

Café de Colombia, análisis de los Principales  
Productores de café del mundo

Fabian Alexis Salazar Gallego

Universidad Pontificia Bolivariana  
Escuela de Economía, Administración y Negocios  
Negocios Internacionales  
Medellin  
2021

Título:

Café de Colombia, análisis de los Principales  
Productores de café del mundo

Autor: Fabián Alexis Salazar Gallego

Trabajo de grado para optar por el título de Negociador Internacional

Asesor:

Carlos Alberto Montoya Corrales  
Doctor en Filosofía

Universidad Pontificia Bolivariana  
Escuela de Economía, Administración y Negocios  
Negocios Internacionales

Medellin

2021

02/02/2021

Fabian Alexis Salazar Gallego

“Declaro que este trabajo de grado no ha sido presentado con anterioridad para optar a un título, ya sea en igual forma o con variaciones, en ésta o en cualquiera otra universidad”. Art. 92, parágrafo, Régimen Estudiantil de Formación Avanzada.

Firma

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Fabian', is written over a horizontal line. The signature is highly stylized and cursive, with several loops and a long, thin tail extending downwards.

## Tabla de contenido

Capítulo 1. ....	5
Planteamiento del problema.....	8
Justificación.....	11
Objetivo general. ....	12
Objetivos específicos. ....	12
Metodología.....	13
Hipótesis.....	14
Capítulo 2. ....	15
MARCO DE REFERENCIA. ....	15
Más allá de los escenarios de estabilidad: El pacto Cafetero.....	20
Países Productores .....	25
Caficultura Colombiana .....	35
La institucionalidad Cafetera.....	41
Capitulo 3.....	47
Conclusiones y recomendaciones.....	47
BIBLIOGRAFÍA .....	51

## Resumen

El presente proyecto pretende mostrar la actualidad del mercado del café en el mundo. Se inicia con la historia del café en Colombia hasta llegar a la actualidad, para trascender al plano internacional, realizando la diferenciación en algunos aspectos en lo que a tipos de café se refiere y sus principales productores a nivel mundial, realizando posteriormente la descripción del top 10 de países productores de café en el mundo, sus principales características, su institucionalidad cafetera y algunas características del tipo de café que producen, hasta llegar a Colombia, capítulo en el cual se hace una descripción más detallada de lo que es la actualidad del café en nuestro país y como es la cadena productiva hasta llegar a la exportación del mismo. Esta descripción de Colombia y su mercado cafetero, se realiza para analizar estos aspectos y finalmente dar posibles estrategias que permitan al sector cafetero colombiano tener una mayor sostenibilidad en el mediano y largo plazo en el mercado internacional.

## Presentación

### El día del café

Por casi un siglo el café jugó un papel preponderante en el desarrollo económico del país. En la actualidad, más que un producto, es ante todo un tejido social, cultural, institucional y político que ha servido de base para la estabilidad democrática y económica en las zonas rurales. Como actividad productiva representa el corazón de la sociedad rural ofreciendo cerca de dos millones quinientos mil oportunidades de empleo a lo largo del año.

En los últimos cinco años la producción nacional ha superado los 14 millones de sacos, el año anterior se produjeron 14,8 millones; que le permiten ocupar el tercer lugar como productor mundial, después de Brasil y Vietnam; con quienes representa una tercera parte de las exportaciones mundiales de café. Siendo líder en la producción de café suave

Del total de la producción cerca del 90 por ciento va a los mercados internacionales destacándose la participación en Estados Unidos y Canadá, quienes demandan más del 50% del total de las ventas, seguido de importantes mercados como Alemania y Bélgica, en Europa; Japón y Corea del Sur, en Asia.

En la actualidad avanza, en medio de la pandemia del coronavirus, la cosecha de café más importante del año, cuya producción se estima en 7,5 millones de sacos, es decir, ofreciendo oportunidades de empleo a cerca de 165.000 recolectores, entre mano de obra local y de regiones no productoras, lo cual mitiga en parte la pérdida de empleos generada por la semiparálisis del país registrada en los últimos meses. Ahora bien, a pesar de la contundencia de esta problemática, la caficultura representa un capital social estratégico para el país por su capacidad de dinamizar

la economía regional, lo que le otorga un importante potencial para reducir la pobreza y distribuir el ingreso en más del 25% de la población rural.

Desde la pasada cosecha de mitaca recolectada especialmente en el eje cafetero ha establecido unos rigurosos protocolos de bioseguridad. En alianza con los gobiernos locales, regionales y el gobierno nacional ha logrado un protocolo de bioseguridad propio, avalado por el Ministerio de Salud y difundido ampliamente entre los productores, sus familias, los trabajadores y toda la comunidad; lo que se suma al estado de calidad que caracteriza su producción; situación que evidencia su capacidad de respuesta a las dinámicas de transformación que impone el entorno en el que se desenvuelve la actividad, tal y como ha venido ocurriendo desde hace tres décadas, una vez se rompe el tradicional pacto cafetero que le imprimía una determinada regularidad, y se crea un contexto de libre mercado; escenario en el que se registran recurrentes variaciones en el mercado que afectan los ingresos de la actividad cafetera y el bienestar de la población vinculada con su producción y comercialización

El presente trabajo de investigación, basado en la recopilación de una amplia revisión bibliográfica, busca ofrecer una descripción y análisis de los aspectos que posibilitarían a la economía colombiana ofrecer una respuesta adecuada a las tendencias liberalizadoras y globalizadora que caracterizan el mercado mundial del café y la forma como estas garantizarían la sostenibilidad de la caficultura en el largo plazo, en momentos en los que se requiere crear condiciones que permitan un negocio rentable, que contribuya al desarrollo económico y social de las familias cafeteras siempre privilegiando el cuidado de los recursos naturales. Se trata de dar a conocer la trayectoria que ha de recorrer el sector en su compromiso por posicionar a la actividad cafetera sostenible en términos económicos, sociales y ambientales.

# Capítulo 1.

## Planteamiento del problema

La experiencia exportadora de la economía colombiana ha estado tradicionalmente influenciada por la actividad cafetera; su consolidación del café como producto de exportación se dio a partir de la segunda mitad del siglo XIX durante el periodo de expansión que experimentó la economía mundial, que posibilitó que los hacendados colombianos del noroccidente del país encontraran atractivas oportunidades en el mercado internacional, y aunque la concentración de las actividades se llevó a cabo en los Estados Unidos quien se convertiría el consumidor más importante de café en el mundo, no se debe olvidar el papel jugado por los países europeos, particularmente Francia y Alemania, quienes en la actualidad siguen siendo importantes importadores mundiales y socios de la economía colombiana. (Special Coffee Shop, 2018).

Desde entonces Colombia ha sido uno de los más importantes protagonistas del mercado mundial y la producción de café, es líder en el sector agrario del país dada su participación en el PIB. Su nivel de producción es tan alto que compromete a 590 municipios y los departamentos andinos del país y define importantes zonas consideradas cafeteras para su producción, zonas templadas ubicadas alrededor de los 1.200 metros sobre el nivel del mar, cuyas condiciones climáticas las hacen ideales para cultivar café, destacándose Antioquia, Quindío, Risaralda y Caldas. En el contexto internacional, el café es el segundo producto básico más valioso; se estima un área cultivada cercana a los 11 millones de hectáreas dedicadas al cultivo del grano, Colombia se constituye en el principal agricultor de café arábica lavado. En la actualidad existen en el mundo más de 20 millones de productores ubicados en 50 países, de los cuales el más grande es Brasil; los brasileños pueden presumir de ser los mayores productores de café, con una producción anual cercana a 2.600.000 toneladas, y aunque esto representa el 30% del total a nivel mundial, sus variedades no sobresalen por la calidad que ostentan; allí tan sólo un 20% de los



cultivos son de variedades arábicas y el 80% restante corresponde a café robusta; el país es seguido por Vietnam cuya posición es el resultado de ventajas competitivas que lo ubican como uno de los países con costos más bajos de producción y con uno de los indicadores de utilidades por hectárea más altos del mercado. Colombia en un tercer puesto cuenta con un área disponible para el cultivo cercana a 3,6 millones de hectáreas y se cultiva en aproximadamente 970 mil hectáreas, empleando a las familias propietarias de los predios cafeteros, y a miles de recolectores de café, que conforman el grueso de los trabajadores indirectos e indirectos, situación que determina que ésta continúe siendo una actividad emblemática de la economía colombiana. (Gomez Posada, 2018). Situación que respalda su impacto social ya que representa una buena fuente de ingresos para poblaciones campesinas que son muy vulnerables.

Su importancia tiene un gran impacto económico e institucional. Es el producto agrícola más exportado de la nación, caracterizado por su permanente transformación como lo evidencia su certificación europea "gourmet", que lo hace como una marca registrada, y con ello las posibilidades de mayor aceptación y estabilidad de su precio en este mercado; al tiempo que lo diferencia de cualquier otro café producido en cualquier otro país.

El café colombiano es reconocido como un producto de calidad superior; lo que lo ha convertido en un referente mundial. Detrás del Café de Colombia hay una organización de productores única en el mundo dedicada a mejorar la calidad de vida de las comunidades productoras de café con ambiciosos programas de sostenibilidad en acción, que busca garantizar la calidad, autenticidad y consistencia del producto desde el momento del cultivo hasta su llegada al consumidor final, quienes cada vez más se identifican con la garantía de origen; en tanto millones de consumidores, de marcas distribuidoras y centenares de miles de productores comparten estos valores e intereses, conformando redes sociales dedicadas a demostrar que los valores de los productores son 100% compatibles con la gente del café que vive en los Andes colombianos.

En medio de auge y recesiones los países mayormente dependientes han visto llegar el proceso de globalización de los mercados, y sus efectos en materia de concentración y la rentabilidad en un extremo de la cadena, lo que evidencia la existencia de importantes

asimetrías que no hacen para nada fácil la sostenibilidad de las economías cafeteras, entendiendo sostenibilidad como la capacidad que tiene este mercado ser autosustentable y de lograr subsanar las necesidades de quienes tienen esta actividad como estilo de vida. Lo que ha posibilitado que avance de forma sistemática de gestión para la conservación de la biodiversidad y la sostenibilidad ambiental en las regiones cafeteras del país. De ello dan cuenta los constantes programas dirigidos al manejo integral de microcuencas y en general a preservar el recurso agua; promoción y ejecución de campañas de conservación de suelos y aguas; la gestión para el mejoramiento del saneamiento ambiental de las viviendas en la zona cafetera; la ejecución de programas de seguridad alimentaria y nutricional, promocionando la producción y el consumo de alimentos inocuos en cantidad y variabilidad adecuadas; entre otras actividades promovidas desde la Federación Nacional de Cafeteros y las diversas agremiaciones territoriales, en las que soporta el avance de sus sustentabilidad y permanente mejora de la calidad.

Ciertamente la economía política de los mercados cafeteros se ha vuelto impactante. Mientras los grandes actores del mercado, como las multinacionales y los exportadores, tienen los recursos y las herramientas organizacionales para beneficiarse a lo largo de los diferentes puntos de rentabilidad del mercado, la segmentación y otras barreras limitan el potencial de participantes menos poderosos; lo que ha terminado por afectar sensiblemente a los productores quienes tiempo atrás en medio de acuerdos de negociación gozarían de mayor estabilidad, la misma que terminaría con la ruptura del Pacto Cafetero.

En este contexto son evidentes los cambios experimentados en los últimas décadas, leídos como manifestación de la modernización del mercado que pasan inevitablemente por instrumentos financieros derivados, la creciente especulación del mercado y el destino del productor del bien físico, los granos de café, está determinado por el intangible y arcano escenario del mercado de futuros, que estarían obligando a los productores a emprender importantes transformaciones en la forma de organización y participación en el mercado que garanticen su sostenibilidad.

