



FACULTAD DE NEGOCIOS, GESTIÓN Y SOSTENIBILIDAD ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN Y COMPETITIVIDAD

Director: Ronald Mauricio Martínez

Docente: Mario César González Triana

PROCESO ESTRATÉGICO I

CASO CAFÉ RIONEGRO

HISTORIA EN BREVE

En el año 1960 Juan Carlos Ariza, se animó a incursionar en el cultivo de café suave, auspiciado por la federación de cafeteros de Colombia (FNC) en un terreno de su propiedad localizado en el municipio de Rionegro (Santander). inicialmente dedico al cultivo un terreno con una extensión de 18 hectáreas y con una producción de 200 sacos de 60 kilos.

A pesar de sus esfuerzos, la producción no creció de forma que justificara el esfuerzo y la inversión en el negocio.

En el año 1972, el señor Ariza decidió asociarse con su hermano Juan Carlos quién era dueño de un terreno contiguo con una extensión de 15 hectáreas; así fue como comenzó a despegar este proyecto productivo.

Posteriormente adquirieron terrenos contiguos a los anteriores para llegar en 1980 a tener 120 hectáreas cultivadas.

Desde su inicio CAFÉ RIONEGRO se ha enfocado en los cuatro eslabones de la cadena productiva:

- Producción Agrícola
- Transformación Industrial
- Comercialización
- Prestación de servicios

Desde su inicio, la empresa ha encaminados sus esfuerzos para el cultivo de café verde, café aglomerado y café liofilizado.

CRISIS CAFETERA:

Entre los años 1986, 1987, 1988, 1989 y 1990; se experimentó la mayor crisis de la industria, principalmente originada en la caída de los precios, es así como a pesar de aumentar Colombia la producción, los ingresos disminuyeron significativamente; entre los principales efectos de la crisis se deben destacar:

- Disminución de las exportaciones del grano
- Desaparición del plan de cuotas
- Implantación del plan de ordenamiento de la oferta PAC
- Se desliga el precio del café de sus condiciones reales de producción, consumo y variación de inventarios
- Expansión de otros sectores: Minería principalmente
- Inseguridad rural (Guerrilla, paramilitares, Delincuencia común).
- Disminución del consumo per cápita
- Caída de precios: US \$ 1.54 por libra pasó a US\$ 0.72 por libra
- Grandes inversiones en mercados no convencionales
- Impacto de la enfermedad holandesa

LA ENFERMEDAD HOLANDESA

El gran aumento en sus ingresos externos causó la apreciación de su moneda, la destrucción de su industria y agricultura, y el empobrecimiento de vastos sectores del país. Desde entonces, se llama ‘enfermedad holandesa’ al fenómeno de expansión del ingreso de divisas por auges en la exportación de recursos naturales (petróleo y minerales) que, sin las medidas adecuadas, genera revaluación de la moneda local y contracción y pérdida de empleos en otros sectores productivos y efectos negativos finales en la economía como un todo.

Desde hace años, Colombia viene sufriendo este proceso. Por un lado, el país depende cada vez más de una actividad minero-petrolera que recibe grandes ingresos de divisas por aumentos en la producción y en precios mundiales de esos recursos, además de los generados por la inversión extranjera en esos sectores, que constituye el grueso de la que recibimos.

Por el otro, la industria y el agro perciben su competitividad, interna y externa, destruida por la revaluación generada por los ingresos minero-energéticos, mientras se ven acosados por la apertura ciega de nuestras fronteras y la firma sin ton ni son de TLC sin estudios ni objetivos serios.

En el 2011, el sector minero-energético creció 15%, mientras la industria fue lo hizo 4% y el agro 2%. Entre enero y junio de 2012, las exportaciones de combustibles y minerales aumentaron 17%, para llegar al 67% del total, mientras las exportaciones agropecuarias, de alimentos y bebidas cayeron 13%. Las de manufactura crecieron 8%, porque incluyeron las reexportaciones de aviones por importación temporal, ensamble o reparación. En ese periodo, el dólar cayó 8%, empujado, además, por el Emisor, el cual, para combatir el crecimiento de la economía ha elevado los intereses a niveles altos y estimula en, lo posible, el influjo de capitales golondrina que no hallan en el mundo un nido más seguro y rentable que el que esa augusta entidad les proporciona.

Aparte de la necesidad de cambiar un modelo económico, que en 20 años ha demostrado no servir para generar empleo, sino desempleo, urge evitar que la enfermedad holandesa acabe de destruir la capacidad productiva del país. La locomotora de la minería está trabajando a tope, pero para acabar con los sectores que generan trabajo. La cuenta es clara: la minería e hidrocarburos generan apenas el 1% del empleo total, mientras que, la industria crea el 13% y la agricultura el 17%.

Las opciones para proteger a los sectores amenazados o en vías de destrucción incluyen subsidios, incentivos directos o indirectos, y políticas tributarias de apoyo. Se debe, además, controlar la tasa de cambio y buscar racionalidad en la inversión de los ingresos Petro-mineros. Y hay que reevaluar las políticas comerciales e



identificar sectores estratégicos para los que sea necesario asegurar un margen razonable de protección en sus mercados nacionales, por su valor como generadores de empleo productivo significativo, y por ser decisivos para el crecimiento sostenible y futuro del país. Por divisas no debemos preocuparnos, pues el petróleo y los minerales se exportan sin tratados. Y en eso somos ricos.

(*Portafolio, Emilio Sardi, septiembre 12/2012*)

Como consecuencia de la crisis, muchos empresarios abandonaron el cultivo del grano y se enfocaron en el agroturismo dando origen así a grandes desarrollos como PANACA en el eje cafetero y las fincas cafeteras las dedicaron al desarrollo de eco hoteles.

CRISIS 2016

En 2016 la industria afrontó una segunda crisis que originó una disminución en la producción del 25% y una reducción de la exportación del 60%.

En julio la producción cafetera colombiana fue de 1,1 millones de sacos de 60 kilos, 25 por ciento menos que en el mismo mes del 2015, cuando se cosecharon 1,4 millones de sacos.

En lo corrido del año (de enero a julio) la producción registrada del grano superó los 7,6 millones de sacos, un uno por ciento menos frente a los 7,7 millones de sacos producidos en igual periodo anterior.

El gremio cafetero identificó como factores causantes de la disminución:

- Los efectos del fenómeno del niño.
- El paro de transporte.
- Escasez de mano de obra

(FNC- DICIEMBRE 2016)

Esta crisis determinó que los cafeteros pensaran en una alternativa que permitiera aumentar la productividad y los ingresos por hectárea cultivada.

Es así como la empresa dedicó sus esfuerzos al cultivo y comercialización de café orgánico, como una alternativa para asegurar la permanencia de la empresa en el mercado cafetero.



¿Por qué café Orgánico?

El **café orgánico** es el tipo de **café** producido sin la ayuda de sustancias químicas artificiales, como ciertos aditivos, pesticidas y herbicidas, se siembra a la sombra de otro tipo de árboles de mayor altura, lo cual proporciona humedad, ésta **que** ayuda a la producción de un **café** de alta calidad.

El café orgánico se cultiva como parte de un sistema que administra la producción agrícola intensiva y holística, que comprende el uso de estiércol de materiales orgánicos, la cobertura del suelo, la regulación de la sombra y el control biológico de plagas. Este sistema se basa en el principio de que debe devolverse al suelo un valor correspondiente al valor cosechado. El sistema excluye la utilización de sustancias agroquímicas. Para que el producto pueda comercializarse como orgánico debe estar certificado por una tercera parte. Las variantes sobre este tema básico, como el cultivo bajo árboles de sombra, se exponen en el punto 03.05.01.

Los países occidentales han creado leyes específicas sobre los productos orgánicos. Las condiciones que debe cumplir el café antes de que pueda ser comercializado como orgánico son numerosas y bien definidas. Ningún café puede presentarse en el mercado con la etiqueta de orgánico a no ser que se compruebe de que conforma con las regulaciones del caso. Es decir, el café puede comercializarse como orgánico sólo si así lo certifica una organización o un certificador reconocido, en base a inspecciones periódicas de todas las etapas de producción, beneficio, transporte y tostado del café.

¿Por qué eligen los consumidores el café orgánico?

