



Estudio del papel que juega el sector gubernamental en el proceso de internacionalización de dos asociaciones risaraldenses de cafés especiales: Asocafé Manantial y Entreverdes.

Presentado por:

Maria Alejandra Jaramillo López

Presentado a:

Asesora Lucía Ruiz Granada

Universidad Católica de Pereira

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

Programa de Negocios Internacionales

Trabajo de Grado

Pereira

2018

Dedicatoria

Quiero dar gracias a Dios y a mi madre; Luz Yasmid López Vélez, quien me ha dado la libertad de seguir mis sueños y lograr mis metas, brindándome su incondicional amor y apoyo en cada paso que doy.

También, a todas las personas que me apoyaron en el transcurso de mi carrera universitaria y en la realización de mi trabajo de grado.

Tabla de contenido

1. INTRODUCCIÓN.....	9
2. DESCRIPCIÓN DEL ÁREA PROBLEMÁTICA:	10
2.1. ANTECEDENTES:.....	10
3. DINÁMICA DEL PROBLEMA	21
4. PREGUNTA.....	25
4.1. OBJETIVO GENERAL:.....	25
4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS PROPUESTOS:	25
5. MARCO REFERENCIAL	26
6. MARCO TEÓRICO:	27
6.1. INTERNACIONALIZACIÓN	27
6.2. DESARROLLO ECONÓMICO.....	28
6.3. DESARROLLO REGIONAL	30
6.4. DESARROLLO LOCAL	32
6.5. DESARROLLO TERRITORIAL RURAL (DTR).....	36
6.6. CADENA DE VALOR DEL CAFÉ	37
6.7. ASOCIATIVIDAD.....	41
6.8. VENTAJA COMPETITIVA	42
6.9. NEOLIBERALISMO.....	43
6.10. CAFÉ ESPECIAL	44
7. MARCO CONTEXTUAL	46
7.1. INTERNACIONAL.....	46
7.2. COLOMBIA.....	46
7.3. RISARALDA	51
8. DISEÑO METODOLÓGICO	54
9. ANÁLISIS Y PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN.	57

9.1. LA ARTICULACIÓN ENTRE LA ASOCIACIÓN Y SUS INTEGRANTES A PARTIR DEL APROVECHAMIENTO DE LOS PROGRAMAS GUBERNAMENTALES ENFOCADOS EN LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LOS CAFÉS ESPECIALES.....	57
9.1.1. <i>Entreverdes (Pereira)</i>	57
9.1.2. <i>Asocafé Manantial (Dosquebradas)</i>	59
9.1.3. <i>Percepción de los directivos entrevistados</i>	60
9.1.4. <i>Percepción de los caficultores entrevistados</i>	64
10. LAS PRINCIPALES PRÁCTICAS INCORPORADAS POR LOS CAFETEROS PERTENECIENTES A ENTREVERDES Y ASOCAFÉ MANANTIAL PARA INSERTARSE EN EL MERCADO NACIONAL E INTERNACIONAL.	68
10.2. NIVEL DE CAPACITACIÓN DE LAS ASOCIACIONES	69
10.3. CERTIFICACIONES DE LOS CAFICULTORES DE LAS ASOCIACIONES	71
10.4. LA MIRADA DE LOS CAFICULTORES:.....	72
11. LA INFLUENCIA DE LOS PROGRAMAS GUBERNAMENTALES EN LOS PROCESOS DE INTERNACIONALIZACIÓN DE LAS ASOCIACIONES.....	74
12. PERCEPCIÓN DE LAS ASOCIACIONES.....	75
13. CONCLUSIONES.....	77
14. IMÁGENES DURANTE EL PROCESO DE INVESTIGACIÓN	79
15. REFERENCIAS.....	83

Lista de Figuras

Figura 1. Internacionalización de los cafés especiales en Risaralda	26
Figura 2.. Estructura de la cadena del Café Fuente: Espinal et. al., 2005, p.4	38
Figura 3. Etapas de transformación de la cadena de valor de café (Fuente: García y Olaya 2006, p.202)	40
Figura 4. Precio primera posición Contrato C. (FNC, 2017)	48
Figura 5. Comportamiento del diferencial para diferentes orígenes de café suave (FNC, 2017)	48
Figura 6. Exportaciones de café industrializado por destino 2016 vs. 2017 (FNC, 2017 p. 6)	50
Figura 7. Precio implícito de las exportaciones de café por tipo 2016/17 (FNC, 2017)	51
Figura 8. Pregunta de trabajo de campo. (Residen en finca)	65
Figura 9. Proporción de los caficultores cuyo café ha sido exportado	66
Figura 10. Pregunta 4 Asocafé Manantial y Entre Verdes	70
Figura 11. Pregunta # 7: Sellos de certificación: Asocafé Manantial y Entreverdes.	71

Resumen

Colombia es conocida por su riqueza natural y por ser un país cafetero, en la actualidad la producción agrícola se está transformando, priorizando y resaltando la creación de valor a nuestros productos naturales, en búsqueda del fortalecimiento del sector agroindustrial. De igual forma nuestros productores de café han tenido que sobre llevar situaciones difíciles e injustas por los bajos precios internacionales y el escaso apoyo institucional después del rompimiento, en 1989, del Pacto Mundial cafetero que mediante cuotas de producción y de la institucionalidad cafetera garantizaba niveles razonables de precios para los agricultores.

En la búsqueda del fortalecimiento del sector cafetero, se ha impulsado la producción y comercialización del café especial colombiano, reconociendo que es aquel café excepcional con un complejo proceso de cultivo y beneficio detrás de cada grano, que tiene un uso seleccionado y adaptado de variedades exclusivamente de la especie Arábica, que generan características y atributos de aroma, sabor, cuerpo, acidez e impresión global exclusivamente valorados por los consumidores más sofisticados., creando un valor no solo para el mercado nacional sino también el internacional. No obstante, los caficultores se encuentran en una crisis cafetera y no sienten el apoyo del gobierno. Aunque las instituciones saben que el café es uno de los principales pilares de la economía.

En esta investigación se pretende realizar un estudio sobre el papel y apoyo que ha jugado el Estado en el proceso de internacionalización de los caficultores vinculados a dos asociaciones de café especial en el Departamento de Risaralda - Colombia, en su búsqueda de mejores precios y una mayor demanda de su producto. Para esto, se

realiza un estudio de antecedentes, un trabajo de campo para conocer la opinión del caficultor y poder así interpretar sí los programas, proyectos y demás apoyos institucionales que han generado una influencia en el crecimiento e internacionalización de las asociaciones Entreverdes y Asocafé Manantial.

Palabras clave: Internacionalización, Café especial, Estado, Entreverdes, Asocafé Manantial, Caficultor.

Abstract

Colombia, a country known for its natural resources and for being a coffee growing country, in present times the agricultural production has had to transform, prioritizing the importance of added value to all natural products, with the intent of achieving a stronger more stable economy where there's efficiency in the agricultural sector. On the other hand, our coffee growers have faced difficult and unjust situations through time due to the low prices and lack of institutional support, after the break, in 1989, with the international coffee agreement where production quotas and coffee institutionalization, guaranteed reasonable prices for farmers.