En particular, en el caso colombiano si bien se han implementado múltiples acciones de sostenibilidad, surgen un sinnúmero de inquietudes sobre la existencia de una política integral desarrollo sostenible y la existencia de condiciones institucionales para generar

sinergias que redunden en un mejor futuro del sector. De ahí las inquietudes sobre las cuales se desarrolla la presente investigación: ¿qué aspectos de carácter económico e institucional podrían respaldar un cambio en favor de una actividad cafetera sostenible y competitiva en los mercados internacionales? ¿Qué aspectos resultan determinantes a la hora de establecer una agricultura cafetera competitiva? ¿De qué forma pueden los cafeteros ofrecer respuestas que les permitan sortear los escenarios de crisis a los que se ven sometidos permanentemente? ¿Cuáles son los aspectos más críticos a los que se enfrenta actualmente la actividad cafetera? ¿Cuáles son las principales tendencias que exhibe el mercado cafetero en la actualidad? ¿De qué forma la cooperación podría crear una mayor estabilidad del mercado internacional del café? Y ¿Cuáles serían las acciones estratégicas más determinantes para una economía cafetera estable que garantice la participación de la población?

### Justificación.

Este trabajo toma su importancia con base en un sector que ha sido muy fuerte en Colombia, un sector que ha permitido que miles de familias colombianas tengan una forma de subsistir y de salir adelante en una actividad de gran relevancia tanto para el sector agrario como para la economía del país.

Dicho estudio permitirá integrar y comprender mayormente la dinámica del café y lo más importante, su producción. Se trata de hacer una compilación de la información para su posterior análisis con el fin de dar un diagnóstico de la actualidad del mercado y los determinantes de la producción de café para Colombia.

Adicionalmente, como valor agregado se planteará una posible estrategia que dé cuenta de los problemas a los que se enfrenta el país como un gran productor mundial de café, en un contexto de grandes transformaciones como aquellas derivadas de las tendencias globalizantes que acompañan al mercado mundial del café.

Los resultados de la investigación podrían a fin de cuentas convertirse en una herramienta de estudio para los entes del gobierno y a las instituciones mayormente representativas del sector a cargo de las políticas y programas que contribuyan a darle una mayor estabilidad

a la producción y comercialización del café en el país y de paso ofrezcan una mayor garantía en términos de calidad de vida para sus familias.

### Objetivo general.

Identificar los aspectos que posibilitarían a la economía colombiana ofrecer una respuesta adecuada a las tendencias liberalizadoras y globalizadora que caracterizan el mercado mundial del café y la forma como estas garantizarían la sostenibilidad de la caficultura en el largo plazo.

### Objetivos específicos.

Analizar la dinámica del mercado internacional cafetero a partir de los años 90 y sus implicaciones en la actividad cafetera colombiana.

Realizar un diagnóstico de la caficultura colombiana que dé cuenta de la capacidad competitiva y las condiciones de sostenibilidad en la perspectiva del mediano y el largo plazo.

Identificar y analizar para el caso de Colombia los aspectos mayormente determinantes, haciendo énfasis en los institucionales, a la hora de establecer una agricultura cafetera competitiva.

Realizar sugerencias al sector cafetero colombiano a cerca de algunos componentes que le permitirían mejorar sus niveles de producción y elevar el nivel

de ganancias a todas aquellas familias que tienen el cultivo de dicho grano como medio para subsistir.

## Metodología.

La metodología usada en esta investigación es de tipo descriptiva. Ésta se establece para el periodo de 1990 en adelante. La investigación se considera ser la óptima al momento de llevar a cabo el cumplimiento de los objetivos propuestos. El trabajo tiene un enfoque descriptivo basado en una amplia revisión documental en bases de datos de documentos investigativos, se realizó una búsqueda previa de artículos a nivel nacional con el fin de contextualizar los estudios que se han hecho del café, en especial aquellos que dan cuenta de los aspectos que determinan su participación en el comercio internacional, su comportamiento en materia de productividad y competitividad, con un marcado sesgo en favor de los aspectos vinculados al componente institucional en los que se incluye su organización

El método a utilizar será tanto interpretativo como analítico, en tanto información recopilada ha recibido un tratamiento minucioso y ordenado que permite dar cuenta de la realidad sectorial y los grandes retos y desafíos a los que se expone en su propósito de alcanzar su sostenibilidad en el mercado y ofrecer condiciones de bienestar a la población mayormente vinculada a su producción.

Su desarrollo incluye tres etapas. La primera se orienta a la realización de una caracterización de lo que fue el mercado cafetero colombiano antes y durante el pacto cafetero internacional. En este primer momento se prestará especial atención a lo que fue la caficultura colombiana durante dicho periodo y cuál era el funcionamiento del pacto de cuotas y el cómo éste pacto ayudo a la sostenibilidad de los países que lo conformaban y a llegar a un punto de equilibrio en cuestión de precios y de la demanda del café a nivel mundial. Como segundo aspecto a estudiar tendremos lo que son los 5 principales países productores, realizando una descripción de sus características y la institucionalidad cafetera que le permite posicionarse a cada uno entre los primeros países productores a nivel mundial y como tercer aspecto tendremos la caracterización de la actualidad del mercado cafetero colombiano, estudiando en este mismo también algunas de las instituciones más

importantes que conforman el musculo cafetero para la producción y la comercialización del café a nivel nacional e internacional.

Finalmente, se expondrán algunos elementos que servirían en gran medida para mejorar la actividad cafetera del país, permitiéndole a los grandes, medianos y pequeños productores mejorar tanto el rendimiento de sus cultivos como el reducir los costos de producción, ocasionando que el margen de ganancia por hectárea cosechada aumente y, por ende, su calidad de vida.

### Hipótesis.

El café, uno de los productos agrícolas más transados en el mundo, es un mercado inestable que a países como Colombia lo ha puesto, en medio de la usencia una política integral, ante el riesgo de no sostenible, y obliga al desarrollo de una iniciativa estratégica que dé cuenta de la nueva realidad asociada una producción basada en la cadena de valor global y una mayor inclusión social.

Un fortalecimiento institucional resulta indispensable para generar sinergias en favor de una economía cafetera incluyente, sostenible y competitiva que le permita a Colombia un mayor protagonismo en el comercio internacional.

## Capítulo 2.

### MARCO DE REFERENCIA.

Con una producción cercana a 160.000 millones, según reporte del año cafetero 2016-2017, el mercado mundial de café experimenta importantes cambios. Vietnam que apenas dos décadas atrás incursiona como un país productor de café, se ha convertido en el segundo mayor productor y primer exportador mundial, con una producción superior a los 25 millones de sacos; al tiempo que tradicionales productores centroamericanos, Costa Rica, El Salvador y Guatemala, siguen siendo importantes protagonistas. Indonesia con cerca de 11 millones de sacos, resulta ser un buen representante del continente asiático, mientras Colombia, gracias a la renovación de sus cafetales durante 2010-2014, ha logrado superar los 14 millones de sacos (Federación Nacional de Cafeteros de Colombia [FNC], 2017). Lo que evidencia un mercado cada vez más competitivo que demanda nuevas formas de organización, mayor productividad y eficiencia que acompañen las estrategias de inserción en los mercados internacionales. Abrirse paso en un mercado tradicional como lo es el café es algo que demanda y que obliga a generar iniciativas en favor de la competitividad y fortalecer más sus vínculos con las cadenas globales de producción, distribución y consumo.

De otra parte, y tal como se evidencia el comportamiento reciente del mercado, la calidad de este de commodity, sigue garantizando un espacio “diferenciado” y el reconocimiento de un mejor precio, no obstante, la dinámica de oferta y demanda mundial. Este aspecto define una importante perspectiva para el país en términos de un mayor desarrollo de sus ventajas y la búsqueda de nuevas oportunidades en segmentos especializados (United States Department of Agriculture (USDA), 2019). Mientras que las características de calidad se mantengan como elemento de

diferenciación, su aprovechamiento no debe soportarse en obtener mejores precios; deberá promover nuevas dinámicas de competitividad y nuevas formas de acceso al mercado. En el lenguaje schumpetereano esta es una clara invitación a nuevas formas de organización, a nuevos usos del producto y a mayores innovaciones.

El reto asociado al aumento de la producción somete a los productores a mayores presiones sobre la rentabilidad de la producción y comercialización, también supone una exposición a la mayor competencia y una capacidad de adaptación a los cambios provenientes de las transformaciones en la forma de consumo, los esquemas de organización de las cadenas globales de producción y los cambios internos en materia de producción, distribución, consumo e incluso de la institucionalidad misma. Situación que contempla la presencia del programa de renovación cafetera de la Federación Nacional de Cafeteros que arroja resultados favorables, a través de iniciativas orientadas a rejuvenecer el parque cafetero y reducir la exposición de los cafetos a las plagas (Centro de Estudios Económicos [ANIF], 2017) Este es un contexto favorable que obliga a una mayor creatividad e inventiva de parte de productores y comercializadores en aras de alcanzar una competitividad sostenible en los mercados internacionales. Se trata así de restar influencia a los efectos de inestabilidad del producto en un mercado con tendencias a la sobre oferta.

Aspectos que deberán concretarse en una mayor productividad y por ende una mayor competitividad. Ello implica afrontar importantes retos en manejo de suelos, control climático, tratamiento a la variedad y la agronomía del cultivo, entre otras variables tecnológicas que la actividad cafetera debe tener en cuenta para mejorar la eficiencia tecnológica y la productividad por hectárea.

Ahora bien, si consideramos que durante los últimos cinco años los volúmenes de producción de Colombia se han mantenido estables (alrededor de 14 millones de sacos) y han mostrado algunas ganancias en productividad, aunque lejos aún de las logradas en Brasil, es claro que para el país continúa siendo un importante desafío. En el corto y mediano plazo la sostenibilidad cafetera debe venir por el lado



de profundizar las ganancias en productividad, los cuales deberán motivar al sector a la masificación de novedosos métodos de producción-recolección que se vienen impulsando de forma muy parcial. Es el caso del impacto en reducción de costos resultante de la llamada “derribadora selectiva de café”, la cual transmite a la rama del cafeto impulsos-vibraciones para tumbar en una lona solo los granos maduros que se recolectarán. Se estima que ello podría reducir en casi un 30% los costos asociados a la recolección. (Federación Nacional de Cafeteros de Colombia [FNC], 2018)

En momentos en los que el mercado se hace más complejo como resultado de la creciente competencia y de nuevos e influyentes productores las acciones realizadas por la Federación colombiana de cafeteros (Fedecafé), junto con el Centro Nacional de Investigaciones de Café (Cenicafé), en materia de provisión de bienes públicos (principalmente en infraestructura comunitaria); desarrollo tecnológico (con avances más que evidentes en adaptación, resistencia y renovación de cafetales); y asistencia técnica a los pequeños productores (concentrándose en su educación y diversificación del ingreso cafetero), constituye una iniciativa no sólo loable, también necesaria para el logro de una mayor productividad. Todos estos programas han permitido incrementar la productividad cafetera a niveles que bordean los 19 sacos/hectárea, y urge reducir el rezago en productividad que se tiene no sólo con Brasil, también con Vietnam.

El carácter de inestabilidad del mercado cafetero y los riesgos a los que recurrentemente se expone producto de las condiciones climáticas y los descensos en la productividad, obliga al sector a enfrentar de forma sistemática esta problemática y garantizar la constancia de la actividad cafetera, teniendo en cuenta que es indispensable en la economía del país; labor posible de alcanzar mediante estrategias de rentabilidad-sostenibilidad en la que a sus productores e instituciones que respaldan al sector, le debe resultar claro que cualquiera sea el contenido de las mismas deberán garantizar avances en productividad y reducción de los costos;

los únicos logros que en un escenario de libre mercado pueden evitar que se repitan episodios desafortunados las pérdidas de los cafeteros, los paros cafeteros y/o las continuas presiones sobre el fisco nacional.

