



Memoria del Taller

Cooperativas caficultoras: Certificaciones, Mercados y Cambio Climático

**Potencialidades y perspectivas para enfrentar los riesgos de
mercado y del Cambio Climático**

- Proyecto CAFNET -

G. Soto, J.F. Le Coq, E. De Melo, C. Jones, G. Faure

28 y 29 de Octubre de 2010

Contenido

Presentación	4
Objetivos del taller	5
Objetivos Específicos	5
Metas:	5
Para las cooperativas cafetaleras	5
Para la Investigación	6
Programa del evento	6
Resumen de mesas redondas	8
Mesa 1. Oportunidades y limitantes de las certificaciones café	8
Gabriela Soto, CATIE – CAFNET. La certificación en la provisión de Servicios Ecosistémicos	8
Guy Faure, CIRAD, Francia. El rol de las organizaciones en la certificación en Costa Rica	8
Preguntas y comentarios tema 1:	9
Mesa 2. Dinámicas de los mercados y nuevos retos	9
Carlos Murillo, Comercializador de café, con amplia trayectoria en el sector.	9
Merling Preza, PRODECOOP, Nicaragua. Presidenta Cooperativa Sin Fronteras.	10
Deryhan Muñoz, ICAFE	11
Javier Castro, CoopeSabalito	11
Xinia Chaves, Viceministra de Agricultura y Ganadería	12
Preguntas Mesa 2: Mercado	13
Mesa 3. Impactos posibles de los acuerdos internacionales	14
Ernst Roemers, ICAES	14
Guido Vargas, ICAFE y UPA Nacional, FENACAFE y CoopeAtenas	14
Deryhan Muñoz, ICAFE	15
Mesa 4: Impactos posibles del cambio climático	16
Carlos Zelaya, CIAT, Nicaragua	16
Johnny Montenegro, Instituto Meteorológico Nacional – INTA MAG	16
Eliás de Melo, CATIE-CAFNET	17
Preguntas Mesa 4.	17
Presentación y análisis de experiencias para enfrentar desafíos	18
Manuel Amador, CEDECO. Cooperativa Sin Fronteras	18
Johanathan Castro, CEDECO. Mercado voluntario de Carbono	18
Leonardo Sánchez, COOCAFE	19
Trabajo en grupos	20
Grupo de trabajo de los productores	20
Sesión 1. Reto y posibles acciones de las organizaciones y los productores ante las certificaciones.	20
Sesión 2. Problemáticas prioritarias de las organizaciones	23
Experiencias exitosas en educación mencionadas por los participantes:	23
Grupo de trabajo de los técnicos	25

Retos futuros de acuerdo con la percepción de los técnicos _____	25
Plan de Renovación del Ministerio de Agricultura _____	26
Conclusiones _____	27
Evaluación del evento por los participantes _____	28
Propuesta para el seguimiento del taller _____	29
Reflexión de los organizadores después del evento _____	29
Anexos _____	31
Anexo 1. Lista de participantes. _____	31
Anexo 2. Qué esperan los participantes del Taller. _____	33

Presentación

La certificación es una estrategia que se ha desarrollado para apoyar a los productores de café y sus organizaciones, con el fin de garantizar un mejor acceso al mercado. Sin embargo, esta estrategia ha tenido limitantes que han restringido su desarrollo. Por tanto, con el fin de que los actores analicen la certificación dentro de un marco más amplio, que integra desafíos ligados al fortalecimiento de las organizaciones de productores, la evolución del mercado y el cambio climático; el presente taller busca conocer estas limitantes y ayudar a crear un espacio en el que las organizaciones y las instituciones locales, puedan buscar alternativas de trabajo conjunto.

Este taller es el resultado de un esfuerzo conjunto entre el Proyecto CAFNET del CATIE, el CIRAD, COOCAFE, la Fundación CAFÉ Forestal y el ICAFE. Y se inscribe en una dinámica de colaboración entre estas instituciones iniciada desde principios de esta década y en el marco de un convenio de cooperación firmado entre el CATIE, COOCAFE y el ICAFE. El Taller contó con apoyo financiero de la Unión Europea a través del proyecto CAFNET del CATIE, así como con apoyo adicional de Oikocredit y la Plataforma de colaboración de Sistemas Agroforestales para Cultivos Perennes (PCP) coordinada por el CIRAD.

El proyecto CAFNET es un proyecto de colaboración entre el CIRAD y el CATIE, que se desarrolla en Costa Rica, Nicaragua y Guatemala. Su propósito ha sido de fomentar la producción de servicios ambientales en los cafetales. Iniciado en el año 2007, CAFNET ha trabajado 3 ejes principales: 1) un eje biofísico cuyo propósito es la medición de los servicios ambientales provistos por los cafetales (fijación Carbono, biodiversidad, agua), 2) un eje agronómico cuyo objetivo es de proponer mejoramiento del manejo de Sistemas Agro-Forestales a base de Café y 3) un eje socio-económico cuyo propósito es de analizar los mecanismos que permiten de valorar estos servicios ambientales en los mercados.

En particular, en el eje socio-económico se ha analizado los funcionamientos e impactos de las varias certificaciones “verdes” tales como orgánico, comercio justo, Rainforest Alliance, UTZ Certified, CAFE Practices, y Nespresso AAA así como las estrategias de las organizaciones de productores frente estos sellos.

Los resultados de la investigación CIRAD y CATIE confirman la capacidad de las Organizaciones de Productores (OPs) para acceder al mercado, para producir café de calidad, y brindar servicios a sus socios, aprovechando la oportunidad de los sellos. Sin embargo, el futuro de las Organizaciones de Productores cafetaleras de América Central se plantea no solamente mirando el futuro de los sellos sino tomando en cuenta factores más globales como las tendencias del mercado (incluyendo los acuerdos internacionales de

comercio), del cambio climático, vistas como amenazas tanto como oportunidades. Buena parte de las cooperativas cafetaleras se interrogan en igual medida por cada uno de estos factores, con un crecimiento en la preocupación para el impacto del cambio climático.

Esto no significa que las cooperativas cafetaleras se hayan quedado con los brazos caídos. Más bien, implementan acciones de respuestas a estos desafíos, de las cuales se pueden extraer lecciones ventajosas. El presente Taller busca crear un espacio para compartir estas experiencias entre las organizaciones de productores, para promover valiosas sinergias que nos permitan crear y fortalecer herramientas que faciliten el diseño y la implementación de acciones para enfrentar mejor los desafíos actuales y futuros.

Objetivos del taller

Objetivo General: Dar a conocer y validar información con relación al uso e impacto de las certificaciones en cooperativas cafetaleras, respecto a acceso al mercado e indagar cual es su potencial para apoyar procesos de adaptación al cambio climático, y al aseguramiento de la calidad de la producción cafetalera.

Objetivos Específicos

1. Facilitar los intercambios de experiencias entre Organizaciones de productores de café en Centro América en cuanto a sus estrategias para acceder a mercados vía los sellos
2. Analizar la relevancia y utilidad de la certificación de cara a las tendencias del mercado y el cambio climático.
3. Identificar acciones de carácter estratégico para los próximos 5 años que permiten prorrogar y potencializar el esfuerzo desplegado por las cooperativas cafetaleras centroamericanas en pro de la producción de café sostenible, el aseguramiento de la calidad y la adaptación al cambio climático.

Metas:

Para las cooperativas cafetaleras

- a. Visualizadas y definidas líneas de acción respecto al desarrollo de estrategias de acceso al mercado y de adaptación al cambio climático, buscando reforzar la sostenibilidad ambiental y económica de las fincas (potencializar la utilidad de las certificaciones, y otros mecanismos).
- b. Visualizadas las sinergias posibles entre los diferentes organizaciones y países.
- c. Compartidos y debatidos los resultados de las investigaciones realizadas en el marco del proyecto CATIE-CAFNET-CIRAD, respecto a la temática de la certificación.

d. Lograda la participación de representantes de las cooperativas vinculadas al proyecto CATIE-CAFNET-CIRAD.

Para la Investigación

- a. Definidos lineamientos para temas de investigaciones que contribuyen a apoyar las acciones estratégicas impulsadas por las cooperativas cafetaleras para enfrentar los retos de mercado y adaptarse a los efectos del cambio climático

Programa del evento

Jueves 28 de octubre

8:30 – 9:00	Registro de los participantes -
9:00 – 9:15	Palabras de bienvenida y presentación proyecto CAFNET <i>Elias de Melo CATIE - Coordinador regional CAFNET</i>
9:15 – 9:30	Presentación del programa, objetivos y dinámica de trabajo <i>Jean-francois Le Coq – Cirad</i>
9:30 – 9:45	Café
	Sesión 1 : Introducción de los temas de reflexión (en plenaria)
9:45 – 10:45	1a : Oportunidades y limitantes de las certificaciones café <i>G. Soto, G. Faure, JF Le Coq</i> Presentación 40 min., preguntas: 20 min.
10:45 - 11:45	1b : Dinámicas de los mercados y nuevos retos <i>Mesa redonda: Carlos Murillo (Broker); Merlin Presa (Prodecoop); Xinia Chaves (Vice ministro - MAG), Javier Castro (Coopesabalito)</i> 4 Presentaciones de 10 min., 15 minutos preguntas
12:00 – 1 p.m.	Almuerzo
1:00 – 1:45 p.m.	1c : Impactos posibles de los acuerdos internacionales (acuerdo de Asociación Europa/Centro América; TLC) <i>Mesa redonda: Deryhan Muñoz Barquero (unidad estudio económicos - Icafe), Guido Vargas (presidente - Icafe), Ernst Roemers (Icaes).</i> 3 Presentaciones de 10 min., preguntas: 15 min.
1:45 – 2:45 p.m.	1d : Impactos posibles del Cambio Climático (variabilidad climática) sobre la caficultora en Centro América (CR, N, G) y nuevos retos <i>Mesa redonda: Elias de Melo (CATIE), Johnny Montenegro (IMN – Inta Mag) Carlos Zelaya (CIAT-Nicaragua.)</i> 3 Presentaciones de 10 min., preguntas: 15 min.
2:45 - 3:00 p.m.	Café
3:00 – 3:15 p.m.	Plenaria : Preguntas y Comentarios
	Sesión 2: Reformulación, precisión y priorización de los retos por los participantes (trabajo de grupos)
3:15 – 3:30 p.m.	Introducción
3:30- 4:30 p.m.	Trabajo en grupos por tema
4:30-5:00 p.m.	Presentaciones de resultados de los trabajos de grupos
5:00 p.m.	Conclusión del primer día

