

Foro Nestlé «Farming Forward» (8 de noviembre de 2013)

Apertura

El señor Dean Sanders, gerente general de *GoodBrands*, dio la cordial bienvenida al Foro "Farming Forward" ("futuro agrícola"), organizado conjuntamente por Nestlé y el Centro Latinoamericano-Suizo de la Universidad de San Gallen y expresó su agradecimiento a la Profesora Yvette Sánchez por el intensa apoyo en la elaboración del programa. Además, destacó la importancia de fomentar un diálogo fructífero y constructivo entre la academia y el mundo empresarial. El doctor Peter Schorer, vicepresidente del Consejo Administrativo de la Universidad de San Gallen, señaló que el tema de sostenibilidad es uno de los pilares sobre los que reposa la enseñanza y la investigación de la HSG.

El Señor Eugenio Simioni, Director Ejecutivo de Nestlé Suiza, enfatizó el interés que tiene la compañía en el intercambio y el fomento de nuevas ideas sobre la promoción de la agricultura sostenible. Como imperativo para mejorar el Nescafé Plan Colombia. La creación de valor compartido en los sectores del café, cacao, de la leche entre otros, es un principio esencial para Nestlé a nivel global. El comercio puede contribuir al bienestar de las sociedades promocionando el crecimiento inclusivo, generando empleo juvenil e impulsando la protección del medio ambiente. Nestlé está presente en 85 países y mantiene los valores de una compañía suiza: comprometida, con orientación a largo plazo, descentralizada y enfocada en las personas. Su estrategia consiste en pensar a escala global y actuar a nivel local. Incrementar los ingresos de los agricultores y hacer de la sostenibilidad una práctica predominante son dos intereses centrales de la compañía.

La profesora Yvette Sánchez expresó el gran interés del Centro Latinoamericano Suizo de la Universidad de San Gallen, coanfitrión del evento, en crear un foro de intercambio a través de la investigación del Centro que aborda los ámbitos de agricultura sostenible compartiendo áreas geográficas como Colombia. El proyecto colombiano-suizo, „Agua y Luz“, entre la Universidad de Los Andes y el CLS HSG es una muestra de ello.

El **Dr. Hans Jöhr**, jefe del Departamento de Agricultura de Nestlé afirmó que el programa "Abastecimiento Responsable" era una pauta central hacia la que se orienta Nescafé. La compañía trabaja con más de 690.000 agricultores en todo el mundo y entrena a una gran cantidad de ellos con el fin de producir en un entorno sano. Es necesario cambiar las condiciones de las regiones de café para poder garantizar la producción a largo plazo. La promoción y el entrenamiento de las futuras generaciones de agricultores es una contribución valiosa para las economías rurales. En el proceso de empoderamiento económico, la educación resulta ser un elemento clave. El Nescafé Plan es un programa concebido sobre tres pilares: la agricultura, la producción y suministro y el consumo responsables. En la etapa actual se enfoca a los agricultores y la indispensable formación de las próximas generaciones de empresario-agricultores. En ese sentido, la Escuela Nescafé puede dar importantes impulsos.

Primer Panel

La discusión se centró en el papel y la interacción de los diferentes actores, públicos y privados, implicados en el proceso de desarrollo sostenible. Se recalcó la necesidad de un diálogo permanente con los gobiernos. Se debería facultar a los agricultores con poder de decisión, co-propiedad en los proyectos y nuevas responsabilidades, lo cual resultaría en una motivación intrínseca. Aquí cabe resaltar el hecho de

