



联合国
粮食及
农业组织

Food and Agriculture
Organization of the
United Nations

Organisation des Nations
Unies pour l'alimentation
et l'agriculture

Продовольственная и
сельскохозяйственная организация
Объединенных Наций

Organización de las
Naciones Unidas para la
Alimentación y la Agricultura

منظمة
الغذية والزراعة
للأمم المتحدة

S

COMITÉ DE PROBLEMAS DE PRODUCTOS BÁSICOS

GRUPO INTERGUBERNAMENTAL SOBRE EL TÉ

24.^a REUNIÓN

23 de febrero de 2022

LA COVID-19 Y DESPUÉS DE ELLA: TENDENCIAS INCIPIENTES EN LOS MERCADOS MUNDIALES DEL TÉ

Resumen

Aunque la pandemia de la enfermedad por coronavirus (COVID-19) y las medidas adoptadas para contenerla solo han tenido efectos limitados en los mercados del té, sobre todo en cuanto a la producción y el comercio, parece haber cambios a más largo plazo en las preferencias de los consumidores. Ante el aumento de los ingresos, la demanda de té per cápita se está incrementando en numerosas economías en desarrollo y emergentes. Los mercados más maduros pueden caracterizarse por tres tendencias principales en el consumo de té: i) el aumento de la competencia de las infusiones de hierbas; ii) la demanda de una mayor variedad en el mercado del té tradicional; iii) el aumento de la demanda de productos de origen sostenible.

Al mismo tiempo, las rigideces estructurales y la falta de información y transparencia de los mercados se consideran factores que podrían obstaculizar la capacidad del sector del té de responder con eficacia a los cambios en los contextos de los mercados del té tradicionales y nuevos.

Medidas que se proponen al Grupo

Con objeto de aprovechar las nuevas oportunidades de los mercados y abordar de forma proactiva las próximas tendencias, se invita al Grupo a:

- tomar nota de las nuevas tendencias en el consumo de té tanto en mercados nuevos como tradicionales;
- examinar la posibilidad de renovar la coordinación internacional para la promoción genérica del té;
- proporcionar orientación sobre medidas para responder a las nuevas tendencias del mercado, en particular el papel de las soluciones digitales.

Las preguntas sobre el contenido esencial de este documento deben dirigirse a:

Secretaría del Grupo Intergubernamental sobre el Té
División de Mercados y Comercio
Correo electrónico: IGG-Tea@fao.org

Los documentos pueden consultarse en el sitio www.fao.org.

I. INTRODUCCIÓN

1. La necesidad de adoptar medidas para fortalecer la sostenibilidad del sector del té es una cuestión recurrente en respuesta tanto a los momentos periódicos de caída de los precios como a las tendencias a la baja del mercado más a largo plazo. El té es uno de los productos básicos en los que la cooperación mundial tiene una larga tradición con la participación de los sectores público y privado de producción, así como de los países consumidores. En su última reunión, el Grupo intergubernamental sobre el té señaló la necesidad de examinar las implicaciones de las tendencias incipientes en los mercados del té y qué se debe hacer para aprovechar las nuevas oportunidades. En respuesta a ello, la secretaría ha elaborado el presente documento (CCP:TE 22/CRS 3) con objeto de ofrecer un breve panorama general de las repercusiones de la pandemia de la COVID-19 en los mercados y el comercio del té y examinar las tendencias a más largo plazo en el consumo mundial de té. En el documento se destacan asimismo algunas posibles respuestas por parte de la industria del té¹. El informe se preparó para la 24.^a reunión del Grupo intergubernamental sobre el té, que se celebrará de forma virtual el 23 de febrero de 2022.

2. Como cualquier actividad económica, los mercados y el comercio del té se han visto afectados por la pandemia de la COVID-19. A través de diversos canales, la pandemia ha afectado al suministro, la demanda, el comercio y los precios de los productos agrícolas, aunque los efectos globales en los sistemas agroalimentarios en 2020 siguieron limitándose en general a perturbaciones a corto plazo de las cadenas de suministro.

3. Aparte de estas perturbaciones de corta duración, la demanda de té está registrando algunos cambios más fundamentales y a largo plazo. Aunque el consumo de té va en aumento en muchas economías emergentes y países productores de té, el consumo de té per cápita ha ido disminuyendo en algunos mercados de importación tradicionales. En algunos mercados de altos ingresos, esto ha ido acompañado de un cambio en las preferencias de los consumidores hacia un té producido de forma más sostenible y la demanda de una mayor variedad de productos del té.