- **Consideraciones de salud.** Muchos consumidores se preocupan cada vez más de lo que ingieren diariamente en sus comidas y bebidas: consideran que los alimentos orgánicos son más sanos. Este motivo es menos importante en el café que lo es con otros cultivos porque el café tostado casi nunca contiene residuos nocivos. También hay un número creciente de consumidores a quienes preocupa la salud de los trabajadores que deben manejar los productos químicos usados en el sistema tradicional de producción.
- **Demanda de cafés especiales.** Esta demanda está creciendo y se considera que los cafés orgánicos pertenecen a esta categoría. Si bien la calidad del café orgánico no es necesariamente mejor que la de los cafés convencionales, el mercado del café orgánico demanda cada vez más una calidad superior, y por ello a menudo se los sitúan en el segmento de los cafés especiales. Los primeros cafés orgánicos que aparecieron en el mercado en el decenio de 1980 eran arábicos de México, de buena calidad, pero hoy en día existen también de calidades inferiores de arábica orgánico, además de robusta orgánico. Algunas plantaciones o exportadores de calidad hacen certificar sus cafés como orgánicos para subrayar su calidad, confiando en que se percibirán como cafés realmente especiales.
- **Preocupaciones ambientales.** Otros consumidores se preocupan de los efectos negativos causados por las sustancias agroquímicas en el medio ambiente. No están preocupados necesariamente por cuestiones de salud, pero desean en principio estar seguros de que los productos que compran se producen de modo favorable al medio ambiente para prevenir así la polución, la erosión y la degradación de las tierras.

¿Por qué producir café orgánico?

- En principio los productores están motivados por las mismas preocupaciones que los consumidores, pero además quieren asegurar su futuro social y cultural cobrando la prima que consigue el café orgánico certificado. Este beneficio depende de la demanda de café orgánico, que a su vez determina el importe de la prima que puede lograrse, y los costos adicionales incurridos por la producción orgánica.



Demanda del Consumidor

Como siempre, los consumidores tienen el poder de influir sobre la forma en que el café es cultivado. He aquí seis buenas razones para elegir café orgánico proveniente de comercio justo y cultivado bajo sombra:

1. **Menor exposición a pesticidas.** En las plantaciones a pleno sol se utilizan muchos pesticidas, dado que allí el control de plagas natural provisto por los pájaros y los insectos ha desaparecido. Los fertilizantes y químicos tóxicos no sólo amenazan a los agricultores que trabajan allí, sino que también se escurren en las fuentes de agua local, matando microbios importantes para el suelo e inclusive depositando residuos químicos en los granos de café cultivados.
2. **Salvar los bosques.** La deforestación va mano en mano con el café cultivado a pleno sol. Ya en el año 2011, 2.5 millones de acres de bosque de América Central habían sido cortados para hacer lugar para las plantaciones al sol. Sin la cobertura natural del follaje, el suelo es mucho más vulnerable a la erosión, que a su vez facilita el escorrimiento de fertilizantes y pesticidas. La deforestación es también el mayor contribuyente al calentamiento global, y representa una quinta parte de las emisiones de gases invernadero.
3. **Preservar la biodiversidad.** La biodiversidad es una víctima directa de las plantaciones a pleno sol, desde el suelo hasta el cielo. Así como ocurre con cualquier cultura de monocultivo, la destrucción de la diversidad animal y vegetal que ocurre con las plantaciones al sol desestabiliza las redes alimenticias naturales. La pérdida de una compleja capa de humus mata a los microbios y organismos que separan el nitrógeno, lo cual resulta en un suelo devastado y bajo en nutrientes. Sobre el suelo, la deforestación desplaza a millones de plantas y animales que son autóctonos de los ecosistemas donde se cultiva café. En comparación con las fincas que cultivan bajo sombra, por ejemplo, se estima que existe un 95 por ciento menos de pájaros en plantaciones a pleno sol.
4. **Preservar el clima y el suelo.** Cada vez más, los científicos advierten que el quitar al suelo su habilidad natural de almacenar carbón produce que cualquier forma de agricultura industrial, incluyendo las plantaciones de café a pleno sol, sean grandes contribuyentes al calentamiento global. En cambio, al proteger la habilidad natural del suelo de almacenar carbón, podemos de hecho revertir el calentamiento global.
5. **Apoyar a los agricultores a pequeña escala:** La agricultura corporativa es la beneficiaria directa de las plantaciones a pleno sol. Los pequeños agricultores, en cambio, no tan fácilmente apoyarían el uso químico y destructivo al medio ambiente que tienen las plantaciones al sol. Apoyar la producción industrial de café significa darle el visto bueno a la agricultura a pleno sol y marginalizar a los pequeños agricultores que tienen un interés invertido en la salud de sus tierras.
6. **Beber café más sabroso.** El sabor posiblemente sea la víctima del cultivo a pleno sol que más directamente afecta a los consumidores. Dado que los frutos del café maduran más rápido al sol, tienen menos tiempo para desarrollar las características positivas que buscan los que saben de café. Un estudio ha hallado que los granos de café cultivados a la sombra son más grandes, menos amargos (debido a la mayor acumulación de carbohidratos) y más complejos en sabor en comparación con sus contrapartes cultivadas al sol.

(Mercola, 2014)

ACTUALIDAD

Café Rionegro hoy es una mediana empresa, cuenta con 225 empleados, distribuidos así:

105 producción agrícola
30 transformación Industrial
30 comercialización



45 prestación de servicios

15 administración

Cuenta con una planta de procesamiento en Rionegro (Santander) con una extensión de 240 hectáreas dedicadas al cultivo del grano, de las cuales 68 (28%) están destinadas a la producción de café orgánico y 172 (72%) la producción de café pergamino.

Los cultivos están localizados en cinco fincas que están integradas físicamente:

- Rionegro
- El ensueño
- La rinconada
- La floresta
- El porvenir

TIPOS DE CAFÉ PRODUCIDOS:

En Colombia solamente se cultivan los cafés arábigos los cuales producen una bebida suave, de mayor aceptación en el mercado mundial y de mejor precio. Solamente sembrando variedades de café arábigo se puede mantener la calidad del café colombiano.

En Colombia se está impulsando el cultivo de café orgánico, este tipo de café al ser cultivado sin sustancias químicas como los pesticidas, contribuye a evitar la contaminación del agua y la tierra. Al utilizar métodos de producción que respetan el ambiente, el café orgánico se convierte en un producto ecológico y sustentable.

Café Rionegro es el líder en la producción de este tipo de café.

GRUPO ESTRATÉGICO

Estados financieros último año

(VALORES EN MILLONES DE PESOS)

EMPRESA	INGRESOS OPERACIONALES	ACTIVOS	UTILIDAD NETA	PATRIMONIO	MARGEN OPERACIONAL %	MARGEN NETO %	ENDEUDAMIENTO %	ROA %	ROE %	EXPORTACIONES USD (MILES)
RACAFÉ **	835.396	468.026	3.093	101.279	1.60	0.37	49.8	1	3	200.641
LAUMAYER	231.508	80.4791	1.537	13.905	1.08	0.66	39.1	2	11	3
VILLEGAS CIA	220.403	99.632	985	32.914	3,45	0.45	21.2	1	3	63.554
CAFÉ RIONEGRO	167.784	218.607	19.949	184.353	19.46	11.89	15.67	9	11	-

**: Líder del sector Café

(Portafolio: 1.001 compañías del año en Colombia)



TECNOLOGÍA:

La empresa gestionó un crédito en condiciones muy favorables con el fondo para el financiamiento del sector agropecuario FINAGRO, para renovación de cafetales y actualización tecnológica por un monto de \$ 260.000.000.

Este crédito fue otorgado con una tasa de interés del 9,54 % E.A. (DTF +4.33)

Es así como en la actualidad, café Rionegro cuenta con una variedad de equipos de calidad para atender diferentes procesos del grano:

- Unidades de trilla y monitoreo.
- Trilladoras de muestras.
- Homogeneizadores (Divisor de muestras)
- Molinos
- Trilladoras de chorro
- Zarandas mecánicas
- Cámaras UV
- Balanzas digitales
- Bandejas de muestras
- Molinos de laboratorio
- Medidores de humedad
- Tostadoras de laboratorio
- Tostadoras de tambor
- Tostadores con movimiento radial

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

- Aumentar la conversión del área de cultivo al café orgánico
- Iniciar la exportación a Estados Unidos, Europa, China
- Aumentar la productividad por hectárea

INFORMACIÓN GENERAL DEL SECTOR:

MAYORES PRODUCTORES DE CAFÉ

1. BRASIL
2. VIETNAM
3. COLOMBIA
4. INDONESIA
5. MÉXICO
6. GUATEMALA
7. COSTA DE MARFIL
8. ETIOPÍA
9. UGANDA
10. INDIA

(International Coffee Organization)

PRINCIPALES IMPORTADORES DE CAFÉ COLOMBIANO

1. ESTADOS UNIDOS
2. ALEMANIA



3. JAPÓN
4. PAISES BAJOS
5. SUECIA

PRODUCCIÓN CAFETERA ULTIMO AÑO

La producción de Colombia cayó un 12,8 %, al pasar de 13,4 a 11,7 millones durante el último año, debido a las condiciones climáticas. Al desglosarlo por meses, se encuentra que en julio la producción de sacos de 60 kilogramos fue de 944.000; para agosto se redujo a 949.000; para septiembre se volvió a reducir a 834.000; y en octubre presentó su cifra más baja, 888.000.