For that reason, in search of strengthening the coffee sector, the production and commercialization of Colombian specialty coffee has been promoted, knowing it's an exceptional coffee with a complex process of cultivation and benefit behind each bean, that has a selected and adapted use of varieties exclusively of the Arabica species, which generate characteristics and attributes of aroma, flavor, body, acidity and global impression exclusively valued by the most sophisticated consumers., adding value to their coffee grown, meaning the presentation, quality and specialty, creating an offer with higher standards, that the consumer will be willing to pay at a higher price, whether

it is a national or international consumer. Never the less, our coffee growers still face a coffee crisis and feel like there's no support from the government, even though the state knows coffee is one of the main pillars of the Colombian economy.

The following research intends to carry out a study on the role the state has played as a support in the process of internationalization of coffee growers that belong to two specialty coffee associations in the department of Risaralda – Colombia, in their search for better prices and a greater demand of their product. To achieve a result, first there's a background study carried out, field work in order to know the opinion of the coffee growers and with this be able to achieve and interpret whether the programs, projects and other institutional aids have influenced the growth and internationalization of the coffee associations: Entreverdes and Asocafé Manantial.

Keywords: Internationalization, Specialty coffee, Government, Entreverdes, Asocafé Manantial, Coffee grower.

Estudio del papel que juega el sector gubernamental en el proceso de internacionalización de dos asociaciones risaraldenses: Asocafé Manantial y Entreverdes.

1. Introducción

Colombia, por décadas se ha destacado a nivel global por su café, con épocas de prosperidad y mejora en la calidad de vida del caficultor. No obstante, las últimas décadas han sido de gran dificultad para los pequeños y medianos caficultores colombianos. Se han encontrado con un precio del café que no genera ganancias, por eso como muchos lo mencionan, producen a pérdida. La mayoría de los pequeños y medianos productores se han vinculado a las asociaciones de cafés especiales para fortalecerse como sector, se han enfocado en perfilar el café que producen en sus fincas, para ofrecer un café especial, que le permita al consumidor diferenciar el sabor y aroma al café convencional, gracias a la calidad y cuidado por parte del productor brindando una taza de excelencia que se destaque ante las demás y así lograr mayores ingresos.

Considerando la realidad del café en el país, donde los procesos son más difíciles, desde las recolecciones hasta la comercialización, se ha venido creando una necesidad de apoyo del Estado para el caficultor como ventana de ayuda para mejorar sus condiciones o sostenerse mientras mejoran las circunstancias.

De igual forma, existe una necesidad por parte del productor de llegar a mercados extranjeros con capacidad de pago superiores al del consumidor colombiano, para vender a mayor precio. El Estado en su intento de apoyar y revivir el sector cafetero, ha

creado distintos programas y proyectos (por parte de los Comités de Cafeteros, las gobernaciones y las alcaldías), pero aun así el caficultor sufre la crisis y no ve una mejora cercana.

Por lo tanto, es importante estudiar si los programas realizados impulsan la internacionalización del café especial colombiano y abren nuevos mercados. En el presente documento, se mostrará la influencia que han tenido los programas y proyectos por parte del gobierno al caficultor en las asociaciones risaraldense: Entreverdes y Asocafé Manantial.

2. Descripción del área problemática:

2.1. Antecedentes:

En las últimas décadas se ha resaltado y promocionado el concepto de café especial, por lo cual, los productores de café han buscado alternativas y herramientas que le permiten mejorar su grano y así generar un valor agregado al producto. Convirtiéndolo en un sector importante en la economía ya que el café especial representa aproximadamente el 10% del consumo mundial, como lo señalan (Montoya y Montoya, 2015):

“Se estima que el sector cafetero emplea a cerca de 20 millones de personas en 52 países productores y que existen al menos 70 países productores de café, de los cuales tres representan algo más del 50% del volumen comercializado anualmente. Ellos son: Brasil: cerca de 32%, Vietnam aproximadamente el 13% y Colombia con un poco más de 8%” (p. 6).

El café especial colombiano cuenta con una participación del 35% frente a la producción general del *commoditie*. Dada su alta participación en el mercado, es un sector relevante para estudiar en cuanto a su representación económica y los efectos que tiene en los productores del mismo. En el proceso de revisión de investigaciones en el campo del sector de cafés especiales se encontraron referentes de carácter internacional, nacional y local.

En la actualidad, el Comercio Justo '*Fair Trade*', representa un acercamiento importante a una disminución en la pobreza en el sur global, el cual se basa en la estrategia de "comercio y no ayuda". El creciente movimiento busca retar la inequidad en las relaciones de los mercados internacionales para transformar el comercio entre Norte-Sur, a través del empoderamiento de los productores y el desarrollo social. El objetivo de esta estrategia es conectar a los consumidores del norte con democráticamente organizados grupos de productores del sur, ofreciendo a los trabajadores con desventajas la oportunidad de mejorar el control sobre sus futuros gracias a un desarrollo sostenible.

El ingreso al Comercio Justo es favorable en todos los niveles políticos, económicos y las condiciones de mercado a nivel nacional e internacional. La mayoría ingresaron en 1989 luego del colapso de los precios mundiales del café, como alternativa de sobrevivencia para los productores. En los casos estudiados, las redes de Comercio Justo con café brindan beneficios importantes a las organizaciones productoras, las comunidades y los hogares. Así mismo, esta dinámica opera a través de cooperativas y redes globales lo que genera estabilidad financiera y beneficios organizacionales (Raynolds et al., 2004, p. 8).

Concluyen (Raynolds et. al., p.10) que el movimiento de Comercio Justo ha construido una red a nivel mundial, y también ha incrementado el interés de los consumidores del norte en los productos que generen oportunidades a los productores del sur. El sector cafetero continúa siendo la base central del sistema de Comercio Justo y es el centro de la expansión del *boom* comercial norte americano.

Finalizan (Raynolds et. al. 2004, p. 11) con un análisis comparativo de las cooperativas de productores de café de América Latina lo cual, ayuda a identificar las condiciones que respaldan el éxito en las redes de comercio justo y los beneficios potenciales que se derivan de la participación, demostrando que el éxito en la participación del Comercio Justo es formado a través de (i) la prevelecia en las condiciones políticas, económicas y de mercado. (ii) Las características culturales, sociales y económicas de los productores, (iii) Los enlaces externos de las organizaciones de grupos productores internos.

Lo cual, construye la capacidad en cada área, mejorando las condiciones para el acceso en un futuro. Se debe de manejar un equilibrio entre la equidad y la eficiencia económica, para en un futuro tener estándares que garanticen una norma en las relaciones Norte-Sur, que cumpla con las expectativas de calidad en los nuevos mercados de especialidad, a la vez brindando beneficios a los productores a través de las organizaciones participantes y así cumplir con el objetivo de hacer comercio justo (Raynolds et. al. 2004, p. 11).

