

# kiwa

Magazine América Latina

**SOLUCIÓN  
ORGÁNICA,  
COMPROMISO  
SOSTENIBLE**

**UN PRINCIPIO  
IRRENUNCIABLE**

PRODUCTOS  
ORGÁNICOS



# UNA VISIÓN COMPARTIDA DEL MUNDO

HOY QUEREMOS RESALTAR UNO DE LOS ASPECTOS DE NUESTRO PAPEL COMO CERTIFICADORES, SIN EL CUAL NO PODRÍAMOS TENER UNA VISIÓN COMPLETA DE LA VERDADERA DIMENSIÓN DE NUESTRO TRABAJO.

Todos somos conscientes de cómo los productores certificados ven sus ventas incrementadas año tras año, y de cómo los consumidores han ampliado sus criterios, más allá de la clásica relación calidad-precio, en sus decisiones de compra.

## UN ACUERDO GLOBAL

Por decirlo así, podemos hablar de la existencia de un "acuerdo global" en el que productores y consumidores de los cinco continentes muestran una visión compartida del mundo, en la que están presentes valores como la justicia, la equidad, el respeto a los derechos humanos y a los de la naturaleza, la sostenibilidad...

Pero a la vez, esta visión del mundo que nosotros compartimos, se enfrenta a aquella otra que, sin respetar límite alguno, y sin más valores que el puramente económico o financiero, coloca sus productos en los mercados a precios salvajemente competitivos llevándose por delante ecosistemas, derechos laborales, vidas humanas...

A diario encontramos en los medios de comunicación casos de empresas que generan enormes beneficios a base de explotación infantil, jornadas de trabajo inhumanas o destrucción de especies animales en peligro de extinción.

## POR UNA ÉTICA LABORAL

Y este es precisamente nuestro gran desafío y a la vez nuestra mayor motivación: convertirnos en esa fuerza, respaldada por productores y consumidores, que imponga de forma mayoritaria esa visión compartida del mundo. Un mundo en el que se respeten los derechos de todos sus habitantes – incluyendo bosques, selvas, animales – un mundo en que los niños no se vean obligados a trabajar, un mundo en el que los trabajadores y trabajadoras no sufran a diario accidentes por

carecer de las mínimas condiciones de seguridad. Un mundo en el que podamos alimentarnos sin poner en riesgo nuestra salud, en el que podamos vestirnos con ropa sin tóxicos.

## ORGULLOSOS DE CONTRIBUIR

Por eso, cada vez que alguno de nuestros clientes obtiene su certificación, no sólo estamos satisfechos porque sabemos que su negocio mejorará sustancialmente, o porque estamos respondiendo a las exigencias del consumidor. Estamos satisfechos porque cada certificación que emitimos es una pequeña batalla ganada en nuestra gran lucha colectiva por hacer de este planeta un mundo mejor. Esto es lo que hay detrás de sellos como UTZ, SPP, GRASP, CAS, GOTS, RSPO, Rainforest y tantos otros que desde sus respectivos ámbitos contribuyen a avalar a aquellas empresas que comparten estos principios.

Y esto también es lo que hay detrás de nuestro trabajo diario: mucho más que una certificación.

Hansjörg Götz  
Gerente de Operaciones para América Latina



# AGRICULTURA ORGÁNICA

## UNA PRÁCTICA EN ASCENSO

LA AGRICULTURA ORGÁNICA ES UNA ACTIVIDAD EN FRANCO CRECIMIENTO. LOS MERCADOS DEMANDAN CADA VEZ MAYORES VOLÚMENES DE PRODUCTOS Y CADA AÑO HAY MÁS PRODUCTORES INTERESADOS EN SUMARSE A ESTA FORMA DE PRODUCCIÓN.

Así lo demuestran las estadísticas presentadas por el Instituto de Investigaciones para la Agricultura Orgánica (FIBL, por sus siglas en alemán), conjuntamente con la Federación Internacional de Movimientos de Agricultura Orgánica (IFOAM, por sus iniciales en inglés). En el mismo sentido incide la publicación The World of Organic Agriculture – Statistics & Emerging Trends 2016 (El Mundo de la Agricultura Orgánica – Estadísticas y Tendencias Emergentes 2016), al sostener que en al menos 172 países del mundo se practica agricultura orgánica con algún tipo de certificación. Y que 43.7 millones de hectáreas son manejadas orgánicamente por alrededor de 2.3 millones de productores.

## UN MERCADO EN CONTINUO AUGE

Según los datos aportados, la comercialización de productos orgánicos a nivel mundial alcanzó un valor de 80 billones de dólares americanos en el 2014. Estados Unidos encabeza este mercado, seguido por Alemania,

Francia, China, Canadá, Reino Unido, Italia, Suiza, Suecia y Austria. Se estima que 87 países cuentan con una regulación para Productos Orgánicos.

## PERSPECTIVA LATINOAMERICANA

América Latina y el Caribe cuentan con 6,8 millones de hectáreas de suelos cultivados orgánicamente, lo que corresponde al 15% del total mundial.