La creciente competencia asociada al avance de un mercado globalizado no puede constituirse en una presión sobre el uso irracional del manejo de suelos o sobre la población campesina; al menos así se infiere de la creciente practica de uso de tecnologías limpias y la puesta en marcha de prácticas de sostenibilidad que posibiliten el logro del bienestar intergeneracional mediante la maximización equilibrada de los capitales natural, físico y social. No cabe duda que en su propósito de sostenibilidad el agotamiento de alguno de los tres factores limita la dinámica de los otros obstruyendo el desarrollo de largo plazo. De ahí que la mayor competitividad deberá corresponderse con un enfoque de generación de valor económico en la cadena de transformación, el uso eficiente de los recursos ambientales y el fortalecimiento del tejido social en las comunidades rurales.

En perspectiva de una caficultura sostenible los retos del sector no pueden agotarse en mejoras en los volúmenes de producción, mayor productividad o incrementos de participación en el mercado, implica considerar los cambios técnicos con relación al uso de recursos, los impactos en el entorno ambiental, la calidad de vida de los productores y la equidad en el ingreso que la mayor producción o el mayor mercado generan.

Se suma a lo anterior las actuaciones de Fedecafé, quien ha venido promoviendo la comercialización del grano mediante el mecanismo de futuros, con el fin de que los productores aseguren la venta de su cosecha a 24 meses vista (lo que les garantizaría precios de venta que cubran los costos de producción). Sin embargo, esta opción todavía tiene sus limitaciones y los costos son relativamente altos.

Colombia sigue teniendo un reto importante entorno a la productividad y competitividad, ya que, si quiere llegar a posicionar su sostenibilidad a partir del mercado mundial, debe añadir estos dos conceptos a su proceso productivo,

incitando a los factores de producción para trabajar todos en conjunto para mejorar la productividad y eficiencia requerida para un mercado internacional.

Ciertamente la actividad cafetera de Colombia seguirá ampliamente influenciada por el comportamiento del consumo, la dinámica de los productores, las oscilaciones en los precios del mercado, y una creciente ola de factores que afectan la rentabilidad y comprometen la sostenibilidad de su producción, y por ende de las familias vinculadas a la actividad. Y al igual que muchos de los países tradicionalmente cafeteros, Colombia seguirá soportando su activa participación en el mercado por la disponibilidad de los factores y la diferencia que exista con respecto a los competidores. (Ohlin, 1971)

Las condiciones de oferta y demanda del mercado no son nuevas y es claro que el país requiere de nuevas fórmulas que contrarresten la dinámica de competencia y la inestabilidad del mercado. Sólo mediante el desarrollo de nuevas estrategias que fortalezcan su competitividad los productores cafeteros garantizaran una activa presencia en el comercio internacional y el logro de sus objetivos de bienestar. Los tiempos de estabilidad asociados al Pacto Cafetero que derivaron considerables beneficios los países productores, al constituirse éste en un mecanismo eficiente para organizar el mercado y limitar el riesgo y los perjuicios de un descenso brusco en los precios, son realmente cosa del pasado y la estabilidad y sostenibilidad están en función de nuevas ventajas competitivas.

El debate sobre la competitividad del sector no ha terminado y es evidente que se requiere importantes reflexiones sobre las condiciones de los factores; condiciones de la demanda, sectores conexos y de apoyo; y estructura, estrategia y rivalidad de las empresas; tal y como lo propone (Porter, 1990). De otra parte y considerando lo importante que ha resultado para el país la estrategia de posicionamiento de su producto ante los consumidores, un estudio de estas características deberá consultar las posibilidades analíticas que ofrece los estudios de mercadotecnia. Siguiendo los postulados de Philip Kotler sobre Dirección de Mercadotecnia, en

donde se hace explícita la necesaria relación entre la planeación y control de la actividad a partir de las oportunidades que ofrece el mercado. (Kotler, 2001)

Aspectos que deberán abordarse desde diversos enfoques para proponer estrategias de desarrollo sostenible. Urge avanzar hacia los mercados de forma más eficiente económica y ambientalmente; lograr un marco coherente y sistemático de políticas sectoriales en favor de un uso adecuado de los recursos que compensen las limitaciones estructurales del campo; al tiempo que se garantice un enfoque que contribuya al fortalecimiento del capital social de la población vinculada a la actividad; que contribuyan a mejoras en la sostenibilidad del sector.

### Más allá de los escenarios de estabilidad: El pacto Cafetero

Por Muchos años El Pacto Cafetero se constituyó en un escenario del mercado que arrojó importantes beneficios tanto para productores como para consumidores, respaldados en la llamada cooperación económica y los efectos de las políticas de concertación en el mercado internacional por parte de los diferentes actores del mismo. Los beneficios fueron múltiples para países como Brasil y Colombia, que con el paso de los años lograron una mayor diversificación de sus exportaciones y disminuir la dependencia frente al grano; así como para Ruanda, Burundi y Uganda en medio del pacto mantuvieron e incluso acrecentaron su dependencia económica frente a la dinámica del mercado.

Ciertamente los diversos pactos cafeteros llevados a cabo a partir de los años de 1940 cuando se suscribe el Convenio Internacional del cual tomarían parte 14 países productores y por primera vez un país consumidor: Estados Unidos, y los sucesivos escenarios de concertación que abrirían paso en 1957 para que 17

países de África y América Latina, que representaban el 85% de la producción mundial, logran un acuerdo histórico para su momento: fijar cuotas de exportación, distribuir la oferta en trimestres, para controlar los períodos de exceso de producción, realizar una agresiva campaña publicitaria a nivel mundial tendiente a fomentar el consumo del grano; el mismo que se consolidaría en 1962 en medio de la creación de un Comité de 16 países que daría lugar al Primer Convenio Internacional del Café suscrito por 32 países exportadores y 22 países importadores que para el momento representaban el 95% del mercado mundial, y que terminaría por ofrecer un escenario de estabilidad de largo plazo, toda vez que en 1989, se daría la ruptura del pacto. (Croce, 1992)

Durante este largo periodo evidentemente, fue posible garantizar la estabilidad del precio, mantener estable en gran medida los ingresos de los cafeteros, ofrecer calidad de vida a los productores del grano, al tiempo que se creaban las condiciones de fortalecimiento institucional, en países como Colombia que logró un esquema de producción de corte cooperativista y una institucionalidad para la comercialización capaz con un gran protagonismo en las diferentes regiones productoras de café.

Para Colombia, el periodo del Pacto Cafetero constituyó una de las mejores épocas de producción y donde más sostenible habría sido la actividad económica, tanto así que la caficultura llegó a representar entre el 10% del PIB total de Colombia, e hizo de la institucionalidad del sector una de las más importantes e influyentes en la economía colombiana. (Cárdenas Gutiérrez, [s.f.])

Durante la época del pacto cafetero ocupó el 2º lugar como el mayor productor de café a nivel mundial con una participación en el mercado del 15%, antecedido por Brasil, quien se coronaba como el mayor productor de café del mundo entero, pero a partir de ese lunes 3 de julio de 1989, Colombia inicia su curva decreciente empezando con la caída del precio del café colombiano, el cual cotizaba en 1990, menos de un año después de la ruptura del pacto del café, a US\$0,69 por libra, el peor precio en la historia para aquella época. (Cardona Montoya, 2015)

Las presiones asociadas a la sobre oferta desde entonces se habrían constituido en una constante. La disolución del Pacto se traduciría en un escenario de autonomías y búsqueda de recursos con independencia de los efectos negativos sobre los precios internacionales. Se trataba simplemente de crear condiciones para producir más y vender más, lo que terminaría por favorecer a las grandes Corporaciones en un mercado altamente concentrado y con una estructura oligopsonica en Estados Unidos en donde tres manejan el 71.1 % del mercado interno; en Europa, donde siete empresas tostadoras manejan el 52.7% y siete comercializadoras, el 46.5%. Y En el Japón, donde cinco empresas tostadoras y comercializadoras, concentraban el 46.5% del mercado interno. Simplemente la ruptura del Pacto traería una nueva geoeconomía y una nueva geopolítica entorno al mercado del café. (Pérez Soto, Godínez Montoya, & Figueroa Hernández, [s. f.]

Los efectos negativos no se harían esperar, y al final el balance mostraría que parte de la culpa de la crisis la tienen los directivos cafeteros que por soberbia creyeron que después de la ruptura, el mundo preferiría nuestros suaves colombianos por encima de los robustos y Arábigos de los africanos y brasileños; por otro lado las consecuencias reales de la ruptura de este pacto no se sintieron sino hasta el año 1993, en donde el Fondo Nacional del Café agoto los recursos recaudados durante las épocas de bonanza por la venta de café en el mundo; no obstante que el país logro mantener un precio de referencia que a pesar de no ser el mismo que durante el acuerdo dio sustentabilidad a la actividad y permitió que los campesinos pudieran vender sus cosechas a un precio razonable.

Y aunque realmente la variedad suave producida en Colombia aún cotiza unos centavos por encima en las diferentes transacciones en bolsa sobre las demás variedades, este pequeño “plus” no compensa realmente las consecuencias que ha traído consigo la liberación de precios que aparte de verse afectada por los cambios en el mercado, se ha convertido en un oligopsonio en donde los precios son controlados por unas cuantas multinacionales.

Y aunque los efectos negativos parecieran haberse concentrado mayormente durante los noventa y los primeros años del 2000; los momentos de buenos precios de los últimos años no se han correspondido con la participación de Colombia en el mercado que no ha podido recuperarse. El carácter diferenciado del café no ha logrado constituirse en factor de expansión, y muy por el contrario diversas voces sostienen que el rehusarse a complementar los cultivos suaves; como lo habrían hecho países como Brasil que incluyó las variedades suaves y arábicas en sus cultivos, constituye una decisión que ha limitado la expansión de la actividad cafetera en el mundo.

Adicionalmente, existen otras condiciones del mercado que Colombia aún no ha podido introducir en su modelo de cosechas como es el caso de la internalización que el mundo consume en su mayor parte cafés arábicos más que los suaves, es decir que se comercializa más un café barato y de menor calidad; que los grandes tostadores que conforman el Oligopsonio mundial del café no le venden a los consumidores una variedad pura, es decir, no venden solo café arábigo o solo café suave, lo que venden es una mezcla entre ambas con porcentajes aproximados de 70% arábigo y 30% de la variedad suave.

De otra parte, es claro que las estrategias de incentivos a campesinos para que cultivaran café, las políticas de créditos que estimularan la inversión, subsidios a insumos y tierras a bajo costo, que se traducirían en cultivos que alcanzarían uno de los rendimientos más altos del mundo con un promedio de 2 toneladas o 34 sacos de 60 Kg cada uno, por hectárea cultivada, terminarían constituyéndose en factores determinantes de la productividad y competitividad de Vietnam, quien sería el gran ganador en el contexto de la ruptura del Pacto y la liberalización del mercado.

Otro factor que caracteriza el mercado cafetero y condiciona el actuar de los países es la tecnología empleada para su producción y procesamiento. Los desarrollos tecnológicos permiten actualmente el uso de granos de menor calidad como el tipo robusta, que siendo procesado de formas diferentes permite un mejor uso y aprovechamiento, reduciendo los costos en los que incurren las grandes tostadoras

y comercializadoras de los países productores y así mismo se va disminuyendo la participación de otros tipos de café que son considerados de mayor calidad.

De igual manera, la reducción de costos en las tostadoras y distribuidoras no generan una reducción de precios al consumidor final, realmente lo que genera es un aumento en las ganancias de dichas empresas que al final terminan buscando el mismo precio del grano e incluso, buscan reducir este costo también, sumiendo cada día más a las familias productoras en la pobreza ya que siempre habrá alguien más dispuesto a vender a un menor precio y quienes realmente salen beneficiados son los empresarios que terminan aumentando sus ganancias.