EXPORTACIÓN CAFETERA ULTIMO AÑO

Por otro lado, en el ultimo año se establecieron relaciones con 49 nuevos clientes y se abrieron tres nuevos mercados (Kuwait, Vietnam y Malta), completando así 41 destinos y 204 clientes a septiembre, con lo cual se logró la venta de 1,4 millones de sacos de 60 kilogramos por más de USD 490 millones, 34 % más que en el año anterior.

(FNC-2022)

Principales productores de café del mundo último año			
Puesto	País	Producción (en miles de Kg)	% de producción mundial
1	Brasil	2.594.100	30,16%
2	Vietnam	1.650.000	19,18%
3	Colombia	810.000	9,42%
4	Indonesia	660.000	7,67%
5	Etiopía	384.000	4,46%
6	India	350.000	4,07%
7	Honduras	345.000	4,01%
8	Uganda	285.000	3,32%
9	México	234.000	2,72%
10	Guatemala	204.000	2,37%

Fuente: International Coffee Organization (www.ico.org)

DESCRIPCIÓN GRUPO ESTRATEGICO CAFÉ RIONEGRO



Los principales competidores de Café Rionegro son:
Racafé
Laumayer
Villegas y Cia

La descripción de los principales factores para el grupo estratégico es la siguiente:

RECONOCIMIENTO DE MARCA:

En el último estudio de marcas del sector, el ranking se estableció de la siguiente forma:

1. Racafé: 31.6%
2. Laumayer: 23.5%
3. Villegas Cia: 9.8%
4. CafeRionegro: 7.2%

De acuerdo con lo anterior, café Rionegro debe hacer esfuerzos para mejorar su reconocimiento mediante la utilización de Publicidad en medios tradicionales y el aprovechamiento de las redes sociales.



PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO:

RIONEGRO 29%
RACAFÉ 27%
LAUMAYER 26%
VILLEGAS 18%

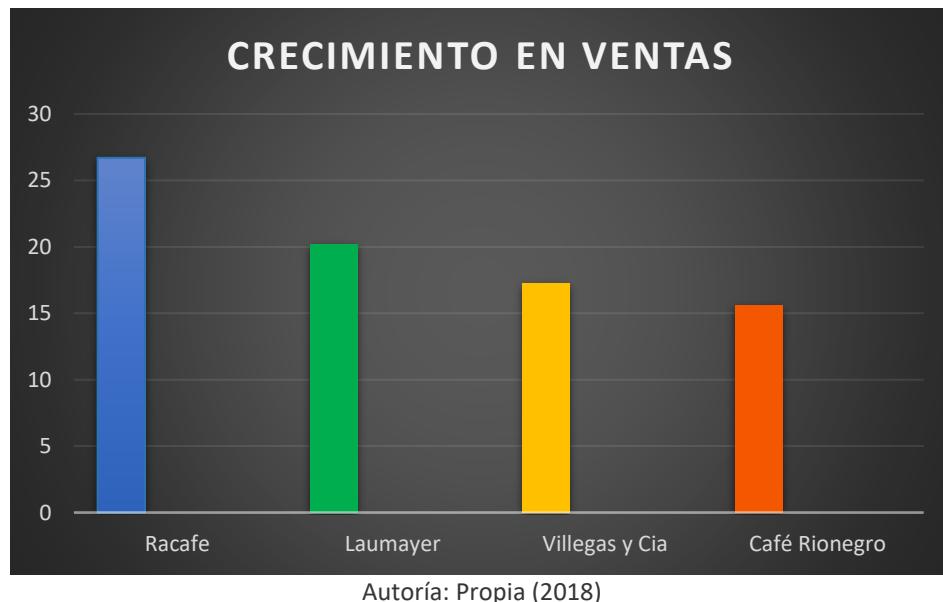


Autoría: Propia(2018)

CRECIMIENTO EN VENTAS:

El crecimiento en ventas en los últimos 5 años se ha comportado de la siguiente forma:

RACAFÉ: 26.7%
LAUMAYER: 20. 2%
VILLEGAS Y CIA: 17.3%
CAFÉ RIONEGRO: 15.6%

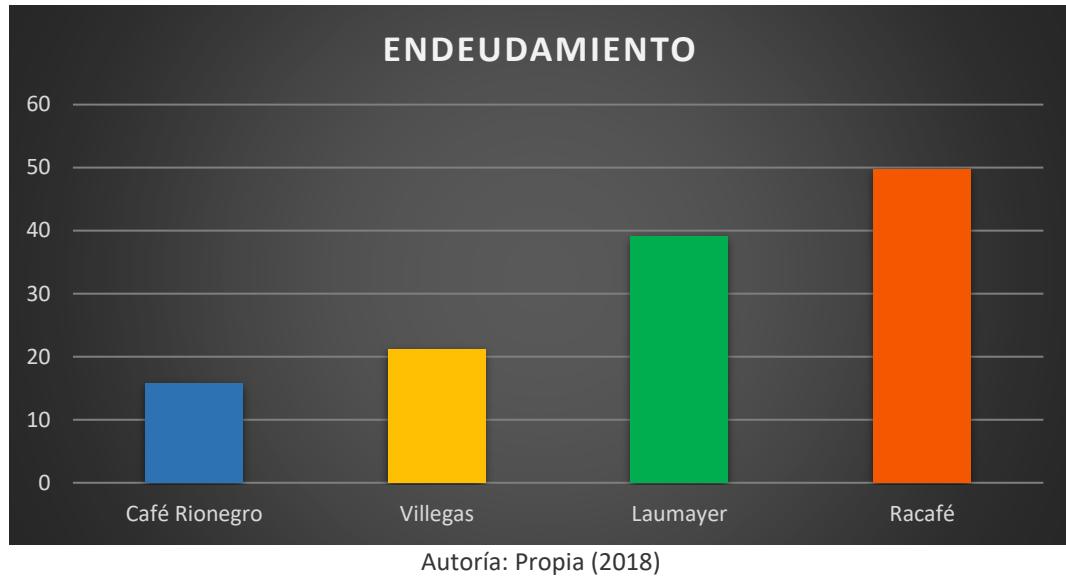


Autoría: Propia (2018)

ENDEUDAMIENTO:

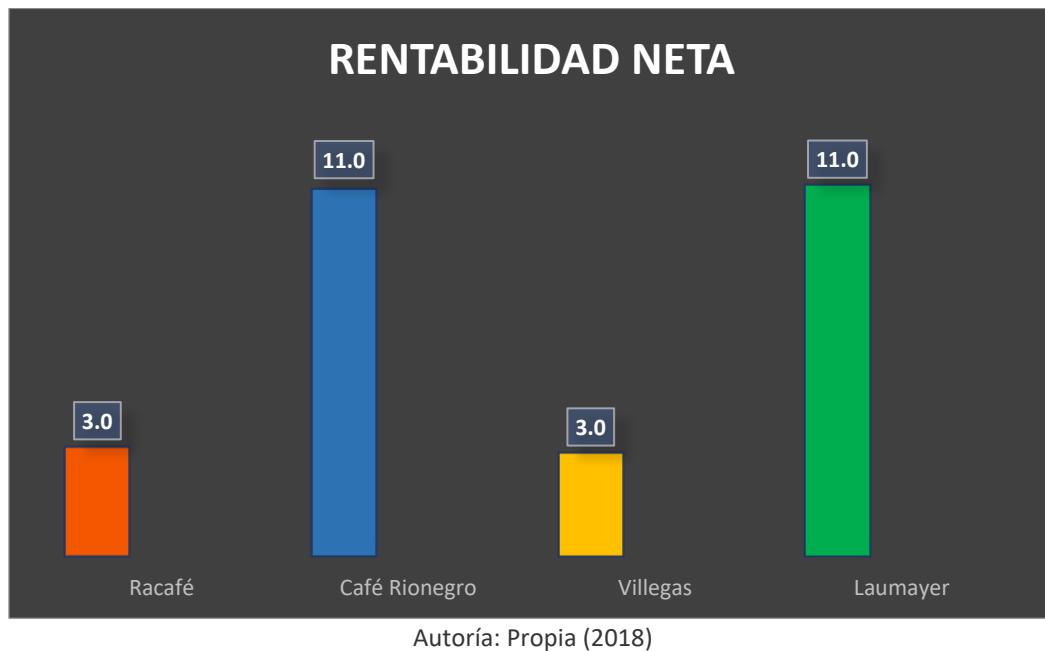
Las empresas del grupo estratégico presentan los siguientes indicadores de endeudamiento:

CAFÉ RIONEGRO: 15.7%
VILLEGAS Y CIA: 21.2%
LAUMAYER: 39.1%
RACAFÉ: 49.82%



RENTABILIDAD NETA:

RACAFÉ: 3%
CAFÉ RIONEGRO: 11%
VILLEGAS Y CIA: 3%
LAUMAYER: 11%



EXPORTACIONES:

Las exportaciones de las empresas son:

RACAFÉ: 74.5%

VILLEGAS Y CIA 24.2%

LAUMAYER: 1.3%

CAFÉ RIONEGRO: 0%



Autoría: Propia (2018)

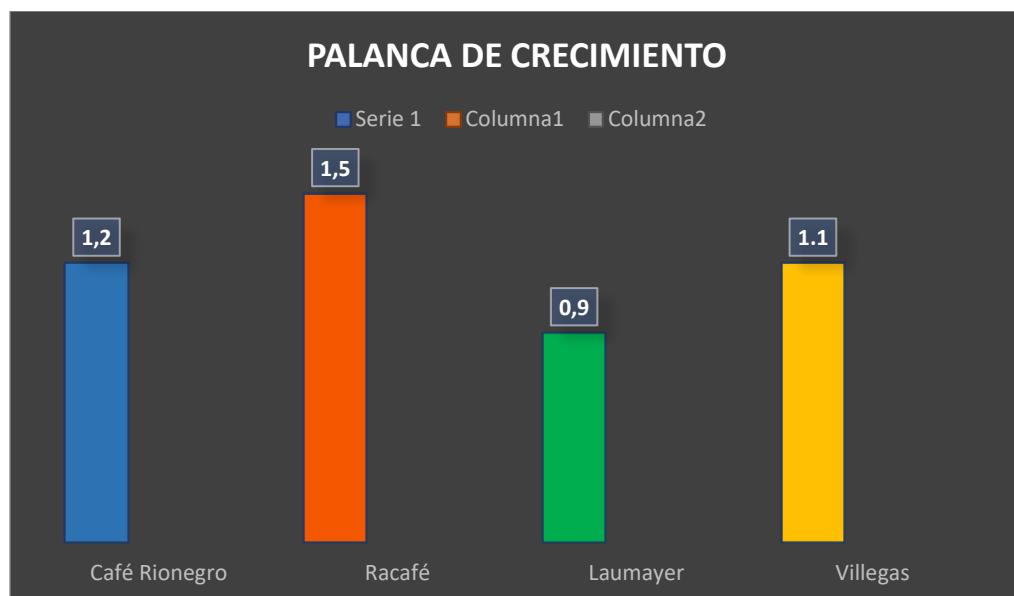
PALANCA DE CRECIMIENTO:

CAFÉ RIONEGRO: 1.2

RACAFÉ: 1.5

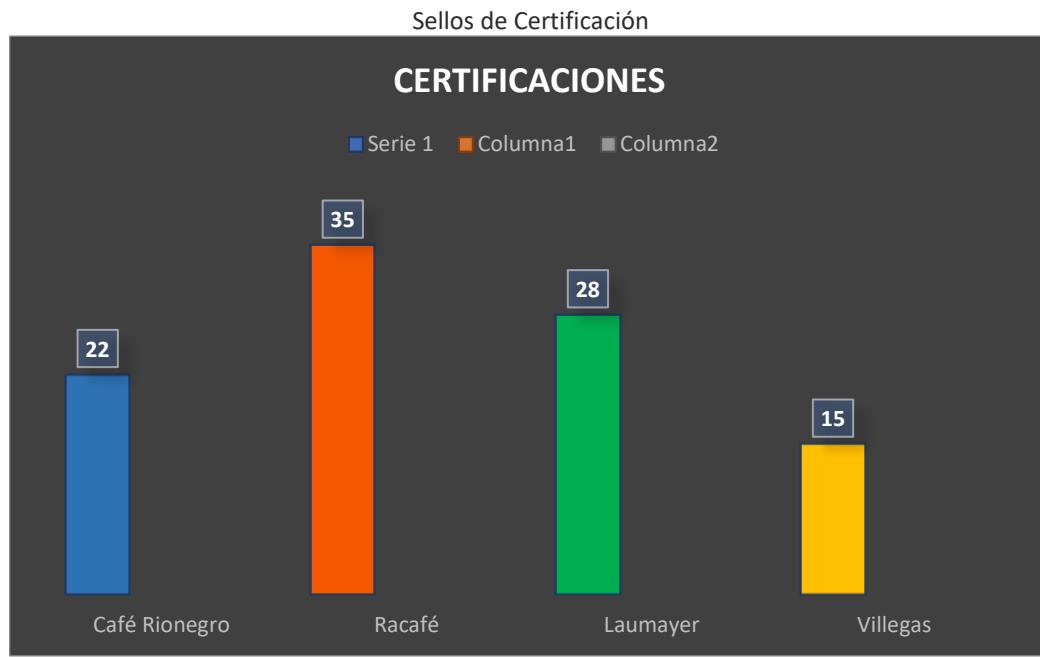
LAUMAYER: 0.9

VILLEGAS Y CIA: 1.1



Autoría: Propia (2018)

CERTIFICACIONES:



Autoría: Propia (2018)

Certificación FAIRTRADE:



Los principales beneficios de los estándares Fairtrade son:

- Garantizar que los productores reciban precios que cubran los costes medios de producción sostenible.
- Proporcionar una fuente de financiación adicional, el "Premium Fairtrade" para invertir en proyectos que mejoren el desarrollo social, económico y medioambiental.
- Permitir la prefinanciación a los productores que así lo requieran.
- Facilitar relaciones comerciales a largo plazo y permitir que las asociaciones de productores tomen mayor control sobre el proceso de comercialización.

- Establecer criterios mínimos y progresivos para garantizar que las condiciones de producción y de comercio de todos los productos certificados por Fairtrade sean social, económica y medioambientalmente responsables.

Orgánico:



Beneficios de la certificación orgánica

- Convertirse en ayuda a los agricultores.
- Recibir los precios de las primas de sus productos a los mercados locales, regionales e internacionales.
- Proteger los recursos naturales.
- Apoyar a las economías locales, acceder a financiación adicional y programas de asistencia técnica.

Símbolo de las 4C:



Beneficios de la 4C Association para los productores:

- Estar a la altura de la demanda creciente de café de cultivo sostenible.
- Las empresas cafeteras son conscientes de esta demanda en aumento y buscan café cultivado responsablemente. A través de las reglas de participación, los miembros de 4C pertenecientes al sector de comercio e industria se comprometen a apoyar a los productores. Las Reglas incluyen la adquisición de cantidades crecientes de café que cumple con 4C.
- Mayores ingresos gracias a prácticas mejores y más sostenibles.
- El Código de Conducta de 4C es una herramienta que permite dar asistencia a los agricultores en el proceso de aplicación de mejores prácticas agrícolas, de procesamiento y de gestión. Asimismo, con la ayuda de las Unidades 4C, los agricultores y otros socios de negocio crean puentes para hacer llegar información, herramientas y capacitación para los siguientes fines:
 - Aumentar los rendimientos mediante la aplicación de mejores prácticas agrícolas y el acceso a nuevas tecnologías, materiales para plantar, etc.
 - Mejorar la calidad del café cosechando granos de mejor calidad o procesándolos, secándolos y almacenándolos correctamente para preservar la calidad.
 - Reducir al mínimo y hacer el mejor uso posible de los pesticidas y los fertilizantes aprobados, y aplicar estrategias integrales de gestión de plagas a fin de mitigar los daños al medio ambiente y bajar los costos.
 - Mantener registros de las actividades de producción, con vistas a monitorear los costos e identificar oportunidades para aumentar la eficiencia.

- Impulsar el desarrollo organizativo y la capacidad de gestión de los grupos de agricultores, para mejorar la prestación de servicios.
- La adopción de estas prácticas contribuye a incrementar el ingreso neto de los caficultores mediante la mejora de la calidad, la reducción de costos, la mayor eficiencia y la optimización de la cadena de suministro.