Los 10 países latinoamericanos con mayores superficies de suelos dedicados a la agricultura orgánica son, por ese orden, Argentina, Uruguay, Brasil, México, Islas Malvinas, Perú, República Dominicana, Bolivia, Paraguay y Ecuador.

Los principales cultivos orgánicos de la región son: café, cacao, frutos tropicales y subtropicales, cereales, caña de azúcar, vegetales, semillas oleaginosas, frutos cítricos, coco, plantas medicinales y aromáticas.

Más información: [bcs.info@kiwa.de](mailto:bcs.info@kiwa.de)



# GOTS, TEXTILES DE PRODUCCIÓN ECOLÓGICA Y JUSTA

LA PRODUCCIÓN DE TEXTILES ES UN PROCESO BASTANTE LARGO. ANTES DE QUE UNA CAMISETA, UN JEAN O CUALQUIER PRENDA DE VESTIR LLEGUE AL MERCADO, DEBE PASAR POR UN PROCEDIMIENTO DE MUCHOS PASOS. SI LO QUE SE BUSCA ES PRODUCIR TEXTILES ECOLÓGICOS, LOS DESAFÍOS SON MAYORES. AQUÍ APLICA GLOBAL ORGANIC TEXTILE STANDARD, GOTS, SUS CRITERIOS.

“GOTS es un estándar que atiende la conservación ambiental y los aspectos sociales en la producción de textiles con fibras naturales”, afirma Sabine Götz, especialista en la certificación GOTS en Kiwa BCS Öko-Garantie GmbH.

Desde el 2006, Global Organic Textile Standard, se reconoce en todo el mundo, como el estándar líder para textiles ecológicos. Y es que certifica la cadena de producción completa, desde la materia prima hasta la distribución, de una amplia gama de ropa exterior e interior, colchones, ropa de cama y otros productos elaborados con al menos el 70 % de fibras naturales.

## ESTÁNDARES ECOLÓGICOS

Las fibras naturales utilizadas para los textiles de GOTS están certificadas según las normas nacionales e internacionales de producción orgánica. Está prohibido el uso de sustancias peligrosas, como disolventes, cloro, metales pesados, colorantes, organismos genéticamente modificados, etc, en todas las etapas del procesamiento.

Para minimizar el impacto de los desechos, las fábricas deben implementar programas de protección ambiental que incluyen la instalación de plantas para el tratamiento de aguas residuales.

## ESTÁNDARES SOCIALES

Todos los procesadores, productores y comerciantes cumplen con criterios sociales basados en las normas de la Organización Internacional del Trabajo (OIT). Esto incluye la prohibición de explotación infantil, el trabajo forzoso y la discriminación. Se respetan los derechos laborales de los trabajadores y se fomentan condiciones de trabajo seguras e higiénicas.

Muchas marcas de ropa, mundialmente reconocidas, ya certifican sus productos con GOTS.

Más información: [Sabine.Goetz@kiwa.de](mailto:Sabine.Goetz@kiwa.de)



Sabine Götz



# UTZ, LA SOSTENIBILIDAD POR NORMA

LA NORMA UTZ, DEL MAYA GUATEMALTECO "UTZ KAPEH", "BUEN CAFÉ", LLEVA CERCA DE DOS DÉCADAS CERTIFICANDO PEQUEÑOS Y GRANDES PRODUCTORES ENARBOLANDO LA BANDERA DE LA SOSTENIBILIDAD. ESTE PRESTIGIOSO ALCANCE SE BASA EN CUATRO PILARES QUE CONTEMPLAN PRÁCTICAS DE PRODUCCIÓN, DE EMPRESA, SOCIALES Y AMBIENTALES. DE MANERA GLOBAL CERTIFICA ALREDEDOR DE 1500 EMPRESAS A LO LARGO DE LA CADENA PRODUCTIVA. ANA PAMELA DELGADILLO ES OFICIAL DE COMUNICACIÓN CORPORATIVA, RESPONSABLE DE REDES SOCIALES, COMUNICACIÓN DE IMPACTO Y COMUNICACIÓN CON LAS REGIONES DE UTZ.

## ¿Qué es UTZ?

UTZ es un programa de sostenibilidad para cacao, café, té y avellanas.

Busca capacitar a los agricultores para que mejoren su productividad, enfocando la atención en aspectos sociales y medioambientales, que son las características más importantes de nuestro programa.

## ¿Cómo surgió?

En 1997 nació en Guatemala UTZ KAPEH, que en maya guatemalteco significa "buen café". Fue el resultado de la búsqueda conjunta, de un empresario empeñado en comprar café cultivado de modo sostenible y de un productor de café para quien lo más importante era el bienestar de sus trabajadores con sus familias y del medio ambiente.

En un principio se certificaba sólo café, pero con el tiempo se expandió a otros productos como el cacao y el té. Entonces pasó a llamarse UTZ Certified.