4. En la siguiente sección del presente documento se ofrece una visión general de los efectos de la COVID-19 en el comercio agroalimentario, con especial atención a las repercusiones en el comercio y los precios del té. A continuación, se presenta un análisis de las tendencias a largo plazo en la demanda de los consumidores que inciden en los mercados mundiales del té. En la sección siguiente se ponen de relieve algunas esferas prioritarias que el sector del té debe atender a fin de aprovechar los nuevos avances del mercado.

II. REPERCUSIONES DE LA COVID-19 EN LOS MERCADOS Y EL COMERCIO DEL TÉ

5. La pandemia de la COVID-19 ha afectado a todos los aspectos de la vida humana y ha provocado también perturbaciones en los sistemas agroalimentarios. La pandemia y las medidas adoptadas por los gobiernos en todo el mundo para contenerla han afectado tanto a la oferta como a la demanda de alimentos. Asimismo, han tenido claros efectos a corto plazo en las corrientes del comercio alimentario y agrícola, en particular en la primera mitad de 2020.

6. A finales de marzo y principios de abril de 2020, la mayoría de los países del mundo habían aplicado diversas formas de medidas de contención de la COVID-19, incluidos cierres de las actividades empresariales, toques de queda, cuarentenas, reglamentos sobre el distanciamiento físico y restricciones de movilidad². Ante la imposición de restricciones a la circulación a nivel mundial, las importaciones alimentarias y agrícolas mundiales también disminuyeron de forma significativa en abril, a saber, un 5 % con respecto al promedio de 2018-19, seguido de una disminución aún mayor en el mes de mayo, correspondiente a un 10 %. En torno a mediados de mayo de 2020, muchos gobiernos empezaron a relajar las restricciones y la actividad económica, al menos en parte, comenzó a reactivarse.

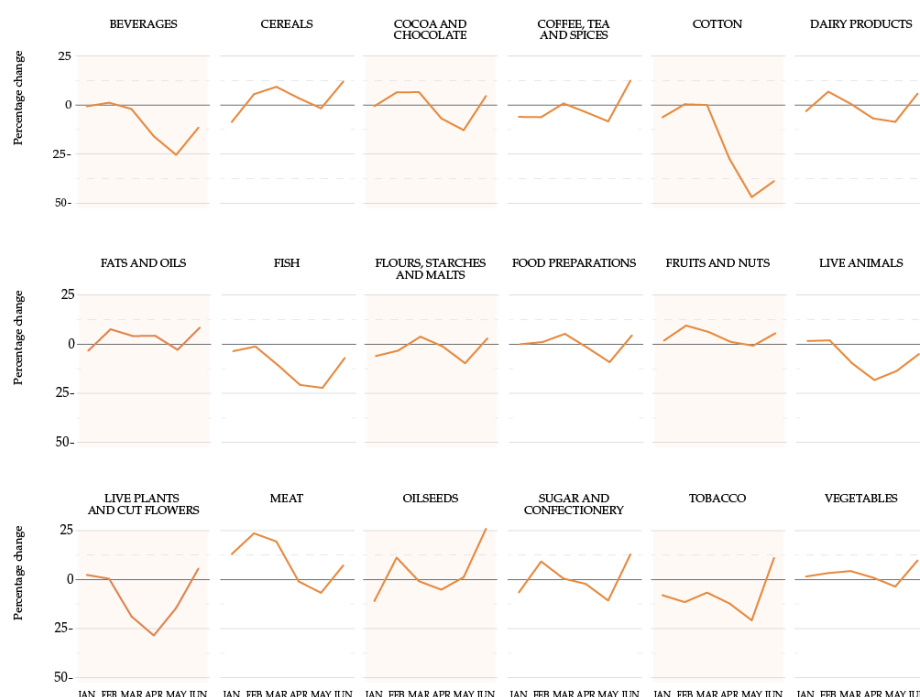
¹ Las secciones 3, 4 y 5 de este documento se basan en el análisis aportado por John Snell (experto del sector del té) y Shabnam Weber (Presidenta de la Asociación “Tea and Herbal” del Canadá).

² Hale, T., Boby, T., Angrist, N., Cameron-Blake, E., Hallas, L., Kira, B., Majumdar, S. *et al.*, 2020. *Variation in Government Responses to COVID-19, Version 9.0*. Blavatnik School of Government Working Paper (disponible también en inglés en: www.bsg.ox.ac.uk/covidtracker).

Esto llevó aparejado un repunte de los valores comerciales mundiales en junio de 2020, que se situaron un 5 % por encima del promedio de 2018-19³.