Todos estos aspectos demuestran la fragilidad del mercado cafetero y lo difícil que será el logro del “equilibrio” entre la oferta y la demanda, que caracterizó el periodo del Pacto, ya que en este mercado existen demasiados factores que juegan en su contra. Cada uno de los países busca su mayor beneficio sin pensar en los demás actores del mercado, aunque sus actuaciones se traduzcan en detonantes de sus propias pérdidas. Lo anterior denota un mercado internacional que no se puede mantener por sí mismo, un mercado con demasiada volatilidad y demasiado riesgo para el eslabón más bajo de toda la cadena de suministro, el de la producción, que es el más importante de todos los eslabones, pero también el más menospreciado.

De otro lado, y como un elemento que juega a favor de la caficultura colombiana es necesario consultar las posibles oportunidades que trae el hecho de que el consumo de café está en crecimiento en todo el mundo, especialmente en los países asiáticos, en Rusia y en los Estados Unidos y que instituciones como FAIR TRADE CERTIFIED, posibilitan a algunos campesinos seguir por la senda de generar productos de calidad que gozan del reconocimiento en segmentos del mercado en los que hace presencia el llamado comercio justo.

Todos estos aspectos le han dado una nueva dinámica a un mercado en expansión no sólo en consumo sino también en producción, caracterizado por la inestabilidad de los precios y la variación de los ingresos de los productores que no logran los

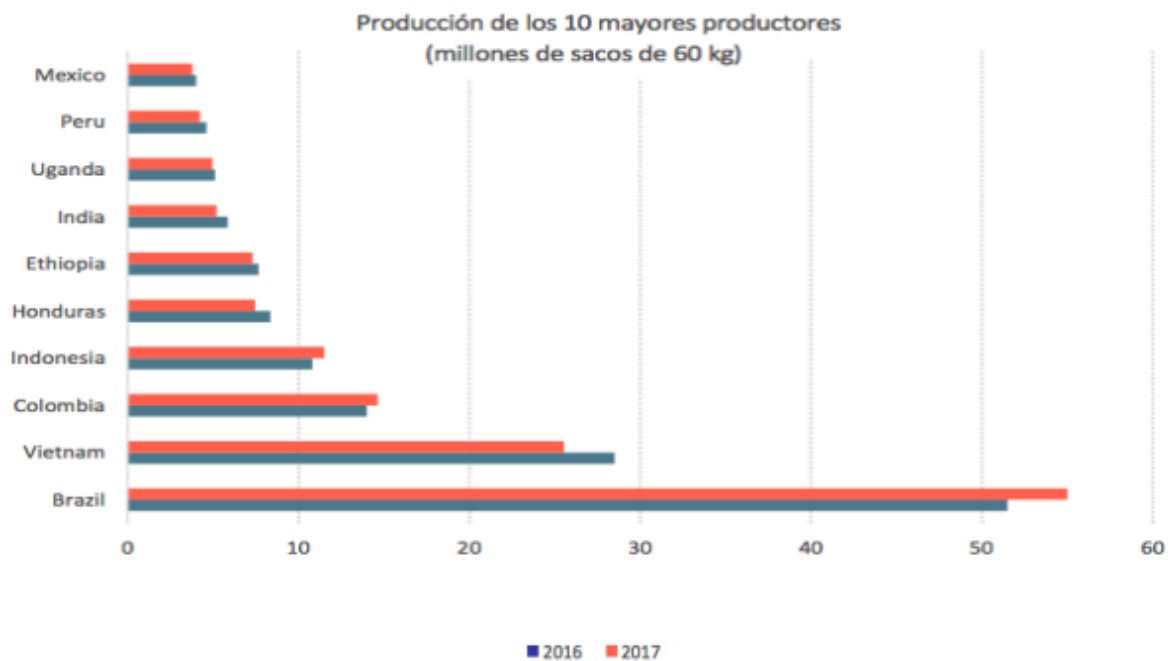


niveles de bienestar de décadas atrás cuando la cooperación entre los países se traducían en unas reglas de juego claras para los países en el mercado internacional del café. Y si bien Colombia no renuncia a su protagonismo, la ausencia de una estrategia clara que consulte estas nuevas realidades y permitan el desarrollo de nuevas y dinámicas ventajas que reduzcan la incertidumbre y aminoren los efectos negativos de la caída del precio internacional del grano, se traduce en dificultades económicas para las familias campesinas productoras de café.

### Países Productores

Uno de los aspectos más relevantes del mercado mundial del café lo constituye el papel que juegan los países productores. En principio habría que considerar que no obstante la existencia de decenas de países vinculados a la producción, tan sólo tres de ellos: Brasil, Vietnam y Colombia representan 58,7% de las exportaciones mundiales de café. El mercado internacional es muy disperso, pues 17 países contribuyen cada uno con entre 1% y 5% de la producción mundial. Lo que sin duda advierte la necesidad de consulta de la forma como opera la producción en algunos de los mayormente protagonistas y las lecciones que deja a partir de su presencia en el mercado mundial (Infocafé, 2015)

Los principales países productores de café en el mundo tienen características especiales cada uno que los diferencia de todos los demás. Al respecto considerando la lista de los cinco más destacados según el enfoque dado por (Gómez Posada, 2018), se advierte:



(Análisis económico de ABG, 2017)

Brasil: Es el primer país productor de café a nivel mundial, lo cual se evidencia con las 61,7 millones de sacos de dicho grano en 2018. A pesar de que este país produzca el 30% de las exportaciones totales de grano a nivel mundial, la calidad del producto evidencia que no es ésta su estrategia de participación en el mercado. Del 100% de la producción de café en Brasil, un 20% la compone la clase arábica y el 80% restante la compone la clase robusta.

Este país, se ha mantenido en la posición número uno en el ranking de países exportadores de café. Su ventaja la ostenta en la existencia un clima que propicia una buena producción y en la extensión de dicho país que le permite tener áreas más extensas de cultivos que permiten el uso de técnicas de bajo costo y el aprovechamiento de economías de escala.

Brasil, uno de los principales referentes del mundo en cuestión de cultivos cafeteros, tiene también empresas muy grandes que ayudan a la exportación del café en dicho país, entre las empresas u organizaciones más grandes de Brasil, se encuentra el grupo 3corações, la cual fue la unión entre café Santa Clara de Brasil y la empresa israelí de Coffee Three Hearts. (Wikipedia, 2016)

Esta empresa se dedica principalmente a la compra, transformación y venta del café, principalmente de las regiones de Planalto de conquista, cerrado baiano, zona de mata mineira, cerrado mineiro, sul de minas gerais, mogiana paulista, norte do parana, en las cuales se cultiva solo la clase Arábica, y también de Rondonia, en donde se cultiva la clase Robusta.

Después de la recolección del café que realiza la empresa se realiza el proceso de beneficiado que consiste en la limpieza y remoción de la cáscara, pulpa y película interna del grano, de ahí pasa a la Torrefacción, proceso de tostado por el cual se alarga la duración del café antes que se dañe y por último va a la molienda dependiendo del tipo de café a producir, en esta tostadora hay diversas granulometrías, las cuales determinan el tamaño en el que el café será molido y por último es empacado y distribuido ya sea para el mercado nacional o internacional. Este inmenso grupo tiene variedades de marcas, cada una especializada en diversos sabores y para satisfacer a todos sus clientes en el mercado nacional y extranjero.

Otra de las grandes empresas cafeteras de Brasil es Lemont Coffee Roasters, una empresa brasileña que con tan solo 6 años en el mercado entro al mercado europeo con la exportación de café de calidad, supervisado desde la siembra del cafeto hasta su proceso final de tostado y extracción.

Esta empresa se encarga de todo el proceso de producción del grano, desde su cultivo y supervisión durante el crecimiento, pasando por su recolección, tostado y extracción como fin del proceso productivo y ahí empieza su proceso de distribución, en el cual la marca empaqueta, promociona y distribuye en el mercado nacional e

internacional. En el año 2012, la incursión al mercado europeo se dio gracias a una asociación con una tostadora española con más de 70 años de experiencia en el tostado de café, lo que le permitió alcanzar un mayor estándar para la producción y distribución del grano.

Brasil, un país de grandes extensiones de tierra cultivable, ha realizado esfuerzos por constituir una hegemonía en el mercado cafetero internacional, siendo este quien acapare la mayor parte de las exportaciones en el mundo. Según P. Raymond (1981), en su libro del miembro comité de investigación facultad de ciencias económicas y administrativas, la principal estrategia de Brasil para dejar de producir para almacenar se basaba en una producción masiva, en donde no importaría vender a precios altos, por el contrario lo que busca es producir en cantidad con bajos costos, (que de por si se daban gracias a la alta tecnificación que se maneja para el cultivo del grano en dicho país) que le permitieran vender en mayor medida a un precio moderado, en el cual no se gana demasiado pero es suficiente para que los cultivadores de café obtengan un precio justo por su mercancía.

Para esto, Delfim Netto, planteaba una política agroeconómica que de cierta forma favorecía solo a los mayores productores, en la cual se debía producir a grandes escalas para vender mayores cantidades a un menor precio, llenar el mercado con producto y al final quebrar a los pequeños productores de Brasil e incluso sacar del mercado a otros países productores que no tuvieran el musculo económico para hacerle frente a dicha sobreoferta que surgiría en el mercado e incluso se llegó a replantear una redistribución de cuotas de exportación, pero esta ponencia no se consolido debido a las heladas que azotaron los cultivos en aquella época y redujeron la producción de Brasil de manera considerable.

Actualmente en el mercado, no se está usando dicha política agroindustrial, por el contrario, el consumidor opta en gran medida por marcas que ayuden a pequeños productores y que tengan sello de calidad, adicionalmente en el mundo se está dando una nueva tendencia que inclina los gustos de los compradores por un café

que cuide al medio ambiente, factor clave que no cumpliría un mercado dedicado al cultivo masivo del grano.



(Sacco dos Anjos, Belik, & Velleda Caldas, 2011)

Vietnam: Su producción se basa principalmente en la clase robusta a pesar de los intentos del estado por incluir en sus plantaciones la clase arábica. Su posicionamiento como segundo mayor productor del mundo en un lapso de tiempo de no más de 30 años, con un crecimiento en los cultivos de alrededor de 30% anual, sería el resultado de un esquema de organización basado en la presencia de

una gran cantidad de cooperativas instaladas en el territorio, y en la forma como su producción se habría constituido en una estrategia de combate a la pobreza, permitiendo su reducción de un 60% en 1994 a solo un 10% en 2014.

De los factores que definen su ventaja comparativa se destacan: el país cuenta con uno de los costos de producción más bajos del mundo y sus indicadores de utilidad por hectárea cultivada son de los más altos del mercado, gracias a la estrategia de integración vertical y la eficiencia en sus procesos.

El caso de Vietnam en su introducción al mercado cafetero como gran exportador es muy particular, ya que es el único país que logro pasar de una producción de alrededor de 7.000 toneladas de café anual en 1975 a una producción de 700.000 toneladas de grano en solo 25 años (Trieu Nhan).

Vietnam es el principal productor del tipo Robusta, sin embargo, es el segundo productor a nivel mundial sólo por detrás de Brasil el cual produce los dos tipos de especies: Arábica y Robusta. Las zonas tropicales cuentan con buenas características para la siembra del grano tales como la altura, temperatura y nivel de precipitaciones (Nguyen Duc Nhuan, s.f.) ubicando la zona cafetera del país asiático en las provincias del Sudeste: Lam Dong, Gia Lai, Dong Nai, Kon Tum y Dak Lak.

De acuerdo al reporte anual de Café de Vietnam del Departamento de Agricultura de los Estados Unidos (USDA, 2013) y basados en datos proporcionados por el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural de Vietnam (MARD) dada la sequía que se presentó durante el primer trimestre del 2013, diferente a las anteriores sequías que sufre el país cada año y la cual ha sido relacionada con el cambio climático afectando negativamente la producción del grano, la Asociación de Café-Cocoa de Vietnam (Vicofa) ha propuesto el desarrollo de nuevas variedades de Café que puedan resistir los crecientes cambios climáticos, así se espera, entre los próximos 5-10 años la replantación de un nuevo Café de alto rendimiento.

