



## Preguntas frecuentes sobre el 4C

*En diciembre del 2006, la Asociación del 4C fue establecida en el mercado cafetalero. Dentro y fuera del mundo cafetero existe un gran interés en este concepto. El siguiente documento pretende responder algunas preguntas que a menudo surgen durante conversaciones y discusiones.*

1. Mercado Común-Múltiples grupos de interés-Membresía - ¿De qué se trata todo esto?	1
2. ¿Como apoya el 4C a los productores?	3
3. ¿Es el 4C un competidor de las iniciativas estándares tales como la Alianza para Bosques, Utz Kapeh o el Fairtrade?	3
4. ¿Trabaja el 4C con primas garantizadas o con primas por precios fijos?	4
5. ¿Habría una marca del café 4C sobre los paquetes de café?	4
6. Ustedes hablan de verificación y certificación: ¿cual es exactamente la diferencia?	5
7. ¿Es el 4C un proceso transparente?	5
8. Dirigirse a todo el sector cafetalero: ¿no significa esto un inmensa burocracia?	6
9. ¿Cómo puede uno unirse al 4C? Cómo es ser miembro?	6

### **1. Mercado Común – Múltiples grupos de interés – Membresía – ¿De que se trata todo esto?**

Todo el mundo ama el café. Y más y más gente ama café que no solo satisfagan sus deseos por una bebida caliente y estimulante sino también su demanda por responsabilidad y respecto por una producción de este producto. Los consumidores saben que muchos de los 25 millones de productores de café en el mundo entero afrontan difíciles condiciones de trabajo y una ineficiente e insuficiente situación económica – y quieren contribuir a marcar una diferencia. Afortunadamente muchas iniciativas han surgido en las últimas décadas, aspirando a mejorar las vidas de los productores de café implementando ciertos estándares. Ellos han tenido un éxito enorme, pero debido a varias razones las cantidades de café que ellos venden en el mercado es relativamente pequeña comparada con las grandes cantidades de café disponibles.

#### *Estándares básicos para el Mercado Común.*

El Código Común para la Comunidad Cafetalera está dirigido a aquellas cantidades de café a las cuales usualmente se refiere como “café del mercado común”. El objetivo es lograr un nivel básico de sostenibilidad social, ecológica y económica para **todos** los tipos de café, **todos** los sistemas de producción de café y **todos** los productores de café.

Un nivel básico significa, que en un principio los productores excluyen las peores prácticas y logran un nivel promedio de sostenibilidad. Una vez en ese camino, los productores se



comprometen a mejorar sus prácticas. Este mejoramiento continuo es uno de los elementos básicos del 4C y permite que el sistema sea uno, en comparación con otros, de fácil accesibilidad para los productores. Los criterios del Código del 4C ayudan a los productores a analizar sus prácticas sociales, ecológicas y económicas e identificar sus mayores necesidades para su mejoramiento.

#### *Una colaboración de múltiples grupos de interés*

Muchos diferentes actores participan a lo largo de la cadena de suministro de café. Para marcar una diferencia para todo el sector cafetalero, todos los actores tienen que ser incluidos. Dentro del 4C, las organizaciones de productores, comerciantes e industria cafetalera y las organizaciones de la sociedad civil unen sus fuerzas junto a expertos en el campo del café y organizaciones donantes para el desarrollo del sector cafetalero. Una iniciativa que integra a representantes de todos los grupos relevantes es denominada usualmente un acercamiento de **"múltiples grupos de interés"**.

#### *Membresía del 4C*

El 4C es una asociación abierta a todo miembro. Los miembros son productores de café, comercio e industria, organizaciones de la sociedad civil, instituciones públicas, organizaciones investigativas e individuos particulares. A través de la membresía, los participantes demuestran su apoyo al concepto. El órgano de toma de decisiones del 4C son los miembros mismos, quienes se reúnen en una Asamblea General y eligen el Consejo del 4C. Ambos, la Asamblea General y el Consejo están compuestos por los respectivos grupos de la Asociación: organizaciones de productores, comercio e industria cafetalera así como de ONGs y Sindicatos. Los productores tradicionalmente tienen la mayor representación. La Cooperación de Desarrollo Alemana y Suiza están convencidos de este acercamiento democrático y participativo y por ello han decidido financiar la iniciativa. Esos fondos han sido principalmente empleados para generar mecanismos de apoyo para los productores y cubrir los gastos de viajes de las organizaciones de productores y los grupos de la sociedad civil posibilitando así su participación en importantes encuentros. Los comerciantes y la industria cafetalera a través de la Federación Europea del Café también han contribuido a financiar la iniciativa. Ahora el 4C es financiado mayormente por las cuotas de sus miembros.