Desde el año pasado somos únicamente UTZ, porque estamos expandiendo nuestra estrategia para trabajar conjuntamente con gobiernos, ONGs y la industria en proyectos que hagan frente a problemas como cambio climático y desigualdad de género, que no pueden ser solucionados por medio de certificación solamente.

## ¿Cuáles son los parámetros de la agricultura sostenible que UTZ propone?

Nuestro estándar se basa en cuatro pilares. El primero hace referencia a la productividad, se relaciona con prácticas efectivas para el manejo de la tierra y sus recursos.



Ana Pamela Delgadillo



"BUSCA CAPACITAR A LOS AGRICULTORES PARA QUE MEJOREN SU PRODUCTIVIDAD, ENFOCANDO LA ATENCIÓN EN ASPECTOS SOCIALES Y MEDIOAMBIENTALES, QUE SON LAS CARACTERÍSTICAS MÁS IMPORTANTES DE NUESTRO PROGRAMA."

**¿En qué países opera UTZ?**

Estamos alrededor del mundo, en todos los continentes. Actualmente tenemos 36 países productores y 136 países donde se venden los productos certificados. En Latinoamérica, tenemos productores en Brasil, Colombia, Ecuador, Perú, Argentina, México, Guatemala, Honduras, Nicaragua, Costa Rica, Panamá y República Dominicana.

Nuestros mercados más grandes en la actualidad son: Alemania, Estados Unidos, los países nórdicos, China y en Latinoamérica, Brasil. Hasta hace unos años, Brasil era únicamente un país productor. Eso está cambiando y ahora es un país con un mercado creciente.

**¿Nos podría explicar cuáles son las grandes cifras de UTZ?**

De acuerdo con nuestro Reporte Anual del 2015, sólo en Latinoamérica certificamos 338.367 hectáreas de café, 106.070 de cacao y 1256 de té.

Más de 1 millón de productores y trabajadores alrededor del mundo se benefician con nuestro programa.

**¿Cuál es el procedimiento para acceder a la certificación UTZ?**

El primer paso es registrarse en [www.goodinsideportal.org](http://www.goodinsideportal.org) esto indica la intención de ser un miembro certificado del programa UTZ.

Luego debe ingresar en un proceso de capacitación conforme los 4 pilares que ya hemos indicado.

Terminado el proceso de capacitación, cada miembro decide si está listo para ir a la auditoría, que se realiza a través de empresas independientes que evalúan todos los requisitos determinados por UTZ.

En caso de haber no conformidades en la auditoría, el productor tiene la posibilidad de pedir una segunda auditoría para demostrar que ha corregido o está en

proceso de corregir el error que dio lugar a esa no conformidad.

**¿Qué nivel de interés tienen las empresas en adquirir la certificación UTZ?**

Hay mucha motivación de los productores que quieren aprender a producir de un modo más sostenible, pero también hay mucha presión del mercado. Las empresas, por diferentes razones, están exigiendo a los productores que pasen por certificación. Necesitan garantizar que la producción ha sido sostenible y necesitan poder rastrear el producto de principio a fin. Esto hace que la certificación siga creciendo. Sólo en el 2015 se incorporaron a nuestro programa 596 nuevas empresas.

El segundo pilar es el manejo de la empresa. Creemos que los agricultores tienen que ser empresarios. Deben sentirse independientes y seguros para gestionar su empresa y hacer sus negociaciones de la mejor manera posible. Les entregamos herramientas para que se manejen eficientemente en esta área.

El pilar social atiende a las condiciones laborales y de vida de productores y trabajadores. Requiere que los salarios correspondan al menos con el salario mínimo local, el uso permanente de equipos de protección, la posibilidad de negociar y tener contratos dentro de lo legal. Por ejemplo, si se concede una prima, que ésta sea retribuida de modo equitativo.

A veces, los trabajadores son empleados únicamente por unas semanas o meses, mientras dura alguna fase del cultivo. Ellos van de una finca a otra. Entonces es importante que cuenten con un contrato donde queden claras sus obligaciones y derechos, entre ellos, a que

las viviendas estén en buenas condiciones sanitarias y ofrezcan las mínimas condiciones de vida.

El pilar ambiental se enfoca en el tratamiento del suelo, la emisión de gases, el uso de pesticidas, el modo en el que se trabaja la tierra y la plantas. Hay prácticas que están prohibidas porque dañan el medio ambiente.

A diferencia de la certificación orgánica, los miembros certificados con UTZ implementan Manejo Integrado de Plagas (MIP), lo cual implica prevenir las plagas y utilizar diferentes mecanismos de control. El uso de plaguicidas es por lo tanto el último recurso.

Todo este conjunto de prácticas aplicadas de modo responsable, nos permite atender otros aspectos donde la certificación no siempre llega, como son el cambio climático y el trabajo infantil.