Viernes 29 de octubre

8:00 – 8:30	Síntesis del primer día. Elias de Melo (Catie)
8:30	Sesión 3: presentación y análisis de experiencias para enfrentar desafíos
8:30-9:30	<i>Se presenta unas experiencias prácticas de las organizaciones.</i> A- “Certificaciones” ¿Como potencializar el uso de las Certificación para enfrentar los desafíos? Leonardo Sanchez (experiencia SIC - Coocafe) B - “Cambio Climático” : ¿Que hacer en frente del Cambio Climático ¿ Johnatan Castro (Experiencia alternativas amigables con el clima para acceso a mercado – Cedeco)
9:30-9:45	Café
9:45-10:45	C - “Mercados” ¿Cómo enfrentar los retos de los Mercados Manuel Amador (Experiencia Cooperativa Sin Frontera) D - “Marco institucional” Propuesta para el pago servicios ambientales en sistemas agroforestales con café. Elías de Melo.
10:45-12:00	Trabajo en grupos por tema <i>En grupos de trabajo, se reflexionara sobre los posibles repuestas a los retos del sector café desde la perspectiva de las organizaciones.</i>
12:00-1 p.m.	Almuerzo
1:00 – 2:00 p.m.	Presentación de los trabajos en grupos (plenaria)
2:00 - 2:15 p.m.	Café
2:15 p.m.	Sesión 4: Definición de línea de acciones
2:15 – 2:30 p.m.	Introducción
2:30 – 3:30 p.m	Partiendo de las experiencias discutidas en la sesión precedente, se buscara de definir y priorizar líneas de acciones desde la perspectiva de los organizaciones de productores.
3:30 – 4:30 p.m.	Conclusiones y Cierre del taller

Resumen de mesas redondas

Los expositores invitados presentaron y facilitaron sus ponencias, cuyas copias fueron entregadas a los participantes. Adicionalmente, se elaboró un resumen de temas claves presentados en las ponencias.

Mesa 1. Oportunidades y limitantes de las certificaciones café

Resúmenes elaborados por Elias de Melo.

Gabriela Soto, CATIE – CAFNET. La certificación en la provisión de Servicios Ecosistémicos¹

- La certificación como garantía entre consumidor, mercado y productor, buscando una mayor provisión de servicios ecosistémicos, que garantice sostenibilidad y bienestar.
- Se plantea la certificación como la herramienta (el puente) que ha facilitado la comunicación entre el productor orgánico y comercio justo y el consumidor consciente
- Pero, ¿estamos garantizando el cumplimiento de servicios ambientales con aplicación de certificaciones? Este ha sido uno de los objetivos del proyecto CAFNET: determinar que tanto la certificación está garantizando la provisión de SE. Y si no se logra, por qué no se logra y como mejorar el proceso de certificación para que lo logre.
- Existen pocos estudios que comparen entre sellos todavía. La mayoría de los sellos comparan solo la producción orgánica y la convencional. Los datos incipientes que se tienen muestran que no hay un gran aumento en la provisión de servicios en los otros sellos, pero si en la orgánica.
- Resultados a la fecha:
 - Si hay un componente arbóreo se ve un incremento en los servicios ecosistémicos. Aquellos sellos que tienen sombra como un requisito alternativo, no muestra resultados constantes en la provisión de SE. Si el estudio se realiza en zonas donde siempre hay mucha sombra (Chiapas por ejemplo), se ve un efecto del sello, pero si el estudio se realiza en zonas con poca sombra (Costa Rica por ejemplo), no se ve efecto del sello.
 - La producción orgánica provee más servicios ambientales en cualquiera de las regiones estudiadas.
 - Pero la productividad de la producción orgánica es menor, lo que lo hace menos rentable, aunque el precio sea el mejor del mercado nacional.
 - Otros sellos pueden presentar mejor rentabilidad económica pero menos servicios ecosistémicos.
- El reto es como lograr una mayor provisión de servicios, pero no disminuir tanto la productividad.

Guy Faure, CIRAD, Francia. El rol de las organizaciones en la certificación en Costa Rica

¹ El proyecto CAFNET utiliza el término “Servicios Ecosistémicos” de acuerdo con su definición de la Evaluación de los Ecosistemas del Milenio (2005), pero en este documento se usan indistintamente Servicios Ecosistémicos o Servicios Ambientales.

- De qué manera las certificaciones benefician las Organizaciones de Productores (OPs)?
- Las OP son las que toman la decisión de certificarse y llevan a cabo todo el proceso de certificación con las agencias facilitando el proceso para los productores.
- Una de las estrategias de las OP ha sido tener más de un sello para ampliar su acceso al mercado.
- Sin embargo, hasta la fecha, tener el sello no significa que se comercializa con el mercado vinculado a sello específico, por ejemplo muchos tiene certificado de comercio justo pero no vende parte de sus cosechas a este mercado en 2007.
- Una de las estrategias de la cooperativa ha sido buscar los productores que ya de antemano, cumplían con las normas y certificarlos. Por lo que no se están generando grandes cambios a nivel de finca, pero más bien la certificación ha sido como un reconocimiento a los productores que ya han hechos los cambios. Pero por estudios como el de Quispe (2007), que analiza el antes y después de la certificación, no muestra diferencias.
- Muchos sellos no garantizan premio para los productores.
- Existen variaciones en las políticas de pago a los productores certificados entre las OPs: unas incentivan pagando más a los que son mejores en la protección del ambiente, otras reparten los sobrepuestos por igual entre todos los productores socios de la cooperativa.
- De nuevo se demuestra que el sobrepuesto mayor es por calidad que por sello.

Preguntas y comentarios tema 1:

- Existe una gran competencia entre multinacionales y organizaciones de productores para la compra del café, específicamente en este coyuntura de precios altos en el mercado internacional.
- La multiplicación de los sellos (multi-certificaciones) genera muchos costos adicionales para las cooperativas

Mesa 2. Dinámicas de los mercados y nuevos retos

Resúmenes elaborados por Elias de Melo y Gabriela Soto.

Carlos Murillo, Comercializador de café, con amplia trayectoria en el sector.

- Se presenta información sobre mercado certificado en el mundo.
- Importaciones de comercio justo han aumentado en el mundo, tanto en Estados Unidos (donde la penetración del comercio justo es relativamente reciente), pero sorpresivamente también en Europa, donde el comercio justo tiene muchos años de estar reconocido y establecido.
- La participación relativa (proporcional a otros sellos) de las ventas de orgánico han disminuido en el mundo.
- En el entorno actual, se puede prever una alza de la demanda en café comercio justo no orgánico
- Oferta de Café de comercio justo es sobre todo de América Latina, siendo los principales proveedores Perú, Colombia, México y Nicaragua.
- Colombia pierde participación en el mercado mundial, porque los tostadores están migrando en sus mezclas hacia lo que sea. Los requisitos de calidad cambian, por un

lado más flexibles, por otro la calidad ha mejorado mucho en Centro América sobre todo.

- El mercado de café orgánico se estabilizan en los últimos 3 años. El mercado más importante es Europa y Estados Unidos.
- Oferta de café orgánico por región es: Perú (Sur América) y Centro América y luego África. En orden Perú, México, Honduras y Nicaragua.
- UTZ: la demanda ha crecido mucho en Europa.
- Fuente de UTZ: Sudamérica (Brasil 38%), Vietnam (22%), y Centro América.
- RA: Fuerte crecimiento en Europa y Estados Unidos y Japón. El gran proveedor es América Latina. Sobre todo Sur América, luego México y Centro América.
- Todos los cafés incrementan ventas, en el tiempo de precios altos es una época difícil para los sellos. Pero sigue siendo una estrategia muy importante para las épocas de crisis.
- Hoy en día hay café de calidad en todos los países de América Latina, en particular en Centro América.
- Los cafés certificados son una oportunidad hoy y una exigencia en el futuro.
- Pero hay que pensar en la familia campesina. La familia tiene que ser la base y preguntarse qué tanto los sellos aportan a la sostenibilidad económica de la familia.

Merling Preza, PRODECOOP, Nicaragua. Presidenta Cooperativa Sin Fronteras.