## 2. ¿Como apoya el 4C a los productores?

El objetivo del 4C es mejorar:

- La situación económica de los productores de café brindando una guía para desarrollar la eficiencia por medio de buenas prácticas de agricultura y gerencia.
- La situación social de los productores asistiendo en la implementación de derechos sociales y gradualmente mejorando las prácticas laborales.
- El medioambiente en el que viven los productores a través de ofrecer un guía para mejorar la calidad de suelo y agua, conservar la vida silvestre y los árboles y reducir la aplicación de agroquímicos dañinos.
- La situación del Mercado General para obtener un café producido con mayor sostenibilidad.

El 4C provee un marco para la implementación de prácticas más sostenibles y no interfiere dentro de la producción de café. Los propios productores conocen mejor su situación y sus intereses. Por ello, el 4C ofrece un mejor acceso a información existente, herramientas, prácticas, asistencia y reúne a los diferentes actores para intercambiar sus experiencias. Así, mejora el funcionamiento de la cadena de suministro a la cual pertenecen todos los actores y en la cual dependen mutuamente el uno del otro. Una parte de las cuotas de membresía de los miembros compradores de la Asociación 4C están dedicadas a apoyar actividades, tales como entrenamientos y talleres de capacitación para los productores.

## 3. ¿Es el 4C un competidor de las iniciativas estándares tales como la Alianza para Bosques, Utz Kapeh o el Fairtrade?

No. El propósito común de todas las iniciativas estándares es mejorar la sostenibilidad del negocio de productores. Cada uno de ellos tiene un enfoque y acercamiento específico para alcanzar esto. Tiene mucho más sentido unir fuerzas y no trabajar en contra de otros acercamientos. Las herramientas que provee el 4C ayuda a los productores a alcanzar un cierto nivel de sostenibilidad. Esto tiene como resultado un mejor acceso a otros estándares y consecuentemente complementa a los otros acercamientos existentes.

Para el beneficio de los productores, el 4C aspira un proceso de equivalencia comparativa (benchmarking) con los estándares existentes. El 4C evita que muchas diferentes compañías establecen sus propios estándares, lo cual dificultaría la situación para los productores considerablemente.

Utz Kapeh y la Alianza para Bosques han estado participando en el proceso de desarrollo y han brindado gentilmente su experiencia.



#### **4. ¿Trabaja el 4C con primas garantizadas o con primas por precios fijos?**

No. Los precios del café se ajustan usualmente a una combinación de varios factores: la calidad sensorial e intrínseca, la relación entre comprador y suministrador así como la región o el país donde fue cultivado el café.

Primas garantizadas por precios o precios fijos no reflejan los mecanismos del mercado de demanda y suministro dentro del mercado común global. Un modelo de “precio garantizado” puede ser aplicable en limitadas partes del mercado, pero no es aplicable a la producción de café verde en el mercado común. La mayoría de los consumidores de café esperan prácticas buenas y sostenibles en la producción cafetalera como calidad fundamental del producto. Por ello, la voluntad de gastar dinero extra en primas para el café está muchas veces limitada a segmentos específicos dentro del mercado. Además, las regulaciones de confiabilidad (anti-corrupción) no permiten a una Asociación que reúne a la mayoría del comercio e industria cafetalera hablar sobre precios.

A pesar de que el sistema 4C no establece un precio mínimo, ofrece beneficios económicos para los productores: el 4C define un nuevo entendimiento de calidad, apuntando a la calidad del producto y a la calidad de métodos aceptables de producción sociales y medioambientales. Esta mejor calidad deberá recibir un mejor precio, negociado libremente entre el comprador y suministrador individual. De todas maneras, en los cálculos de los ingresos de los productores, los precios son solo un factor determinante, al lado de los costos, eficiencia y productividad. Estos aspectos son considerados por medio del acceso a buenas prácticas de agricultura y gerencia que provee el 4C. Adicionalmente, los productores se beneficiarán de una cadena de suministro más eficiente.

#### **5. ¿Habrá una marca del café 4C sobre los paquetes de café?**

No, el 4C no utiliza una marca de producto. Una marca de producto o sello usualmente sirve como una garantía de un cierto conjunto de criterios dirigidos al consumidor. El café empacado con sello de marca comunica que ha sido producido de manera sostenible, exhibiendo una certificación que garantiza dicha calidad de producción. Las iniciativas representadas por una marca tienen su café y sus plantaciones “certificadas”. Ellos controlan de manera precisa si todo el café en los paquetes responde a los criterios a los cuales se atiene la marca.