# FEDERACIÓN NACIONAL DE CAFETEROS DE COLOMBIA CASI UN SIGLO DE LOGROS Y RETOS

CUANDO TAN SÓLO RESTAN ONCE AÑOS PARA CUMPLIR SU PRIMER SIGLO DE EXISTENCIA, LA FEDERACIÓN NACIONAL DE CAFETEROS DE COLOMBIA SIGUE MUY COMPROMETIDA CON LA SOSTENIBILIDAD. LA META PARA CELEBRAR ESTA EFEMÉRIDE ES LOGRAR QUE EL 100% DE SUS FINCAS SEAN SOSTENIBLES. EL COMPROMISO CON ESTE RETO ES TOTAL.

Esta organización se creó en 1927 con la finalidad de representar a los cafeteros colombianos y velar por su bienestar. Para esto se han desarrollado diferentes proyectos institucionales dedicados a la investigación, el acompañamiento permanente y el apoyo a los caficultores en momentos de crisis.

## PRESENCIA EN EL MERCADO

Mantiene 400 puntos de compra en distintas regiones del país, donde se establecen condiciones comerciales transparentes. La Federación exporta el 25% de la cosecha nacional, lo que la convierte en el primer organismo colombiano exportador de café.

Participa además en otros negocios exitosos, uno de ellos es Juan Valdez, la cadena internacional de tiendas que comercializa café en varios países del mundo, especialmente en Latinoamérica.

## LA SOSTENIBILIDAD COMO REQUISITO

La federación está comprometida con el cuidado ambiental. El 40% de sus asociados ya forma parte de algún programa de verificación y certificación. Se está

trabajando para que el 60% restante lo haga en los próximos 11 años.

Desde esta institución son conscientes de los numerosos beneficios que comportan los programas de sostenibilidad. "UTZ brinda mayores conocimientos administrativos y herramientas para manejar mejor el negocio. 4C da la oportunidad de vincular a los caficultores en el programa de mejoramiento continuo y que se encaminen hacia otros programas. Los programas orgánicos permiten producir un café que es altamente valorado por la comunidad internacional", asegura Cristian Soto, miembro de la dirección de planeación de la federación.

Alrededor del 30% del café colombiano tiene algún sello de sostenibilidad. La producción sustentable ha dejado de ser una tendencia y se está volviendo un requisito.

Más información: [bcs.colombia@kiwa.de](mailto:bcs.colombia@kiwa.de)



# SPP PEQUEÑOS PRODUCTORES POR UN MUNDO MEJOR

EL SÍMBOLO DE PEQUEÑOS PRODUCTORES (SPP), MÁS QUE UN SELLO ES UNA ALIANZA ENTRE PRODUCTORES Y CONSUMIDORES COMPROMETIDOS CON LOS VALORES DEL COMERCIO JUSTO. ESTA FILOSOFÍA SOSTENIBLE SE HA CONSOLIDADO CON FUERZA DESDE SU APARICIÓN HACE 10 AÑOS.

El comercio justo que promueve el SPP, busca que las organizaciones de pequeños productores tengan mejor acceso a los mercados, con precios y condiciones comerciales dignas, que correspondan al trabajo real que ellos desempeñan.

## UN SELLO FUNDAMENTADO EN VALORES

El SPP fue creado en el año 2006, con el propósito de identificar y promover los productos de las organizaciones de pequeños productores en el mercado global. "Su normativa se basa en valores como la democracia participativa, autogestión, solidaridad, transparencia, equidad, vida digna, respeto a las culturas locales, al medio ambiente y a la salud humana", explica Jerónimo Pruijn, director ejecutivo de la Fundación de Pequeños Productores Organizados FUNDEPPO.

## DIVERSIDAD Y AMPLITUD

Con el Símbolo de Pequeños Productores se pueden certificar o registrar organizaciones legalmente constituidas, comercializadores, intermediarios, maquiladoras y compradores. Entre los principales productos certificados se encuentra un largo etcétera constituido por artesanía, azúcar, banano, cacao, café, hierbas aromáticas, jugos, maní, miel y

quínoa. Todos esos productos proceden de América Latina y el Caribe, África y Asia. Muchos de ellos se comercializan en la Comunidad Europea, Canadá y Estados Unidos.

Bajo este símbolo trabajan 93.400 pequeños productores de 83 organizaciones en 18 países de 3 continentes. La importancia del volumen de las operaciones económicas englobadas bajo su sello crece de tal manera que en el 2015 fue de 9.136 649 dólares estadounidenses.

## BENEFICIOS

El SPP ofrece al consumidor la seguridad de acceder a productos libres de plaguicidas, transgénicos u organismos genéticamente modificados y ofrece alternativas sustentables en un mercado dominado por las grandes marcas. Al consumir estos productos se respaldan las acciones que los pequeños productores hacen a favor del medio ambiente y de la mujer campesina, se contribuye a frenar el cambio climático y se da apoyo a que miles de familias mejoren sus condiciones de vida.