Los precios fluctuantes de los '*commodities*' afectan el estilo de vida de millones de campesinos a nivel mundial, según (Neilson, 2007) en Indonesia en los últimos años, el exceso de la producción sistematizada en los productos agrícolas tropicales y los

precios bajos en países como este, han causado una disminución continua en los ingresos por hogar agrícola, por debajo de los niveles de subsistencia dado los precios bajos. Es así que, a través del uso de identidades geográficas se han identificado los terrenos con cultivos para agregar valor, específicamente con el café especial en South Sulawesi, Indonesia. Para el caso de esta región (Neilson, 2007) propone que el café producido y exportado no solo tenga un sabor especial sino que entregue una experiencia al consumidor sobre el lugar en el cual fue cultivado. Utilizando la ubicación geográfica como una variable importante en la producción y comercialización en Indonesia como alternativa para evitar los efectos de los precios bajos de los '*commodities*'.

Finalmente, en el caso del café en Sulawesi se refleja un cambio hacia una regulación que sucede gracias a un sistema de control de calidad manejado por el sector privado. En estos sistemas se maneja la calidad a través de la coordinación indirecta de las cadenas de suministro y los códigos de suministro, adoptando la integración vertical a través de la cadena. En efecto, por la carencia de un tercero que certifique la calidad del café en este sector, han asumido los mismos productores el rol de auto-reguladores en la autenticación de los atributos geográficos. Es por esto que el autor propone que con un estudio eficiente y eficaz del territorio, se construyan estrategias para mejorar la calidad del café y entidades reguladoras oficiales que apoyen el crecimiento de este sector para así tener mayor participación en el mercado global como estrategia para incrementar la demanda por parte del mercado global.

A nivel internacional, Brasil es la economía más grande de Latino América y líder mundial en la producción y exportación del café. No obstante, por ser una economía

abierta, los pequeños productores cafeteros a pesar de ser los que predominan, han sido impactados por la industrialización de los grandes productores y la sustitución con otros cafés internacionales a través de las importaciones. De la mano, se disminuyó la intervención estatal, que incluye subsidios agrícolas, créditos para campesinos y programas de investigación y desarrollo, como las iniciativas para el desarrollo rural. Luego de estos cambios, surge una reestructuración del mercado global del café y la eliminación de las cuotas de exportación del mismo. (Watson y Achinelli, 2008)

En su investigación (Watson y Achinelli, 2008) demuestran como los cambios relacionados con la liberación de los mercados y la globalización afectan las localidades y regiones donde se ubican los proveedores del café de los mercados convencionales, principalmente de los pequeños productores en Minas Gerais, quien es el líder en la producción, contribuyendo con el 50% de la producción total del café en Brasil.

El estudio expone los cambios a los que se enfrentaron los pequeños caficultores de Latino América con la globalización neoliberal principalmente en Brasil, país que vivió una experiencia diferente a los otros países latinoamericanos dado su largo posicionamiento como líder en la actividad económica cafetera global, la cobertura en la tecnificación de la producción y los altos niveles históricos del involucramiento por parte del Estado en este sector. No obstante, los productores de café en Latino América han sufrido una caída en los precios del mercado global. Por lo cual, se reconoce que la liberalización de los mercados ha alterado la vida rural, disminuyendo los ingresos de las familias, por ende su calidad de vida. Es así, que se han esforzado

por ser competitivos a través de la incorporación de buenas prácticas exigidas por los mercados internacionales.

En conclusión (Archinelli y Watson, 2008) con el apoyo de otras entidades, mencionan que el neoliberalismo y la globalización son procesos contingentes, los cuales son mediados por varias políticas nacionales y regionales, que produjeron resultados específicos locales, donde los pequeños productores se han enfrentaron a una constante lucha por sobrevivir en el mercado a pesar del bajo precio del café y donde la reforma neoliberal trabajó de manera paralela, forzando a los caficultores a trabajar por precios injustos que incrementaron la pobreza en el sector y alejaron el apoyo gubernamental. En últimas, la Organización Internacional del Café tiene predicciones negativas para los pequeños productores de café y recomienda dos estrategias para cooperar con la crisis cafetera. Primero, la diversificación en otros cultivos y/o un cambio en los cafés especiales.

(Nahuamel, 2013) estudia la competitividad de la cadena productiva de café orgánico en el Perú, reconoce que este es uno de los principales productos agrarios de exportaciones. Posiciona el país en el cuarto lugar de las exportaciones mundiales de este producto después de Brasil, Vietnam y Colombia, considera que el sector cafetalero, tiene una gran influencia en las familias campesinas quienes son la base de la agroindustria nacional y son las más vulnerables ya que asumen el mayor costo de la crisis cafetera. En la Provincia se ha visto reflejada la baja productividad en los cultivos, así como su bajo nivel tecnológico en el cultivo, lo que genera dificultades y puntos críticos de carácter estructural en la competitividad de la cadena productiva.

En este caso se encuentra que el desarrollo de la cadena productiva se ve afectada por una serie de limitaciones: escaso acceso al financiamiento, la escasa mano de obra, dependencia de los recursos provenientes del canon y sobre canon, infraestructura rural inadecuada, débil integración y desarrollo tecnológico, así como apoyo institucional a las organizaciones cafetaleras.

En los hallazgos de la investigación, se encontró que el 94% de la producción total de café proviene de la provincia de La Convención. Con una posibilidad de elevar la capacidad productiva, la cual no se puede realizar dado el elevado costo de producción, la escasez de mano de obra y la carencia de infraestructura adecuada. No obstante, se identificó dentro de la cadena productiva del café orgánico de la provincia cuáles son sus factores competitivos, en su mayoría en la fase de producción, como son la zona agroecológica apropiada produciendo café orgánico de calidad, el alto grado de asociatividad que existe en la zona y la calidad de café que ha ido mejorando.

Para las economías es importante reconocer la participación del café, que a nivel global está en constante investigación sobre estrategias que satisfagan y mejoren la calidad en los productos cafeteros y por tanto las condiciones de vida de los productores. El café especial, con su actual demanda, les ha permitido a los pequeños productores ingresar a programas privados y/o gubernamentales que los guíen hacia una mejor calidad en su producción (Nahuamel, 2013).

Para (Cano et al., 2012), uno de los determinantes del ingreso y la tasa de crecimiento de la economía colombiana, en los últimos años, ha sido el elevado nivel de los términos de intercambio asociado con los altos precios de los '*commodities*'. Aunque los pronósticos apuntan a que estos últimos seguirán siendo altos por algún

tiempo, se trata de una variable exógena al control de las autoridades económicas, que puede cambiar en cualquier momento y generar inestabilidad en la actividad económica, en el empleo y en el bienestar de la población. En la investigación del mercado mundial del café y su impacto en Colombia, conviene para evitar o atenuar esos efectos, evaluar el impacto del cambio en los precios de los '*commodities*' y en los términos de intercambio sobre las principales variables de la economía.

En efecto, la investigación analiza el impacto que tienen los movimientos de los precios internacionales del café sobre la economía colombiana, a través de una descripción del panorama de la actividad cafetera en el contexto local y mundial. Analiza los efectos de un cambio en los precios internacionales del café suave colombiano sobre el producto, la inversión y el consumo, comparándolo con el efecto que tienen las fluctuaciones de otros productos que de igual manera se exportan (Cano et al., 2012).

Cano, et al., (2012) identifican los factores que están modificando la caficultura colombiana convirtiendo el sector en uno vulnerable. Para así mismo, realizar propuestas que fortalezcan y preparen el sector frente a futuros cambios en los precios y en el comercio internacional del café para proteger la economía colombiana, las propuestas sugeridas por los investigadores del Banco de la República propenden fortalecer el cultivo, la comercialización y las instituciones del sector, con el objetivo de fortalecer su capacidad de enfrentar futuros choques de precios y contribuir a atenuar sus efectos sobre la economía.

