

<https://info.nodo50.org/Puede-ser-justo-el-cafe-en.html>



¿Puede ser justo el café en cápsulas?

- Noticias - Noticias Destacadas -



Date de mise en ligne : Viernes 25 de diciembre de 2015

Copyright © Nodo50 - Todos derechos reservados

Hace pocos años, la empresa Nestlé, una de las grandes multinacionales de la alimentación y una de las más criticadas por su comercialización en África de la leche maternizada (campana “Nestlé mata bebés”), ha lanzado la línea de productos de café expresso en cápsulas monodosis, con intención de sustituir de forma masiva el consumo del café elaborado por los métodos tradicionales (cafetera italiana, cafetera express, cafetera de goteo,....).

Para conseguir su objetivo, el procedimiento es sencillo pero costoso, lanzamiento de una gran campaña de publicidad con el fin de hacernos creer que hay una mejora en la calidad y en el gusto del café tradicional por otro que debe elaborarse en cafeteras especiales que en vez de filtros reutilizables o filtros de papel económicos, precisan de unas cápsulas que sólo valen para la cafetera que comercializa Nestle con la marca Nespresso. Diciendo que este producto está “destinado a cubrir las necesidades de los consumidores”.

Los éxitos de esta estrategia de Nestlé han sido grandes, haciendo que otras multinacionales hayan entrado en la guerra de las cafeteras de cápsulas de café monodosis como es la norteamericana Sara Lee que comercializa el café Marcilla. En estos momentos hay no menos de cuatro tipos de cápsulas en el mercado e innumerables posibilidades de café encapsulado compatible con unas u otras.

La cuota de mercado, en euros, del café monodosis en Francia y Holanda ha llegado a ser del 50%, mientras que en España es del 17,1%. Si calculamos la cuota de mercado en cantidad de café vendido, esta es mucho menor, un 10 % en Francia y Holanda y no más del 5% en el mercado español.

En el mercado nacional las ventas de café, sin contar la hostelería, son de 65 mil toneladas, lo que se traduce en un valor de 600 millones de euros, según la consultora AC Nielsen. El café molido continúa siendo el más vendido en las tiendas españolas, tanto si se mira desde el punto de vista de la cantidad como del gasto, con cuotas del 80,9% y del 54%. Sin embargo, durante los últimos ejercicios el peso del molido ha ido decreciendo en el total de café, con casi cuatro puntos porcentuales de diferencia para el caso del volumen y de siete puntos porcentuales en el caso del valor.

Entre las variedades de café molido, el mezcla (natural y torrefacto) es el de mayor venta, con cuotas del 43,6% en volumen y del 36,7% en valor, según el anuario de mercasa.es. Le sigue el café natural (solo tostado), con cuotas del 34,5% y 38,7%, respectivamente y el descafeinado tiene un peso del 21,7% en volumen.

¿Cómo se explica este éxito?

En parte por los millones de euros gastados en publicidad de forma permanente, donde se ha identificado el café en cápsulas como un café de calidad superior y exclusivo que, al menos al principio, se tenía que adquirir en tiendas especializadas, logrando crear un mercado cautivo ya que las cápsulas no son compatibles entre si, y por tanto si tienes (normalmente te la regalan) una cafetera de cápsulas, necesitabas comprar el café de la marca de la cafetera. En el ideario del consumidor, está la creencia de que está consumiendo un café de alta calidad y selecto por lo cual está dispuesto a pagar un precio que representa seis veces más que el precio de un café de calidad con presentación normal (250 gr o Kilo). Normalmente la información del precio del kilogramo de café se escamotea y lo más que puedes saber es que una cápsula te cuesta 0,35 o 0,55 euros y el comentario más extendido es que 0,35 euros por un café te lo puedes pagar..

Las cápsulas: una guerra entre multinacionales

La multinacional norteamericana Sara Lee (Marcilla) comenzó el lanzamiento de cápsulas compatibles con las cafeteras de Nespresso. En medio año, vendió 65 millones de unidades. Con esta cifra, las cápsulas de Sara Lee han logrado alcanzar una cuota del 10% en valor en el mercado de café molido, comercializado en las grandes superficies, sin contar las ventas de café en la hostelería. Por su parte, Nespresso ha seguido creciendo, pero por diversos factores lo hace a un ritmo inferior.

Según Javier Checa (Otra burbuja: las cafeteras por cápsulas), el precio de las máquinas de café monodosis ha caído un 30% en dos años y una maquina que hace unos meses se compraba a unos 150 euros, se puede conseguir por poco más de 50.

“Los principales fabricantes de electrodomésticos han sacado al mercado su cafetera con su propio sistema de extracción del café. De esta forma, aquel que tenga intención de comprar una de estas máquinas se encontrará con un amplio abanico tecnológico bajo las firmas Philips, Fagor, Krups, Bosch, Taurus, o Delonghi, entre otras, además de una gran variedad de sabores. A esta lucha se une la de las marcas vinculadas a cada sistema de tueste del producto. Por ejemplo el café Starbucks, el té Twinings o el chocolate Milka sólo se pueden encontrar en la gama Tassimo fabricada con tecnología Bosch. Por su parte, los amantes del café Marcilla tendrán que apuntarse a Philips Senseo y los del Nescafé, Nesquik o Nestea a Krups.”

https://info.nodo50.org/local/cache-vignettes/L275xH107/cafe_capsulas2-637d8-81f27.jpg

Las cápsulas y el Comercio Justo

Más recientemente han iniciado su comercialización, tanto en el mercado español como en otros países, diversas distribuidoras de comercio justo de café encapsulado, entendiendo que es un mercado en alza y pensando ganar una parte de esta burbuja que se infla, sin tener en cuenta que el Comercio Justo forma parte del consumo responsable y poco hay de responsable en una forma de presentar un producto donde se produce un encarecimiento de al menos, el 600% en el precio del producto sin que esto signifique un aumento de los ingresos para los productores y productoras.