Símbolo Pequeños Productores:



- Hacer realidad la gran alianza para salvaguardar el futuro sustentable de los pequeños productores, sus comunidades, culturas y proyectos.
- Formar parte de un mercado incluyente basado en valores y principios de sustentabilidad, justicia y solidaridad.
- Generar mayores ingresos y ayudas los procesos de autodeterminación de los pequeños productores organizados.

Rainforest Alliance:



- El sello de la ranita verde le asegura que los productos y servicios son producidos de manera social, económica y ambientalmente sostenible, Rainforest Alliance usa el poder de los mercados para detener los principales impulsores de la deforestación y la destrucción ambiental: *la extracción de madera, la expansión agrícola, la ganadería y el turismo*. Trabajamos para asegurar que millones de hectáreas de bosques productivos, fincas, tierras ganaderas y propiedades hoteleras sean manejadas de acuerdo con normas rigurosas de sostenibilidad.
- La certificación aumenta la eficiencia de las fincas, reduce el uso de insumos costosos y mejora la administración. Los trabajadores se benefician de un lugar de trabajo más limpio, más seguro y digno donde se respetan sus derechos. La certificación ofrece a los finqueros mejor acceso a compradores de productos especializados, estabilidad contractual, opciones crediticias favorables, publicidad, asistencia técnica y mercados "Premium". La mayoría de los agricultores logra recibir un precio mejor porque sus fincas están certificadas. La calidad del producto de la finca sea cacao, café, banano o té, por lo general mejora.

Starbucks Coffee:



- Café de alta calidad cultivado de modo sostenible y centrado en la calidad del producto, la responsabilidad económica – social y el liderazgo ambiental.
- Café cultivado conforme a prácticas responsables.
- Ayudan a nuestros agricultores a cultivar el café de un modo mejor para las personas y para el planeta.
- Las Prácticas C.A.F.E. constituyen un conjunto exhaustivo de normas medibles centradas en las cuatro siguientes áreas:
 - Calidad del producto (requisito).
 - Responsabilidad económica (requisito).
 - Responsabilidad social (evaluada por verificadores independientes).
 - Medidas aplicadas respecto a condiciones de trabajo seguras, justas y humanas.
 - Liderazgo medioambiental (evaluado por verificadores independientes).
- Medidas aplicadas para gestionar los residuos, proteger la calidad del agua, ahorrar agua y energía, preservar la biodiversidad y reducir el uso de productos fitosanitarios.
- Comercio justo para mejorar la calidad de vida.
- Permite a los pequeños agricultores organizados en cooperativas invertir en sus explotaciones y comunidades, proteger el medio ambiente y desarrollar las aptitudes comerciales necesarias para competir en el mercado global.
- Café con certificado de cultivo orgánico: café que es mejor para el planeta.

Certificado UTZ:

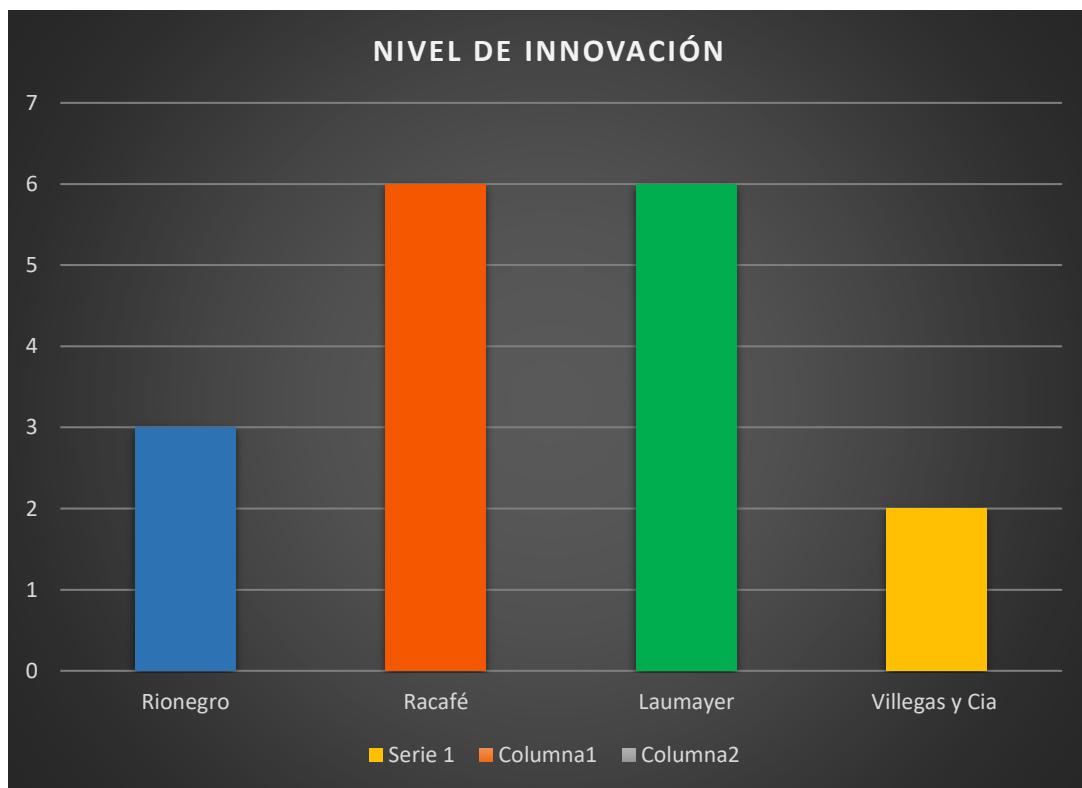


- UTZ CERTIFIED es un programa de certificación mundial que establece los estándares para la producción y suministro de café en forma responsable.
- UTZ CERTIFIED garantiza la calidad social y ambiental de la producción de café satisfaciendo así las expectativas de diferentes marcas y consumidores.
- El programa UTZ Certified es una herramienta que sirve para dar reconocimiento a todo tipo de productor que produce responsablemente.
- La certificación UTZ Certified permite a usted demostrar sus buenas prácticas agrícolas y el manejo eficiente de su finca.
- Trabajando con UTZ Certified le permite alternativas para mejorar su producción y calidad de su cosecha.
- UTZ Certified hace que productores de todos los tamaños y orígenes se distingan de los demás, proporcionándoles acceso a un creciente mercado global de compradores.
- Reconocimiento como un mejor productor.
- Manejo eficiente de la finca.
- Cadena de abastecimiento transparente.
- Acceso al Mercado.

- Porque UTZ Certified representa agricultura sostenible con mejores perspectivas para los agricultores, sus familias y nuestro planeta.
- Gracias al programa UTZ, los agricultores aprenden mejores prácticas agrícolas, crean mejores condiciones laborales.

NIVEL DE INNOVACIÓN:

- CAFÉ RIONEGRO: EN LOS ÚLTIMOS CINCO AÑOS HA LANZADO AL MERCADO TRES MARCAS NUEVAS DE CAFÉ ÓRGANICO.
- RACAFÉ: EN LOS ÚLTIMOS CINCO AÑOS HA LANZADO AL MERCADO 6 MARCAS NUEVAS DE CAFÉ ARÁBIGO.
- LAUMAYER: EN LOS ÚLTIMOS CINCO AÑOS HA LANZADO AL MERCADO 5 MARCAS NUEVAS DE CAFÉ ARABIGO
- VILLEGAS Y CIA: EN LOS ÚLTIMOS CINCO AÑOS SÓLO HA LANZADO 2 MARCAS NUEVAS UNA DE CAFÉ ARÁBIGO Y UNA DE CAFÉ ÓRGANICO.



Autoria: Propia (2018)

CRECIMIENTO EN LA UTILIDAD OPERACIONAL:



- RIONEGRO: EN EL ÚLTIMO AÑO REGISTRO UN INCREMENTO DE LA UO DE \$19.949 MILLONES DE PESOS
- RACAFÉ: EN EL ÚLTIMO AÑO REGISTRO UN INCREMENTO DE LA UO DE \$3.093 MILLONES DE PESOS
- LAUMAYER: EN EL ÚLTIMO AÑO REGISTRO UN INCREMENTO DE LA UO DE \$1.537 MILLONES DE PESOS
- VILLEGAS Y CIA: EN EL ÚLTIMO AÑO REGISTRO UN INCREMENTO DE LA UO DE \$985 MILLONES DE PESOS



Autoría: Propia (2018)

PANORAMA DEL ENTORNO Y DEL SECTOR

Aumento del precio de la carga

Un aspecto determinante en el desempeño del sector caficultor es la variación de precios de la carga. Parte de la culpa la tiene Brasil, cuya cosecha se ha visto limitada por adversidades climáticas y desafíos logísticos como es el caso de la disminución del número de contenedores disponibles para el transporte del grano.