En conclusión la caficultura colombiana necesita aumentar su eficiencia en todos los eslabones de la cadena, con el objeto de que tanto los factores de oferta como los de

demanda hagan posible recuperar y aumentar los niveles de producción y rentabilidad. Con el desafío de fortalecer la actividad cafetera incluyendo la adaptación de las reglas e instituciones del sector a las condiciones de un mercado libre, con múltiples oportunidades, nuevas tendencias en el consumo y nuevas posibilidades tecnológicas en la producción e industrialización del café (Cano et al., 2012, p. 54).

(Cardona Sánchez, 2010) señala que el concepto de café especial cada día es más popular a nivel mundial, por lo cual, la Federación Nacional de Cafeteros, creó el programa de “Cafés Espaciales” en 1986, con el objetivo de la identificación y la selección de cafés provenientes de regiones específicas con características particulares. Para lograrlo, Colombia se ha encargado de realizar investigaciones sobre propiedades de varias zonas productoras de café, hallando aquellos tipos de café con características diferenciadoras que han sido las preferencias de los consumidores modernos. En este proceso de búsqueda de cafés particulares se encuentra el Departamento de Antioquia a través del programa nacional de cafés especiales el Municipio de Jardín, con una producción de cafés con excelente calidad. Por lo cual, la empresa Nestlé toma interés en la zona e inicia mediante la Filial Nespresso el programa de verificación de calidad AAA, la cual promueve y apoya a los caficultores dedicados a esta actividad.

Este proyecto, cuyo fin es mejorar las condiciones de vida de los productores de café del municipio, resalta en sus estrategias unos altos grados de eficiencia y productividad, transferidas y aplicadas por los beneficiarios del Programa (Cardona Sánchez, 2010).

La implementación del Programa de Cafés Especiales Nespresso AAA, en el Municipio de Jardín, ha mejorado sustancialmente la caficultura en dicho municipio, trayendo como resultado una reactivación en la producción de café, motivación y disposición de los productores por capacitarse y pertenecer al programa. (Cardona Sánchez, 2010, p. 9). No solo ha mejorado los estándares de calidad, sino que ha generado una reactivación y recuperación de la actividad cafetera en el municipio del Jardín. Por lo tanto, se benefician y mejora la calidad de vida de los productores, dado el nivel de calidad del producto cuando se cumplen las demandas con respecto a los cafés especiales de esta región y de la organización Nespresso AAA.

(Montoya y Montoya, 2015) proponen hallar la razón por la cual Colombia y el Departamento de Risaralda no avanzaron en la cadena de valor del café considerando que cuentan con un reconocimiento con un producto de calidad. En segundo lugar, a través del trabajo en campo en el municipio de Dosquebradas lograr conocer como es el proceso de adaptación de la caficultura del departamento a los cambios en el mercado y las nuevas tendencias de consumo. Logrando así definir los determinantes para la industrialización del café en el Departamento de Risaralda a través de iniciativas generadoras de valor al bien básico.

En el departamento más del 50% de los terrenos se dedican al cultivo de café, alrededor de 25.000 familias en todos los municipios del territorio dependen de esta actividad. En Risaralda se evidencia que la mayoría del café producido se comercializa como materia prima, lo que no permite capturar mayor valor del producto para fortalecer la cadena productiva, como consecuencia se percibe un ingreso inferior a los campesinos afectando así su calidad de vida. Los autores exponen lo que sucede con

la cadena de valor del café para Colombia, y Risaralda. Resaltan que a pesar de la larga tradición del país como productor de uno de los tipos de cafés suaves más apetecidos en el mundo, no ha logrado destacarse como un país exportador de cafés con mayor nivel de fabricación (Montoya y Montoya, 2015).

La región debe de pasar de ser proveedor de café suave como “materia prima” a ser “empresarios del café”. Implementando la innovación y creatividad dentro de la cadena productiva, caracterizando y diferenciando los cafés como especiales y de alto valor. Una de las estrategias del municipio de Dosquebradas para fortalecer y reanimar su sector cafetero fue con la creación de la asociación Asocafé Manantial (2010), con 238 asociados (2015), de los cuales 114 integran la “alianza de cafés especiales”, un programa financiado por diferentes instituciones del departamento, con el fin de fortalecer las capacidades técnicas, socio empresariales y de infraestructura de las familias vinculadas con el proyecto.

Finalmente, las asociaciones han permitido el mejoramiento de la calidad del café en los cultivos y la generación de valor a partir de la adopción de certificaciones diferenciadoras y de un tipo de iniciativa industrial a pequeña escala, en búsqueda de un cambio de percepción del colectivo (Montoya y Montoya, 2015).

En relación con la situación del café especial en el Departamento de Risaralda (Gaviria, 2013) realiza un estudio sobre el desarrollo local del municipio de Santa Rosa de Cabal. Considera que Colombia no ha contado con una política pública que aporte a soluciones de carácter estructural a los problemas concernientes a los ámbitos local y regional, que sea apoyo para cerrar las brechas económicas y sociales que

históricamente se observan en ese nivel. Por lo contrario, las políticas con las que se cuenta tienden a perpetuar las desigualdades territoriales existentes.

La teoría del desarrollo contemporáneo, considera al municipio como ente territorial cuya función básica debe ser la planificación e impulso del desarrollo de su jurisdicción. Siendo así, una necesidad para los municipios transformarse permanentemente, buscar la eficacia y eficiencia en todas las acciones, con el objetivo último de garantizar el bienestar de su población.

En Santa Rosa de Cabal es clave el aprovechamiento de la identidad y cultura cafetera, la asociatividad y ampliación de oportunidades de formación para su población, lo que implica incorporar valor agregado a su principal producto agrícola, mediante la denominación de origen. Como lo menciona el autor, la asociatividad es esencial para la consolidación de un programa de cafés especiales y el desarrollo agroindustrial de otros productos agrícolas, promoviendo un aumento significativo en la eficiencia del sistema productivo. Complementado por una creación de lazos de confianza entre las empresas y organizaciones, logrando así reducciones importantes en los costos de transacción (Gaviria, 2013, p. 164).

3. Dinámica del problema

De los actos sobresalientes en la historia de las innovaciones cafeteras en Colombia, se destaca el diseño, construcción y puesta en marcha de su institucionalidad gremial, la cual se materializó con la creación de La Federación Nacional de Cafeteros en 1927, y 13 años más tarde, con la instauración del Fondo Nacional del Café (FNC). En cuanto a la historia cafetera colombiana, la innovación y adopción de tecnología destaca la

creación en 1938 del Centro Nacional de Investigaciones de Café (Cenicafé) ubicado en el municipio de Chinchiná (Cano et al., 2012, p. 25).