Más información: [bcs.ecuador@kiwa.de](mailto:bcs.ecuador@kiwa.de)



Jerónimo Pruijn

# SOSTENIBILIDAD, UN PRINCIPIO IRRENUNCIABLE



## GRASP, ANEXO PARA BUENAS PRÁCTICAS SOCIALES

SEGÚN DEFINE LA REAL ACADEMIA DE LA LENGUA CASTELLANA, LA INSTITUCIÓN QUE VELA POR ESE BIEN COMÚN QUE A TODOS NOS UNE, SE DEFINE EL TÉRMINO “SOSTENIBILIDAD” COMO CUALIDAD DE SOSTENIBLE, POR ALGO QUE SE PUEDE MANTENER DURANTE LARGO TIEMPO SIN AGOTAR LOS RECURSOS O CAUSAR GRAVE DAÑO AL MEDIO AMBIENTE.

Es decir, se centra en las características del desarrollo que asegura las necesidades del presente sin comprometer las necesidades de futuras generaciones. Y a eso precisamente va enfocada más claramente la certificación, a jugar su papel de actor garante de la consecución de un hecho productivo, cualquiera que sea su finalidad, respetuoso con el mañana común.

### EL COMPROMISO KIWA

En Kiwa BCS Öko-Garantie no permanecemos ajenos a este fenómeno. Cabe recordar que el más íntimo ideario del que nuestra institución se ha dotado consagra un compromiso ineludible hacia la gente, desde empleados a clientes y pasando por los ciudadanos, hacia la prosperidad global y hacia nuestro planeta tierra y su correcta preservación. Lo hallamos en las auditorías que miden alcances relacionados con la agricultura orgánica, aquella que busca la diversidad de los sistemas. Que se mantengan “sostenibles” en suma. Forma parte del compromiso Kiwa por

una Responsabilidad Social Corporativa. Es aquel que propugna, de manera interna en nuestra propia casa, y en asistencia de otras empresas y entidades públicas y privadas el trazo de su huella de carbono, trazo que mide su grado de contaminación, su negativa contribución al calentamiento global y otros males de idéntica índole.

### AUNAR RENDIMIENTO Y VOCACIÓN DE FUTURO

Puedo defender con pleno convencimiento y, sobre todo, orgullo que un alto porcentaje de los estándares certificados por Kiwa BCS Öko Garantie contribuyen a esa sostenibilidad tan necesaria, irrenunciable. Lo digo desde el convencimiento de quien tiene la fortuna de aunar la persecución de un rendimiento económico necesario con una praxis más enfocada en el mañana que en el ayer o en el hoy.

Juan Cardona  
Director General para América Latina y España

GRASP, SON LAS SIGLAS EN INGLÉS DE EVALUACIÓN DE BUENAS PRÁCTICAS SOCIALES DE GLOBALG.A.P. SE TRATA DE UN MÓDULO VOLUNTARIO, ANEXO A LOS CRITERIOS DE GLOBALG.A.P. BUSCA QUE LAS CONDICIONES SOCIALES DE LOS TRABAJADORES DEL CAMPO SEAN LAS ADECUADAS.

Las auditorías sociales son extensas, porque para evaluar las buenas prácticas sociales, se requiere de tiempo y contacto con los trabajadores. GRASP evalúa primordialmente si la empresa cumple con las principales normativas legales en materia de responsabilidad social.

### DERECHOS DE LOS TRABAJADORES Y LA NIÑEZ

El módulo contempla 13 puntos o requisitos, que evalúan la existencia de un representante de los empleados que vele por sus intereses. Se trata de que la empresa informe a sus trabajadores acerca de sus derechos y la legislación que los ampara. De que existan contratos y registros de pagos transparentes y acordes con el contrato y la legislación de cada país.

Otro bloque se ocupa de los derechos de la niñez. Se exige que la empresa no emplee a menores de edad o que cumpla con lo que la ley de cada país dispone al respecto. Si la legislación del país no establece una edad mínima para el trabajo, GRASP señala que no se puede emplear a menores de 15 años.

Las tareas que realizan los niños deben ser acordes a su edad y no deben limitar el derecho a la educación, ya que ésta es obligatoria tanto para los hijos de los dueños de la explotación como para los hijos de los trabajadores.

### NIVEL DE ACOGIDA DE GRASP

Este módulo fue ideado hace 8 años por los primeros supermercados suizos y alemanes que se pusieron en contacto con GLOBALG.A.P.

Posteriormente se ha ido ampliando a otros proveedores y a otros compradores. Ahora, alrededor del 10% de los usuarios de GLOBALG.A.P. quieren también GRASP. No depende del país, sino más bien, de las exigencias de cada supermercado. En España se evalúa mucho con GRASP, porque se vende con regularidad productos a Suiza y Alemania.

Más información: [javier.garcia@kiwa.es](mailto:javier.garcia@kiwa.es)



Juan Cardona



# DE 4C A CAS, SERVICIOS DE ASEGURAMIENTO PARA EL CAFÉ



CAMBIÓ EL NOMBRE, PERO CONTINÚA EL TRABAJO DE APOYAR A LOS 25 MILLONES DE PRODUCTORES DE CAFÉ QUE SE ESTIMA HAY EN EL MUNDO. EL OBJETIVO DE LOS SERVICIOS DE ASEGURAMIENTO PARA EL CAFÉ ("CAS", POR SUS SIGLAS EN INGLÉS) ES QUE SU PRODUCCIÓN ESTÉ BASADA EN UNAS BUENAS PRÁCTICAS MÍNIMAS QUE LUEGO LES PUEDEN FACILITAR LA ENTRADA A PROGRAMAS MÁS EXIGENTES.