(Brasil tiene un peso decisivo en los precios internacionales del café por su condición de mayor productor y exportador mundial. En la última década, cerca del 70 % de la producción nacional tuvo como destino el resto del mundo. Lo que pasa en los cafetales de este país tiene repercusiones

planetarias y con una reducción de la producción de alrededor del 25 % en los últimos años. Todo ello, unido a los problemas en Vietnam y Colombia, los otros grandes actores del sector, más una demanda al alza, contribuyó para que el precio del café en la bolsa de Nueva York saltase "un 74 %", de acuerdo con 'SAFRAS & Mercado', entidad especializada en el agronegocio brasileño. (Portafolio marzo/2022)

Reconocimiento del café Colombiano

Colombia es un país que tiene reconocimiento internacional por la calidad productiva de sus cafetales y por la variedad de café de alta calidad que genera para exportación. Según la Federación Nacional de Cafeteros (FNC), los tipos más comunes de café que se exportan son café verde, café tostado, café soluble o instantáneo y café liofilizado.

El café colombiano es un producto que ya se encuentra consolidado en el mercado internacional debido a su sabor único. Su producción resulta una inversión muy provechosa debido a que las condiciones climáticas del país, las precipitaciones y los diferentes pisos térmicos crean el ambiente ideal para poder tener cosechas durante todo el año y satisfacer la demanda internacional.

Por otro lado, para que la exportación de café sea eficiente, el país cuenta con un gremio que está organizado (Federación Nacional de cafeteros FNC) con el fin de regular y mejorar las prácticas en el cultivo del café, lo que garantiza eficiencia en términos de producción y calidad. De hecho, muchas de las grandes empresas exportadoras de café en Colombia cuentan con certificaciones internacionales, lo que permite garantizar altos estándares entre la competencia y la obtención de mejores posibilidades en el mercado.

Algunas de estas certificaciones son:

- USDA Organic.
- BCS OKO Garantie.
- Organic Production Methods JAS.
- UTZ Certified.

El café Colombiano se trata de un producto que por su origen, forma de cultivo y beneficios tienen características que los convierten en premium: su acidez, mayor a la de otros cafés, garantiza un sabor más suave, mejor calidad de la infusión y un aroma más intenso.

SICEX (Sistema Integrado de Comercio exterior marzo,2022)

CONTEXTO ACTUAL DEL CAFÉ COLOMBIANO Y SUS EXPORTACIONES (*)

Colombia ha logrado un incremento significativo en las exportaciones de café a Asia y Europa, registrando cifras por valor de US\$587 millones y US\$1.003 millones, lo que supone un crecimiento del 27,75% y el 19,36%, respectivamente. Teniendo en cuenta que el café es la segunda bebida que más se consume en el mundo (solo superada por el agua), la **venta de café a nivel global** representa una oportunidad para un país como Colombia por ser, según cifras de la FAO (organismo de la ONU especializado en alimentación y agricultura), el tercer productor y el segundo exportador en el



El precio del café colombiano sigue estando por encima de la media, llegando a costar hasta 30 centavos de dólar más por libra gracias a su calidad, aroma y variedad.

Por otra parte, algunos de los principales importadores de café como Francia y Estados Unidos, sirven como centro de distribución hacia otros mercados por sus altas cifras de exportación y, además, en este último las ventas de café en *retail* son las más significativas a nivel mundial, superando casi por un 10% a Alemania, segunda en el listado, por lo que sigue siendo uno de los destinos predilectos para las exportaciones de café colombiano. Según cifras de la FNC (Federación Nacional de Cafeteros). Se espera también que el aporte del café al PIB (que actualmente se estima como el 5.3 del general y el 23.4% del agropecuario) aumente en los próximos años, lo que seguiría ratificándolo como un motor de la economía nacional. Un aliciente importante para que las proyecciones alrededor del café sean ambiciosas es el avance en materia de diplomacia sanitaria y fitosanitaria, el cual se ve evidenciado en acuerdos de alto impacto como, por ejemplo, los logrados con China y Corea, lo cual supone una ventaja competitiva significativa.

Por otra parte, Lituania y Hong Kong son otros mercados atractivos para la exportación del grano colombiano, pues ambos figuran entre los 10 principales importadores de café en el mundo, ubicándose octavo y décimo, respectivamente. De acuerdo con datos proporcionados por Euromonitor, el crecimiento del mercado para el café en Europa del Este y Asia se da gracias al aumento del PIB per cápita, lo que deriva en un mayor poder adquisitivo y, por ende, la posibilidad de que sus ciudadanos tengan en cuenta productos foráneos a la hora de realizar sus compras.

Procolombia (09/2022)

Tecnología aplicada en el sector

Un avance tecnológico que se ha venido imponiendo en el sector cafetero es el uso de la tecnología de precisión, se destaca la aplicación AGRI.

La agricultura de precisión (AP) se define como un conjunto de tecnologías que buscan optimizar la producción agrícola a través del manejo de la variabilidad (espacial y temporal) de los factores de producción del cultivo.

La agricultura de precisión permite el control y la gestión de los campos a distancia mediante el uso de sensores en los campos, así como de drones y satélites para la vigilancia desde el cielo

El beneficio de utilizar la agricultura de precisión consiste en la capacidad de recabar datos en tiempo real sobre las variables que se dan en los campos de cultivo. Reducción del uso de insumos y la mano de obra, por lo que se abarata el costo. Aumento de la calidad del producto, ya que se cumplen exactamente los requerimientos del cultivo.

Es el caso de la aplicación Simple Agri, implementada por la multinacional japonesa NEC para mejorar los procesos de producción de todo tipo de cultivos.

La tecnología Agri se apoya en drones y satélites para determinar qué áreas de un cultivo requieren riego o abono. Eso se hace con una precisión de 3 a 5 metros, es lo que se denomina internacionalmente como agricultura de precisión. La aplicación se descarga desde un teléfono



inteligente e inmediatamente el cultivador o caficultor empieza a cargar datos generales de la cosecha, como área, tipo de café, procesos de recolección, clima, insumos utilizados, etc. Esta información es complementada periódicamente con datos del satélite o drones, los cuales ayudan a determinar y detectar las áreas que requieren más cuidado o atención. Así es posible ahorrar en insumos y horas de trabajo hombre.

Consumo de bebidas alternativas

Un aspecto que incide en el consumo de café en el mundo es el consumo de bebidas alternativas, es así cómo el té es la bebida más consumida del mundo después del agua, a un ritmo de 15.000 tazas por segundo. Esto significa que la mitad de la Humanidad vuela su preferencia hacia el consumo de esta infusión, sea en forma pura o con distintos tipos de combinaciones.

Los cafés especiales son cafés diferenciados por características de origen, preparación o sostenibilidad en su producción. La FNC, por medio del Servicio de Extensión, promueve estas iniciativas mediante recomendaciones de buenas prácticas en el cultivo y beneficio del café.

¿A qué sabe un café especial? Un café especial tiene sabores más afrutados, una acidez más intensa pero agradable, buena dulzura y amargura que deja un sabor prolongado y agradable en tu paladar. Los cafés especiales tienen más complejidad de sabores y puedes detenerte a tratar de descubrirlos.

Federación Nacional de Cafeteros (junio / 2020)

Cultivo del café orgánico: Ventajas y desventajas

Para una finca, obtener la certificación orgánica puede tomar mucho tiempo y ser costoso. La finca necesita llevar a cabo la “conversión”, es decir, un periodo de tres años sin utilizar pesticidas sintéticos o fertilizantes antes de recibir la certificación. Durante y luego de este tiempo, se debe demostrar la habilidad para cumplir con los requerimientos específicos de los estándares orgánicos del mercado. Para hacerlo, es necesario desarrollar e implementar un plan previamente aprobado para el manejo orgánico del terreno.

Este plan debe abarcar el manejo de malezas y plagas, explicar en detalle los fertilizantes que se utilizan y, de ser posible, incluir un sistema de cultivos de cobertura para proteger y restaurar la salud del suelo. Si en la finca se tiene tanto café orgánico como no orgánico, debe establecerse un área que actúe como barrera para prevenir cualquier contaminación con fertilizante sintético o pesticidas.

Todos los insumos y decisiones de gestión deben documentarse, de manera que los auditores de las agencias de certificación puedan verificar la implementación de las prácticas previamente planificadas.