El estudio riguroso sobre el mejoramiento genético del grano, inicia a partir de 1955, tras la obtención de algunas variables de bajo rendimiento como la típica y la Borbón, a partir de 1960 inició una nueva fase investigativa que produjo como resultado la obtención de la variedad Caturra, cuya adopción masiva permitió que el país pasara de producir 7 millones de sacos anuales a 12 millones en los años 80. (Cano et al., 2012, p. 26)

La participación del café en el PIB mundial y su marcado descenso en los últimos 30 años, particularmente en la década de los 80's, se dio como resultado del desarrollo y diversificación de la economía global, donde Colombia fue, tal vez, el único país que no logró aprovechar las ventajas y neutralizar las desventajas del rompimiento del Acuerdo del Café y el Pacto de Cuotas en 1989. (p. 8)

Esto se dio, por los actores gremiales e individuales de la caficultura colombiana que no estaban preparados para actuar en el nuevo escenario mundial del café de libre competencia. Una de las teorías, es porque quizá habían contado con instituciones que les ofrecían seguridad y protección, eximiéndolos de la necesidad de tomar decisiones.

Entre 1989 y 2011, Colombia perdió 7.0 puntos porcentuales de su participación en la producción mundial, mientras que países como Brasil aumentaron en 13.0 puntos porcentuales más el surgimiento de nuevos jugadores, principalmente en Asia (Vietnam e Indonesia) que desplazaron a Colombia del segundo lugar que ocupó por muchos años en la producción. Lo que se ve reflejado en las cifras entre 1965 y 1995 en las

que el país contribuyó, en promedio, con el 13,5% de la producción mundial, y entre el 2000 y el 2001 con el 7,6% (Cano et al, 2012, p. 8).

Antes de la liberación del comercio internacional del café con el rompimiento del pacto de cuotas, que regulaba los precios a través del establecimiento de contingentes fijos de exportación, la transmisión del precio externo al local era prácticamente inexistente. A partir de ese momento, salvo en contadas excepciones, como el año 1994, las fluctuaciones del precio internacional se han transmitido completamente al precio interno, con mínimos rezagos (Cano et al., p. 14).

Los precios nominales del café (en especial los suaves colombianos) han registrado un aumento muy notable desde el año 2004, al punto de haber alcanzado, entre marzo y mayo de 2011, el máximo pico logrado en la segunda década del setenta. Sin embargo, en términos reales, los precios actuales están lejos del histórico y tan sólo se sitúan cerca de su promedio. (p. 6)

En 2005, la Federación creó la sociedad anónima Promotora de Café de Colombia (Procafecol), con el objeto primordial de impulsar su estrategia de agregación de valor a través de la venta de cafés procesados bajo marcas propias en los mercados internos y externos, en tiendas, superficies y canales institucionales (Cano et al., 2012, p. 26).

En Risaralda, un departamento eminentemente agrícola, el 37,2% del PIB departamental estaba representado por la economía agrícola (mayormente de café) para el año 1960, para 1975 disminuye a un 15,5%. Posteriormente, se siguieron registrando decrecimientos importantes en la economía agrícola y crecimientos importantes en el sector servicios, industria, construcción y financiero, respectivamente,

hasta llegar a reducir su participación a un 8,6% en el periodo 2000-2009 (Montoya y Montoya, 2015, p. 4).

En las últimas décadas, la baja rentabilidad del cultivo en las zonas tradicionalmente productoras, ha generado un cambio significativo en la geografía del café y un notorio impacto en la economía regional. El centro de gravedad de la producción se ha desplazado de los departamentos del Eje Cafetero a departamentos con menor desarrollo relativo en el suroccidente del país (Huila, Tolima, Cauca, Nariño y Putumayo), donde existen suelos más baratos, aptos para el cultivo y mano de obra menos costosa (Cano et al., 2012, p. 32).

Además, hoy no se cuenta con instrumentos institucionales apropiados para atenuar el efecto de los ciclos de precios sobre el ingreso cafetero, y avanzar más allá de lo previsto en el Acuerdo Internacional del Café y los pactos de cuotas, con los que la llamada “Diplomacia Cafetera” había sustituido buena parte de las decisiones e iniciativas de los actores del negocio, alejándolos del mercadeo y los consumidores, con un alto costo en términos de eficiencia, posicionamiento y competitividad (Cano et al, 2012, p. 34).

La oferta interna de los cafés especiales y de denominación de origen todavía es incipiente. Solo representa el 12% de la producción nacional de café. Sin embargo, tiene perspectivas enormes dentro y fuera del país. Ya que el mercado de los cafés especiales crece a un promedio del 20% cada año, según La Federación Nacional de Cafeteros (Gaviria, 2013, p. 168).

La cultura cafetera ha dado un giro importante en el mundo con estrategias que han impulsado el posicionamiento de dichos cafés y los de denominación de origen. Lo que

permite que caficultores con cultivos menores a 5 hectáreas mejoren sus condiciones de ingresos, a partir de la capacitación, la tecnificación y la asociatividad. Contribuyendo así a la reducción de la pobreza rural y el mejoramiento de las condiciones de vida de las familias cafeteras. (Gaviria, 2013, p. 169)

4. Pregunta

¿Cuál es la influencia de los programas gubernamentales como herramienta central para los caficultores de las asociaciones risaraldenses “Entreverdes y Asocafé Manantial” en su proceso de internacionalización?

Objetivos de la investigación:

4.1. Objetivo General:

Establecer la influencia del Estado a través de los programas y proyectos gubernamentales como herramienta central, en los caficultores de las asociaciones risaraldenses “Entreverdes y Asocafé Manantial” en su proceso de internacionalización.

4.2. Objetivos específicos propuestos:

1. Describir la articulación entre la Asociación y sus integrantes a partir del aprovechamiento de los programas gubernamentales enfocados en el caficultor de café especial.
2. Identificar las principales prácticas incorporadas por los cafeteros pertenecientes a Entreverdes y Asocafé Manantial para insertarse en el mercado nacional e internacional.

3. Analizar la influencia que tienen los programas gubernamentales en los procesos de internacionalización de las asociaciones.

5. Marco referencial

El desarrollo de la investigación se inicia con la conceptualización como soporte teórico y asimismo una contextualización de la actividad cafetera colombiana, que permitirán un acercamiento a su situación y desarrollo en el Departamento de Risaralda. (Ver Figura 1.)



Figura 1. Internacionalización de los cafés especiales en Risaralda

6. Marco Teórico:

6.1. Internacionalización

El concepto de internacionalización se ha concebido como la unificación de los mercados, la estandarización de los productos, los gustos y las necesidades de los consumidores en el mundo desarrollado, los nuevos canales de comunicación, distribución y venta, la cantidad y calidad de productos y servicios existentes, marcan una tendencia que lleva a la internacionalización de las empresas (Arteaga, 2017, p.p. 26).

La internacionalización orienta la actividad de las empresas hacia actividades que desarrollan fuera de los mercados que constituyen su entorno geográfico natural. Las razones identificadas para apoyar la tendencia son: el intento de seguir creciendo cuando el mercado interno es pequeño, un aprovechamiento de la capacidad ociosa de fabricación, la necesidad de exportar ya que el mercado externo carece del producto, ganar prestigio en el mercado interno, compensar crisis, ganar competitividad, entre muchas razones que demuestran que el mercado internacional es más rentable para la empresa (Arteaga, 2017, p. 26).