Como una de las principales empresas que operan en el mercado de Vietnam tenemos a vinacafé, empresa vietnamita involucrada en todo el proceso de producción, desde el cultivo de la planta, hasta la recolección y distribución, fundada en 1969 por Marcel Coronel y confiscada por el estado después de la guerra vietnamita cuando sus dueños huyeron del país y es la encargada del tema de la producción, procesamiento, importación y exportación de café en Vietnam; Además esta empresa fue titulada con el reconocimiento de “Producto vietnamita de la más alta calidad”.

Esto último ligado a las recientes iniciativas del gobierno Vietnamita a mejorar la calidad del café de exportación, que a pesar de sus galardones por aroma y sabor, no siempre cumplen con los requisitos necesarios para exportar a otros países; y entre las causas para la baja calidad tienen la culpa en cierta parte la inadecuada calidad de la maquinaria que se utiliza para el secado del grano, la humedad que presentan, los granos quebrados y las impurezas, además de factores que son más comunes de lo que se cree en la producción vietnamita y es la susceptibilidad a estar infectado con Ochratoxin A.

Pero esto es solo un lado del panorama general que se tiene en dicho país, ya que, así como hay café de calidad no exportable, también existen hacendados vietnamitas que han invertido en maquinaria de alta tecnología para el cultivo del café y que por medio de esta han logrado aumentar la calidad del producto para su exportación y de esta manera obtener certificados nacionales e internacionales que los califican de acuerdo a su calidad. Por mencionar unos cuantos tenemos por ejemplo el certificado 4C (Common Code for the Coffee Community); VietGAP (Vietnamese Good Agricultural Practices); UTZ (UTZ Certified); and RFA (Rainforest Alliance). El 2011, solo el 10% del grano cultivado logró acceder a dichos certificados, afortunadamente para este país, hacia el 2014 esta cifra subió, hasta alcanzar un porcentaje casi del 50% del volumen total de producción, Esto significaba que alrededor 300,000ha, equivalente a 600,000 toneladas de café

verde, fueron certificadas por 4C, UTZ y RFA (International Coffee Organization, 2019).

INDONESIA: Este país logra posicionarse como el mayor exponente cafetero de la región asiática, consolidándose en el ranking de producción cafetera mundial en el cuarto puesto, con una producción anual de 660.000 toneladas.

Este grano fue introducido en dicho país por los holandeses hacia el siglo XVII, pero solo se consolidó fuertemente después de la segunda guerra mundial y hoy en día tiene una ventaja sobre otros productores y es que, dentro de su producción, integra 3 clases de café: robusta, ibérica, arábica. Producción que realiza con 2 métodos diferentes: lavado y semi-lavado

Además, el café indonesio se caracteriza en el mercado mundial por su aroma herbal, su cuerpo y su sabor.

Indonesia se ha caracterizado por sus altibajos en el proceso de producción, debido en parte a los azotes climáticos como las grandes sequías que se presentan en dicho archipiélago o las fuertes lluvias que terminan afectando la floración y maduración del café. Adicionalmente a estas problemáticas incontrolables referentes al clima, Indonesia también enfrenta la fragmentación de su cultivo, lo que se refiere más que todo a que se cultiva mucho pero el cultivo no es masivo, parte de esta problemática está dada ya que tiene muchas haciendas cafeteras, pero gran parte de estas no supera la hectárea cultivable ya sea porque su capacidad no da para más o incluso puede ser por falta de tiempo y recursos. (Fórum Café, 2018)

Por otro lado, a pesar de que la producción es menor que en otros países, el café indonesio se ha caracterizado por ser de excelente calidad, siendo el café Java de



los más reconocidos en el exterior. Indonesia a pesar de que en promedio exporta 2Kg de café por cada Kg que se consume en su mercado interno, también es uno de los países que más gusto ha desarrollado por parte de sus habitantes por el café, el cual a pesar de que aún es bajo el consumo per cápita de café en el país, el crecimiento en el gusto por el café se estima en aproximadamente en un 15% anualmente.

Este crecimiento en parte se ha dado por el constante esfuerzo de empresas internacionales de café que han puesto sus ojos en el país y han llevado sus tiendas a muchas ciudades del país, tales como Starbucks, y empresas locales que se han encargado de promover este consumo en ocasiones sociales e incluso al interior de cada hogar.

Como empresas representativas en el mercado del café, está la empresa Kilimanjaro Speciality Coffees. Esta organización realiza sus compras en países entre los cuales se incluye Indonesia y tiene la particularidad de que para realizar dichas compras, prefiere desplazar uno de sus integrantes al país para elegir por sí mismo uno de los lotes de producción más sobresalientes para de esta forma manejar los estándares de calidad impuestos tanto por el mercado internacional como los autoimpuestos para mantener el renombre de la marca como café de especialidad, y tiene una particularidad que beneficia al país donde realiza sus compras y es que dentro de su filosofía tiene como requisito para la compra, la asociación con pequeñas cooperativas o caficultores y así fomentar la sostenibilidad agrícola tanto en origen como durante todo el proceso logístico, por lo que también están al pendiente incluso del tostado del café, supervisando las empresas tostadoras al menos hasta la estación de lavado (Kilimanjaro Speciality Coffees, [s.f])

El café en Indonesia, está representado en el mercado internacional, principalmente por dos asociaciones:

La asociación de Exportadores de Café de Indonesia (GAEKI) por sus siglas en el idioma local, fue fundada en 1979 y desde entonces, fue la encargada del fomento

del grano en el mercado internacional y también fue la encargada de la gestión de las cuotas de exportación hasta 1989, en conformidad con los pactos y convenios que existían en ese entonces. Actualmente GAEKI, es una asociación conformada por alrededor de 80 miembros, a los cuales apoya y brinda información sobre las regulaciones dadas por el gobierno, gracias a su articulación con algunos organismos gubernamentales y es la encargada de la promoción del café nacional en el mercado internacional.

Dice el Dr. Su Gandhi, presidente de la asociación. "También ayudamos a nuestros miembros a cumplir con los requisitos de exportación del gobierno y ayudamos con los desafíos que enfrenta la industria". Sinergy Media Specialist (2017).

Asociación de Cafés Especiales de Indonesia (SCAI), es la organización encargada de representar a las partes interesadas del proceso productivo, mayoristas, minoristas, cafeterías e instituciones gubernamentales y privadas, cuyo proceso productivo se basa en la clase de "coffea arábica" de Indonesia. Fue fundada en el 2007 y para el año 2017 ya tenía más de 600 miembros activos de la organización

Honduras: Actualmente su producción se estima en 8.3 millones de sacos anuales. El café producido en este país se destaca principalmente por su aroma frutado y acidez ligera, propiciados principalmente por la altitud en la que se realizan estos cultivos, ya que la altitud media del país se sitúa alrededor de los 1.000 msnm.

El café que se cultiva en este país es 100% arábica y cabe destacar que se realiza a la sombra, lo cual es más amigable con el medio ambiente y el suelo donde se cosecha este grano, sin embargo, a pesar de que la producción ha crecido de forma sistemática en los últimos años, sus ingresos dependen fundamentalmente del comportamiento de los precios caracterizados por su permanente inestabilidad.

Dentro de las instituciones más representativas del café de Honduras tenemos las siguientes:

IHCAFÉ (INSTITUTO HONDUREÑO DEL CAFÉ): Se fundó en 1970 como una institución de apoyo para el desarrollo y fortalecimiento de la industria cafetalera del

país, en un principio como un ente gubernamental trabajando en pro del beneficio de los cafetaleros hondureños. (Instituto Hondureño del Café, 2014)

Hacia el año 2000, el estado de Honduras saca el decreto No. 213- 2000, a través del cual se cambia totalmente la conformación del ente gubernamental en ese entonces y pasa a conformarse como un ente privado sin ánimo de lucro en búsqueda de una mejor respuesta y mayor agilidad a las necesidades que surgiesen en el mercado cafetalero hondureño y desde entonces se ha caracterizado por ayuda que ha brindado a dicho sector en el país. (Instituto hondureño del café, 2014)

A parte de este instituto, en el país existen alrededor de 135 cooperativas cafeteras registradas en el Consejo Nacional Supervisor de Cooperativas (CONSUCOOP); lo particular es que a pesar de la cantidad de cooperativas, hacia el año 2016, el 74,4% de los caficultores no estaba registrado en ninguna cooperativa, prefiriendo éstos el afiliarse a asociaciones de tipo gremial como la Asociación Hondureña de Productores de Café (AHPROCAFE), que es la que cuenta con una membresía de 58%, le siguen La Central con 21% y la UNIOCOOP con 21%. Cabe destacar que, de las 135 cooperativas cafeteras, el 42,9% tiene menos de 50 afiliados y el 31,4% de las mismas tiene entre 50 y 100 afiliados y esto se debe a que la tendencia en dicho país se da más hacia constituir nuevas cooperativas y no a fortalecer las ya conformadas. (Álvarez, 2018)

## Caficultura Colombiana

Colombia es reconocida mundialmente por la calidad del grano que cultiva, arábigo suave lavado, gracias a su favorable clima y larga tradición en la producción de café de gran calidad.

Colombia logra posicionarse en tercer lugar gracias a sus 14 millones de sacos de café producido anualmente y a que tiene una ventaja con respecto a otros países que le permiten gozar de una logística de gran relevancia: puertos marítimos tanto en el mar Atlántico como en el mar Caribe. Se suma a este factor de competitividad la presencia de una estructura organizacional basada en cooperativas caracterizadas por su importante capacidad de gestión.

De los logros institucionales se destaca el Centro Nacional de Investigaciones de Café (Cenicafé), brazo científico de la Federación Nacional de Cafeteros (FNC), que por más de ocho décadas ha liderado la investigación científica y desarrollo tecnológico para el sector.

Su principal zona de cultivo son las cordilleras de los andes ya que posee alturas óptimas para el cultivo que van desde 1.200 y 2.000 msnm y un clima templado, perfectas para el cultivo de grano de gran calidad. (Baron, [s.f]) El país ocupa el tercer puesto como exportador en cuestión de volumen, pero el primer puesto como mayor productor y exportador de la clase arábigo suave lavado en el mundo. (Gomez Posada, 2018)

En la actualidad el café se caracteriza por ser una bebida universal y después del petróleo, es el artículo comercial natural que más dinero mueve a nivel mundial, habiéndose convertido para muchas personas en un hábito de vida diario su consumo y para otros un estilo de vida, en la cual su producción y cosecha se ha convertido el diario vivir de miles de familias que volvieron esta actividad en su sustento diario para vivir.

La producción de café para Colombia se basa en producir la clase arábigo que es un café suave y su aroma, sabor, cuerpo y textura lo caracterizan como un café de gran calidad en el mundo. Lo que paradójicamente no se corresponde con una expansión y estabilización de la producción, ni con una actividad que garantice el bienestar de las familias productoras; situación que mayormente visible a partir de

la ruptura del Pacto Cafetero y la definición de un mercado de libre competencia, tal como se mencionó anteriormente.

