



CAFÉ RESPONSABLE  
DEL PRINCIPIO AL FINAL

¿ POR QUÉ CAFÉS NOVELL PIENSA ASÍ ?



Como conseguir esta taza

CC3

COMPROMISO COMPARTIDO

EN TRES PARTES

ORIGEN

TRANSFORMACIÓN

Desde el productor hasta  
el consumidor final

MANIPULACIÓN



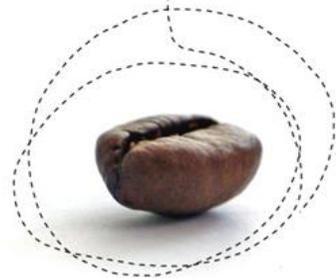
## LA PROBLEMÁTICA MUNDIAL DEL MERCADO DEL CAFÉ EN ORIGEN

### PUNTOS CRÍTICOS:

- 1.- Sobreproducción mundial. El aumento de la producción pasa de países mas desarrollados a países en vías de desarrollo. Caso Vietnam
- 2.- Mercado asimétrico ( diferente poder de negociación) 70% pequeñas fincas 50 % del consumo lo compran 4 empresas ( poder de negociación a precios bajos)
- 3.- Los precios actuales en muchos casos no cubren los costes de producción

### CONSECUENCIAS DE ESTOS PUNTOS CRÍTICOS PARA LOS PRODUCTORES:

- 1.- Menos ingresos = menos inversiones
- 2.- Consecuencias sociales = educación, salud, precariedad laboral, etc
- 3.- Consecuencias medioambientales = intensificación cultivos, destrucción masa forestal, etc



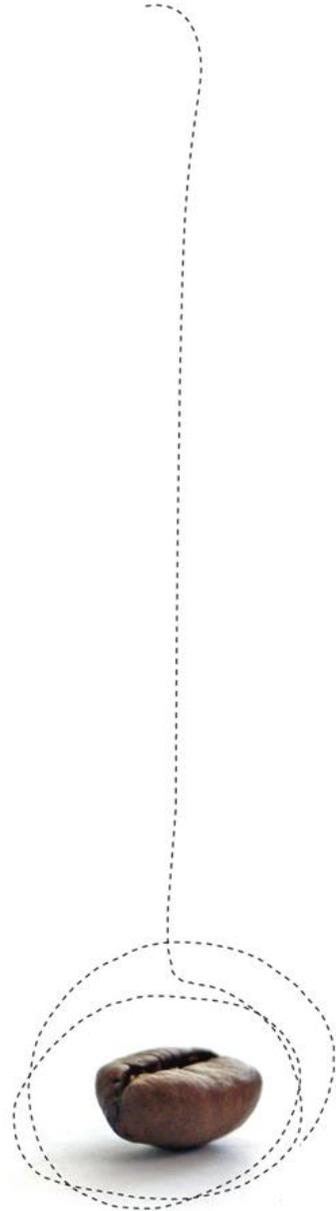
## LA PROBLEMÁTICA MUNDIAL DEL MERCADO DEL CAFÉ EN ORIGEN

### CONSECUENCIAS DE ESTOS PUNTOS CRÍTICOS PARA EL PRODUCTO:

Calidad inferior del producto en origen

### CONSECUENCIAS DE ESTOS PUNTOS CRÍTICOS PARA EL CONSUMIDOR:

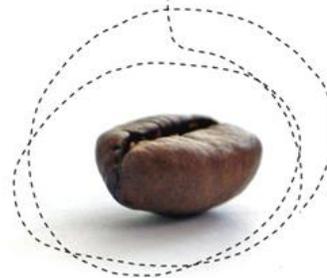
Posibilidad de obtener una taza más defectuosa en el trazado final



## LA PROBLEMÁTICA MUNDIAL DEL MERCADO DEL CAFÉ EN ORIGEN

- **POSIBLES SOLUCIONES:**

- Intervención en la cadena **recolector – consumidor** para asegurar la sostenibilidad del comercio del café y garantizar la supervivencia y la mejora de las condiciones de los agricultores y de las plantaciones. Con **estos mismos objetivos** encontramos **dos alternativas a nivel mundial:**



**ESTRATEGIA DE PRODUCTO**  
**2 CAMINOS...1 OBJETIVO**

**CAFÈ RESPONSABLE**  
**DE PRINCIPI A FI**

**GOURMET RESPONSABLE**

**CAFÈ RESPONSABLE**  
UTZ



**Garantiza la sostenibilidad global del cafe** desde su inicio hasta el final, sin interferir en las negociaciones de precio



Responsable con el Medio Ambiente, con las personas y su entorno social. Incentiva la profesionalización de los cultivos

FILOSOFIA  
**Q**

**CAFÈ DE COMERCIO JUSTO**  
(Fair Trade)



Programa de ayuda a los productores y trabajadores marginales. Se **garantiza un precio mínimo** del café en origen