Es importante saber que, bajo el enfoque estratégico, la internacionalización de empresas es el resultado de la adopción de una serie de estrategias en las que se consideran tanto los recursos y capacidades de la empresa como las oportunidades y amenazas del entorno. Es un proceso en el cual, una empresa hace parte de la globalización, y proyecta sus actividades, total o parcialmente, a un entorno internacional, generando flujos de diversos tipos (comerciales, financieros y de conocimiento) en dos o más países. (Araya, 2009, p. 18)

En efecto, para establecer estrategias de internacionalización y/o globales es necesario considerar una serie de acciones que incentiven la participación en los mercados internacionales, aunque dependerá de las características y disponibilidad de recursos. Por lo tanto, implica la evaluación de alternativas que brinden más beneficios a quienes las implementen. (Sarmiento, 2014, p. 114)

Según (Sarmiento, 2014, p. 114) dentro de las estrategias se puede incluir alguna que permitan reducir costos, mejorar la calidad, alcanzar adecuados niveles de eficiencia y eficacia en busca de mayor productividad y competitividad. Dejando que el éxito dependa del aprovechamiento y desarrollo de economías de escala, lograr menores costos de operación, participar con productos globales (alta calidad y precios competitivos), flexibilidad y adaptación a la fluctuación continua que traen el desarrollo tecnológico y la economía mundial.

6.2. Desarrollo económico

Para el Departamento Nacional de Planeación (DNP) los avances en la Teoría del Desarrollo asignan un papel crítico en la transformación de las estructuras productivas y sociales al comercio internacional, la infraestructura agrícola y de transportes, la educación, formación de capital humano, en general y al cambio institucional. (Gaviria, S.F., p. 1)

Además, un modelo del desarrollo económico debe comprender un parámetro que caracterice la estructura del sistema económico en cuanto a las condiciones y las reglas de la interacción de los agentes económicos, para asegurar la estabilidad del

sistema social; es decir, que mantenga su integridad durante mucho tiempo (Chystilin, 2011, p. 5).

La conceptualización del desarrollo económico evoluciona y se transforma a medida que lo hace la sociedad, los países, regiones y ciudades, tienen que dar solución a nuevos problemas, a medida que las innovaciones y el conocimiento se difunden por las organizaciones económicas y sociales (Vázquez Barquero, 2005, p. 23.).

Así el objetivo de los países consiste en mejorar el bienestar económico, social y cultural de poblaciones concretas, estimulando el aumento de la competitividad de la economía y de las empresas en los mercados internacionales. Para lograrlo se requiere aumentar la productividad en todos los sectores productivos, la producción en las actividades agrarias, industriales y de servicios (Vázquez Barquero, 2005, p. 23).

Se resalta que, según la moderna teoría del desarrollo, el propósito de la acción del Estado no es, sustituir los mercados y las condiciones de competencia, por el contrario, es promocionarlos, ya que las economías más competitivas son más eficientes y generan mayor crecimiento y equidad (Gaviria, S.F., p.5).

Cuando hay equidad en la distribución del capital humano se garantiza la equidad en la distribución del producto y del ingreso. Se genera así, un mejoramiento en la educación, la salud y todos aquellos factores de equidad social y crecimiento económico (Gaviria, S.F., p.7).

Se recomienda que para un buen nivel de desarrollo y crecimiento económico el Estado contribuya al fortalecimiento del mercado a través de la promoción de la competencia interna y externa para una asignación más eficiente de los recursos,

mediante instrumentos como los subsidios explícitos, centrando sus acciones en aquellos que requieren atención especial (personas con menos recursos) utilizando recursos públicos macroeconómicos (Gaviria, S.F., p.8).

Finalmente, el desarrollo económico resulta de los procesos de crecimientos y cambio estructural que persiguen satisfacer las necesidades y demandas de la población y mejorar los niveles de vida, acompañado de un incremento en la productividad de todos los sectores productivos (Vázquez Barquero, 2007, p. 184.).

6.3. Desarrollo regional

El abordaje del desarrollo regional en los inicios del siglo XXI, presupone enmarcarse en situaciones y condicionamientos de política mundial, el mantener la atención en el conjunto de nuevas condiciones que en este frente plantea el contexto nacional y en general tener en consideración las implicaciones que la globalización impone sobre ese desarrollo (Gaviria, 2009, p.108).

El desarrollo regional, esta impactado por la política pública que tiene origen en las instancias locales, y que se manifiesta a través de proyectos y programas contenidos en los planes de desarrollo departamental y municipal.

Para (Gaviria, 2009) la región, independientemente de cómo sea definida, es una instancia simbólica que se construye a partir de relaciones, lenguajes, afectos y procesos de cambio que ocurren en su territorio. Es por eso, que existen políticas de desarrollo regional cuyo objetivo central es crear o potenciar las condiciones de entorno, para que los seres humanos mejoren sus condiciones de vida y disfruten de

mayores oportunidades para el despliegue de su potencial; con políticas que se aproximan al objetivo a través de intervenciones en el territorio (p.107).

Según Boisier (1987) el desarrollo a largo plazo de una región (no sólo su crecimiento económico) es el resultado neto de tres procesos, dos de ellos exógenos a la región y un tercero endógeno. El primero, el crecimiento económico regional, depende de los recursos nacionales a los cuales tiene acceso la región. En segundo lugar, el crecimiento económico regional es función del efecto regional del cuadro de la política económica nacional, global y sectorial. En tercer lugar, se puede entender el desarrollo regional como un fenómeno cualitativo diferente al crecimiento, depende de la capacidad de la propia región de pasar de un estado a otro, gracias al aumento de la capacidad decisional autónoma, por el aumento de la capacidad regional para retener y reinvertir el excedente generado por el crecimiento, por conducto de una creciente incorporación de todos los grupos sociales regionales a una adecuada valorización del medio ambiente. Asimismo, el desarrollo depende de la capacidad de organización social de la región. (p. 43)

Si se entiende que la principal finalidad del desarrollo son las personas y la plena realización de sus capacidades, las cuales dependen de las oportunidades reales que ellas tengan para desplegarlas. Es relevante la educación y los procesos de formación en la adquisición de conocimientos y el desarrollo de habilidades, competencias e incluso visiones que necesitan para satisfacer integralmente sus necesidades a nivel biológico, psicológico y social (Montenegro y Murillo, 2012, p.136).

En el caso de región, se entiende una escala territorial construida social y culturalmente, que no responde necesariamente a frontera político-administrativas, ni a

delimitaciones geográficas, sino a una identidad compartida por actores sociales que se reconocen como importantes para alcanzar objetivos comunes. Se indica que una región pertinente es aquella en la cual se encuentran los elementos básicos para la satisfacción de necesidades biológicas como el agua o el alimento, a nivel sociocultural es el espacio en el cual se encuentra la gente con la cual se comparte historia, una cultura, unos intereses comunes y una voluntad de trabajo colaborativo (Montenegro y Murillo, 2012, p.136).