- Se certifica más por compromiso para cumplir con los requisitos establecidos que por principios de sostenibilidad. Existen organizaciones que están en esto desde un inicio y que se mantienen por principios como PRODECOOP.
- Los escenarios de los compradores han ido cambiando:
 - Se compra café de menor calidad y más barato.
 - Se han ido sustituyendo los arábicas por Robustas lavados
- Rainforest y Nespresso son los sellos que más han crecido recientemente en el mercado.
- En el mercado internacional hay un 21% de café certificado y cafés especiales.
- El crecimiento de comercio justo: Esto se debe a la entrada de grandes compañías con el comercio justo, el 48% del café es ahora certificado y comercio justo.
- Aunque si crece la demanda de café orgánico, hay un desestimulo con el precio. Los diferenciales de + \$40, desestiman la producción. Se está dando el caso en Nicaragua que el productor no deja de ser orgánico pero deja la certificación porque no compensa el costo de la certificación.
- Precio mínimo de FT no significa nada en estas épocas de buenos precios, pero da seguridad para obtener pre-financiamiento. Pero en épocas como la actual el costo de la certificación no paga.
- Adicionalmente, cuando además de tener comercio justo se certifica Buenas Prácticas, como es el sello Starbucks, esto aumenta los costos de certificación pero no aumenta los precios del mercado.
- Los requisitos del etiquetado del producto final también son muy diferentes, ya que para etiquetar orgánico, el 100% del café tiene que ser orgánico, mientras para etiquetar RA solo el 30% tiene que ser certificado y 90% Comercio Justo.

- Perspectivas de producción: hay buenos precios, pero hay muchos daños en finca por el cambio climático, desde el ojo de gallo hasta la erosión.
- Múltiples sellos son una oportunidad pero también son una carga en costo y trabajo.
- Los mayores retos son como siempre:
 - La economía de escala y su impacto sobre el financiamiento para la compra del café.
 - La mejora de la calidad
 - La búsqueda de mercados
 - La eficiencia del sistema productivo organizativo.

Deryhan Muñoz, ICAFE

- Balance mundial del mercado de café: la última década ha experimentado una demanda y oferta mundial en equilibrio y esto es positivo.
- Hasta el 2008 se estaban estrechando las diferencias de precios de arábica y robusta. Pero a partir de 2009 se volvió a ampliar la distancia entre los precios.
- Ha habido una escasez en arábicas suaves (pasaron de un diferencial de \$15/qq, hasta hoy \$60/qq). Los inventarios de café certificados en la bolsa de NY han estado disminuyendo.
- Es curioso que el café y el petróleo se comportaron con la misma tendencia en estos períodos.
- Se deben considerar los factores que afectan el precio del café. Encuesta de SCAA: 15% de los consumidores realizaron un cambio en el consumo del café producto de la crisis, por eso en el año 2009, por primera vez en muchos años, cayó el consumo de café, pero ya se recuperó en el 2010.
- El consumo de mercado interno de café ha alcanzado también mucha importancia.
- Otros factores que afectan directa e indirectamente el mercado de café es el cambio del dólar con el euro, y en menor grado, los precios de café con respecto a otros "commodity" como el petróleo. .
- Situación nacional: también los factores internos del país afectan como ahora que el precio del mercado internacional del café es en \$ y el valor del dólar es bajo con respecto al colón: aunque el mercado internacional ha crecido en un 40%, el 24% se lo comió la depreciación de la moneda, por lo que al productor solo le llegó un crecimiento del 20% solo por el diferencial cambiario. Esto está afectando a toda la economía nacional, pero más bien el sector cafetalero no lo sufrió tanto por el crecimiento increíble del precio del café en el mercado internacional (más alto en los últimos 14 años).

Javier Castro, CoopeSabalito

- Quisiera presentarles como ve un productor el mercado y como lo enfrenta.
 - Se analizan los precios en su movimiento semanal y diario: Como aumenta el precio del café aumenta el precio de otras "commodities".
 - Precio de NY no necesariamente ha respondiendo las alzas de mercado. Por esto es mejor negociar con el tostador, porque el mercado no está respondiendo al precio real.

- El productor o cooperativa deber conocer mejor los operadores del mercado, las normas y donde hay solidaridad.
 - Se buscan negociaciones directas con compradores.
 - El productor o la organización debe buscar crear ventanas de negociación: los sellos ayudan a disminuir los riesgos de comercialización.
- Los buenos precios dificultan la falta de fluidez de capital, tampoco los especuladores tienen plata, es costosa la operación de contratos.
 - La economía mundial está mal armada para enfrentar el desplome del dólar. Pero USA sigue tirando dólares a la calle. Esto nos va a afectar fuertemente.
 - Operar en el mercado financiero es difícil en este momento. Los sellos que permiten una garantía en el mercado son los que valen la pena.
 - Tenemos que ir aumentando diferencial en los cafés especiales en relación al convencional.
 - Análisis comparativo de que ha cambiado en los últimos 15 años:
 - Hace 15 años:
 - Las salas de catación estaba todas en manos de comercializadores.
 - La Oficina de café tenía baja representación
 - Poco acceso a la información del mercado
 - Hoy:
 - Acceso a la información: desde el clima mundial o el clima en Brasil, hasta precios diarios.
 - Las cooperativas y hasta los productores tienen laboratorios de catación en sus fincas o plantas de proceso.
 - Los beneficios son los que venden su café, lo que le permite atender su mercado.
 - Se tiene control sobre la calidad del café.

Xinia Chaves, Viceministra de Agricultura y Ganadería

La Viceministra es productora de café y ha sido gerente de la Cooperativa CoopePalmares por varios años.

- Este es un espacio para reflexionar y luego para trabajar. Quisiera hablar primero que todo como cooperativista, ya que esto hace un elemento diferenciador sustantivo. El factor cooperativo es una forma de vida.
- El productor como empresario: capacidad de subsistencia de la producción de café ¿Para qué mercado si no puedes subsistir como productores de café? Porque, ¿qué cuesta producir una fanega de café? Falta un mejor análisis de los costos de producción, para conocer cómo manejar mejor nuestras debilidades como productor. Falta mejorar la visión empresarial de los productores de café.
- ¿Quién es nuestro agricultor el día de hoy? Nuestro productor está cambiando:
 - Mayor acceso a la información.
 - Muchos realizan dobles funciones para poder subsistir, tenemos que aceptar la duplicidad de funciones para poder mantener la finca, y las nuevas generaciones en el campo.
 - Ya el productor realiza más funciones que trabajar en la parcela.

- La gente debe capacitarse para una agricultura moderna (incluyendo control y manejo de costos, agricultura de precisión).
- La gente debe capacitarse pero debe regresar a su ruralidad. Debemos hacer un esfuerzo para apoyar y garantizar esta doble actividad. ¿Cómo hacerlo?
- La tierra como un valor integral. Existe mucha especulación sobre el valor de la tierra. Debemos trabajar para que la gente no venda la tierra y la pierda. La tierra debe ser considerado un bien integral.
- ¿Cuál es la política pública que construye alrededor de esto? Debemos crear una política pública en esta dirección, pero esta política pública debe venir de las bases. Esto tiene que nacer de las organizaciones. Las Cooperativas tienen capacidad para promover esta actividad.
- Plan de renovación de los cafetales: se debe mejorar la capacidad productiva y evitar el envejecimiento de las plantaciones. Esta es parte de la política del gobierno, liderada por don Harry Bonilla, aquí presente. Ya se cuenta con los fondos para la realización de este proceso. Se considera la renovación de manera integral, o sea no es solo cambiar plantas, se consideran suelos, variedades, etc. Estamos conscientes sobre el cambio climático.
- ¿Que pienso de las certificaciones? Las certificaciones pueden ser buenas o malas. Las valiosas son aquellas que ponen ordenamiento, ejemplo son las certificaciones ISO. Nuestro beneficio se certificó y ISO y ayudó mucho a su ordenamiento y mejora en la eficiencia.
- Lo que pasa con el precio del café responde a la situación del mercado y la crisis de café, porque LA no está tan afectada tanta por la crisis.
- Estrategias que debemos trabajar:
 - Desarrollar el mercado interno. Brasil ha dado el ejemplo en esto.
 - Vender producto terminado. Se debe vender café tostado o agregar valor para aprovechar el precio que paga el consumidor.
 - Buscar nichos de mercado como las ventas por internet.
 - Además de calidad debemos ofrecer otros diferenciales, compromiso, cultura, responsabilidad.
- Starbucks: el tema es volumen. Antes ellos vendían en las cafeterías. Con la restricción de la economía el consumo en cafeterías disminuyó, ahora ellos se volvieron a los supermercados y cerraron algunas de sus tiendas, porque la economía está en el volumen.
- Otros ejemplos de estrategias para llegar al consumidor con volúmenes pequeños tostados y empacados son los pequeños supermercados locales: la estrategia de los Fresh Market son como pulperías locales, pero buscando nichos de mercado en las barriadas. Sería posible, si no se puede negociar adecuadamente con las grandes cadenas de supermercados, de trabajar con estas cadenas más pequeñas.

Preguntas Mesa 2: Mercado

- Plan de renovación cafetalera: se realizara con fondos de préstamo e incluye todo lo que implica la producción cafetalera. Se definirá un Plan de renovación por área. Renovación por planta o por calle: Se tratará de respetar las prácticas culturales de las regiones y tomar en cuenta las productividades actuales y a futuro (cambio climático).