7. Aunque los valores y flujos de comercio generales se redujeron en abril y mayo de 2020, hubo marcadas diferencias a nivel de los productos (Figura 1). Por ejemplo, los efectos en el valor comercial de muchos de los principales productos y alimentos básicos como, por ejemplo, cereales, semillas oleaginosas, grasas y aceites, así como alimentos importantes para una dieta saludable, como frutas, nueces y verduras, siguieron siendo bastante limitados⁴, incluso en el momento más álgido de las perturbaciones comerciales en mayo. Otros grupos de productos, especialmente productos no alimentarios como las bebidas, el algodón y las flores, y productos de origen animal como el pescado, la carne y los productos lácteos, resultaron significativamente perjudicados, debido en muchos casos a la disminución de la demanda de estos productos. De hecho, algunas categorías de productos se vieron afectadas por cambios en los hábitos de consumo debido al cierre de restaurantes, la caída del turismo y la reducción de las reuniones sociales.

Figura 1. Variación porcentual en los valores de las importaciones mundiales de productos agrícolas y alimentarios de enero a junio de 2020 en comparación con el promedio del mismo mes en 2018-19, por grupo de productos



Fuente: FAO, 2021⁵

8. En el caso del café, el té y las especias, a pesar de una breve interrupción del comercio en mayo de 2020, los valores comerciales de este grupo de productos apenas resultaron afectados por la pandemia (Figura 1). Si se contemplan más detenidamente los valores de comercio mundiales, se observa que los valores de las importaciones de té se mantuvieron en niveles moderados de enero a mayo de 2020 en comparación con el promedio de 2018-19, aumentaron de forma acusada en junio y permanecieron en torno a niveles previos a la pandemia (medidos por los respectivos niveles medios mensuales en 2018 y 2019) durante toda la segunda mitad de 2020 (Figura 2, gráfico derecho).

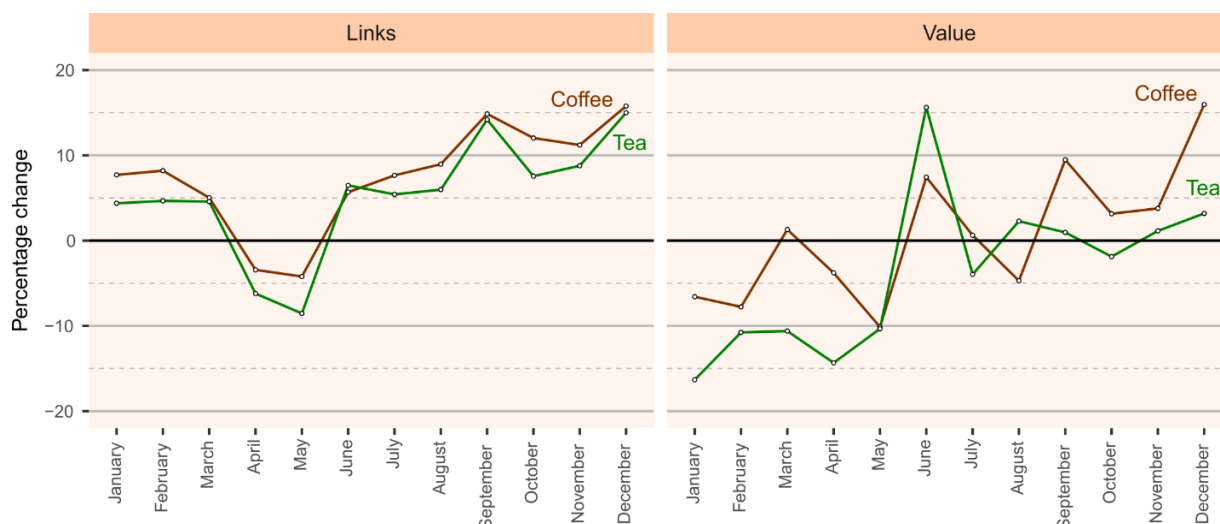
³ FAO, 2021. *Agricultural trade and policy responses during the first wave of the COVID-10 pandemic in 2020*. Roma, FAO.

⁴ Schmidhuber, J. & Qiao, B. 2020a. *Recent trends in food imports bills and export earnings: the COVID-19 challenge*. En FAO, 2020. *Food Outlook - Biannual Report on Global Food Markets: November 2020*, págs. 17-23. Roma, FAO. <https://doi.org/10.4060/cb1993en>.

⁵ FAO, 2021. *Agricultural trade and policy responses during the first wave of the COVID-10 pandemic in 2020*. Roma, FAO.