El desarrollo regional debe ser factor de planeación, integración y orden, capaz de lograr la coincidencia de acciones y recursos estatales y municipales en un ámbito territorial determinado. (p.136)

6.4. Desarrollo local

La teoría del desarrollo endógeno estudia los mecanismos de acumulación de capital y las fuerzas que están detrás de los que Nelson (1999) denomina “las fuentes inmediatas del crecimiento”. El crecimiento económico es un proceso caracterizado por la incertidumbre y el azar y condicionado por el cambio de las condiciones de mercado y por las decisiones de inversión de los actores, por qué debería entenderse como un proceso evolutivo. Las empresas toman decisiones de inversión teniendo en cuenta sus capacidades y los recursos específicos del territorio en el que están localizadas, por lo que el análisis del crecimiento se enriquece ampliándolo desde la perspectiva territorial. (Vázquez Barquero, 2007, p. 186)

El desarrollo endógeno es una interpretación que tiene características propias y existen diversos enfoques, como el desarrollo auto centrado o el desarrollo

participativo; es una reacción a la insatisfacción que generó el agotamiento del modelo de desarrollo en los años sesenta y setenta y está basado en conceptos cooperativos y competitivos. (Vázquez Barquero, 2007, p. 187)

La visión del desarrollo auto centrado de las localidades y territorios da respuesta a los desafíos que se plantean con los cambios que el proceso de globalización está produciendo en la división espacial del trabajo. Esta visión implica una valoración positiva, frecuentemente optimista, del papel que juega el potencial de desarrollo existente en todo tipo de territorios, que permitiría a las comunidades locales dar respuesta productiva adecuada y satisfacer las necesidades de la población. (Vázquez Barquero, 2007, p. 188)

En cuanto a la visión del desarrollo autónomo del territorio, es una visión que se apoya en la idea de que cada comunidad local se ha ido formando, históricamente, en función de las relaciones y vínculos de intereses de sus grupos sociales, de la construcción de una identidad y de una cultura propia que la diferencia de las otras comunidades. Donde el territorio se entiende, como el entramado de intereses de todo tipo de comunidad territorial, lo que permite percibirlo como un agente de desarrollo, siempre que se mantenga y desarrolle la integridad y los intereses territoriales en los procesos de crecimiento y cambio estructural. (p. 188)

Esta interpretación ha recibido el apoyo de los que argumentan que el desarrollo no es importado, sino que se produce gracias al trabajo y al esfuerzo económico y social de las comunidades locales. El desarrollo de una localidad, de un territorio o de un país es un proceso de transformaciones y cambios endógenos, impulsados por la creatividad y la capacidad emprendedora existente en el territorio y, por lo tanto,

sostiene que los procesos de desarrollo no se pueden explicar tan solo a través de mecanismos externos al propio proceso de desarrollo, y suelen producirse de manera endógena, utilizando las capacidades del territorio a través de los mecanismos y fuerzas que caracterizan el proceso de acumulación de capital, y facilitan el progreso económico y social. (p. 203)

El desarrollo local tiene como punto de partida el municipio, entidad territorial en la que se establecen las políticas públicas ligadas directamente con la comunidad. Por eso, requiere la creación de infraestructura básica orientada al fomento de promoción económica para su desarrollo. En este proceso, el municipio es un espacio desde donde es posible establecer políticas y estrategias para impulsar el desarrollo, potenciar los recursos, actores empresariales y sociales de la localidad, sin olvidar la cultura, el ámbito político local y la democratización en los procesos de toma de decisiones (Gaviria, 2013, p.p. 159-160).

A través del desarrollo local se busca articular el crecimiento productivo con la inclusión social y, en ese sentido, demanda la participación tanto del gobierno seccional como el sector privado, los actores sociales y las instituciones técnicas y del conocimiento que tienen presencia en el territorio. El enfoque de desarrollo local surge como respuesta a la pérdida de eficacia que evidencian los instrumentos de intervención del Estado en la regulación de la economía, de lo que se deriva un desajuste entre las demandas de regulación y el marco socio institucional. (p. 162)

Retomando a Boisier (Gaviria, 2013, p. 163) menciona que la endogeneidad del desarrollo local se hace manifiesta en la necesidad que se tiende de: (i) contar con una creciente capacidad local para tomar las decisiones relevantes en relación con

diferentes opciones (ii) apropiar y reinvertir a nivel local una parte significativa del excedente, a fin de diversificar la economía y darle una base permanente de sustentación en el largo plazo. (iii) generar impulsos tecnológicos de cambio, capaces de provocar modificaciones cualitativas en el sistema y por último (iv) fortalecer la identidad socio territorial.

(García, 1981, p.513) define el desarrollo regional como una estrategia que intenta aumentar la infraestructura física e institucional, mediante la aportación de los recursos financieros y humanos necesarios para facilitar la producción rentable, en escala comercial.

La teoría del desarrollo endógeno se diferencia de los modelos de crecimiento endógeno en que integra el crecimiento de la producción en la organización social e institucional del territorio. Adoptando una visión territorial y no funcional de los procesos de crecimiento y cambio estructural (Vázquez Barquero, 2007, p. 187).

En conclusión, es importante como resalta (Vázquez Baquero, 2007, p.201-202) que en el centro de las políticas del desarrollo local estén las acciones dirigidas a mejorar las organizaciones y la gestión del desarrollo en las ciudades y territorios con el fin de dar una respuesta eficiente. Por lo tanto, el desarrollo de una localidad o territorio, se da dependiendo de las decisiones de los actores públicos y privados. Son los líderes locales quienes juegan un papel fundamental en los proyectos que promueven el desarrollo.

6.5. Desarrollo territorial rural (DTR)

El desarrollo rural se concibe como un proceso dinámico de cambio acumulativo y de modernización y transformación de las sociedades rurales, que con una participación amplia de la comunidad, permite diversificar las actividades productivas y las formas de organización en búsqueda de un mejoramiento de las condiciones de vida, por medio de un crecimiento económico, equitativo y sostenible. (Machado Cartagena, 1998, p. 90)

El cual puede sustentarse en la posibilidad de una transformación productiva con base en procesos de agregación de valores y de apropiación de los mismos por parte de los pobladores, organizados en unidades empresariales orientadas a atender las demandas de los mercados, con claras estrategias de comercialización. Las empresas agroindustriales tienen la opción de articularse con otros circuitos agroindustriales mayores para generar dinámicas de crecimiento y desarrollos más amplios que los originados en sus propios mercados locales. (p. 91)

En términos de desarrollo rural, o del proceso de cambio y transformación de las sociedades rurales, la economía campesina debe concebirse como un factor impulsador del crecimiento, no como una actividad estancada y conflictiva para la sociedad. Para desarrollar ese potencial, se requiere de políticas y estrategias que permitan identificar y desarrollar alternativas diferenciadas de desarrollo, y el acceso a recursos, a conocimientos y mercados. (Machado Cartagena, 1998, p. 95)

En el libro de desarrollo agrario y América Latina, (García, 1981, p. 459) relaciona el desarrollo económico con el progreso en el sector agrícola “moderno”; esto es, con la

producción destinada al mercado (sea local o internacional), y se cree que en la medida que avanza la agricultura de cultivos comerciales retrocede la agricultura de subsistencia que desaparecerá finalmente. Sin embargo, menciona que el desarrollo de la agricultura de cultivos comerciales no ha dado como resultado una mejoría generalizada en los ingresos y niveles de vida de la población rural, por varias razones, algunas son: el desplazo de los cultivos de subsistencia por cultivos comerciales, afectados por bajos ingresos dadas las fluctuaciones en los precios internacionales, costos elevados de los insumos y el monocultivo. (García, 1981, p.p. 459-460)

Finalmente (García, 1981, p.513) resalta que los programas de desarrollo regional no pretenden comprometer al Estado mismo en el proceso productivo; más bien crear las condiciones idóneas para que los productores puedan aumentar los rendimientos físicos y sus propios ingresos.