- Pago por servicios ambientales: En el MAG estamos pensando que hay que impulsar PSA para agricultura. Estamos haciendo consultas de base y el tema ambiental está siendo tratado. Espero que nuestro trabajo genere alternativas en cuanto a PSA.
- La certificación es una manera de incentivar en cambiar la mentalidad hacia una cultura más empresarial (llevar registros) y controlar los costos para ser más eficiente

Mesa 3. Impactos posibles de los acuerdos internacionales

Ernst Roemers, ICAES

- Café en el Acuerdo con la Unión Europea: Europa importa la mitad de café del mundo, y 11% viene de CA. Pero también Europa es exportador de café tostado y molido (a pesar de que no hay una mata de café en Europa, a excepción de algunas en Universidades).
- Después de 3 años de negociación, ya hoy hay un Acuerdo de Asociación pero se está revisando el acuerdo y se requiere otra vez de la aprobación de todos los parlamentos involucrados. Puede que tome de 4 a 5 años en entrar en vigencia. Pero la parte comercial podría entrar en vigencia en 2 años.
- Anterior a este acuerdo la región cuenta con el Sistema Generalizado de Preferencia (SGP+) que permite que el café oro se exporte a la UE con 0% aranceles. Este acuerdo termina en diciembre del 2011. Es poco probable que se renueve dado que para entonces estaría en vigencia el TLC. Esta ha sido una alianza estratégica para nuestro país y la región.
- El riesgo ahora es que puede entrar café a Costa Rica que viene de Europa (origen Brasil, por ejemplo). Es por esto que el café quedó afuera. Al final se adoptó la regla de origen no flexible en el acuerdo, así se deberán de pagar aranceles si el café viene de otras regiones.
- No hay ayuda especial para el sector café en el acuerdo, pero habrá apoyo para la pequeña y mediana empresa.
- Habrá reglas para defender normas ambientales y situación laboral, pero no va ser tan estricto y con solo promesas de los gobiernos sería suficiente. No habrá sanciones internacionales (Sostenibilidad (respetar Kyoto) y legislación laboral (respetar OIT)).

Guido Vargas, ICAFE y UPA Nacional, FENACAFE y CoopeAtenas

- En el TLC con México nos pegaron una tirada bien buena. Ahora se le pide un poco de equilibrio. Pero como los TLC no son de libre comercio, si no de comercio administrado, siempre hay un toma y da, y hay que hacer la fuerza por difícil que sea.
- Para buscar lo mejor para el sector cafetalero se debió hacer mucha incidencia política y tener un equipo capacitado, por eso se tuvo un buen resultado en el caso del CAFTA. Para estas negociaciones fue necesario hacer lobby con el resto de países centroamericanos, y explicar que la norma de origen estricto que USA quería.
- La institucionalidad es muy importante para hacer músculo para defender el sector, tanto TLC con Estados Unidos y como con UE, así fue como se logró negociación equilibrada.

Deryhan Muñoz, ICAFE

- Se informa que CR está haciendo acuerdo con diferentes países y zonas UE, CHINA, Perú, México, Singapur). Se espera siempre definir condiciones favorables para el sector.
- El tratado con la Unión Europea entrará en vigencia cuando sea aprobado por la UE y por cualquiera de los países de Centroamericano. Esto se determinó así para que no pasara la misma situación con el TLC con Estados Unidos (como Costa Rica no lo aprobaba no entraba en vigencia en los otros países). Ahora con solo uno que lo apruebe entraría en vigencia.
- De toda la producción de Costa Rica, el 47% se exporta a la UE y el 53% a Estados Unidos.
- De acuerdo con el SGP: No existen aranceles para el café oro que se exporta.
- Pero en el nuevo acuerdo sí habrán aranceles para el café tostado de un 7,5 a 11,5%. No es realmente significativo para entrar al mercado de la UE. Esta será la situación si no se renueva el SGP (que Ernest piensa que es poco probable que se renueve).

- Regla de origen que asocia el producto a lugar de producción hace que ellos no puedan exportar café a Costa Rica sin impuestos. Se deberá pagar un 15% de impuestos por café tostado.
- Ventajas del acuerdo: Seguridad jurídica en las relaciones comerciales porque los dos participan.

- TLC con China: se concluyó la negociación a principios del año pasado y ahora está en la corriente legislativa.
- Se logró vender café sin aranceles a China.
- La preocupación en la negociación con China fue proteger el mercado interno de café. Sin embargo la negociación fue satisfactoria ya que se logró eliminar el arancel para todos los café que entren a China y ellos tienen que seguir pagando el arancel para entrar al mercado nacional (15%). Esto fue posible porque café no es el producto que más interesa a los chinos, sino la venta de “tiliches”. China si tenía un arancel de 8% en café oro.
- Se consiguió como parte del acuerdo las denominaciones de origen.

- TLC con Singapur. Está en espera a ser enviado a la Asamblea Legislativa. No habrá arancel para el sector cafetalero.

- TLC Centro América – México: el reto es que converjan los textos de los TLC. Se inició el proceso en el 2010.
- Café quedó por fuera. Los aranceles son de 20%, por Café oro, 72% para café tostado y 140% café soluble.
- Pronto se iniciará la discusión del TLC con Perú.
- Para el caso de café de Costa Rica los TLCs tal vez no aporten mucho pero serán opciones de reglamentadas para favorecer la comercialización.

Mesa 4: Impactos posibles del cambio climático

Carlos Zelaya, CIAT, Nicaragua

- Estamos haciendo trabajos de investigación conjuntos con CATIE en Salvador, Mexico, Nicaragua
Percepción de los productores: perciben cambios en clima
- Cambio climático se mide por 3 componentes:
 - Sensibilidad: grado en que un sistema es positiva o negativamente pro estímulos relacionados al clima
 - Exposición: grado en que
 - Medición de capacidad adaptativa y la vulnerabilidad: se establecen indicadores en los 5 capitales (humano, social, natural, financiero, físico y social).
- Adaptabilidad del café para el año 2050 ocasiona una pérdida de área de hasta un 50%, que afectaría la mayor parte de la zona cafetalera de Nicaragua.
- Se esperan variaciones de +1.1° para el 2020, y de +2,4° para el 2050. La lluvia va a disminuir en -90 mm en el 2050.
- Se presentan resultados de estudio que estima cambios de clima en zonas de café de Nicaragua, México y otras zonas. El estudio indica que por la importancia económica el café es el cultivo que más impacto tendrá con el cambio climático en función del % de reducción de áreas de producción. Frijol, cacao, y papas están entre los cultivos que podrían ganar con cambio climático en términos de ampliación de áreas.
- Sería una pérdida 11,2 Toneladas de café y una pérdida 74 a 75 millones de dólares. Nicaragua depende de dos rubros café y ganadería, por lo que esto sería una pérdida importante para el país. De los otros cultivos, el que más pierde es el café (pierde un 25%).
- Los productores grandes por su extensión de terreno tienen una mayor capacidad de adaptación que productores pequeños.
- Se han análisis de capacidad de adaptación de dos regiones:
 - Madriz: tiene muy malas carreteras, no les va a afectar el área, pero si el acceso. Baja capacidad de adaptación porque hay una estructura organizativa pobre. Se les recomienda mejorar los niveles organizativos y la sensibilización de los gobiernos locales.
 - Matagalpa: riesgos: poco conocimiento sobre plagas y enfermedades, dependen mucho del café. Estrategias sería más capacitación, diversificación.
- Posteriormente les gustaría tener una base de datos en internet donde indique por zona cuáles serán los posibles cambios.

Johnny Montenegro, Instituto Meteorológico Nacional – INTA MAG

- Hay estimaciones sobre la variabilidad de escenarios para Costa Rica. En lluvias el norte disminuirá y el sur mantendrá o incrementará. Pero para temperatura se incrementará en todo el país.
- Según el mapa que presenta Johnny en Turrialba llovería -23, Talamanca -8 y -2, según modelo PRECIS (*Providing Regional Climates for Impact Studies*). Se está esperando un

aumento en la temperatura en todo el país. Este año la producción de melaza de caña de azúcar es más alta como resultado del incremento en la temperatura, por ejemplo.

- Se deben buscar prácticas para manejar el clima, como por ejemplo el manejo de la sombra en cafetales.
- Se debe considerar el efecto del cambio climático sobre la calidad del café.
- El clima también puede afectar la floración.
- Puede haber un efecto también en plagas de café, y que se muestren algunas plagas que se tenían bajo control, como el barrenador, que acorta su ciclo de vida conforme sube la temperatura, prácticamente reduce a la mitad.
- Altas temperatura favorecen la roya (picos a 21°C y a 25°C). Ojo de Gallo puede incrementarse en zonas donde aumente la humedad (sur de Costa Rica).
- La pregunta es cómo manejar las herramientas que tengo que nos permita planificar el mejor manejo del sistema y conocer donde somos más vulnerables.

Elias de Melo, CATIE-CAFNET

- Se debe buscar el potencial de otras variedades.
- Se debe sembrar el café con sombra, pero con sombra permanente.
- En el periódico La Nación salió publicado que se estima que en Costa Rica se perderán este año 75000 fanegas por ojo de gallo. Ya no es más modelo, no es más predicciones, el problema ya está de frente. Pero todos debemos tomar conciencia de la situación.
- Las familias de menos recursos serán los que serán más vulnerables al cambio climático.
- Más a ser más vulnerables los países con pobre estructura de gobernanza, bajos niveles de educación. El desafío es demasiado grande por lo que se requiere de una acción integral de las instituciones, los sectores productivos, etc.
- Hacen falta métodos para evaluar vulnerabilidad, y estrategias para ayudar a los países a buscar en forma integral.
- Evitar reducir la deforestación masiva. El tema de las variedades de café es un tema clave. Deberíamos estar viendo varias opciones en variedades de café, ahora hay variedades promisorias que están en campo. Pero la tecnología de reproducción no permite de manera rápida una producción masiva. Los Híbridos nos son la solución, son parte de la solución. Podría trabajarse en injertos con Nemaya. La diversidad de opciones de materiales
- El café del mundo lo manejan 5 empresas del mundo. NO son los tratados los que van a resolver, sino las revoluciones sociales los que pueden lograr los cambios.

Preguntas Mesa 4.

Sidney García (MAG): Las organizaciones deben mejorar la gobernanza de su caficultura. El café se ha convertido en una actividad menor en los ingresos de los productores.

Merling (PRODECOOP): en este momento ella considera que la entrada de Robusta mataría la caficultura en Nicaragua, porque los volúmenes son muy pequeños.