Con una producción aproximada de 14.1 millones de sacos de 60 KG al año, esta parte de la agricultura colombiana se consolida como la que mayor peso tiene dentro del PIB agrícola de Colombia, acaparando el 25% del total del PIB en exportaciones. (Grupo Bancolombia, 2018)

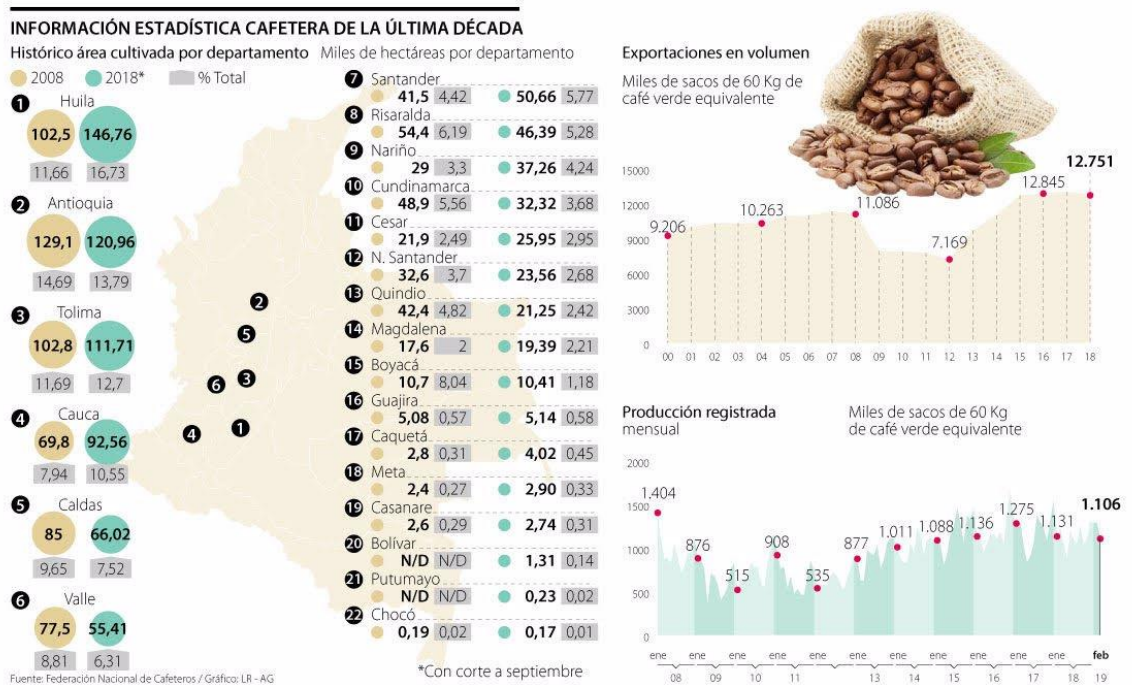
La característica principal asociada al proceso productivo es que en su mayoría y una actividad manual de larga tradición que pasa de generación en generación, consistente en la recolección de grano por grano de la planta eligiendo uno a uno los granos más maduros y buenos, dando poco espacio al error de la colocación de granos verdes que den un toque más amargo al café; razón por la cual el café de Colombia es considerado de gran calidad en el mundo. Posteriormente este grano es separado por tamaño y se deja secar al sol hasta que esté listo para ser tostado y molido por las mismas personas que antes lo recogieron de las plantaciones.

Este proceso de producción manual, es una de las grandes desventajas en tanto hace lento proceso en comparación con Brasil y otros países árabes que basan su producción en tecnologías de recolección, volviendo su producto más rentable, de bajo costo y altamente competitiva.

Por otro lado, el proceso productivo manual y su efecto sobre la calidad del producto suele traducirse en un relativo sobre precio que pagan los compradores, quienes reconocen una prima de calidad. Situación posible de alcanzar gracias a que Colombia goza de una importante ventaja derivada del esquema de organización basado en una clara estrategia de asociación y cooperación entre los productores. Se trata de un sólido sistema de cooperativas solido que permite irrigar políticas y acciones a lo largo y ancho de las regiones cafeteras. Un esquema de centralización y asociación de cafeteros que amplía las oportunidades en el mercado internacional por medio de la creación de cooperativas, cuya función principal se enfoca a la compra, almacenamiento, exportación e importación de café direccionada

principalmente a mantener un equilibrio en cuestión de precios para el mercado nacional e internacional.

Se trata de la compra del producto nacional a precios justos y la búsqueda de clientes o compradores en el mercado internacional, generando así un balance y reduciendo la cadena de abastecimiento entre el productor original y el comprador internacional y de esta forma cuidar el mercado nacional y a nuestros caficultores de aquellas empresas que pagan precios extremadamente bajos por la carga para venderla a precios elevados y así obtener ganancias.



(Riaño, 2019)

Colombia a pesar de las debilidades que presenta en cuanto a la producción del grano y los problemas sociales en su interior, logra mantener su posición en cuanto a la cosecha del grano en cuestión, sin embargo, existen 4 elementos que con su mejora, Colombia podría obtener mejores números en cuanto a la producción o en

su defecto, un mayor margen de ganancia para las familias que se dedican a la cosecha de este grano (Valencia Barrera, 2015). Estos 4 factores son:

- Ordenamiento de la producción
- El desarrollo de Clústeres
- Mejoras en las cadenas de valor agroindustriales
- Tecnificación de la producción (innovación en tecnología)

Ordenamiento de la producción: En cuanto al ordenamiento de la producción, la consolidación de las haciendas tradicionalmente cafeteras y de los nuevos pequeños productores del grano y empresas que compren el producto a precios justos que permitan mejores márgenes de ganancias e incluso podría verse reflejado un mismo método de producción, con los mismos insumos y demás características de la producción de café que permitan una calidad del grano más uniforme en el país según las características del café cultivado.

La reducción de terceros que solo porten costos al producto permite mantener los precios y aumentar los márgenes de ganancia para el productor principal, ya que puede vender a un mejor precio la cosecha sin que al final, este aumento se vea reflejado al consumidor final.

Otro de los beneficios que trae consigo el ordenamiento de la producción es que la carga se puede consolidar en un solo lugar para su posterior venta lo que al momento de exportar, la carga no viene de diferentes puntos sino de un lugar de almacenamiento que recolecta la producción para venderla, el precio podría estabilizarse un poco en cuanto a la exportación ya que con menos oferentes, no habría tanta variedad en los mismos, las negociaciones podrían hacerse de acuerdo a grandes volúmenes con una sola empresa y no muchas negociaciones con pequeños productores, facilitando así la exportación del mismo y con el apoyo del

FNC, se podrían realizar contratos que garanticen la compra de la producción como un seguro a los pequeños y medianos productores.

Desarrollo de Clústeres: Como complemento del punto anterior, el desarrollo de Clústeres podría aportar demasiado en la consolidación de grupos y asociaciones entre empresas que permitan realizar pactos de precios para ofrecer al mercado exterior y así generar una mayor estabilidad en el precio del café colombiano y que con ayuda del estado colombiano y del FNC se podría garantizar con mayor certeza la compra de la producción y una mejor distribución de la misma según el sector geográfico, el tipo de café, su tipo de tueste o los posibles mercados a los que podría llegar más fácilmente según las preferencias de compra de los países.

Los clústeres no solo pueden hacerse en la parte de la compra del producto, también serían factibles en el ámbito de la producción del café, asociándose grandes y pequeños productores para realizar compras grandes de los insumos que les permitan realizar negociaciones en los precios de maquinaria tecnológica la producción o de fertilizantes para los cafetos.

Mejoras en las cadenas de valor agroindustriales: Colombia ha adelantado principalmente un negocio en el cual se vende la materia prima pero no se agrega valor al producto final, se vende el café verde, pero el verdadero proceso para el disfrute de la bebida se realiza en el exterior; no se tienen plantas de procesamiento del café que le permita a nuestro país el tener un valor agregado en el producto final, nos hemos concentrado más en producir y exportar la materia prima que en vender un producto final con buen valor agregado que nos permita ofrecer en el mercado externo mayor diversidad de productos. Es importante el mejoramiento de la cadena de valor agroindustrial, la diversificación de los productos y el mejoramiento en la calidad por medio del valor agregado usando diversas estrategias tales como la implementación de plantas de torrefacción y tratado del café que nos permitan vender café procesado y/o tostado, molido y/o en granos, aprovechando el oligopolio de Colombia en cuanto a la variedad de cafés suaves en el mundo. (Valencia Sandoval, 2015)



Tecnificación de la producción: en este contexto es evidente la orientación al cambio técnico e Innovación mediante el desarrollo e implementación de tecnologías limpias de las cuales depende la capacidad productiva de los agricultores, así como sus ingresos y la reducción del impacto ambiental. De otra parte, se requiere implementar estrategias de reducción y mejora en la eficiencia, reducción de costos de transacción, agregación de valor y eficiencia en la comercialización que permite mayor equidad en la distribución del ingreso a lo largo de la cadena

En pro de la sostenibilidad deberá considerarse, tal como se referencia anteriormente el desarrollo de enfoques de gestión de actividad cafetera que posibiliten mejorar las condiciones de vida de las familias cafeteras, mejores niveles de capacitación, la generación de capacidades agroempresariales, determinantes para el empoderamiento de los productores, la superación de la pobreza, la inclusión social y la equidad en las relaciones laborales (ONU, 2002; 2012).

De otra parte, es necesario una adecuada gestión de gestión ambiental, mediante el desarrollo de técnicas y tecnologías implementadas para la conservación de ecosistemas, suelo y agua como recurso vital para la purificación de los ciclos biológicos (Baker & Duque, 2007); y una mejor adaptación al cambio climático.

### La institucionalidad Cafetera

De las principales organizaciones que se tiene en el país y la más importante, conocida por ser la reguladora oficial del mercado de café en Colombia está la

Federación Nacional de Cafeteros, cuya función principal está plasmada en el estatuto de la Federación Nacional de Cafeteros en el comité nacional de cafeteros (2017), el cual plantea el objeto y las funciones que tiene dicha organización, encaminadas principalmente al fomento de la actividad cafetera en el

país y velar por que esta actividad sea rentable, sostenible y competitiva en el mercado internacional por medio de la defensa del productor cafetero mediante el cuidado de sus intereses y el velar siempre por su beneficio, propiciar estudios macroeconómicos encaminados a la mejora continua de dicha actividad y la búsqueda de un equilibrio que le permita a los caficultores convertir dicha actividad en algo rentable y competitivo en el mercado internacional. (Federación Nacional de Cafeteros de Colombia, 2017)

A pesar de los esfuerzos realizados por la FNC desde su consolidación en 1927, existen agrupaciones de cafeteros que no se beneficiaron con su llegada y crearon cooperativas diferentes a la FNC pero con el mismo objetivo, el fomento y cuidado de dicha actividad involucrando a los productores y compradores por medio de la diversificación de las actividades productivas hasta el punto de llegar a involucrar y llevar de la mano el turismo con la producción, buscando ellos mismos ya sea en conjunto o de manera individual los procesos de emprendimiento que le permitan llegar al cliente en el exterior, llevándolos a los cafetales para que desde el proceso productivo se enamore del producto y de esta manera beneficiarse en doble sentido tanto del turismo como con la venta de la cosecha.

En sí misma, la institucionalidad en un país por sí sola no hace nada; lo que le permite a una institución realizar una labor productiva es la articulación entre la misma con los mercados y estas alianzas son las que realmente forman la estructura que permite a las organizaciones del país y el mercado productivo salir adelante y crecer en el mercado internacional.

En particular, en el caso de la FNC su estrategia de fortalecimiento institucional mediante el esquema de cooperación ha permitido configurar estructuras sectoriales solidadas, con importantes arraigos en la cultura del cooperativismo. Su modelo institucional de comercialización soportado en cooperativas, con 536 puntos de compra en todo el país cercanos a las fincas, que aplica la garantía de compra, le ha permitido a la FNC consolidar un esquema para agregar valor al producto, signo distintivo de la comercialización de café por los canales institucionales de la

FNC, lo que incluye la compra garantizada al productor al mejor precio posible, el reconocimiento de primas de calidad, y el desarrollo y la profundización de mercados.

El origen de la Federación Nacional de Cafeteros data de 1870, y surgió de la Sociedad de Agricultores de Colombia (SAC), para la cual se unieron hacendados políticos Antioqueños y Bogotanos de manera oficial en 1927 los cuales vieron oportunidades de crecimiento y consolidación del mercado cafetero colombiano en pro de la formación y estabilización de un mercado exportador.