Los procesos de cosecha y de manejo postcosecha también deben seguir los principios orgánicos. Esto significa que los recolectores no pueden usar las mismas bolsas para transportar las cerezas de café no orgánicas y las orgánicas. Los equipos se deben limpiar rigurosamente entre cada lote. Si se



utiliza la misma despulpadora tanto para el café orgánico como el no orgánico, se debe procesar a través de esta una pequeña cantidad de café que se venderá como no orgánico para depurarla.

Cuando el café abandona la finca debe enviarse a un establecimiento certificado como orgánico, y si dicho establecimiento también manipula café no orgánico, debe contar con procedimientos apropiados para evitar que los lotes se mezclen. Esta cadena de suministro separada se extiende hasta el tostador, quien también debe contar con la certificación orgánica para poder usar esta etiqueta en sus empaques.

Básicamente, el objetivo de la producción tecnificada de café es aumentar la productividad de un área determinada de terreno. La meta y el desafío de la producción orgánica es construir de manera natural un clima saludable para los cafetos, y al mismo tiempo, mantener la productividad frente a las enfermedades, las plagas y el cambio climático.

Hay muchas maneras para alimentar y proteger al café sin necesidad de usar productos químicos. La más obvia es el uso de abono elaborado a partir de pulpa de café rica en nitrógeno y potasio.

El costo es el mayor obstáculo para los productores que consideran la certificación orgánica. Son responsables del costo de la inspección, que incluye el viaje y los gastos de alojamiento de los auditores de la agencia de certificación, así como también los costos de certificación anuales. Efectivamente, esto hace que la certificación orgánica esté fuera del alcance de muchos pequeños productores, a menos que formen parte de una cooperativa, y, en tal caso, los costos de la certificación pueden dividirse entre todos los miembros.

Es fácil entender por qué el café orgánico cuesta más, en comparación al café de la misma calidad que no está certificado como orgánico. El costo de la certificación, la mano de obra adicional requerida y todo el trabajo adicional que implica mantener la trazabilidad se suman al precio.

Los requisitos para la certificación también carecen de flexibilidad y no siempre se adaptan a la producción de café. Por ejemplo, un caficultor con una finca ecológicamente brillante, totalmente bajo sombra que rocía una leve cantidad de fertilizante pocas veces al año no calificaría para la certificación orgánica. Pero otro caficultor que cultiva café totalmente bajo el sol y contamina las fuentes de agua locales con el agua residual del procesamiento podría ser considerado.

Las plagas y las enfermedades también pueden suponer un reto. En el caso de la producción orgánica, el enfoque debe estar en la prevención. Mantener una sombra, un drenaje y una salud del terreno adecuados reduce las condiciones bajo las cuales las plagas y enfermedades de la planta pueden prosperar.

Efectos del cambio climático sobre la producción cafetera

El aumento global de temperatura va a traer consigo una reducción considerable de la superficie apta para posible cultivar café, incluso de hasta un 50% del total para 2050. También, en menor medida, se producirá una redistribución a zonas en las que antes no era factible cultivarlo.

El aumento de las temperaturas termina por reducir la producción de los cultivos deseados, a la vez que provoca la proliferación de malas hierbas y pestes. Los cambios en los regímenes de lluvias aumentan las probabilidades de fracaso de las cosechas a corto plazo y de reducción de la producción a largo plazo.

Los bebedores de café en toda Latinoamérica seguirán pagando caro cada taza por cuenta de una tormenta perfecta: la elevada inflación que trajo consigo la reactivación económica tras la pandemia, un clima extremo, los desafíos logísticos que supuso el covid-19 y la crisis del suministro de fertilizantes a causa de la crisis de los contenedores.

Por lo tanto, los ojos de los caficultores ya están puestos en adaptarse a ese porvenir que, a todas luces, será hostil. En Colombia, tradicional país cafetero y tercer productor mundial, según la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO), el Centro Nacional de Investigaciones de Café (Cenicafé) lleva desde 1938 trabajando por fortalecer los cafetales del país. Ante este nuevo panorama climático, su trabajo se ha intensificado. Al mismo tiempo, varias latitudes más al sur, en Argentina, donde los granos siempre se han importado, están empezando a crecer tímidamente algunas plantaciones.

La búsqueda de nuevas tierras para el café no es nada nuevo. A pesar de ser un cultivo originario de las montañas de Etiopía, desde inicios del siglo XX el eje cafetero colombiano se estableció como el paraíso de los cafetales, pues en las tierras de los departamentos que lo componen –Quindío, Risaralda y Caldas– se cumplen las condiciones ideales: alturas de entre 1.200 y 1.800 metros sobre el nivel del mar, temperaturas entre los 17º y 23 °C, y precipitaciones cercanas a los 2.000 milímetros anuales. No obstante, ante una demanda siempre creciente, los caficultores colombianos, que en un 96% son pequeños productores, han ido desplazando la frontera de la altura a lo largo de las décadas, cuidando sus cultivos para que prosperen en las pronunciadas laderas andinas. Con el calentamiento global esta tendencia podría intensificarse, ya que la alta montaña tropical podría pasar a ser un entorno óptimo para los cafetos.

(CENICAFE septiembre/2021)

Aumento del consumo de café

El consumo de café en el mundo creció el 1,9% en promedio cada año desde hace 10 años. Es un producto que cuenta con más adeptos, incluso en culturas lejanas como la asiática, y les gana terreno a otras bebidas como el té. Colombia tiene oportunidades para aumentar sus exportaciones de café y sus derivados a por lo menos 44 países, especialmente de cafés con valor agregado.

El consumo del café cambia. Las nuevas generaciones, la influencia de las redes sociales, el mayor poder adquisitivo (especialmente de los jóvenes), la creciente conciencia ambiental, entre otros factores, han creado tendencias de consumo que influyen en la decisión de compra del cliente que cada vez busca productos exclusivos que tengan su propia historia.

Un café con mejor calidad y más natural

En el mundo occidental y en los mercados emergentes toma mayor importancia el uso de ingredientes naturales en la producción de bebidas como el café. Este aspecto es considerado fundamental para el consumidor final, quien percibe el producto no solo como una bebida, sino como una experiencia para los sentidos. Una imagen natural, una adecuada apariencia física y una combinación de sabores exóticos y texturas diversas se asocian con alta calidad del producto.

Crecen los 'Coffe shops'

Estos establecimientos para beber café son cada vez más comunes en el mundo, incluso en lugares que tienen tradición en el tema como Francia o Argentina. Estos espacios responden al estilo de vida de hoy, especialmente de los jóvenes: son ágiles en el servicio, tienen ambientes tranquilos, se ubican cerca del trabajo y estudio, y cuentan con una oferta variada de café.

Cafés sostenibles y certificados

Al incluir procesos más orgánicos en la producción de diversas variedades de café se logra una mejor imagen de la industria y una mayor confianza entre los consumidores. Por esta razón es cada vez más común la exigencia de certificaciones que garanticen que se trata de un producto natural y responsable social y ambientalmente, especialmente en países de Norteamérica y Europa. Tenerlas es un valor agregado que influye en la decisión de compra del importador y del cliente final.

Máquinas de café se popularizan en casas y oficinas

En los últimos años se ha popularizado la compra de café en cápsulas o pods de café molido fresco. La facilidad que tiene en la actualidad tener una máquina de café en el hogar o en las oficinas popularizó las cafeteras de preparación de café de 'una sola taza'.

Europa occidental y Norteamérica son mercados en donde estas máquinas son más comunes. De hecho, las ventas por internet de pods (Cápsula de café tostado y molido, empacado al vacío con atmósfera controlada que permite preparar una porción individual, conservando las cualidades de aroma y sabor hasta el momento de abrir el empaque). en estos mercados son fuertes, debido a que los consumidores pueden inscribirse en planes mensuales que incluyen la reposición de las cápsulas.

Se masifica la cultura barista

Los baristas no solo son un oficio que llama la atención de los jóvenes, sino que también son un medio para promocionar la cultura del café. Los concursos de barismo son comunes en diferentes países y con ello, se extiende el conocimiento de esta bebida y sus diversas formas de consumirlo.



Crece el consumo entre los jóvenes

El mejor reflejo de esta tendencia está en los países del Asia. En China, un mercado con potencial para Colombia, los principales consumidores de café son jóvenes entre los 20 y 30 años. Se trata de generaciones que son más receptivas a las costumbres occidentales y que con los años mejoran sus ingresos económicos y capacidad adquisitiva.