El 4C como estándar básico es diferente. La idea principal es la del proceso de mejoramiento. Por ello el 4C trabaja con una verificación independiente para controlar que sus miembros implementen los mecanismos para medir su proceso de mejoramiento y



asegurar que se logre el nivel básico de sostenibilidad. En las envolturas de café el consumidor podrá leer únicamente que la tostadora apoya a la iniciativa del 4C.

## **6. Ustedes hablan de verificación y certificación: ¿cual es exactamente la diferencia?**

Con una certificación, una certificadora de una tercera parte independiente controla la actividad del productor con respecto a un cierto conjunto de criterios. La compatibilidad con estos criterios es demostrada por medio de un certificado. Usualmente, los productores tienen que pagar ellos mismos por una certificación anual y pueden esperar ser recompensados por sus esfuerzos con una prima.

Con la verificación bajo el entendimiento del 4C, un verificador local independiente controla el proceso detrás de un cierto rendimiento. Controla si el productor tiene sistemas confiables en su lugar de trabajo para monitorear y controlar la sostenibilidad de su producción.

Técnicamente funciona así: el 4C inicia con una auto-evaluación que tiene que ser completada por el propio productor. La siguiente verificación independiente es repetida cada tres años. Es financiada por el Secretariado del 4C con fondos provenientes de las cuotas de los miembros de comercio e industria. Los verificadores locales controlan el sistema de monitoreo interno por cada "Unidad 4C", que es un grupo de productores que se ha registrado en el 4C y quienes llenan al menos un contenedor de café (aprox. 20 toneladas o 330 sacos à 60 kg de café verde). Adicionalmente los verificadores conducen pruebas de campo al azar (en el 50% de la raíz cuadrada del número de todos los productores individuales quienes pertenecen a esta específica "Unidad 4C"). Una sistema así está basado en controles y confianza, pero también tiene un efecto provechoso pues los productores reciben una retroalimentación valorable para aplicar en su futuromejoramiento y desarrollo. Este concepto de verificación está reflejado en el compromiso hacia el consumidor, solo permitiendo la declaración de un miembro en vez de un logotipo o una marca sobre los paquetes de café.

## **7. ¿Es el 4C un proceso transparente?**

Si, absolutamente. Existen mecanismos para asegurar un proceso transparente y participativo al interior del 4C. Todos los interesados podrán bajarse en la página web del 4C todos los documentos básicos de estructura, últimas noticias, reportes de talleres, presentaciones, reportes de prensa etc. en varios lenguajes. El Secretariado pondrá regularmente en circulación un boletín informativo sobre los desarrollos del 4C. La



Organización Internacional del Café, como órgano central entre estados, es informada regularmente por medio de reportes actualizados que serán entregados a la Mesa Consultativa del Sector Privado con detallada información acerca de la iniciativa. Los talleres de diseminación en más de 15 países productores fueron realizados durante la fase de prueba (2005-2006). Todos los representantes del sector cafetalero nacional y regional, de la sociedad pública y privada o civil fueron invitados a discutir sobre el acercamiento y expresar su opinión. Muchos consejos y propuestas vitales para el desarrollo del 4C fueron receptados en estos talleres y han ayudado a optimizar el concepto a lo largo del tiempo. Adicionalmente, los miembros del 4C proveen a sus respectivos países e organizaciones con información.

#### **8. Dirigirse a todo el sector cafetalero: ¿no significa esto un inmensa burocracia?**

Nadie quisiera generar nuevas burocracias. Muchas de las estructuras existentes son absolutamente compatibles para la cooperación y descentralización del 4C. Las actividades de la Asociación 4C son coordinadas por un Secretariado. Unir fuerzas y aprender de las iniciativas colaboradoras ayuda al 4C a emplear eficientemente sus recursos humanos. El Secretariado del 4C opera cercanamente con los actores relevantes en los países productores de café para establecer un sistema descentralizado con personas de contacto y foros locales. La cercana cooperación con las estructuras existentes fortalece las capacidades e instituciones locales.

#### **9. ¿Cómo puede uno unirse al 4C? Cómo es ser miembro?**

Todos los actores en la cadena del café interesados pueden convertirse en miembros, y pagar una respectiva cuota. La cuota de los miembros compradores (industria y comercio) incluye una contribución para apoyar las actividades de apoyo de la iniciativa, mientras que los productores y la organizaciones de la sociedad civil pagan una cantidad menor. Para convertirse en miembro por favor contactese con el Secretariado o baje toda la información relevante de nuestra página web [www.sustainable-coffee.net](http://www.sustainable-coffee.net).

Si este documento no responde todas sus preguntas, por favor contactese con el Secretariado: [info@sustainable-coffee.de](mailto:info@sustainable-coffee.de)