Subvencion el precio: el diferencial pagado contribuye al desarrollo sostenible ofreciendo mejores condiciones comerciales para productores y trabajadores en situación de desventaja



## Y ... QUÉ HACE CAFÈS NOVELL?

- Actualmente, a nivel de producto, **el 70% de la producción de Cafés Novell proviene del comercio responsable:**
  - Dos entidades acreditan su elaboración: Café Responsable **desde 2004** (UTZ) y Comercio Justo **desde 2006** (Fair Trade)

### **Objetivo 2015: 100% del café sea responsable**

- Cafés Novell es hoy en día **la empresa líder en volumen de café Responsable (UTZ) y Comercio Justo (Fair Trade)** de la península en el sector HoReCa.

**Però, la Responsabilitat Social Empresarial va més allà de oferir un producte responsable...**

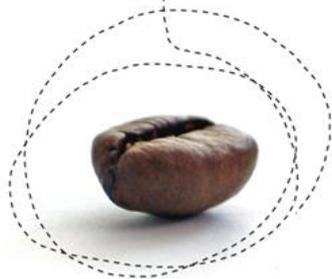


## LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN CAFÈS NOVELL

- A principios del año 2000 se definieron los **tres valores principales** que deben primar en el desarrollo de futuro de Cafès Novell:



- Cafès Novell adquiere un **compromiso estratégico** en cuanto a cultura de Responsabilidad Empresarial, planteamiento que está implícito en los valores corporativos desde hace más de 10 años.



## OBJETIVOS

### LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN CAFÈS NOVELL

- A. No se trata de actuaciones puntuales de responsabilidad, si no de toda una filosofía de trabajo que afecta a todas las áreas y que tiene como objetivo conseguir, a medio plazo, que **el 100% del café comercializado por Cafès Novell sea responsable.**

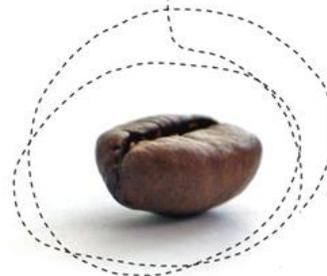
NO SE BUSCAN ACTUACIONES PUNTUALES  
RESPONSABLES



CAFÈS NOVELL QUIERE SER  
**EMPRESA RESPONSABLE**

NO SÓLO CON UN ÚNICO  
PRODUCTO...

...SI NO LLEGANDO AL **100%**  
**DEL CAFÈ COMPRADO EN**  
**ORÍGEN COMO**  
**RESPONSABLE**



## OBJETIVOS

### LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN CAFÈS NOVELL

- B. Debemos trabajar para convertir esta política en **atractiva y rentable** y que asegure la mejoría de la vida de la empresa y de sus trabajadores mediante:

#### ASEGURAR LA CALIDAD DEL PRODUCTO

Garantizando siempre los estándares de calidad que hemos tenido a lo largo de estos años



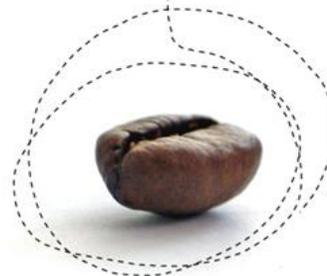
#### ASUMIENDO EL SOBRECOSTE DEL PRODUCTO

No se puede trasladar al consumidor final el sobre coste por ser café Responsable: es un atributo más de producto.



#### CON CREDIBILIDAD EXTERNA

Garantizando el origen del café mediante entidades externas acreditadoras



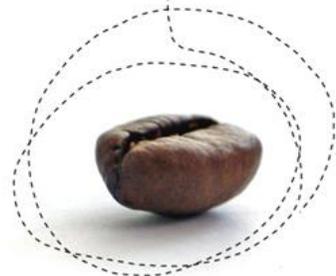
## OBJECTIVOS

### LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN CAFÉS NOVELL

- C. Debemos transmitir **todos los esfuerzos realizados en materia de Responsabilidad Social Empresarial** a nuestros clientes, para reforzar el posicionamiento de empresa moderna y competitiva:

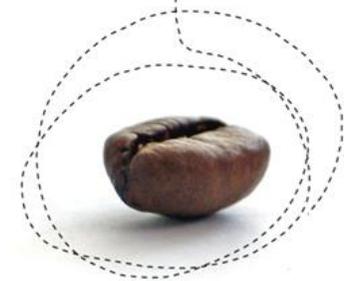


## FORMACIÓN



**NOVell**  
L'ESPRESSO

**CAFÈ RESPONSABLE**  
DE PRINCIPI A FI





## PLACA PRESIDENT MACIÀ

***EN RECONOCIMIENTO A SU IMPLICACIÓN Y RESPONSABILIDAD SOCIAL  
CON LAS INJUSTICIAS EN EL SECTOR DEL CAFÉ.***