JF Le Coq (CIRAD): a nivel mundial ¿dónde se va producir el café de calidad? Puede ser que el manejo de la sombra ayude a mitigar el efecto climático. Hay algunos técnicos dicen ya no se

puede sembrar café, se puede sembrar cacao, pero ellos quieren seguir con café porque esa es la tradición.

Presentación y análisis de experiencias para enfrentar desafíos

Manuel Amador, CEDECO. Cooperativa Sin Fronteras

- Cooperativas Sin Fronteras (comercio justo y orgánico) financiado por Hivos y otros socios. La alianza tiene socios en varios países latinos, (Brasil, Argentina, Panamá, Costa Rica, Nicaragua, El Salvador, Guatemala, Perú, Italia, etc.
- Nos dedicamos al desarrollo de mercados, proyecto apoyo, información, formación empresarial, promoción, apalancamiento financiero, desarrollo de productos.
- Es una estrategia que nos ha abierto a nuevas posibilidades de vender productos terminados en el mercado.

Merling Presa, Nicaragua, Presidente Cooperativa sin Fronteras:

- Entraron a la cooperativa para estar juntos buscando alternativas, pero también para aprender de los demás. Nuestros productores con la venta de café siguen siendo pobres. Así es que estamos explorando otras alternativas como miel de abeja. La idea es abrir un abanico de oportunidades. Siempre es un desafío sacar alternativas de comercialización en conjunto con otros socios en diferentes países.
- Porqué comercio justo? Porque busca el empoderamiento de los productores, pero se ha perdido la gobernanza del sello. El sello ha dejado de funcionar bien, por esto los productores han entrado en una Red para tener más voz en el seno de la certificadora, y la Cooperativas sin Fronteras ha sido un aliado.

Johanathan Castro, CEDECO. Mercado voluntario de Carbono

- Presenta las iniciativas de certificaciones de Amigable con Clima. Vías de mitigación en el contexto mundial es complicado, en especial con base en los mecanismos internacionales tales como MDL (Mecanismos de Desarrollo Limpio).
- Por otro lado está el mercado voluntario de carbono. Tuvo una evolución positiva hasta 2008 pero después de la crisis hubo una reducción.
- Ahora han aparecido los sellos amigables con clima (Carbon Trust, Nature More, HSBC, Carbonfree, Plan Vivo, etc.).
- Carbono Neutralidad (Emisión – (reacción + compensación)= 0 Carbono.
- Propuesta Cam(Bio)2 : norma y sello verificación de los servicios de mitigación en fincas con manejo agroecológico direccionadas para Mercado Voluntario de C. Están validando en Guatemala, Nicaragua, Costa Rica, Paraguay.
- Altos costos de inversión en los estudios. Por ejemplo el caso de la Ganadería: FONAFIFO no tienen fondos para reconocerlo.
- En este caso se está buscando un nicho específico para este Carbono (el carbono es un nombre genérico, pero es biodiversidad, energía, etc.). La alianza con C-CO₂ que ya está

- Queremos crear un nicho de mercado específico para el sello amigable de clima. Y tenemos contactos en Brasil, en Suecia, con financiadoras que apoya mercado justo. Hay una marca francesa que también podrían interesarse. Queremos alianzas estratégicas cercanas.
- Ejemplos son Jardín BIO en Francia, que compran C en pequeñas cantidades.
- Costos de certificación: se le da el índice a una entidad de tercera parte haga las verificaciones. Se busca que sea el comprador del C voluntario el que pague los costos de la certificación.
- Factores que afectan la certificación: Se desarrolló una metodología con bajo costo, y se determinó que si podría ser rentable.

Leonardo Sánchez, COOCAFE

- A través de esta experiencia se muestran las ventajas de la organización para enfrentar los requisitos del SIC.
- Comentó sobre aspectos que pueden limitar la certificación de la organizaciones: Desafíos: competencia, organizaciones con oferta para atender demanda, precios competitivos, mejorar eficiencia cadena, balancear estándares entre la demanda del mercado y la realidad del productor. Asegurar buenas prácticas, etc.
- Los sellos no garantizan buen control administrativo, ni buen rendimiento productivo.
- Que un productor tengan que llenar registros para diferentes sellos es grave y hay que encontrar alternativas. Así que estamos tratando de llevar la practica en COOCAFE.
- Se ha desarrollado un sistema de manera participativa de SIC.
- Hay un comité de Sist Int de Control con representantes de cada cooperativa.
- El SIC verifica, implementa, controla y audita.
- De los gestores del SIC ningún es gerente de las cooperativas para poder contar con gente que pueda contar con información y poder dar seguimiento. Los gestores del comité son los agrónomos que están dando seguimiento a los productores.
- Ahora esta todas las cooperativas dando seguimiento en todos los niveles incluso atendimiento a las visitas de inspectores de las certificadoras. Así que cuando los inspectores llegan se simplifica la generación de la información.
- Se comparte informaciones entre las cooperativas facilitando así cambios con conocimiento en base a experiencias disponibles a lo interno del consorcio.
- Pero no fue fácil hacer el SIC tuvimos que superar escepticismo por parte de los gerentes de las cooperativas.
- Hemos estado trabajando en las asambleas y con afiches para poner en bodegas de los productores para poder llegar al máximo de socios, pero en definitiva no hemos llegado a todos los productores.
- Las medidas están basas en afiches que se distribuye a todos.
- Cada organización debe invierte \$ 350 dólares por año para mantener el SIC, eso aparte del tiempo del técnico. Aproximadamente se podría incrementar a \$ 800 para poder dar seguimiento de al SIC con incorporación de medidas de manejo de bodegas. Coocafe tiene otra parte del Costo de mantenimiento del SIC.
- Una de las limitantes en la producción es la ineficiencia en la producción.

- Cálculo de costos y ahorros como SIC: \$350/año en cada organización es el costo del SIC. Los costos de la persona responsable se han incluido como parte de su salario, por ser parte de Buenas Prácticas Agrícolas.
- Alianzas con Limpiemos Nuestros Campos para recolectar desechos de pesticidas vacíos. \$4000/año para las 10 cooperativas. El costo de COOCAFE se financiará con el fee de 0.25/qq.
- Costo de la certificación \$3.9/qq en COMPROCOM.

Trabajo en grupos

Se dieron dos sesiones de trabajo en grupos. El primero fue para plantear las problemáticas y retos más importantes y la segunda para proponer estrategias para responder a estos retos.

Con el fin de armonizar conceptos se definió reto como el objetivo o empeño difícil de llevar a cabo y que constituye por ello un estímulo y un desafío para quien lo afronta (definición de RETO tomada de la Real Academia Española).

Grupo de trabajo de los productores

Sesión 1. Reto y posibles acciones de las organizaciones y los productores ante las certificaciones.

Luego de escuchar las ponencias del día 1, los productores seleccionaron temas prioritarios de interés para ellos y sus organizaciones (Cuadro 1).

Cuadro 1. Retos y posibles acciones con las que se enfrentan las organizaciones y los productores de café, frente a las certificaciones de café.

	Retos	Acciones
Certificaciones y mercado	<p>Existen dos tipos de sellos y dos tipos de productores:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Sellos que entran al mercado como empresas compradoras: Nespresso y Starbucks, que certifican y compran. 2. Sellos como Comercio Justo, Orgánico, RA y Utz que solo te certifican y no les importa a quien vendes (se mencionó que antes empresas como Naturland indicaban a las organizaciones los mejores mercados en Alemania, pero ya no lo hacen). 	
	<p>Y hay dos tipos de organizaciones:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Las que empezamos hace tiempo, donde empezamos con comercio justo y orgánico, que se trabaja así desde hace mucho. Tiene las prácticas ya establecidas y tienen compromiso y lealtad con las prácticas sostenibles. 2. Proveedores de café que solo buscan obtener el sello y el mercado, que no realizan los cambios realmente. Estos productores también son promovidos por los sellos más comerciales, que buscan acceso a proveedores de grandes volúmenes de café, ojalá a bajo costo. 	
	<p>Esto ha generado un aumento en la corrupción a nivel de sellos de parte de las organizaciones y de las certificadoras:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Buscan proveedores de mayor calidad y volumen, por lo que se vuelven “más flexibles” en la aplicación de las normas. 2. Las organizaciones a veces por vender más café toman café de no certificados o dudosamente no certificados. 3. Al hacer trampa con los sellos se puede perder todo el mercado y se puede venir al traste toda la estrategia. 4. A veces se hace la certificación un fin y no un medio (ISOs por ejemplo), se busca la certificación aunque no se hagan cambios reales en la finca. Y las agencias lo permiten. 	<p>Solicitar a las agencias que tengan políticas más congruentes y de transparencia en la distribución de los precios del mercado, y sus exigencias de las certificaciones</p>
	<p>Se dieron múltiples quejas sobre la certificación Starbucks:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. FALTA de INFORMACION: sobre cómo se venden los precios en la cadena. No hay transparencia en la cadena. 2. SE PIDEN DOBLE SELLO y te pagan por uno. 3. Starbucks al final se fue a comprar a otras zonas donde se vende más barato, dejó a 6 cooperativas guindadas (FEDECOCAGUA, etc). 4. FALTA una mejor negociación de nuestras cooperativas 5. Las certificadoras controlan muy bien a las organizaciones pero ellas parece que no contralan tan bien el mercado (como Starbucks que ofrece más de lo que ha podido dar). 	