9. En cuanto a los vínculos comerciales, que es el número total de flujos comerciales por tipo (al nivel de seis dígitos) y por par de países, el comercio de café y té siguió un patrón similar (Figura 2, gráfico izquierdo). El número de flujos comerciales disminuyó de forma drástica durante los principales meses de los confinamientos, esto es, abril y mayo de 2020, y posteriormente aumentó hasta situarse muy por encima de los niveles promedio de 2018-19 en los mismos meses.

Figura 2. Variación porcentual en los vínculos y valores de importaciones mundiales del té y el café en 2020 en comparación con el promedio del mismo mes en 2018-19, por grupo de productos



Fuente: Estimaciones basadas en Trade Data Monitor (consultado en octubre de 2021)

10. El precio compuesto del té de la FAO, que es el índice de precios promedio ponderado del té negro, formado por los té triturados, cortados y enrollados (CTC) y por los té ortodoxos en las cuatro principales subastas (Mombasa, Colombo, Calcuta y Cochín), disminuyó durante el primer trimestre de 2020 hasta 2,28 USD/kg a causa de la gran disponibilidad del producto y de las medidas impuestas por numerosos países para contener la propagación de la COVID-19. La marcada contracción de los precios se debió principalmente a las cotizaciones del té CTC. Sin embargo, desde abril de 2020, los precios se recuperaron hasta alcanzar un promedio de 2,60 USD/kg, dado que el aumento del consumo doméstico de té compensó con creces la disminución del consumo fuera de los hogares. Pese al descenso de los precios en el primer trimestre de 2020, estos obtuvieron a lo largo de todo ese año un promedio superior al de 2019, a saber, 2,52 USD/kg, registrando un incremento interanual del 4,2 %⁶.

11. Salvo efectos de corta duración en el comercio y los precios, el sector del té parece haber sido resiliente en el contexto de la COVID-19. Sin embargo, los cambios en los contextos del mercado en países consumidores de té podrían tener repercusiones más duraderas en el sector y la demanda de este producto, lo que exigiría una respuesta coordinada por parte de la industria del té. Estas repercusiones se analizan en las secciones siguientes.

III. DESPUÉS DE LA COVID-19: CAMBIOS EN LOS HÁBITOS DE CONSUMO DE TÉ

A. La evolución del consumo de té

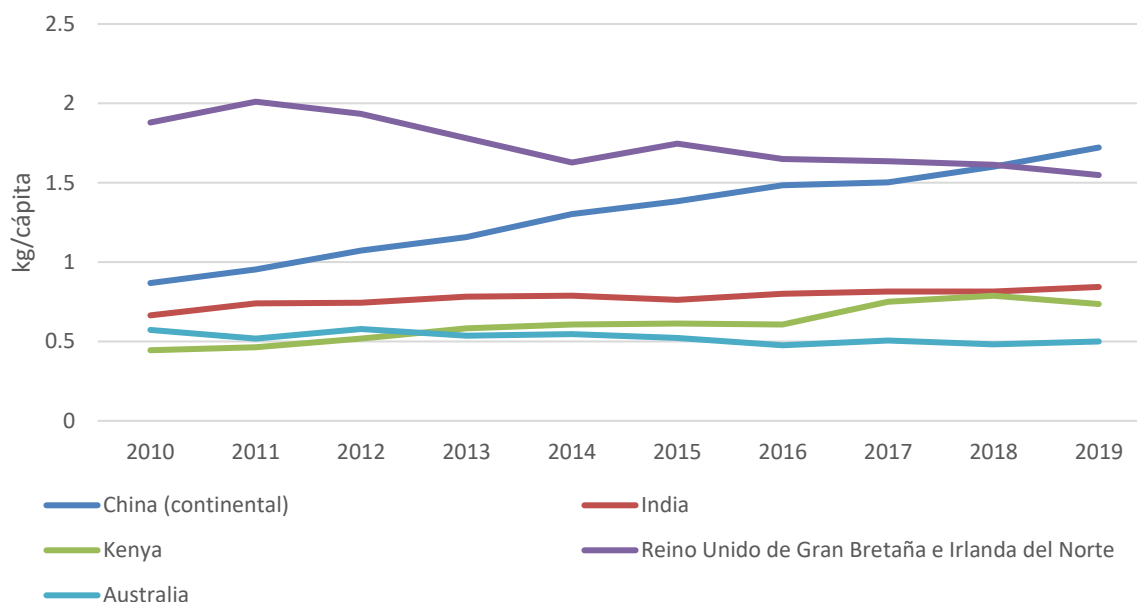
12. El consumo de té per cápita aumentó a un ritmo medio de alrededor del 3 % anual en el último decenio (2010-19), registrándose notables aumentos en los países que lo producen.