Consumo de café de Colombia

Se proyecta que el mercado chino del café sea testigo de una CAGR (tasa decrecimiento anual compuesta) del 10,42 % durante los próximos cinco años.

El mercado de café chino en general ha sido el menos efectivo después de la llegada de COVID-19. Según el análisis, en 2020, se abrió un promedio de una nueva cafetería por día en la ciudad china de Chengdu. Esto elevó el número total de cafeterías en la ciudad a más de 4.000, justo después de Shanghái y Beijing. Chengdu es el tercer mercado de café más grande de China. Además, con las estrictas medidas de confinamiento impuestas en el país, los consumidores en China han recurrido al consumo de café en el hogar, aumentando las ventas de café instantáneo en el país.

Si bien el té sigue siendo la bebida tradicional de China, la demanda de café sigue creciendo, especialmente en las zonas urbanas y entre los profesionales más jóvenes. Para promover el comercio internacional del café y la cultura del consumo de café en China, el gobierno chino apoyó la Exposición I-Coffee en Haikou. La Exposición I-Coffee se centra en la producción, el comercio y el consumo de café.

Según los datos de China Coffee Association Beijing (CCAB), el consumo de café está aumentando a un ritmo anual del 15%. Los líderes actuales del mercado, como Starbucks y Nestlé, han jugado un papel importante en el crecimiento de la cultura del café en China.

Tendencias clave del mercado

Disminución del área cultivable:

En los últimos cinco años el área cultivada disminuyó en 70.060 hectáreas en el país. En el primer trimestre el valor de las exportaciones cayó 9,1 %. En el último año el área cultivada de café en Antioquia se redujo en 3.834 hectáreas según datos del Sistema de Información Cafetera (Sica). Pero la producción de café también está relacionada con varios problemas ambientales: contaminación del agua, deforestación, degradación del suelo, disminución de la biodiversidad, entre otros.

Las regiones aptas para sembrar cafetales se podrían reducir hasta un 50% a nivel global en los próximos 30 años. Colombia, tercer productor del mundo, busca mantenerse un paso por delante, mientras se exploran nuevas latitudes más propicias donde cultivar, como Argentina

El café es un cultivo caprichoso. Solamente se puede producir en una franja particular del planeta, entre los trópicos y a determinadas alturas sobre el nivel del mar, donde los patrones de temperatura y humedad facilitan su maduración. Sin embargo, el cambio climático amenaza ese

fino equilibrio y dibuja nuevos horizontes en cuanto a la forma y lugares de producción de una de las materias primas que más dinero mueve en el mundo.

Federación Nacional de Cafeteros (2021)

Tendencia por el consumo de cafés especiales

Si hay algo que los millennials de todo el mundo tienen en común, es su gusto por el café. Dado que este grupo constituye un gran porcentaje de los consumidores de café del mundo, es una generación que vale la pena considerar para aprovechar este mercado.

¿Qué Buscan Los Millennials en el Café?

El consumo de café de los millennials puede caracterizarse por muchos rasgos. Sin embargo, para aquellos que buscan una mayor comprensión para responder a las necesidades del consumidor millennial con respecto al café, las siguientes tendencias ofrecen una valiosa información sobre sus hábitos de consumo.

Alternativas Saludables

Los millennials están más preocupados por su bienestar personal que cualquier generación anterior, lo cual puede deberse a que tienen más acceso que nunca a la información sobre su salud. Esta preocupación se ha extendido a sus hábitos de consumo de café, y muchos buscan opciones descafeinadas en un esfuerzo por moderar su ingesta de cafeína.

Con el aumento de las alergias alimentarias diagnosticadas, el consumo de café también podría verse afectado por quienes han desarrollado intolerancias a la lactosa o a las nueces, al cambiar la leche láctea tradicional por alternativas vegetales o a base de nueces.

Cabe señalar que los consumidores están aprendiendo que las alternativas populares a los lácteos como la leche de almendra y de coco tienen consecuencias negativas para el medio ambiente y a menudo vulneran los derechos humanos. Esto significa que la demanda por opciones sostenibles y libres de crueldad, como las bebidas de avena y de semillas podría aumentar en el futuro.

Entrada de nuevos competidores:

Colombia, gran productor y exportador mundial de café, se prepara para una "guerra" en el mercado interno, con la llegada de empresas internacionales que buscarán clientes en el país donde esa bebida es emblema nacional.

Starbucks y Nespresso, los nuevos competidores, pretenden ganar un espacio en el que los nacionales llevan ventaja.

Así, las nuevas marcas ven una "gran oportunidad" en este país de 50 millones de habitantes, a pesar de que los locales dominan el mercado.



Colombia alcanzó una producción de 11,8 millones de sacos de 60 kilos en el último año y, de acuerdo con la Organización Internacional del Café, es junto con Brasil y Vietnam uno de los principales exportadores mundiales de este grano.

Las tiendas Juan Valdez, que nacieron hace más de una década y pertenecen a una asociación de cafeteros colombianos, dominan la oferta, Juan Valdez ha conquistado el mundo, hoy tiene 445 Tiendas a nivel mundial, de las cuales 313 están en Colombia y 132 en otros 13 países.

(Procafé-2022)

Competencia en producción de cafés especiales:

Con este programa, la Federación facilita a los productores acceder a estándares sostenibles, códigos de conducta y al mercado de cafés especiales, diferenciación muy atractiva para los consumidores a nivel mundial y por la que están dispuestos a pagar un mayor precio.

Los cafés especiales son cafés diferenciados por características de origen, preparación o sostenibilidad en su producción.

La FNC, por medio del Servicio de Extensión, promueve estas iniciativas mediante recomendaciones de buenas prácticas en el cultivo y beneficio del café. También se incentiva la vinculación de asociaciones de productores a este tipo de programas para fortalecer la rentabilidad del cultivo y la sostenibilidad de la finca, y se brinda asesoría técnica especializada para que los productores cumplan con los requisitos exigidos por los diferentes sellos y códigos de conducta y obtengan la certificación o verificación que acredite su café como sostenible.

Tipos de Café:

A pesar de que el **mando del café** es enormemente amplio y variado los granos de café se dividen en **4 categorías o tipos**.

Esto se debe a que aunque hay una gran variabilidad en las plantas de café, en realidad hay **4 variedades que sirven para consumo humano**.

El motivo principal son los diversos rasgos únicos e inherentes de estos tipos de café, como la resistencia a las enfermedades o bien el rendimiento de los frutos y el cafeto o árbol.

Los **principales tipos de café** que existen en el mundo son cuatro.

Entre ellos se encuentran los siguientes:

- **Tipo de café arábica:** es el tipo de café más popular y conocido. La razón es que poco más del **60 por ciento de la producción mundial es de tipo arábica**. De hecho, según datos del CCI o Centro de Comercio Internacional, esta variedad de café representó entre los años 2004 y 2010 en torno al 61% de la producción mundial de café. Los números serían mayores



si esta variedad no sufriese tantas enfermedades. El café de la especie **C arábica tiene muchas variedades diferentes**, cada una con características únicas.

- **Variedad robusta:** también conocido como café canephora. Aunque el grano arábico es el más famoso, el robusta es más fuerte de sabor y más barato. Se llama así robusta ya que aguanta mejor las enfermedades que el arábica.
- **Tipo excelsa:** su origen es africano, en concreto, cerca del lago de Chad. La producción mundial de este tipo de café es mínima. Se parece estéticamente al libérica, pero su sabor es diferente. Ambos se consumen muy poco debido principalmente a la fama del arábica y la resistencia del robusta. Además de cultivarse en África también se recolecta en Filipinas e Indonesia.
- **Clase libérica o café libérica:** es un tipo de café poco extendido, pero no por ello menos rico y fuerte. Tiene un sabor diferente y proviene primordialmente de Monrovia en Liberia, de ahí el nombre. Es muy común su consumo en países del norte de Europa.

Baja productividad:

El crecimiento en el precio del café se da también en medio de una baja producción no solo en Colombia, sino también en el mundo. Uno es el fenómeno de la niña que sigue haciendo estragos y daños en las vías rurales colombianas, y en la productividad de los cultivos.

A nivel mundial hubo también una reducción de 10,13 % en comparación con el año anterior, con 160,38 millones de sacos menos respecto a ese año, debido a la reducción de 25,7 % en la producción de Brasil, el mayor productor.

Factores como el climático y las enfermedades en los cultivos generaron que la productividad en el país se disminuyera, sin embargo, el precio del dólar ha beneficiado el precio del producto a nivel internacional.

Federación Nacional de Cafeteros - 2022

(*): Los datos utilizados en desarrollo del caso son ficticios.