Para 1904, en pleno auge del mercado cafetero, algunos agricultores decidieron unirse para regular el mercado en la sociedad de productores de café, sin embargo sus esfuerzos se vieron estancados debido a la agresividad del mercado internacional que cada día evolucionaba con mayor rapidez y dejaba atrás el camino hacia el progreso de las regiones, que en ese entonces era el café, pero las condiciones de bonanza en las que se encontraba el mercado en ese tiempo, el gobierno de Miguel Abadía Méndez creó la Federación Nacional de Cafeteros para dirigir y regular toda la industria cafetera nacional, el agrupamiento del gremio, ley 76 de 1927. (Ramírez Moncada, 2013)

Durante los años siguientes a la creación de la FNC, surgieron eventos importantes que sugieren un rápido crecimiento y expansión de la misma, por ejemplo el fomento y creación del programa de asistencia técnica enfocada a mejorar las prácticas en los productores de café en el país y a partir de 1929 se empiezan a adquirir propiedades en todo el país para la consolidación de los puntos de compra y almacenamiento de café nacional, en 1938 se crea un centro de investigación de café, CENICAFE, el más grande en ese entonces que buscaba principalmente nuevas formas y nuevas tecnologías para la optimización de la producción nacional, se crea el fondo nacional del café en 1940, se ofrece el mecanismo de la garantía de compra en 1958, se crean fundaciones para la capacitación sobre el cultivo del café y nace también la empresa Almacafé, empresa que cuenta con gran renombre hoy en día y que dedica todos sus esfuerzos en la comercialización del café

colombiano por medio del almacenamiento, la logística para la exportación de café y así como está también se crearon alianzas y surgieron empresas que fortalecerían el mercado nacional cafetero (Federación Nacional de Cafetero de Colombia, [s.f])

La FNC se constituyó en una organización cerrada y jerarquizada, cuyo poder tradicional se soportaría en la posibilidad de administrar los recursos del Fondo Nacional del Café. En 1940 se dio la estructura básica del Fondo, el cual era de carácter mixto público-privado y tenía como propósito estabilizar el precio interno del café, precio que se les pagaba a los productores, ante los choques de precios internacionales y en 1947, el gobierno puso en manos de la FNC la administración del Fondo; lo que le permitiría gozar de condiciones de cohesión y coerción de los productores y demás agentes vinculados. Dicha administración habría gozado de una importante valoración en tantos se consideró por muchas décadas que:

[...] los beneficiarios principales de los ingresos cafeteros y de los ahorros del Fondo son muchos productores de café más no el estado y que esos productores de café (Villar Gómez, 2001)

Enfrentan situaciones difíciles en cuanto a su flujo de liquidez y adicional les es difícil el acceso a créditos que de cierta manera compensarían los ahorros que se deben hacer en épocas de bonanza. El ahorro en el Fondo Nacional del Café se constituye entonces en un factor que suaviza de manera efectiva las posibilidades de consumo de los cafeteros (Villar Gómez, 2001).

La administración del fondo por parte de la FNC, junto con proyectos creados por la misma, les permitieron a estas dos organizaciones ejercer su labor y generando muy buenos resultados para los cafeteros ya que por medio del fondo y la FNC se logró hacer del sector cafetero, el sector económico más desarrollado y por medio de los avances en materia tecnológica y de investigación se logró hacer del café un producto más competitivo para el mercado internacional. Su alcance se evidencia en el hecho de ser la Federación el principal gremio de Colombia, con presencia en todas las zonas rurales donde se produce café en el país y en la forma en que se

incorpora a ella más de 500 mil familias cafeteras representadas por la Federación. La entrega a la Federación Nacional de Cafeteros de funciones de administración de los recursos que se reciben en el mercado del café por parte del Gobierno nacional, y su gestión a través del Fondo Nacional le permitiría a la Federación por las décadas siguientes y hasta los años 80, constituirse en el epicentro de la política de estabilización macroeconómica del país (Echavarría, Esguerra, McAllister, & Robayo, 2015)

Dentro de las instituciones creadas para el desarrollo del café en Colombia también está Agrocafé, empresa de agenciamiento y apoyo en la comercialización de fertilizantes e insumos agrícolas. Es una empresa comprometida con el alcance de productos de calidad, servicio de asesoría técnica y financiación a las cooperativas de caficultores y comités departamentales (Agrocafé, [s.f]) Fue fundada en 1999 por las Cooperativas de Caficultores y la Federación Nacional de Cafeteros y desde entonces se ha dedicado a la investigación bajo los lineamientos de CENICAFÉ para el desarrollo de fertilizantes más eficientes y a un precio accesible para los caficultores y junto a las cooperativas cafeteras en todo el país se realiza la distribución del producto de manera que el mercado de dicho fertilizante no quede desabastecido. Adicionalmente a lo referente a la investigación, esta organización cuenta también con departamentos dedicados a la ayuda a los caficultores en temas de estudio de suelos y la lectura de sus resultados, estudio de producción y optimización de los cafetales para una mayor producción a un menor costo. (Agrocafé, 2019)

Otra institución dedicada a darle valor al café de Colombia es Buen café, la cual fue fundada en 1973 en Chinchiná, gracias a la iniciativa del manizaleño Arturo Gómez Jaramillo, entonces gerente de la Federación de Cafeteros ahora cumplió 47 años en el mercado cafetero colombiano, siendo una de las empresas de mayor rentabilidad en el mercado cafetero, la cual cuenta con 3 ampliaciones en su planta, lo cual le permite producir 11.500 toneladas anuales de café soluble liofilizado para la exportación al continente Europeo, Norteamérica, centro y sur América con un

43%, 26%, 15% y 7% respectivamente en porcentaje de exportación y la distribución nacional alcanza un porcentaje cercano al 8%. (Layton, 2015)

Así mismo las cooperativas y demás organizaciones e instituciones se articulan entre sí con la Federación Nacional de Cafeteros para formar un conjunto que le permita a los pequeños y grandes productores de café en nuestro país, salir adelante con su cosecha, optimizar su trabajo por medio de una mayor producción y la reducción de costos y con la garantía de que los lotes producidos serán comprados a un precio justo, tendrán sello de calidad y certificación de origen Colombiano y llegara al mercado internacional a un precio justo que permita que todos los eslabones de la cadena productiva y de distribución puedan obtener ganancias de tal actividad.

Hacia adelante la mayor sostenibilidad dependerá de mayores avances en materia institucional. Si bien en los últimos años los desarrollos aparecen bien encausados se requiere de una mayor integración institucional que permita la articulación entre la dimensión económica, la social y la ambiental. Ello implica hacer una revisión de las políticas sectoriales, con el fin de identificar sus limitantes y los ajustes necesarios al modelo de desarrollo para que su impacto sea efectivo y responda a un enfoque multidimensional de sostenibilidad, que involucre a todos los actores; aspecto que cobrar mayor relevancia en medio de un claro enfoque de cadena que consulte a cada uno de los actores con sus respectivas funciones.

## Capítulo 3.

### Conclusiones y recomendaciones.

- Para consolidar la producción de café como una actividad rentable, deben analizarse diversos aspectos tanto al interior como al exterior del país. Se deberán considerar las alianzas estratégicas que le permitan a nuestro país obtener una mayor participación en el mercado internacional, alianzas con países desarrollados que permitan obtener tecnología de vanguardia para la producción y el procesamiento del café, tanto al proceso de la recolección como en el secado y el tostado. Se trata de aceptar que en un contexto de libre mercado y de aguda competencia, establecer nuevas formas de organización, implementar nuevos enfoques y estrategias que permitan una adecuada adaptación al mercado, se constituye en un imperativo para el sector cafetero colombiano
- Desde el punto de vista institucional se requiere implementar un adecuado enfoque de política pública que permita que las diferentes políticas, programas y acciones se constituyan en efectivos arreglos basados en la interacción entre el Estado, las comunidades y las formas de organización económica. Se trataría que desde un enfoque institucional se reafirme el compromiso con un desarrollo productivo y competitivo orientado a la generación de valor económico en la cadena de transformación, el uso eficiente de los recursos ambientales y el fortalecimiento del tejido social en las comunidades rurales.
- En comparación con otros países, podríamos decir que Colombia tiene un músculo institucional fuerte y bien consolidado, teniendo como eje principal a la Federación Nacional de Cafeteros y esta a su vez articulada con centros de compra y almacenamiento de la producción, centros de investigación para el café y cooperativas conformadas por los gremios cafeteros del país y su

credibilidad en el mercado se ha forjado en base al buen manejo de las entidades a su cargo tales como el Fondo Nacional de Café. Sin embargo, a pesar de su excelente labor en pro del fomento del café colombiano en el mundo, gran parte de los cafeteros de Colombia aún no ha podido acceder a las tecnologías necesarias para reducir los costos de producción, los tiempos de las mismas en sus procesos y la productividad en cuanto a cantidad de sacos por hectárea cultivada, aspecto realmente importante a la hora de medir la efectividad de la actividad cafetera en el país y su sustento en el largo plazo.

- Una apuesta por la mayor sostenibilidad del sector cafetero en Colombia requiere avances en materia de un buen gobierno, lo que se traduce en un marco institucional que integre las tres dimensiones del desarrollo de manera equilibrada y mejorar la aplicación de medidas teniendo en cuenta la necesidad de afrontar los diferentes problemas de manera sistémica. Los desafíos en esta materia implican, por un lado, el compromiso con una mayor Gobernanza en términos de mejoras en la eficiencia en la gestión de asuntos públicos, especialmente en las formas de interacción entre los diferentes niveles de gobierno y la interacción entre actores estatales y no estatales, y de otro lado, la revisión de la institucionalidad en función de los cambios en el entorno económico y en el entorno de los negocios.

Si bien el marco institucional global se encuentra sometido a un contexto determinado por la influencia del paradigma y la práctica neoliberal que obliga a un mayor y más eficaz desempeño de los agentes productivos, lo que no implica el abandono del Estado a la actividad cafetera. esto es particularmente relevante si se reconoce la existencia de fallas del mercado que limitan la participación y posibles beneficios de los productores, tal como se desprende de la existencia de grandes corporaciones mundiales que dominan el mercado internacional del café.



- El desarrollo de alianzas estratégicas y una mayor inserción a la cadena global del café, podría constituirse en la forma de contrarrestar los efectos negativos derivados de la inestabilidad del mercado y las presiones que se derivan de la sobreoferta del grano. Este tipo de estrategias debería apuntar hacia escenarios de mayor agregación de valor que permitan aumentar la rentabilidad de los actores vinculados a la actividad. experiencias exitosas como Juan Valdez deberían ampliarse y reproducirse
- El esquema organizacional basada en mecanismos de asociatividad y cooperación han sido una gran fortaleza del sector, sin embargo, es necesario reinventar este tipo de esquemas de relacionamiento entre productores y comercializadores. Al respecto es necesario consultar nuevas formas de relacionamiento en los que se generen mecanismos de inclusión y participación en pro de un mejor recurso humano, democratización de los avances en materia de investigación y desarrollo, fortalecimiento de la cadena logística y una mejor proyección hacia el final de la cadena de valor.
- Es bien sabido que nuestro país ostenta el título del mayor productor y exportador de café arábigo suave, pero este título no es suficiente para que nuestros productores reciban un precio justo por su cosecha. Para lograr este objetivo, el camino que se debe tomar en cuestión de la producción se refiere más que todo al aspecto de la especialización de nuestros productores y la diversificación en la variedad de nuestros cultivos. La especialización en cuestión de calidad de nuestros suaves, implementando tecnologías de vanguardia que les permitan a nuestros campesinos por medio de las cooperativas y demás entes gubernamentales, realizar innovaciones en el proceso productivo del café en pro del mejoramiento en los aspectos que hacen de nuestro café un producto de gran calidad y la diversificación en cuestión de la variedad del cultivo ya que en el mundo, en cuestiones de consumo mayoritario, las personas optan en su gran parte por el consumo de cafés de tipo robustas, que a pesar de ostentar menor calidad, su precio es relativamente más bajo que el de los cafés especiales de mayor calidad.