Es criticable comercializar un producto cuyo precio final es tan elevado, no sólo por este encarecimiento, sino debido a que la mayor parte del precio que se paga por las famosas cápsulas se queda en el proceso de transformación: es decir en el tostado, encapsulado y etiquetado. Las cápsulas están formadas por aluminio (o plástico) y diferentes folios de plástico tipo membranas que encierran el café al vacío y lo protegen contra la oxidación. Un sistema caro que no está a la mano de la industria pequeña ni mucho menos de los productores/as.

https://info.nodo50.org/local/cache-vignettes/L275xH158/cafe_capsulas3-33a68-05b5c.jpg

La pregunta que nos tenemos que hacer es como se puede certificar como Comercio Justo un proceso de encarecimiento de esta magnitud y además un proceso que contamina en su fabricación y en los residuos que produce y es tremendamente gastador de energía y recursos naturales. Algunos de los distribuidores certificados por FLO, nos quieren hacer creer en su publicidad que sus cápsulas son respetuosas con el medio ambiente y sirven para fabricar compost.

El movimiento de Comercio Justo, en este caso más que nunca, debe cumplir un papel educativo y de sensibilización tanto de respeto al medio ambiente, de favorecer un consumo responsable y transparente, defendiendo el principio de que la mayor parte de los ingresos de sus productos deben ir a los productores. Si con el café de comercio Justo en presentaciones tradicionales (cuarto de kg o un kg) la cantidad que llega a los productores/as del precio de venta está alrededor del 40%. En el caso del café en cápsulas, con los precios a los que se está comercializando y de acuerdo al precio que se ha pagado el año pasado, este porcentaje ronda no más del 5%, llegando en el mejor de los casos al 13%. Siendo está una injusticia no justificable. Para ilustrar,

¿Puede ser justo el café en cápsulas?

utilizaremos los informes éticos de una cooperativa de comercio justo, Liberomondo de Italia -una de las pocas que publican los datos-, en su informe del "Caffè miscela in grani arabica/robusta" código 04.0.026, nos informa que el precio de venta al público para 500 gramos es de 7,5 euros y el precio que se paga al productor "Free on Board" es de 2,54 euros, lo que representa el 41,1%, si vemos el documento correspondiente al "Caffè in cialda" que se presenta en cápsulas de 6,7g cuyo código es el 31.0.001, el precio de venta es de 0,35 € (52 €/Kilogramo), mientras que el precio que se paga a los productores es 0,039 €, lo que representa un insignificante 13,7%, un tercio de lo que les representa en la presentación tradicional. El coste del encapsulado representa el 34,6 %, el doble que lo que ganan los productores/as.

https://info.nodo50.org/local/cache-vignettes/L275xH172/cafe_capsulas4-145cc-0772b.jpg

La semana internacional del comercio Justo de 2013, es un buen momento para abrir el debate sobre el café encapsulado que genera injusticia.

Otras opciones son posibles, no sólo la de seguir lo que nos marquen las multinacionales y sus modelos de consumo y de negocio. Podemos reforzar nuestra actividad informativa y educativa con los consumidores para que no utilicen el café en cápsulas y recuperen el valor cultural y económico de hacer el café de forma tradicional, pero también está la opción de romper el monopolio de las cápsulas con la promoción de las cápsulas reutilizables que existen en el mercado y de esa manera evitar que las millones de cafeteras monodosis que están en manos de los consumidores acaben en el armario debido a que las familias no pueden pagar las dosis, fenómeno cada vez más extendido.

Algunos comentarios sobre el café en cápsulas

"Por muy elegante y exclusivo que quede comprar cápsulas de café en tiendas Nespresso (no siendo nada elegante que últimamente, ante el éxito del invento, se tenga que hacer cola a pesar de la eficacia de su personal), si luego el café tiene efectos secundarios adversos (como el dolor de estómago y subidas de tensión) y se convierte el consumo de café en una especie de sistema aséptico y plastificado de bebida rápida acompañado de la pérdida de libertad de elección y uso obligatorio de determinadas máquinas, acaba dejando un mal sabor de boca en todos los sentidos." Pedro Schwenzer Pfau (La moda engañosa de las cápsulas de café).

"Era una cafetera que en un principio funcionaba correctamente, y he de decir que el café no está nada mal. Lo que ocurre es que poco a poco empezó a funcionar mal y al no estar ya en garantía por el tiempo que tenía, llamé al club Nespresso y éstos no quisieron saber nada sino me suscribía a su servicio de mantenimiento que eran (y creo que son) 20 euros al mes. El caso, que tengo la cafetera abandonada en un rincón, sin funcionar. Por otro lado, el café es caro. Mario P. G. (Foro Internet)