	<p>En épocas de buenos precios, todas las organizaciones tenemos crisis (los volúmenes bajan) porque el mercado sin sellos anda comprando a precios más altos que las cooperativas y los productores certificados. Esto desincentiva la producción certificada. Pero esto va a cambiar con el tiempo. Por eso los productores certificados y las organizaciones llevamos construyendo un proceso que puede perderse.</p> <p>Se debe preparar más al productor para asegurar la fidelidad con estos sistemas de producción y con la organización. Los productores que iniciaron con orgánico y comercio justo fueron muy bien preparados, pero con los nuevos sellos no hay tanta preparación del productor.</p> <p>Fidelidad con hambre no dura. Productores que tienen más de 50 qq se la juegan, pero por un pequeño, un pequeño sobreprecio es importante para su economía familiar, porque prefieren vender al mejor postor.</p>	<p>Se debe tener más comunicación y transparencia con los productores.</p> <p>Las cooperativas y las organizaciones a veces no hacen la propaganda de sí mismos como lo hacen las transnacionales.</p>
	<p>Precio de orgánico no es sostenible. Si es cierto que hay que invertir en productividad, pero el precio debe mejorar 20 a 30% más para que los productores puedan mantener la productividad.</p>	<p>Faltan mejores estrategias de venta a mercados orgánicos de café.</p>
	<p>Problemas de productividad incluye la falta de insumos disponibles para la producción orgánica (OCIA Y Biolatina no aceptan muchos de los insumos).</p>	
	<p>Costo de las certificaciones (no dio tiempo para una amplia discusión en el tema, pero es un tema que preocupa mucho a todos)</p>	<p>Será que el gobierno pague los costos de la certificación</p>
	<p>Compradores pequeños también están bajo la presión del mercado: Se tenían nichos de mercado, pero con la concentración del mercado, hace que los tostadores pequeños también se vean afectados y se reducen los precios preferenciales.</p>	
	<p>En realidad las certificaciones no son un reconocimiento <u>adicional</u>: NO ES CIERTO QUE SE ESTA PAGANDO POR EL SELLO. Se paga por calidad)</p>	
Reducción del área productiva de café	<p>Se viene dando una reducción del área de café y en la productividad hace que la productividad no sea rentable. La situación crítica del sector no es incentivo para la familia para interesarse en la finca. La familia no quiere colaborar en una actividad que no es rentable (el productor se ha vuelto jornaleros de sus propias fincas).</p>	
	<p>Cómo hacer para que los hijos se interesen por la producción de café, porque si no el café va a desaparecer.</p>	
	<p>Disminución de la productividad y sus diferentes causas</p>	
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Venta del área de café en Costa Rica 	
	<ol style="list-style-type: none"> 2. Cambio climático (pérdida del 40% de la cosecha en San Vito) 	
	<ol style="list-style-type: none"> 3. Disminución de las productividades tanto en orgánico como en convencional 	

Sesión 2. Problemáticas prioritarias de las organizaciones

Una de las mayores preocupaciones de los productores es la rentabilidad de la producción de café. Y como asegurar el relevo generacional (que los hijos se interesen por la producción de café), si la actividad deja de ser rentable.

Para enfrentar el tema del relevo generacional por tanto se debe trabajar en dos frentes:

1. La rentabilidad de la producción de café
2. La educación: Mejorar la visión del rol del productor agrícola en la sociedad. ¿Qué los hijos se puedan graduar como “especialista en la producción agrícola”?

Experiencias exitosas en educación mencionadas por los participantes:

1. Diplomado en caficultura en escuelas en El Salvador: 1000 estudiantes graduados en la capital para entregarles diplomas. Mencionado por Elias de Melo, CATIE.
2. Diplomado en Certificación de Café en la Plataforma de certificación liderada por IHCAFE en Honduras y las agencias de certificación. Es un diplomado para técnicos en café. Mencionado por Gabriela Soto, CATIE.
3. CoopeDota en alianza con el Colegio Técnico en Santa María de Dota capacita a los muchachos en producción, proceso y comercialización de café, preparándolos como Baristas. Mencionado por Natalia Ureña, de EARTHWATCH.

Para trabajar el tema de cómo mejorar la rentabilidad se elaboró un cuadro de acciones requeridas en cinco diferentes áreas: Manejo de costos, Eficiencia Productiva y Mejora en la productividad, Mejoras en el mercado, Manejo del mercado, Mejorar la provisión y el reconocimiento por la provisión de servicios ambientales (PSA), y diversificación de la finca (Cuadro 2). Se debe ver la finca como una Unidad Productiva.

Cuadro 2. Estrategias para mejorar la rentabilidad en la producción de café.

Áreas	Acciones	Responsables
Manejo de costos	Mejorar registros de costos y análisis financieros	
Mejorar la eficiencia productiva y la productividad	La finca debe ser más eficiente en el manejo de <u>TODOS</u> sus recursos	
	Establecimiento de bio-digestores	
	Estabilizar los precios del paquete tecnológico: puede intervenir el estado para regular estos precios?	
	Capacitar a más técnicos en producción sostenible y en el manejo de los recursos en la finca.	
Servicios Ambientales	Hacer un frente unido de productores para presionar al gobierno para que se reconozca un pago de servicios ambientales para el caficultor nacional	Organizaciones de productores
Certificación	Falta de valor agregado por sello (el mercado reconoce más calidad que sello)	
	Qué las agencias, u otros, ayuden a buscar mercado (por ejemplo la gestión para la búsqueda de mercado de carbono de la Cooperativa sin Fronteras)	Agencias de certificación.
	Falta de una política nacional (MAG e ICAFE) con respecto a las certificaciones de café.	
	Que el MAG apoye con los costos de las certificación	MAG
	Fomentar la creación de SICs centralizados para reducir costos	Organizaciones de segundo grado
	Qué las certificaciones sean independientes del mercado, pero apoyen en la búsqueda del mercado, de tal forma que solo con certificarse se tenga garantizado el mercado.	
Mercado	Falta acceso a información de mercado	MAG
Diversificación	Las fincas son muy pequeñas, por lo que las estrategias de diversificación deben tomar esto en cuenta: Cuáles son las actividades <u>intensivas</u> que pueden complementar la rentabilidad de la finca	
	¿Qué otros cultivos se pueden sembrar bien con café? Se requiere de más investigación	Sector académico, MAG e ICAFE
	Sistematizar experiencias de café diversificado exitoso	
	Que las organizaciones de productores ayuden a comercializar otros productos además del café	Organizaciones de productores
	Usar mejor los beneficios de café en el período donde no hay cosecha (ideas jocotes, aguacates, jugo de naranja, etc)	Organizaciones de productores
	Utilizar la pulpa de café para la producción de hongos	Organizaciones de productores
	Qué el productor diversifique funciones como habló la señora viceministra: los productores lo ven difícil, prefieren ser finqueros a tiempo completo, con más actividades productivas dentro de la finca, y no fuera de la finca.	

Se lanzó esta pregunta a los representantes de las organizaciones: ¿Creen ustedes que las certificaciones ayuden a apoyar a los productores para el cambio climático?

1. Creo que sí, porque el productor orgánico siente que con la sombra, se mejora el manejo del humus del suelo.
2. El ambiente en Atenas está más fresco y protegido porque se cambiaron las pasturas por café.
3. Hay un refrescamiento en el ánimo de los productores, se habla más de naturaleza y se tiende a protegerla más.
4. Más si hay Pagos Ambientales
5. La certificación sola no puede hacer la diferencia, se requiere de motivación y la educación.

Grupo de trabajo de los técnicos

Retos futuros de acuerdo con la percepción de los técnicos

El cambio climático es uno de los temas más preocupante según los participantes. Se necesita estrategias adecuadas y más que todo diversificadas ya que los impactos varían mucho de una zona a otra. Estas estrategias pueden incluir proceso de diversificación con productos más adaptados tomando en cuenta que las fincas son sistemas de producción diversificados o con actividades no-agrícolas. Se necesita también acciones a nivel de la caficultora pensando en nuevas variedades (Robusta, Costa Rica 95, híbridos) y prácticas agrícolas adecuadas. En este sentido el desarrollo de la caficultora bajo sombra es un punto clave. Sería oportuno invertir más en las zonas más vulnerables.

Las presentaciones anteriores revelan dos representaciones de los desafíos de la producción del café. De un lado los problemas del mercado se reflexionan a corto plazo (año) tomando en cuenta la oferta y la demanda. Los aspectos económicos son los más importantes para definir las estrategias de las organizaciones de productores y de los productores. Del otro lado el cambio climático se reflexiona a largo plazo (20/100 años) y el mercado no puede tomar en cuenta este horizonte de tiempo. No existen relaciones estrechas entre estas dos representaciones y entre las instituciones que tratan estos dos aspectos.

Los sellos son mecanismos para relacionar el mercado y los aspectos ambientales. Pero los productores estiman que el reconocimiento del mercado no es suficiente para compensar los gastos adicionales ligados a la preservación del medio ambiente. Entonces los sellos no tienen todos los efectos deseados sobre las prácticas agrícolas de los productores. Para mejorar esta situación se necesita de un acompañamiento de los productores para facilitar el cambio de actitud de los productores y de las organizaciones de productores, para encontrar soluciones que pueden generar una rentabilidad mayor. Los sellos pueden ser una oportunidad para desarrollar planes de desarrollo de la caficultora sostenible a nivel de las organizaciones valorizando los mecanismos de evaluación y seguimiento de las acciones. Pero se necesita de adaptaciones de los mecanismos de certificación para que:

- Se tenga más en cuenta las acciones colectivas que las OP quieren desarrollar.
- Tengamos una línea de base para evaluar las evoluciones y progresos en cuenta las prácticas agrícolas y los impactos
- Definamos mejor los indicadores para medir los impactos; se necesita de un apoyo de las investigaciones para tener mas información y herramientas.

- Desarrollemos mecanismos de evaluación con base a indicadores adecuados y apoyos de la investigación y con testimonios de los productores ya que falta informaciones de lo que ocurre en el campo.