En origen, el Código Común para las Comunidades Cafeteras, (4C), nació en el 2004. Lo hizo como una iniciativa de distintas organizaciones y personas interesadas en el café y del gobierno alemán, para hacer frente a la fuerte crisis que, por entonces, afectaba al sector.

Se definió un nivel mínimo de condiciones ambientales, sociales y económicas con el propósito de que nadie produjera café por debajo de ese nivel y como estrategia para prevenir futuras crisis.

## PRÁCTICAS INACEPTABLES Y CONDICIONES AMBIENTALES

Este código introduce un conjunto de prácticas inaceptables. Entre ellas se encuentran las peores formas de trabajo infantil, la destrucción de bosque primario o parques naturales para sembrar café, así como el uso de los peores químicos, según las convenciones internacionales para la protección del medio ambiente. También entra en esta categoría

de acciones inadecuadas el uso de organismos genéticamente modificados.

Respecto a las condiciones ambientales que exige, atienden al manejo adecuado del agua para evitar su contaminación con residuos orgánicos, el reciclaje de dichos residuos y el uso de fertilizantes basado en el conocimiento de las necesidades del cultivo. En síntesis, engloba las buenas prácticas ambientales y agrícolas.

## CONDICIONES SOCIALES

En la categoría de condiciones sociales, se rechaza la no provisión de vivienda adecuada y agua potable a los trabajadores que viven en la finca. También se reprueba el trabajo forzado, desde la esclavitud a cualquier forma de coacción y explotación de personas que han sido sujetos de tráfico. El desplazamiento forzado de personas de una región para quitarles sus tierras y dedicarlas al cultivo de café también forma parte de esta lista de prácticas reprobables.

Conforme a los tratados internacionales, los niños pueden trabajar a partir de los 15 años, siempre que el trabajo no perjudique sus estudios y su salud.

Así mismo, se exige la capacitación y el entrenamiento a los trabajadores y el respeto a los derechos fundamentales prescrito por la Organización Internacional del Trabajo (OIT). También se introduce el derecho al salario mínimo de acuerdo al país, a la salud ocupacional y a la protección y minimización de riesgos. Para los trabajadores temporales, de media jornada o a destajo, se consagra el derecho a tener un salario equivalente a quienes tienen un trabajo fijo.

La idea es mejorar las condiciones de los productores de café, pero los beneficios se extienden a todas las personas que están vinculadas a la cadena productiva.

## ACABAR CON LAS PEORES PRÁCTICAS

El Código de Conducta 4C es un código base, no aspira a obtener protecciones sociales tan altas como Rainforest, UTZ o Comercio Justo. Es un sello que busca eliminar las peores prácticas y vincular a las cadenas de mercado sostenible a productores que hoy en día están excluidos de las mismas.

Hoy por hoy, los volúmenes de café 4C son los

volúmenes de café verificado más altos que hay en el mercado. "Llegamos a casi medio millón de productores de café en 24 países de Asia, África y América Latina. Alcanzamos más de 1.600.000 hectáreas verificadas y una producción de 2 millones 624 mil toneladas métricas, en el 2014", señala Juan Carlos Isaza, gerente del código 4C.

El objetivo no es certificar por certificar, sino que estas buenas prácticas, que son mínimas, se implementen en todo el mundo. "Queremos que los gobiernos nacionales se apropien de ellas y las adopten como un código, una ley o un programa", explica Isaza. Para eso se ha creado la "Plataforma Global para el Café" ([www.globalcoffeplatform.org](http://www.globalcoffeplatform.org)) para impulsar nuevas estrategias.

Aunque esta plataforma cambió de nombre desde el pasado 1 de abril, el espíritu de la Asociación 4C sigue vivo. Ahora, la verificación y las licencias están a cargo de la CAS. Todos los productores que estén interesados en el Código de Conducta 4C, deben dirigirse a [www.cas-veri.com](http://www.cas-veri.com) para obtener su licencia.

Más información: [bcs.peru@kiwa.de](mailto:bcs.peru@kiwa.de)



Juan Carlos Isaza



# HACIENDA "LOS ALPES", EXITOSA APUESTA HACIA LO ORGÁNICO

LA HACIENDA "LOS ALPES" ES UNA FINCA PRÓXIMA A LA CAPITAL COLOMBIANA, BOGOTÁ. DESDE SIEMPRE HA ESTADO VINCULADA A LA PRODUCCIÓN GANADERA PERO EN 2010 INICIÓ UN PROCESO DE TRANSFORMACIÓN QUE SE ANTOJA CLAVE EN SU FUTURO: LA TRANSICIÓN HACIA LO ORGÁNICO.