⁶ FAO. En prensa. *Medium-term prospects for raw materials and tropical products*.

13. Del mismo modo que el consumo de calorías per cápita aumentó al incrementarse los ingresos en las etapas iniciales de desarrollo⁷, el consumo de té per cápita ha experimentado el crecimiento más rápido al aumentar los ingresos per cápita en muchas economías en desarrollo y emergentes. Por ejemplo, el consumo de té per cápita creció de manera firme y constante en China entre 2010 y 2019, y también la India y Kenya mostraron una tendencia positiva en el consumo de té per cápita (Figura 3). Sin embargo, el aumento del consumo de calorías per cápita normalmente se estabiliza en los niveles de altos ingresos⁸. Como reflejo de estos hábitos, también se ha observado un descenso en el volumen de té consumido en los mercados europeos más maduros y otros países desarrollados⁹. Por ejemplo, el consumo de té per cápita entre 2010 y 2019 se redujo en mercados tradicionales como el Reino Unido de Gran Bretaña e Irlanda del Norte (Figura 3).

14. Los consumidores en mercados de altos ingresos prefieren normalmente alimentos más variados y también diversifican su demanda de bebidas. Esto se refleja en los mercados de Europa y América del Norte, donde el consumo de té per cápita es ya relativamente alto y solo los mercados de nicho para té especiales de alto valor siguen creciendo.

Figura 3. Evolución del consumo de té per cápita en determinados países, 2010-19



Fuente: FAO

15. Sin embargo, aún se espera un mayor crecimiento del consumo de té per cápita en economías emergentes y países en desarrollo, en particular en regiones productoras de té. Se prevé, por ejemplo, que el mayor aumento en el consumo de té negro en los cinco principales países productores se registre en China, donde el té negro, el té pu'er y el té oscuro gozan de gran popularidad debido al aumento de la concienciación acerca de los beneficios para la salud vinculados al consumo de este producto. También se espera que en el próximo decenio se registre un importante crecimiento en muchos países productores de África y Asia, como Uganda (un crecimiento anual del 8,1 % para 2029), Rwanda (5,1 %), Kenya (4,3 %), Malawi (4,0 %), Zimbabwe (3,8 %), Bangladesh (2,8 %), Nepal (2,4 %), India (2,1 %), Indonesia (1,5 %) y Sri Lanka (1,4 %)¹⁰.

⁷ FAO, 2020. *El estado de los mercados de productos básicos agrícolas 2020. Los mercados agrícolas y el desarrollo sostenible: cadenas de valor mundiales, pequeños agricultores e innovaciones digitales*. Roma, FAO. 164 páginas (disponible también en: <https://doi.org/10.4060/cb0665es>).

⁸ Popkin, B.M., 2006. *Global nutrition dynamics: the world is shifting rapidly toward a diet linked with non-communicable diseases*. The American Journal of Clinical Nutrition, 84(2): 289-298.

⁹ FAO. En prensa. *Medium-term prospects for raw materials and tropical products*.

¹⁰ FAO. En prensa. *Medium-term prospects for raw materials and tropical products*.

B. Principales tendencias en la demanda de té

16. En niveles de ingresos más altos y una demanda general estancada en términos de volumen, los consumidores buscan cada vez más productos más diversificados y especiales. Estos cambios de preferencias se asocian a tres tendencias principales que afectan a los mercados del té. Estas tendencias comprenden: i) el aumento de la competencia de las infusiones de hierbas; ii) la demanda de una mayor variedad en el mercado del té tradicional; iii) el aumento de la demanda de productos de origen sostenible. Dichas tendencias se analizan brevemente a continuación.

17. El mercado tradicional del té, que se enfrenta a una competencia cada vez mayor de las infusiones de hierbas, se ha contraído en algunos países. De hecho, las infusiones de hierbas suponen actualmente la mayor proporción de las ventas de té en términos de valor y representan los segmentos de crecimiento más dinámicos en algunos mercados desarrollados. Por ejemplo, en el mercado minorista de los Estados Unidos de América, las infusiones de hierbas y los té rojos rooibos han registrado significativas tasas de crecimiento, mientras que los segmentos tradicionales del té han disminuido¹¹. Esta evolución se refleja también en una disminución de las importaciones de té en importantes mercados desarrollados.