que la política de precios en el mercado mundial es el factor decisivo para los productores de café. El cultivo necesita un cierto atractivo si se quiere que sea transmitido a generaciones futuras. En Colombia valorización del café, la relación afectiva y el valor simbólico tienen incidencias directas en la estabilidad social, especialmente en las áreas rurales del país. A pesar de los préstamos recibidos, algunos pequeños productores no son capaces de pagar sus deudas. Por eso es necesario profesionalizar los agricultores para convertirlos en empresarios. Las cooperativas les permiten a los *agropreneurs* sea dueños de sus proyectos decidir sobre las inversiones. Sirven de plataforma para promover el intercambio de conocimientos y la educación. Además haría falta educar a los consumidores pues si éstos actúan de forma consciente, repercutirán en las prácticas predominantes. Los sellos de certificación para empresas y la promoción del *slow food* pueden servir de estímulos para el cambio. El Estado es responsable de la educación y con ella de un entrenamiento vocacional. En Colombia, los resultados del programa "Escuela y Café" han sido favorables: su impacto puede medirse en el número de jóvenes herederos que se hacen cargo de las fincas de sus padres.

El **Prof. Roberto Gutiérrez** presentó sus experiencias académicas y prácticas relativas a los negocios inclusivos. Un análisis efectuado por el Social Enterprise Knowledge Network (SEKN) examinó si la inclusión de productores de bajos ingresos en una cadena de valor les aportaba a éstos una mejora sostenible de las condiciones de vida. Los hallazgos sobre la competición los productores con bajos ingresos mostraron que la capacidad de organizarse y establecer alianzas resultan determinantes. Otros factores clave son el entrenamiento técnico, asistencia en la organización y las competencias sociales. En los casos analizados, sólo inclusiones de productores que se han quedado una parte suficientemente grande del valor creado, les permitirán un incremento sustancioso de sus condiciones de vida a largo plazo.

El **Prof. Martín Hilb** adaptó la buena gobernanza en el sector agrícola de buenas prácticas en las ONG: tener una junta directiva innovadora, visionaria y eficaz. Asimismo, se deben integrar a los diferentes *stakeholders*, productores, consumidores, empresarios y sociedad. Una junta directiva eficaz enfoca múltiples: tanto los valores de los accionistas como los de los productores, éxito a corto plazo y sostenibilidad a largo plazo, aprendizaje global y adaptación a particularidades locales, transparencia en la información y confidencialidad, dirección y control.

Segundo Panel

Los panelistas discutieron sobre estándares de buenas prácticas y su implementación uniforme en el trabajo agrícola.

La Sra. Pensel presentó su organización, 4C. En el sector cafetero de ben contribuir todos los actores deben contribuir en la mejora de las condiciones de producción y de procesamiento, tanto a nivel económico, como social y medioambiental con sus modelos de subsistencia en la cadena de valor. Hace cuatro años fue lanzado un proyecto de 4C y RISE, que están estableciendo una base de datos de referencia que se dará a conocer al mayor número de productores posible. Una de las metas es que las herramientas globales de 4C y RISE se puedan aplicar a las realidades locales en todos los países y en organizaciones de todo tamaño. Los campesinos no siempre comparten el concepto de sostenibilidad. Además, aplicar 4C en un contexto específico hay que tener en cuenta múltiples particularidades locales. A la hora de implementar proyectos sería preferible hablar más de compromiso que de obligación por parte de los actores. Nestlé crea una base de confianza y lealtad con los productores antes de elaborar contratos a largo plazo.

Chris Wille, jefe del departamento de Agricultura Sostenible en *Rainforest Alliance* insistió en la necesidad de obrar con espíritu pionero y de fomentar la colaboración entre profesionales, investigadores y empresas. Para que la sostenibilidad sea viable, se precisa un plan gerencial sólido, la conservación de

tierra fértil, agua y ecosistemas, buenas condiciones de trabajo, un plan de gestión de cultivos y de residuos así como seguridad y salud laboral. La sostenibilidad tiene que beneficiar tanto a las empresas como a los campesinos y a la sociedad en general. El ponente enumeró una serie de características indispensables para la supervivencia de una empresa agrícola: ésta tiene que ser productiva, eficaz, respetuosa con el clima y las especies, resistente a cambios drásticos, compatible, estructurada y comunicativa.