- Para Colombia, la economía cafetera representa una oportunidad tanto de reconocimiento como de prosperidad, siempre y cuando se sigan realizando inversiones nacionales o extranjeras que permitan la creación de cadenas de empresas u organizaciones inmersas de algún modo en el mundo del café, ya sea generando valor agregado a nuestra producción para la exportación, ayudando a cumplir con una mayor cuota de exportación de café de alta calidad o replicando e incluso innovando en los mercados de cafeterías al estilo Starbucks, Juan Valdez Café, Tostao´ Café y Pan, entre otros.
- Finalmente, en materia de sostenibilidad, si bien no se pueden desconocer acciones importantes implementadas en las últimas décadas que incorporan variadas exigencias derivadas del cambio en el entorno, que se traducen en la incorporación de temas, acciones y actores comprometidos con el cambio climático, la transformación productiva de los pequeños productores, la modernización institucional y la integración de la cadena agroindustrial; es evidente la necesidad de integrarse dichos esfuerzos para que se involucren y socialicen las mejores prácticas territoriales, desarrolladas hasta el momento de manera aislada de acuerdo con los intereses regionales, pero no como política integral de desarrollo.
- Una política de sostenibilidad cafetera deberá permitir la mejor evolución de los diversos indicadores agroecológicos, económicos, sociales y ambientales; al tiempo que perfilar un modelo de economía cafetera que integre los capitales natural, institucional, social y económico. Sin duda la combinación de todas estas acciones generará un efecto ambiental positivo en favor de la sostenibilidad de la actividad cafetera, lo que seguramente conducirá a mantener el equilibrio intergeneracional e Interdimensional que supone el concepto de una caficultura sostenible.

## BIBLIOGRAFÍA

(s.f.).

Agrocafé. ([s.f]). *¿Quiénes somos?* Obtenido de <https://agrocafe.com.co/empresa/>

Agrocafé. (04 de diciembre de 2019). *Video institucional Agroinsumos*. Obtenido de <https://agrocafe.com.co/video-institucional-agroinsumos/>

Álvarez, M. (2018). Análisis de la cadena de valor de café en Honduras.

Análisis económico de ABG. (DICIEMBRE de 2017). *ABG.ORG*. Obtenido de <http://abg.org.gt/web2014/wp-content/uploads/2018/02/SECTOR-1-CAFE-diciembre-2017.pdf>

Andrade, V. Z. (8 de febrero de 2019). *EKOS*. Obtenido de <https://www.ekosnegocios.com/articulo/top-20-principales-productores-de-cafe-en-el-mundo>

Baron, J. D. ([s.f]). *Economía, geografía y café en los Andes Occidentales de Colombia*. Obtenido de [https://federaciondefcafeteros.org/static/files/Economia\\_geografia\\_cafe.pdf](https://federaciondefcafeteros.org/static/files/Economia_geografia_cafe.pdf)

Café Cruzeiro. ([s.f]). *¿Quiénes somos?* Obtenido de <https://cruzeiro.cl/quienes-somos/>

Cárdenas Gutiérrez, J. ([s.f.]). *La Industria del Café en Colombia*. Obtenido de <https://federaciondefcafeteros.org/static/files/Cardenas%20-%20Industria%20del%20cafe%20en%20Colombia.pdf>

Cardona Montoya, G. (29 de junio de 2015). *Crisis en la Federación de Cafeteros: momento para decisiones cruciales*. Obtenido de <https://www.elcolombiano.com/blogs/lacajaregistradora/tag/pacto-cafetero>

Centro de Estudios Económicos [ANIF]. (20 de noviembre de 2017). *PANORAMA CAFETERO 2017-2018*. Obtenido de <https://www.anif.com.co/sites/default/files/archivosgenerales/1390.pdf>

Croce, M. P. (1992). *Algunos Elementos Geopolíticos del Pacto Cafetero*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5006626>

Echavarría, J. J., Esguerra, P., McAllister, D., & Robayo, C. F. (15 de enero de 2015). *Informe de la misión de estudios para la competitividad de la caficultura en Colombia*. Obtenido de <https://www.urosario.edu.co/Mision-Cafetera/Archivos/Resumen-Ejecutivo-version-definitiva/>

- Federación Nacional de Cafetero de Colombia. ([s.f]). *Nuestra Historia, Línea de Tiempo*. Obtenido de <https://federaciondecafeteros.org/wp/federacion/>
- Federación Nacional de Cafeteros de Colombia [FNC]. (23 de septiembre de 2018). *Boletín Electrónico No. 351*. Obtenido de <https://federaciondecafeteros.org/static/files/prensaaldia351.pdf>
- Federación Nacional de Cafeteros de Colombia [FNC]. (2017). *Comportamiento de la Industria Cafetera Colombiana 2017*. Obtenido de [https://federaciondecafeteros.org/static/files/Informe\\_Industria\\_2017.pdf](https://federaciondecafeteros.org/static/files/Informe_Industria_2017.pdf)
- Federación Nacional de Cafeteros de Colombia. (2017). *ESTATUTOS*. Obtenido de <https://federaciondecafeteros.org/static/files/estatutosfncultimaversion.pdf>
- Fórum Café. (10 de Julio de 2018). *El café de Indonesia*. Obtenido de <http://www.forumdelcafe.com/noticias/cafe-indonesia>
- Gómez Posada, S. (13 de noviembre de 2018). *Los 10 mayores productores de café del mundo – 2019*. Obtenido de <https://quecafe.info/mayores-productores-de-cafe-en-el-mundo/>
- Gomez Posada, S. (13 de noviembre de 2018). *Qué Café*. Obtenido de Los 10 mayores productores de café del mundo – 2019: [https://quecafe.info/mayores-productores-de-cafe-en-el-mundo/#Los\\_10\\_principales\\_paises\\_productores\\_de\\_cafe\\_del\\_mundo](https://quecafe.info/mayores-productores-de-cafe-en-el-mundo/#Los_10_principales_paises_productores_de_cafe_del_mundo)
- Grupo Bancolombia. (30 de agosto de 2018). *Guía completa: Cómo cultivar Café*. Obtenido de <https://www.grupobancolombia.com/wps/portal/negocios/actualizate/sostenibilidad/guia-cultivo-cafe-colombia#:~:text=La%20altitud%20del%20terreno%20tambi%C3%A9n,sobre%20el%20nivel%20del%20mar.>
- Infocafé. (2015). *Principales productores de café del mundo*. Obtenido de Principales productores de café del mundo
- Instituto Hondureño del Café. (29 de diciembre de 2014). *Historia del IHCAFE*. Obtenido de <https://www.facebook.com/caficultura/posts/1044063258942094/>
- International Coffee Organization. (4 de marzo de 2019). *Country Coffee Profile: Vietnam*. Obtenido de [http://www.vicofa.org.vn/files/thanhvien\\_upload/2/icc1249eprofilevietnam.pdf](http://www.vicofa.org.vn/files/thanhvien_upload/2/icc1249eprofilevietnam.pdf)

- Kilimanjaro Speciality Coffees. ([s.f.]). *LO QUE HACEMOS*. Obtenido de <https://www.coffeekilimanjaro.com/que-hacemos.html>
- Kotler, P. (2001). *Dirección de Mercadotecnia. Análisis, Planeación, Implementación y Control*. Lima: Pearson Educación.
- Layton, J. C. (21 de octubre de 2015). *Buencafé llega a las 9 mil 200 toneladas*. Obtenido de <https://www.lapatria.com/economia/buencafe-llega-las-9-mil-200-toneladas-234915>
- Nguyen Duc Nhuan. (s.f.). *Le Monde Diplomatique*. Obtenido de Primeras reformas en Vietnam: [https://www.monde-diplomatique.fr/1982/06/DUC\\_NHUAN/36770](https://www.monde-diplomatique.fr/1982/06/DUC_NHUAN/36770)
- Pérez Soto, F., Godínez Montoya, L., & Figueroa Hernández, E. ([s. f.]). *La producción y el consumo del café*. Obtenido de [https://www.ecorfan.org/spain/libros/LIBRO\\_CAFE.pdf](https://www.ecorfan.org/spain/libros/LIBRO_CAFE.pdf)
- Porter, M. (marzo de 1990). *La ventaja competitiva de las naciones*. Obtenido de <http://www.uic.org.ar/IntranetCompetitividad/1%C2%BA%20jornada/2.%20ectura%20complementaria/1.%20ser%20competitivo%20-%20michael%20e.%20porter%20cap.%206.pdf>
- Ramírez Moncada, M. (03 de marzo de 2013). <https://www.cronicadelquindio.com/noticia-completa-titulo-la-verdadera-historia-de-la-federacion-de-cafeteros-seccion-general-nota-58341.htm>. Obtenido de <https://www.cronicadelquindio.com/noticia-completa-titulo-la-verdadera-historia-de-la-federacion-de-cafeteros-seccion-general-nota-58341.htm>
- Riaño, N. C. (18 de marzo de 2019). *La Republica*. Obtenido de <https://www.larepublica.co/especiales/ruta-del-cafe/huila-es-el-departamento-lider-cafetero-con-16-del-area-cultivada-2840686>
- Roldán Pérez, A., Gonzalez Perez, M. A., Thu Huong, P., & Ngoc Tien, D. (2009). *Coffee, Cooperation and Competition: A Comparative Study of Colombia and Vietnam*. Obtenido de [https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/50415835/Coffee\\_Cooperation\\_and\\_Competition.pdf?1479559676=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DCoffee\\_Cooperation\\_and\\_Competition\\_A\\_Com.pdf&Expires=1597544334&Signature=QKN7ql-ZtQIF6Tjxb3ZuFhWdSmQSIYw3b](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/50415835/Coffee_Cooperation_and_Competition.pdf?1479559676=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DCoffee_Cooperation_and_Competition_A_Com.pdf&Expires=1597544334&Signature=QKN7ql-ZtQIF6Tjxb3ZuFhWdSmQSIYw3b)
- Sacco dos Anjos, F., Belik, W., & Velleda Caldas, N. (1 de noviembre de 2011). *mundoagrario.unlp*. Obtenido de <https://www.mundoagrario.unlp.edu.ar/article/view/v12n23a05/177>

- Special Coffee Shop. (25 de septiembre de 2018). *Special coffee shop*. Obtenido de Historia del Café: <https://specialcoffeeshop.com/historia-del-cafe-colombia/>
- Trieu Nhan, D. (s.f.). *Orientación del sector cafetero de Vietnam*. Recuperado el marzo de 2020, de <https://federaciondecafeteros.org/static/files/orientaci%C3%B3n%20del%20sector%20cafetero%20de%20viet%20nam.pdf>
- United States Department of Agriculture (USDA). (diciembre de 2019). *Coffee: World Markets and Trade*. Obtenido de <https://downloads.usda.library.cornell.edu/usda-esmis/files/m900nt40f/sq87c919h/8w32rm91m/coffee.pdf>
- Valencia Barrera, G. A. (7 de agosto de 2015). *Cuatro nuevas estrategias cafeteras*. Obtenido de <http://www.eje21.com.co/2015/08/cuatro-nuevas-estrategias-cafeteras/>
- Valencia Sandoval, K. (03 de diciembre de 2015). *ompetitividad de las exportaciones de café de Colombia, Guatemala y México hacia el mercado estadounidense (2001-2014)*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/jatsRepo/104/10448076001/html/index.html>
- Villar Gómez, L. (Febrero de 2001). *Reglas versus discrecionalidad en las políticas fiscal monetaria, y cambiaria: Un problema de economía política y credibilidad*. Obtenido de [https://www.banrep.gov.co/sites/default/files/publicaciones/archivos/cepalse\\_mnifiscal.pdf](https://www.banrep.gov.co/sites/default/files/publicaciones/archivos/cepalse_mnifiscal.pdf)
- Wikipedia. (21 de diciembre de 2016). *Três Corações Alimentos SA*. Obtenido de [https://pt.wikipedia.org/wiki/Tr%C3%AAs\\_Cora%C3%A7%C3%B5es\\_Alimentos\\_S.A.](https://pt.wikipedia.org/wiki/Tr%C3%AAs_Cora%C3%A7%C3%B5es_Alimentos_S.A.)