18. En el segmento del té tradicional, también resulta evidente un aumento de la demanda de productos más diversificados. En los mercados maduros, la demanda de té especiales y té de origen sostenible está creciendo. En los Estados Unidos de América, por ejemplo, las ventas de té desecado en mercados tradicionales, como supermercados, farmacias y grandes superficies, disminuyeron entre 2017 y 2019, mientras que las ventas en el segmento de los té especiales aumentaron de forma continua entre 2016 y 2019¹². De hecho, los té especiales han superado al mercado tradicional (bolsa de té negro) en cuanto a valor desde 2018. La mayor proporción de ventas de té en los Estados Unidos de América corresponde al té listo para beber.

19. Aunque el movimiento de los té especiales puede alcanzar mejores rendimientos gracias a los precios más altos, también presenta desafíos para los productores. A medida que los formatos cambian, también lo hace la demanda según la calidad del té. Para los té especiales, ya sean envasados o a granel, suelen necesitarse partículas de hojas de mayor tamaño que para las bolsas de té tradicionales. Esto incrementa la complejidad para los productores de té¹³. La sostenibilidad para el productor de té depende de la venta de todas las calidades, altas y bajas. Sin embargo, en una encuesta realizada en los Estados Unidos de América en 2019 se observó que incluso los segmentos de té especiales parecían estar perdiendo terreno, ya que los consumidores de este tipo de té estaban aumentando el consumo de refrescos aromatizados y bebidas frías¹⁴.

20. La industria del té tendrá que afrontar de manera proactiva estas tendencias a fin de aprovechar el aumento general del consumo de bebidas y seguir siendo pertinente a largo plazo. Algunos ejemplos podrían incluir el atender y aprovechar la demanda de productos de calidad superior y regionales, sabores más diversificados y las tendencias de salud y bienestar en la comercialización del té, tomando como ejemplo la comercialización del café. La tendencia hacia las bebidas frías listas para tomar también ha provocado un rápido aumento del negocio de la extracción. De hecho, las instalaciones de extracción para la producción de compuestos sólidos, concentrados o volátiles de té desecado ofrecen la creación de valor también para orígenes de calidades inferiores.

21. Además, una proporción cada vez mayor de jóvenes consumidores demanda productos de origen ético y sostenible. Por ejemplo, en una encuesta realizada en el Reino Unido de Gran Bretaña e Irlanda del Norte en 2019 se indicó que comprar té ético era importante, especialmente entre las personas de 25 a 34 años, mientras que las personas de entre 18 y 24 estaban más preocupadas por aspectos relativos a la sostenibilidad ambiental como la disminución de las repercusiones en el medio ambiente

¹¹ Nielsen Total USA and Canada, 2018.

¹² Información facilitada por la Tea Association of the U.S.A. Inc.

¹³ Cabe señalar que, a decir verdad, todas las calidades se derivan de la misma hoja, recolectada en el mismo día, y se diferencian únicamente en los niveles de oxidación. La calidad es una cuestión relacionada con el uso y con la preferencia de los consumidores, pero intrínsecamente estas calidades tienen la misma química.

¹⁴ Nielsen Homescan, 2019.

y la reducción de plásticos y envases¹⁵. Después del cacao y el café, el té es el cultivo con mayor proporción de tierras certificadas con arreglo a, por lo menos, uno de los sistemas de certificación de la sostenibilidad más importantes¹⁶. Cuando Unilever vendió su división de té en noviembre de 2021, supuestamente dos de los tres licitadores finales se retiraron por su preocupación respecto de las condiciones laborales en algunas de las plantaciones¹⁷. Sin embargo, debería recordarse que, a pesar del aumento de la demanda de productos con certificado de sostenibilidad, las cuotas de mercado mundiales siguen siendo en general bajas y se concentran en países de altos ingresos¹⁸.

IV. DESAFÍOS SISTEMÁTICOS Y POSIBLES SOLUCIONES DENTRO DEL SECTOR DEL TÉ

22. Las tendencias en favor de la innovación, la diversificación y los productos de altísima calidad por parte de los consumidores se enfrentan a una industria que, por lo que se refiere a la oferta, debe responder a los cambios dinámicos del contexto de los mercados tanto tradicionales como nuevos. Los desafíos estructurales que plantean los cambios surgen de una industria en la que predominan las explotaciones agrícolas en pequeña escala con escasa flexibilidad para adaptarse y otras rigideces de las cadenas de suministro.