Existen varias instituciones públicas, privadas o ONG que trabajan con las mismas organizaciones de productores sobre el tema de la agricultura sostenible. Hay una necesidad de coordinar las metodologías y acciones para evitar las competencias. Vale la pena mencionar el programa del MAG de fomento de la agricultura sostenible que co-financia inversiones amigables con el medio ambiente. También Oikocredit desarrolla acciones en este tema. Sin embargo los acuerdos entre el MAG y otras instituciones tienen que tomar en cuenta las capacidades y disponibilidad de los extensionistas en el campo.

Plan de Renovación del Ministerio de Agricultura

El punto clave en Costa Rica es la implementación del plan nacional de renovación de la caficultura por el MAG con la nueva administración. Existen fondos disponibles para financiar la renovación con acceso a crédito con condiciones financieras atractivas para facilitar las inversiones que incluyen tecnologías amigables con el medio ambiente. Un convenio entre el MAG e ICAFE ya está firmado para definir las responsabilidades de cada parte. Se prevé implementar un comité nacional para definir las perspectivas de la producción de café y definir las orientaciones del plan. Este comité incluirá a varios actores del sector cafetalero.

Se observa que varios actores trabajan este tema (Oikocredit que tiene fondos para la renovación de cafetales, Rainforest Alliance que promueve la plantación de árboles en las cafetales, etc). Es importante crear alianzas entre instituciones, ONG y otros actores para crear sinergias, compartir informaciones y evitar competencia o duplicación en el campo.

A nivel local se necesita tener propuestas coherentes construidas con las organizaciones de productores y con el conjunto de actores trabajando con ellas. Estas propuestas son elementos que tienen que insertarse dentro de una visión global de desarrollo de la comunidad.

Estas propuestas deberían incluir:

- Renovación de los cafetales con base a proyectos de desarrollo de la finca y de la familia
- Desarrollo de prácticas agrícolas sostenibles con el medio ambiente incluyendo la dimensión del cambio climático
- Un fortalecimiento de las organizaciones para que puedan negociar e implementar un plan de renovación de la caficultura.

Tomando en cuenta que los cafetales bajo sombra generan servicios a la sociedad (biodiversidad, producción de agua, secuestro de carbono, etc.) se necesitan acciones para promover pagos por servicios ambientales. Una alianza con la propuesta de Coocafé/Fundación Café Forestal apoyada por CATIE tiene mucho sentido.

Las certificaciones promueven prácticas agrícolas amigables con el medio ambiente. Sin embargo las organizaciones de productores manejan diversas certificaciones y tienen que cumplir con diversos paquetes de requisitos. Se recomienda desarrollar un paquete único para capacitar a las organizaciones, facilitar el proceso de certificación y más que todo limitar los costos de auditoría.

El grupo enfatiza la necesidad de incluir estas acciones dentro de una visión de desarrollo de la agricultura familiar. La cuestión de la renovación generacional es preocupante ya que la mayoría de los jóvenes no quieren seguir en la agricultura y vivir en el campo. Muchas fincas ya no tienen hijos para seguir cultivando café y muchas organizaciones tienen dificultades para renovar los puestos de responsabilidad. Es importante desarrollar capacidades institucionales para graduar a los jóvenes en el área de la agricultura. Eso requiere de la movilización de diferentes instituciones (INIA, universidades, MAG, etc.)

Conclusiones

El sector cafetalero se enfrenta a retos claves, sentidos tanto por productores y técnicos. Entre estos retos se destacaron:

- El relevo generacional: la falta de interés de las nuevas generaciones (especialmente en Costa Rica) en la producción de café, ponen en riesgo la continuidad de la producción de café y la tenencia de la tierra en manos de productores. Esta falta de interés de las nuevas generaciones en la producción del café se debe en parte, a la baja rentabilidad de la actividad.
- Los ya sentidos efectos del cambio climático (pérdidas por ojo de gallo, y excesos de lluvia en algunas regiones) que aumentan la incertidumbre del sector.
- Mejora en la calidad del café en los países vecinos que aumenta la competencia por café de calidad lo que implica desarrollar nuevas estrategias para buscar mercados.
- La competencia de compradores de café en períodos de precios altos y la falta de fluidez y de recursos financieros de las organizaciones para competir con precios con transnacionales, ocasiona un aumento en la salida de productores de organizaciones, o al menos, la venta del café a terceros.
- El desarrollo de los sellos que toman en cuenta los aspectos ambientales y sociales ligados a la producción de café. Hay diferencias entre sellos con un reconocimiento del sello de Comercio Justo de parte de las organizaciones porque induce mejoramientos en el manejo de las organizaciones y mejores precios cuando los precios internacionales están bajos. Otros sellos tienen ventajas y desventajas y pueden facilitar el acceso a mercados nicho. Pero actualmente se paga más el café por la calidad que por la certificación porque el sobre precio no es tan evidente.
- Existe mucha expectativa del sector cafetalero nacional en Costa Rica en el Plan Nacional de Renovación de Cafetales del Ministerio de Agricultura. En otros países de Centroamérica el café sigue siendo una producción de mayor interés para los productores.

Acciones para contrarrestar estos retos deber ir enfocadas en:

- Hacer la familia el eje central del proceso de desarrollo del sector.
- Mejorar la educación del productor agrícola más joven, que permita reconocer dentro de la sociedad civil, el profesionalismo que se requiere para ser productor agrícola.
- Fomentar la diversificación de los cafetales con el apoyo de las cooperativas y organizaciones locales para fomentar la producción y comercialización de cultivos adicionales al café.

- Las certificaciones son una estrategia con potencial para ayudar para enfrentar estos retos, pero es necesario mejorar el acceso al mercado y reducir los costos de la certificación.
- Mejorar la comunicación de las organizaciones con sus productores socios, para garantizar una mayor lealtad de la membresía en los períodos de precios altos.
Se considera vital mejorar la coordinación entre los actores que apoyan a los sectores cafetaleros nacionales, para lograr un uso óptimo de los recursos disponibles y lograr mayores impactos.

Propuestas de colaboración entre la investigación y las organizaciones de productores:
Parece importante que sigamos trabajando juntos entre las organizaciones de productores y la investigación sobre el tema de las estrategias de las organizaciones frente a los desafíos de la caficultura y del desarrollo de los sellos.

Evaluación del evento por los participantes

Aspectos Positivos	Limitantes
<ul style="list-style-type: none"> • La organización fue muy buena • La selección de temas es relevante y actual. • La confraternización estuvo muy bien (actividades sociales para visitantes) • La idea de reeducar a todos es algo muy importante y vimos claramente que debe ser un esfuerzo en varias direcciones • • Buen control de tiempo, • Excelentes expositores • Buena alimentación • La participación de experiencias de diferentes países 	<ul style="list-style-type: none"> • Ausencia de Cooperativas importantes como CoopePilangosta, CoopeCerroAzul, etc. • Mejorar el manejo del tiempo porque la mayoría de nuestro trabajo futuro vendrá de las acciones que en conjunto escribamos. • Trabajar más el tema de alianzas y políticas públicas.
Sugerencias para futuros eventos	
<ul style="list-style-type: none"> • Se debe trabajar más en desarrollar habilidades en técnicos y líderes de cooperativas para distinguir e iniciar alianzas estratégicas. • Se requiere de más tiempo para el trabajo en grupos. • Dar seguimiento a los temas centrales, a las recomendaciones que salgan del taller. • Mejorar la coordinación entre los expositores de una mesa con antelación. Hubo un par de presentaciones que los expositores tuvieron que acomodar contenido en el momento de la 	

presentación para evitar la repetición.

Propuesta para el seguimiento del taller Reflexión de los organizadores después del evento

Retomando las diferentes contribuciones y temas expresado durante el taller, los organizadores proponen varios ejes de seguimiento por temas, por tipo de acciones para varios horizontes de tiempo.

- Seguir los intercambios entre organizaciones de Centroamérica y CATIE/CIRAD durante el taller final del proyecto CAFNET con una sesión dedicada al tema de las organizaciones de productores y de los sellos.
- Desarrollar investigaciones sobre las estrategias de las organizaciones de productores para implementar planes de desarrollo de la caficultura sostenible tomando en cuenta los requisitos legales y de las certificaciones (propuesta de una tesis CIRAD/CATIE sobre este tema con una relación estrecha con Coocafé).
- Elaboración de un documento con las OP para rescatar y dar a conocer las experiencias de las organizaciones en Centroamérica con base a los estudios CAFNET en Nicaragua, Guatemala y Costa Rica.
- Seguir investigando sobre la provisión de SE en los sistemas de café bajo sombra, específicamente en términos de Carbono, agua y biodiversidad. Este seguimiento puede ser impulsado por los investigadores CATIE con el CIRAD y Coocafe en la construcción de nuevos proyectos.
- Se identificó una brecha de sensibilización entre técnicos y productores sobre el reto del Cambio Climático (CC). Esta brecha puede ser enfrentada a través de un nuevo proyecto regional que permitirá: desarrollar metodología para medir la vulnerabilidad al CC de la caficultura y de los caficultores con un enfoque integral (agronomía, economía, ciencia política), facilitar la elaboración de planes de acción para la gestión del desarrollo en respuesta al CC, que apoye a responder a este reto desde las organizaciones de productores. Esta propuesta podrá ser desarrolla en alianza entre el PCP Catie / Cirad, con Icafe/Mag/Coocafe – Fundación Café Forestal, así como el CIAT como socio.
- Se identifico también la falta de información y de estrategia para acompañar productores cafetaleros en los procesos de diversificación. Se podría desarrollar un programa de investigación sobre las condiciones, opciones y viabilidad de la diversificación. Este programa tendrá que cubrir tanto las diversificaciones a nivel de parcelas de café, como a nivel de finca, así como considerar también la diversificación no agrícola. Se necesitara también facilitar la construcción de estrategias a nivel de organización de productores cafetaleros para enfrentar este reto. Tomando en cuenta, que hasta la fecha, en algunas ocasiones, las cooperativas especialistas en el procesado y comercialización de café, han mostrado intereses divergentes entre productores y organizaciones en términos de diversificación.
- Los costos de certificación y las ventajas económicas de las certificaciones siguen siendo un tema relevante. Varias estrategias ya están siendo implementadas para enfrentar estas dificultades desde las organizaciones (múltiples certificación, Sistemas interna de control para certificación de grupos, etc); así como a nivel de certificadoras (unir auditorias, disminuir la frecuencia de las visitas, etc). Sería entonces convenientes realizar un esfuerzo

de sistematización de experiencias para reducir los costos de certificación conjuntamente entre Catie, Cirad, instituciones y organizaciones del sector.