Como consecuencia de ese proceso, en la actualidad ha disminuido su población vacuna y está iniciando una explotación de cabras. Cuenta con 90 ejemplares caprinos que son tratados mediante procedimientos naturales y de acuerdo con los ritmos climáticos, para garantizar la alimentación y el éxito en la reproducción.

Lo primero fue desintoxicar la finca. Se eliminó drásticamente el uso de herbicidas e insecticidas, mientras que los fertilizantes se fueron bajando poco a poco. Se elaboraron caldos y compost para dar paso al nuevo sistema de producción. "Esta etapa tiene que ser de a poco, así sale mejor la transformación hacia lo orgánico", describe Jorge Afanador Garzón, Presidente de la Junta Directiva de BioGanaderos Colombia y gerente-socio de Hacienda "Los Alpes".

## UN PROCESO VIABLE

Pese a algunos temores iniciales, el proceso de transformación se ha saldado con un rotundo éxito. Cuando se presentaron a la primera evaluación tenían muchas dudas pero de 170 ítems en la lista de chequeo, sólo tuvieron 17 no conformidades menores. "Quiero contarles esto a los ganaderos, insiste Afanador, porque existe ese tabú de que certificarse

en lo orgánico es difícilísimo. Hemos comprobado que eso no es así".

En la hacienda han constatado que al trabajar en lo orgánico, los costos de producción se reducen sustancialmente. Si bien baja un poco la productividad, se compensa con la calidad y el valor agregado que tiene el producto. Por eso, el Presidente de la Junta de BioGanaderos Colombia está empeñado en que cunda el ejemplo en su sector. "Queremos que la experiencia de Hacienda Los Alpes motive para que más ganaderos entren en el programa de la certificación orgánica".

## EL ORGANISMO ACREDITADOR

Durante el presente ejercicio, Kiwa BCS en Colombia ha ampliado su alcance de certificación para productos pecuarios no transformados, de acuerdo con el reglamento de productos agropecuarios ecológicos de este país. En el panorama internacional Kiwa BCS audita las normativas orgánicas de la Unión Europea y de los Estados Unidos que también contemplan la producción pecuaria.

Más información: [bcs.colombia@kiwa.de](mailto:bcs.colombia@kiwa.de)



Jorge Afanador Garzón

# AGENDA Y NOVEDADES

## BIO BRAZIL FAIR | BIOFACH AMERICA LATINA

Del 8 al 11 de Junio de 2016, se desarrollará en São Paulo (Brasil) la 12ª Feria Internacional de Productos Orgánicos y Agroecológicos, evento que en el 2015 registró 122 expositores y 18.000 visitantes nacionales y extranjeros. Además de la feria comercial, tendrán lugar eventos paralelos como ruedas de negocios, el Foro de Agricultura Orgánica, así como el VII Festival de Gastronomía Orgánica y el II Encuentro de Productores Orgánicos.

Kiwa BCS Öko-Garantie estará presente con su personal técnico en el **Stand 10, Calle 3.**

Más información: [www.biobrazilfair.com.br](http://www.biobrazilfair.com.br)



## EXPOORGANICOS 2016

En la ciudad de México (México) del 22 al 26 de Junio, los productores orgánicos de diferentes zonas del país tendrán la oportunidad de exhibir sus productos a compradores nacionales e internacionales. Impulso Orgánico Mexicano ha organizado mesas de negocios con compradores de Europa, Canadá y Estados Unidos para dar a conocer los productos, sus características, volúmenes de producción y sus posibilidades en los diferentes mercados.

Kiwa BCS Öko-Garantie estará presente en el **Stand I-03.**

Más información: [www.exporganicos.com](http://www.exporganicos.com)



## TOUR GLOBALG.A.P.

Los días 22 y 23 de junio llega a Guayaquil (Ecuador) el Tour GLOBALG.A.P. Aquí podrá conocer las últimas novedades y herramientas relacionadas con las Buenas Prácticas Agrícolas y Acuícolas. Se efectuarán conferencias y talleres sobre el futuro de la certificación, los cambios que introduce la Versión 5 de esta norma, la seguridad alimentaria y la sostenibilidad. Con este foro se busca crear conciencia en los productores y motivarlos a adoptar prácticas agrícolas seguras y sostenibles. Kiwa BCS Öko-Garantie, co-organizador del evento, le invita a participar de este Tour.

Más información: [www.globalgap.org/uk\\_en/media-events/tour/TOUR-2016-Ecuador/](http://www.globalgap.org/uk_en/media-events/tour/TOUR-2016-Ecuador/)



## EXPOALIMENTARIA 2016

En Lima (Perú) del 28 al 30 de septiembre se desarrollará este evento en continua expansión y con el objetivo de superar las importantes cifras alcanzadas durante la edición anterior. Cabe recordar que en 2015 esta feria congregó a 43.600 profesionales visitantes y 650 empresas latinoamericanas de alimentos, bebidas, equipos, envases, gastronomía, insumos, maquinaria, restauración y servicios.