23. En la actualidad, alrededor del 60 % de la producción mundial de té es generada por pequeños agricultores¹⁹. Estos agricultores hacen frente a muchos desafíos que obstaculizan su capacidad de ajustarse con facilidad a las nuevas tendencias de los mercados. El tamaño de las parcelas suele ser demasiado pequeño para mantener un salario mínimo e invertir en nuevas prácticas operativas. Los productos pueden venderse a menudo a un único elaborador; los servicios de extensión, el apoyo institucional y los servicios financieros son limitados y en ocasiones inexistentes. Además, las actividades de negocio de los pequeños productores suelen verse restringidas por unos conocimientos financieros limitados, escasa capacidad en la aplicación de prácticas agrícolas modernas y un acceso limitado a mano de obra que no forma parte de la familia. En el marco de unas perspectivas de mercado limitadas y una alta incertidumbre, las generaciones más jóvenes parecen estar abandonando el sector, dando paso a una reforma y consolidación estructurales.

24. Aumentar la cooperación en las explotaciones podría ser una forma de superar los obstáculos estructurales que plantea la prevalencia de explotaciones agrícolas en pequeña escala. Un ejemplo de cooperación exitosa entre pequeños productores es la asociación de más de 600 000 pequeños agricultores gestionada por la Autoridad para el Fomento del Té de Kenya. Como parte de este programa, los agricultores, entre otros, se benefician de la compra colectiva de insumos agrícolas, el acceso a conocimientos técnicos centralizados y material de plantación, un punto de venta garantizado y el acceso a una cadena de suministro integrada verticalmente, formación gestionada de forma cooperativa y la gestión de los criterios exigidos por los mercados internacionales, así como la aceptación por los principales programas de verificación y certificación de la sostenibilidad.

¹⁵ The Grocer, 2019. *Tea addicts, gender splits and the love of a traditional cuppa*. <https://www.thegrocer.co.uk/download?ac=169654>.

¹⁶ Meemken, E.-M., Barrett, C.B., Michelson, H.C., Qaim, M., Reardon, T. y Sellare, J., 2021. *Sustainability standards in global agrifood supply chains*. Nature Food, 2(10): 758-765. <https://doi.org/10.1038/s43016-021-00360-3>.

¹⁷ Financial Times, 2021. *Bidders for Unilever's tea business pulled out on plantation concerns*. Financial Times, 19 de noviembre de 2021. Consultado el 9 de diciembre de 2021. <https://www.ft.com/content/5c7bbcd1-c0ce-4767-a275-530b8ab9a1fc>.

¹⁸ Meemken, E.-M., Barrett, C.B., Michelson, H.C., Qaim, M., Reardon, T. y Sellare, J., 2021. *Sustainability standards in global agrifood supply chains*. Nature Food, 2(10): 758-765. <https://doi.org/10.1038/s43016-021-00360-3>.

¹⁹ La definición de una explotación agrícola de té en pequeña escala se refiere por lo general al tamaño de la explotación en hectáreas y/o variedades de operaciones agrícolas (por ejemplo, la propiedad de una instalación de elaboración). La definición exacta está sujeta a las características nacionales y varía según el país productor de té.

25. Los desafíos a los que se enfrentan los pequeños productores reflejan las dificultades a lo largo de toda la cadena de suministro del té. Las rigideces estructurales y la falta de transparencia en la cadena de suministro parecen considerarse las inquietudes comunes en el sector. Ambos aspectos podrían impedir el intercambio de información entre distintos agentes de la cadena de suministro y evitar que el sector responda de forma proactiva a los cambios en los contextos del mercado.

26. Existen varias formas de mejorar el flujo de información en todas las etapas de la cadena de suministro. En las fases iniciales, en los niveles de producción primaria y acopio, las juntas y asociaciones del té pueden ayudar a recopilar, acumular y analizar datos para proporcionar un análisis de mercado y asesoramiento específicos. Las plataformas comerciales transparentes, que están basadas, por ejemplo, en soluciones digitales, se consideran vías esperanzadoras para mejorar el flujo de información dentro del sector, así como entre las empresas y los consumidores. Las soluciones digitales también pueden ayudar a superar la asimetría de información con respecto a varios criterios de sostenibilidad.

27. La tecnología de registros distribuidos (DLT, por sus siglas en inglés), como la cadena de bloques, ofrece una solución digital y generalizada para mejorar la transparencia. Un sistema de registro compartido permite crear un registro único, completo e inmutable de todas las etapas en la transacción de la venta de té desde el productor de hoja verde hasta el consumidor final. La DLT se ha adoptado ya o se está probando en importantes cadenas de supermercados para rastrear productos a lo largo de toda la cadena de suministro de alimentos. La mayor transparencia e inocuidad que ofrece la DLT puede aumentar la confianza en el ámbito del comercio del té. En el Recuadro 1 se ofrecen ejemplos de aplicaciones satisfactorias de DLT en otros sectores.