Tercer Panel

En éste último panel, las organizaciones representadas aplican nuevos enfoques para salvar los principales obstáculos y potenciar la agricultura sostenible. Una vez más, se enfatizó la necesidad de coordinación con los diferentes centros de investigación para el bienestar de la comunidad local. Mejorar la genética de las plantas significa por un lado incrementar la productividad y, por otro, incrementar la calidad. Este proceso se enfrenta a numerosos desafíos. Muchos campesinos viven y trabajan en comunidades remotas y tienen que ser instruidos en el manejo de los nuevos tipos de plantas y en el desarrollo de nuevas estrategias de cultivo. De la misma manera, los auditores tienen que sensibilizarse e involucrarse más en la realidad del campo. Tal vez el mayor reto sea la falta de capital por parte de los campesinos y el acceso a medios económicos. Otros puntos débiles en el sistema son la baja eficacia de ciertos productores y la ausencia de economías de escala. Para que los agricultores se comprometan con Nescafé Plan, es necesario crear una red estratégica de colaboración a medio y largo plazo en un entorno de instituciones y estructuras fiables.

Discusión abierta

En varias intervenciones se puso de relieve la importancia de la comunicación que, en el caso de Nestlé, está experimentando un gran avance. También se cuestionaron las certificaciones que no pueden funcionar por sí mismas sino que, junto con normas, formaciones y evaluaciones, herramientas ayudan a aplicar prácticas sostenibles. Por otro lado, empresas como Nestlé quieren cambiar la percepción y las costumbres de los consumidores, una tarea ardua y extensa.

También se apuntó que los sectores ecológico y agrícola no tienen una larga historia de colaboración con las universidades y que, por una parte, se debería fomentar el intercambio entre academia y praxis y, por otra, las universidades deberían desempeñar un papel más proactivo en este proceso. Deber elaborar modelos económicos justos que tomen en consideración a los campesinos.

Otras voces críticas plantearon preguntas en torno a la creación de valor compartido y la distribución de riesgos y beneficios. En un comercio con actores múltiples y tan diferentes hace falta una interacción eficaz y constructiva. En ese sentido, para futuros encuentros se ha expresado el deseo de que participaran más representantes estatales.

Wrap up

El Sr. **Philippe Nell**, de la Oficina Federal de Asuntos Económicos resumió en su intervención de clausura los puntos más importantes del foro. Nestlé está comprometida con 690'000 agricultores en todo el mundo y dispone de una serie de programas de apoyo y fomento en la producción agrícola. En cuanto a los productores, los programas de certificación resultan cuestionables para el 95% de las plantaciones por ser éstas muy pequeñas. Se constata un drástico envejecimiento de la población campesina, por lo que urge darle atractivo a esta profesión para evitar un éxodo rural y asegurar una continuidad en la producción. Además, es preciso mejorar la organización y distribución más justas del valor creado. Ahí reside el mérito del Nescafé Plan. Los gobiernos tienen que asumir un papel importante dándoles una

base legislativa a las prácticas e instrumentos que ya están en función, solucionando las cuestiones de propiedad de terreno y mejorando las condiciones sanitarias y educativas. Tanto los gobiernos como las empresas tienen que intensificar las relaciones con organizaciones y universidades locales. Nestlé, por su parte, debería desarrollar un índice de valor compartido, para poder traducir e interpretar las prácticas que ya están en marcha.

Eugenio Simioni, Director Ejecutivo de Nestlé Suiza recalcó la importancia de la comunicación de su empresa con los clientes. Ésta tiene que ser más directa y sincera para mostrarles que tanto la calidad como la producción y el comercio sostenibles tienen un precio. Otro concepto clave, que a lo largo del foro ha adquirido importancia: el de la participación. Tres factores centrales pueden contribuir de manera decisiva a un mayor impacto. Primero, el mundo empresarial, los gobiernos, la sociedad civil y la academia tienen que colaborar estrechamente para afrontar de manera eficaz los retos del futuro. Segundo, el *agriprenueurship* – la nueva imagen del campesino como emprendedor – sólo podrá cuajar cuando se cree valor compartido y, tercero, hay que convencer a los consumidores para que aprecien estos productos en beneficio de todos.