Es la principal plataforma internacional de negocios del sector alimentario y el punto de encuentro de importantes empresas exportadoras y compradores de los cinco continentes.

Kiwa BCS Öko-Garantie les recibirá con agrado en el **Stand I-09.**

Más información: [www.expoalimentariaperu.com](http://www.expoalimentariaperu.com)



## Premio GLOBALG.A.P. a las Buenas Prácticas Agrícolas

Los G.A.P. Awards premian a los productores que han logrado resultados excepcionales a través de su compromiso con los principios GLOBALG.A.P. Se reconoce las candidaturas que han desarrollado soluciones innovadoras para mejorar la inocuidad alimentaria en sus granjas, el nivel de incorporación de las Buenas Prácticas Agrícolas en los procesos y en la gestión de las fincas, el impacto de estos cambios en la salud y seguridad de los trabajadores, así como en los valores de la empresa y en el ambiente.

Más información y candidaturas en línea a través de: [www.globalgap.org/gapawards2016](http://www.globalgap.org/gapawards2016)



# KIWA-BCS: LA UNIÓN DE DOS LÍDERES

LA FUSIÓN ENTRE KIWA Y BCS HA DADO COMO RESULTADO UNA EMPRESA LÍDER PARA LA INSPECCIÓN Y CERTIFICACIÓN EN EL SECTOR DE LA ALIMENTACIÓN, CON CAPACIDAD DE DAR UNA MUY AMPLIA GAMA DE SERVICIOS, TANTO ORGÁNICOS COMO DE CORTE CONVENCIONAL, ASÍ COMO OTROS PRODUCTOS DE INSPECCIÓN AMPLIAMENTE RECONOCIDOS Y DEMANDADOS. LO QUE EN LA PRÁCTICA SUPONE UN CENTRO ÚNICO DE SUMINISTRO DE CERTIFICACIÓN ALIMENTARIA. LA PRESENCIA EN LA REGIÓN SE CONCRETA A TRAVÉS DE UNA EXTENSA RED DE OFICINAS:

## **Ecuador Of. Regional para América del Sur**

C: Rosalba Ricardo  
T: + 593 3 2910 333  
bcs.ecuador@kiwa.de

## **Brasil**

C: Marcelo Farias  
T: + 55 48 3307 6384  
bcs.brazil@kiwa.de

## **Colombia**

C: Luis Alejandro Franco  
T: + 57 18815963  
bcs.colombia@kiwa.de

## **México**

C: Martha Saucedo Robles  
T: + 52 452 1484 148  
bcs.mexico@kiwa.de

## **Perú**

C: José Manuel Correa  
T: + 51 1 221 56 33  
bcs.peru@kiwa.de

## **Alemania**

C: Hansjörg Götz  
T: + 49 (0) 911 42439-0  
bcs.info@kiwa.de

## **Costa Rica Of. Regional México, Centroamérica y Caribe**

C: Jorge Benavides  
T: + 506 2241 2794  
bcs.costarica@kiwa.de

## **Chile**

C: Luis Meléndez Cardoso  
T: + 56 42 2423 006  
bcs.chile@kiwa.de

## **Cuba**

C: Alberto Bahamonde  
T: + 537 879 2024  
bcs.cuba@kiwa.de

## **Paraguay**

C: Romina Martínez  
T: + 595 (0) 21332398  
bcs.paraguay@kiwa.de

## **Rep. Dominicana**

C: Gerardo Navarro Flores  
T: + 1 809 724-2770  
bcs.dominicanrepublic@kiwa.de

## **España**

C: Juan Cardona  
T: + 34 (0) 963 120 710  
info@kiwa.es



## **Kiwa Magazine América Latina se basa en Kiwa Magazine de Kiwa N.V.**

Kiwa N.V. es una organización internacional presente en más de 50 países. Posee oficinas en la mayoría de países europeos y latinoamericanos. También está presente en el continente asiático y en el africano. Da trabajo a más de 4.000 personas. Kiwa es líder en servicios de inspección para sectores relacionados con el agua y el gas, así como para la construcción, energías renovables, salud, transportes, tecnología, etc. Mantiene una posición privilegiada en el sector de la alimentación.

 [www.linkedin.com/company/kiwa](https://www.linkedin.com/company/kiwa)

## **Editor**

Kiwa BCS Ecuador

Km. 3 1/2 vía a Chambo - Riobamba

T/F: +593 3 2 910 333

T: +593 3 2 910 253

bcs.ecuador@kiwa.de

[www.kiwabcs.com](http://www.kiwabcs.com)

## **Coordinación periodística**

Patricio Ajitimbay y José Vicente Morant

## **Redacción**

Martha Bravo

## **Diseño y maquetación**

José Ramón Tarazona

## **Fotografías**

Kiwa-BCS, CAS, FNCC, GOTS, Hacienda Los Alpes, SPP y UTZ.

## **Impresión**

Editext Industria Gráfica

La copia de artículos o parte de los mismos, no está permitida sin consentimiento previo y por escrito de Kiwa España.