28. Aunque la DLT no se aplica todavía de forma generalizada en la industria del té, parece que las partes interesadas del sector observan una necesidad clara de avanzar en materia de tecnología en el comercio del té. Varios ejemplos en diferentes etapas de la cadena de valor muestran que es posible la adopción satisfactoria de innovación y tecnología en la industria del té. Por ejemplo, se han introducido clones de alto rendimiento para reducir el uso de tierra destinada al té y las cosechadoras autopropulsadas permiten aumentar la productividad hasta 100 veces. La tecnología también se utiliza ampliamente en la elaboración de té y logra un considerable ahorro de mano de obra.

Recuadro 1. Ejemplos de DLT para mejorar la transparencia del mercado

- 1) Transparencia de empresa a empresa (B2B): muchos minoristas han adoptado DLT para gestionar cadenas descentralizadas de suministro alimentario que plantean desafíos. Por ejemplo, actualmente Walmart puede rastrear en segundos más de 25 alimentos diferentes procedentes de distintos proveedores mediante la cadena de bloques de IBM, que se basa en Hyperledger Fabric²⁰.
- 2) Transparencia de empresa a consumidor (B2C): un número cada vez mayor de marcas comparte sus fuentes de alimentos y las condiciones en las que los productos se cultivan, se cosechan y se producen. Provenance constituye un ejemplo de solución basada en la cadena de bloques pública que permite a cualquier empresa crear transparencia, desde el origen hasta el consumidor, aplicada mediante códigos inteligentes en el envase²¹.
- 3) Transparencia de empresa a empresa a consumidor (B2B2C): Los consumidores están cada vez más dispuestos a pagar por alimentos de calidad que satisfagan determinados criterios de sostenibilidad. Consciente de ello, Yave probó a realizar una subasta de café en la que se utilizó DLT para establecer las condiciones previas de acceso al mercado para determinadas cadenas de suministro. En este caso, la DLT garantizó que se alcanzara un precio mínimo al comprador y al productor, creando así una relación de suministro simbiótica que atendió la necesidad de los consumidores en cuanto a la calidad y el deseo de estos de ver que se recompensaba a los productores por ello²².

²⁰ Hyperledger, 2019. *How Walmart brought unprecedented transparency to the food supply chain with Hyperledger Fabric*. https://www.hyperledger.org/wp-content/uploads/2019/02/Hyperledger_CaseStudy_Walmart_Printable_V4.pdf.

²¹ Provenance, 2021. <https://www.provenance.org/solutions>.

²² Yave, 2018. <https://www.yave.io/>.

V. OBSERVACIONES FINALES

29. Aunque la pandemia de la COVID-19 y las medidas adoptadas para contenerla solo han tenido efectos limitados en los mercados del té, sobre todo en términos de producción y comercio, parece haber cambios a más largo plazo en las preferencias de los consumidores. Ante el aumento de los ingresos, la demanda de té per cápita se está incrementando en numerosas economías en desarrollo y emergentes. Sin embargo, los mercados más maduros pueden caracterizarse por tres tendencias principales en el consumo de té: i) el aumento de la competencia de las infusiones de hierbas; ii) la demanda de una mayor variedad en el mercado del té tradicional; iii) el aumento de la demanda de productos de origen sostenible.

30. Al mismo tiempo, las rigideces estructurales y la falta de información y transparencia de los mercados se consideran factores que podrían obstaculizar la capacidad del sector del té de responder con eficacia a los cambios en los contextos de los mercados del té tradicionales y nuevos. Con el fin de aprovechar las nuevas oportunidades de mercado y abordar de forma proactiva las futuras tendencias, pueden proponerse tres esferas de acción principales para su consideración por parte del sector:

- 1) Invertir en la comercialización para aumentar la propuesta de valor del té para el consumidor. Elaborar un discurso común para el sector. El Grupo tal vez desee considerar si hay margen de renovar la coordinación internacional para la promoción genérica del té bajo sus auspicios.
- 2) Invertir en actividades de seguimiento e investigación del mercado para mejorar la base de datos comprobados y apoyar los procesos de toma de decisiones.
- 3) Crear mecanismos transparentes y verificables de la cadena de suministro que puedan generar confianza y reducir al mínimo la incertidumbre para todos los agentes en el sector del té. Las soluciones digitales pueden ayudar en este proceso.