí para quedarse
- Crédito y Mercado son importantes, trabajar las capacidades
- Trabajar desde la comunicación empática
- Fortalecimiento de las bases productivas

Retos

- ¿Qué significa realmente la colaboración pre-competitiva?
 - Romper silos
 - Fomentar y ejercer nuevos liderazgos
 - Gestión de datos – medir para aprender
 - Ser más proactivo menos reactivo
-
- ✓ **Innovación inspirada en avances tecnológicos**
 - ✓ **Soluciones simples versus enfoque sistémico**
 - ✓ **Ciencia social y del comportamiento aplicada a la agricultura**

Mensajes para avanzar el diálogo

- Analizar las relaciones de poder en un mercado inestable
- Dotar de herramientas y tecnología a familias productoras
- Trabajar en información a consumidores
- Fomentar eficiencia y colaboración entre todos los actores de la cadena

¡GRACIAS!

M.Sc. Juan Pablo Solís Víquez

Gerente Plataforma SAFE
jsolis@hivos.org

Docente MGSAN