- Para enfrentar la falta de coordinación, se propone de averiguar la posibilidad de conformar al nivel del MAG una Plataforma de Investigación y Transferencia Agrícola (PITA) sobre el tema de la caficultura. Esta plataforma podría facilitar los intercambios y la coordinación entre investigadores trabajando el tema y entre investigadores y organizaciones de productores.
- Además para facilitar la coordinación entre los diversos promotores de certificaciones y auditores, se podría facilitar el desarrollo de plataforma de certificadores locales (ver experiencia en Honduras), trabajando con ISEAL. Esta iniciativa podría también contribuir a facilitar la reducción de los costos de certificación antes mencionada.
- La educación y el reconocimiento social de los caficultores, así como el relevo generacional son temas preponderantes para el futuro de la caficultura nacional. Varias acciones pueden ser desarrolladas para enfrentar estos temas. Una línea de acción puede ser de introducir en el Ministerio de Educación Pública módulos de capacitación en caficultura (ver experiencia en El Salvador). Otra línea de acción será de desarrollar con el INA un diploma de caficultura sostenible accesible para los productores y jóvenes y incluyendo tanto la parte agronómica, que la parte gestión y mercadeo. Este diploma permitiría de mejorar el reconocimiento del profesionalismo de los productores cafetaleros en la sociedad, y podría contribuir al relevo generacional. Otra línea precisamente sería de hacer un diagnóstico sobre las condiciones y opciones para fomentar un relevo generacional. Este diagnóstico identificaría tanto las razones sociales como económicas del desinterés de los jóvenes por la caficultura y propondrá líneas de acciones y políticas diferenciadas para facilitar la inserción de los jóvenes en la actividad.

Anexos

Anexo 1. Lista de participantes.

LISTA DE PARTICIPANTES DEL TALLER: “COOPERATIVAS CAFICULTORAS: CERTIFICACIONES, MERCADOS Y CAMBIO CLIMÁTICO”				
#	Nombre	Institución	Teléfono	Correo Electrónico
1	Ana Lucía Corrales Leitón	Rainforest Alliance	8308-0111	acorrales@ra.org
2	Beatriz Elizondo Mora	CATIE - CAFNET	8991-9175	belizondo@catie.ac.cr
3	Carlos Hernández	Oikocredit		
4	Carlos Jones	COOCAFE	8914-9152	cafeforestal@coocafe.com
5	Carlos Murillo	Comerciante Café		
6	Carlos Zelaya	CIAT- NICARAGUA	8885-6606	zelayacar@gmail.com
7	Deryhan Muñoz	ICAFFE	8866-4155	dmuñoz@icafe.go.cr
8	Dimas Rojas	Coopepilangosta		
9	Elias de Melo Virginio	CATIE - CAFNET	2558-2602	eliasdem@catie.ac.cr
10	Ervin Calixto Miranda Gonzalez	COMPROCOM, Nicaragua		
11	Erwin Danilo Alvizurez Ortega	Guatemala		
12	Fidel de Jesús Mendez Alvizures	Guatemala		
13	Freddy Azofeifa	Coopemontes de Oro	8318-8288	coomprocomr@hotmail.com
14	Gabriela Soto Muñoz	CATIE - CAFNET	8864-7796	gabisoto@catie.ac.cr
15	Henry Castillo	Coopeatenas	8817-8275	hcastillo@coopeatenas.com
16	Jairo Céspedes Quirós	COPELDOS		
17	Javier Castro	Coopesabalito	8838-1878	sabalito@ice.co.cr
18	Jean Francois Le Coq	CIRAD	8855-1608	jflecoq@cirad.fr
19	Jonathan Castro	CEDECO	8828-1299	jonathan@aceres.net
20	Leonardo Sanchez	COOCAFE	8710-4557	sanchez@aceres.net
21	Luis Diego Calderon, SIG	COOCAFE		

22	Manuel Amador	CEDECO	2236-1695	manuel@cedeco.or.cr
23	Margarita Jimenez	Coopemontes de Oro.	2639-9169	jperezmargarita@hotmail.com
24	Mario Bello	Fundación Hijos del Campo	8335-3666	mariobello14@yahoo.com
25	Natalia Ureña Retana	EARTHWATCH INSTITUTE	8843-7358	nurena@earthwatch.org
26	Orlando Rojas Monge	COPELDOS		
27	Guido Vargas	Junta Directiva, ICAFE		
28	Rafael Fuentes de la O	MAG, Región Chorotega	8332-4110	rafuentes@hotmail.com
29	Sidney Garcia Chaves	MAG, Región Chorotega	8834-9202	gachasi@gmail.com
30	Xinia Chaves	Viceministra MAG		
31	Guy Faure	CIRAD		guy.faure@cirad.fr
32	Reinaldo Vargas	Coopeatenas	8319-8081	
33	Rafael A. Mena V.	MAG-DPS	2291-4621	rmena@mag.go.cr
34	Jorge Pardo Tasies	MAG-DPS	2291-4621	jpardo@mag.go.cr
35	Merling Preza	CSF/ PRODECOOP	2713-3268	gerencia@prodecoop.com
36	Gustavo Elizondo Fallas	COOPETARRAZU	8325-3817	gelizondo@cafetarrazu.com
37	Merlin Abarca Villalobos	COOPEPUEBLOS	8898-8626	abarca.merlin@gmail.com
38	Teresita Murillo Z.	Oikocredit	2283-2038	-
39	Andrea Shum Fallas	Oikocredit	2280-2030	ashum@oikocredit.org
40	Harry Bonilla Cordero	MAG	2237-6997	gerenciapncofe@gmail.com
41	Jose Antonio Guzman	ICAFE	2243-7890	jguzman@icafe.go.cr
42	Ulises Rodriguez	COOPE LLANOAZUL	2657-4449	cholinsc@yahoo.es
43	Sofia Solis Perez	CCSICA	8837-7178	ssperezzyz@costarricense.cr

Anexo 2. Qué esperan los participantes del Taller.

Nombre	Institución/Organización	Qué esperan los participantes del taller
Jones, Carlos	Café Forestal	Organizador
De Melo, Elias	CATIE – CAFNET	Organizador
Le Coq, Jean Francois	CIRAD – CAFNET	Organizador
Preza, Merling	Cooperativa Sin Fronteras PRODECOOP	
Mario	Fundación Hijos del Campo COOCAFE	Creo que estamos obligados a entender los desafíos que tenemos. Conjuntar los conocimientos de familias, cooperativas e técnicos
Murillo, Teresita	OikoCREDIT	
Andrea Shum	OikoCREDIT	
Fuentes, Rafael	MAG, Santa Cruz	Coordina agrocadena de café en Guanacaste por el MAG. Trabaja con las cooperativas de la zona. Seguir aprendiendo sobre el tema.
García, Sidney	MAG, Región Regional Chorotega	Trabaja con MAG Guanacaste está interesado en el tema de cafés sostenibles. Reforzar conocimientos es mi expectativa con el evento.
Elizondo Fallas, Gustavo	CoopeTarrazú	No tengo mucha expectativas sobre el tema pues estoy reciente en el tema. Quiero aprender sobre sellos.
Ureña Retana, Natalia	EARTHWATCH	Trabajamos con las cooperativas y nos interesa mucho el tema de certificaciones y mercados.
Villalobos, Merlin	CoopePueblos	Aprender y compartir nuestras experiencias.
Corrales, Ana Lucía	Rainforest Alliance	Conocer más sobre el tema. Para Rainforest es importante conocer sobre este tema.
Mena, Rafael	Departamento Producción Sostenible, MAG, San José	Aprender y compartir nuestras experiencias en producción sostenible
Pardo, Jorge	Departamento Producción Sostenible, MAG, San José	Mis expectativas son grandes pues esperamos que el MAG pueda consolidar PSA en agricultura
Miranda, Erwin	COMPROCOM, Nicaragua	Compartir experiencias en Nicaragua
Zelaya, Carlos	Centro Internacional de Agricultura Tropical (CIAT)	Compartir nuestras experiencias en cambio climático aprender sobre sellos de certificación que no conozco mucho
Bonilla Cordero, Harry	MAG - Café	Estamos retomando como ministerio el tema de café. Queremos contribuir a consolidar los vínculos de diferentes actores dentro del sector, a partir de un proyecto país
Reinaldo Vargas, Productor	COOPEATENAS	Son poco los productores participantes, quisiéramos aprender más de este tema. Para mí es una experiencia bonita estar aquí compartiendo y poder llevar los aprendizajes a mis colegas productores de la cooperativa. No podemos dejar que el pequeño productor desaparezca. Es un esfuerzo importante este evento.
Castillo, Hernán	COOPEATENAS	Tengo mucha expectativa porque conozco poco.

Faure, Guy	CIRAD - FRANCIA	
Absures, Ervin	ADIPSA, Guatemala	Espero llevar estos aprendizajes a mi país.