El desarrollo territorial rural (Berdegué y Schejtman, 2004, p. 30) es un proceso de transformación productiva e institucional de un espacio rural determinado, cuyo fin es reducir la pobreza rural, se apoya en dos pilares relacionados; la transformación productiva y el desarrollo institucional.

6.6. Cadena de valor del café

La cadena de valor cuando se refiere al café recorre diferentes fases o estadios, como son: pergamino, verde, tostado, que incluye el café molido, descafeinado, liofilizado, líquido y soluble. (Espinal et. al., 2005, p. 3)

El Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, considera en la cadena las actividades agrícolas que se realizan en las fincas, tales como: siembra, recolección, beneficio y

secado. Independiente de que se realice con maquina o al sol, el café es denominado sucesivamente café pergamino mojado, pergamino húmedo y pergamino seco, el cual es el producto final de esta fase productiva. (Espinal et al., 2005, p. 3)

En segunda instancia de la cadena es el transporte del café pergamino seco a la trilladora, luego de su proceso de extracción se clasifica según el tamaño y la calidad del grano. El documento aclara, en Colombia el café verde se destina directamente a la exportación, por otro lado, está la producción que se orienta al consumo interno, hasta llegar a la etapa final, del proceso productivo de la cadena que es: tostión, molienda y empaclado.

A continuación, se muestra la figura 2 que describe la estructura de la cadena del café.

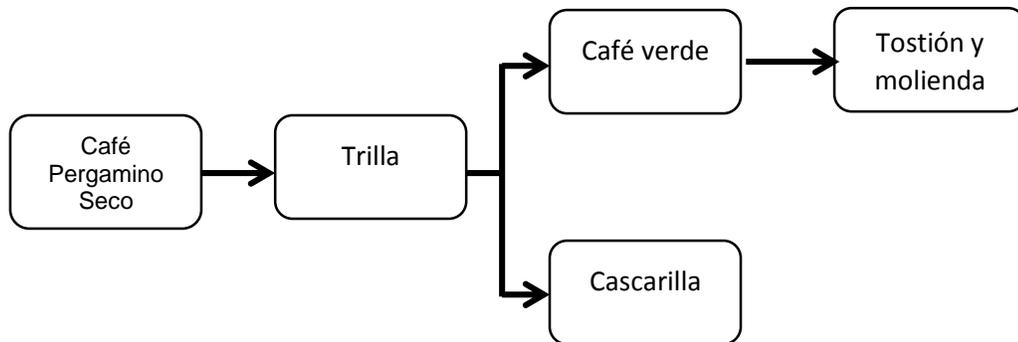


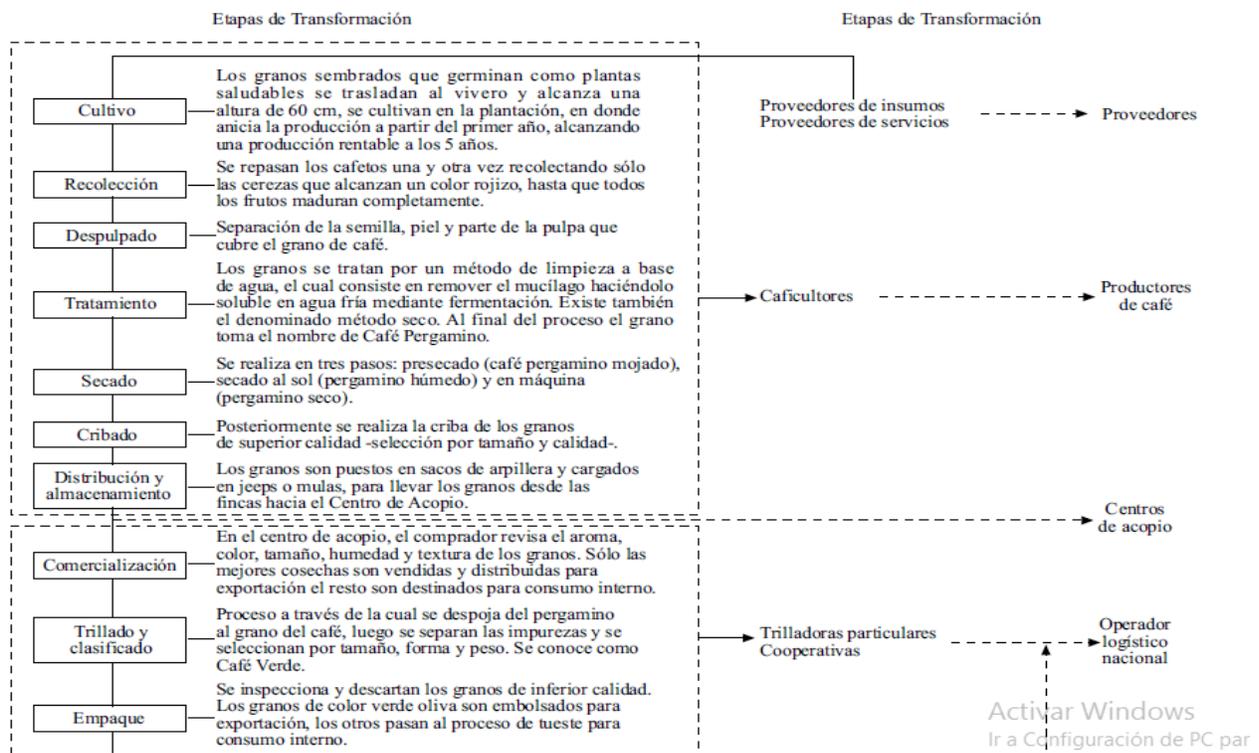
Figura 2.. Estructura de la cadena del Café Fuente: Espinal et. al., 2005, p.4

La administración de la cadena de valor se entiende como el desarrollo de un conjunto de estrategias del nivel funcional que respaldan la estrategia del nivel negocio de una compañía y de igual manera, fortalecen su ventaja competitiva. Es importante, que los gerentes funcionales formulen estrategias que se traduzcan en un incremento de eficiencia, la calidad, la innovación y/o el nivel de respuesta a los clientes,

reforzando la ventaja competitiva de su organización. Por ello, deben de procurar implementar estrategias que encajen entre sí para tener mayor ventaja competitiva y alcanzar las metas de la organización. (Jones y George, 2010, p. 307)

(García y Olaya, 2006, p. 201) detallan que la cadena de abastecimiento agroindustrial del café está constituida por una serie de etapas que conforman su proceso de transformación desde el cultivo hasta el café procesado: cultivo, recolecta, despulpado, descascarado, lavado y limpiado de grano entero y separación de las dos mitades, como lo menciona el texto es la etapa conocida como pergamino, presecado (café pergamino mojado) y secado al sol.

La siguiente figura expone las etapas de transformación de la cadena de valor del café, realizada por (García y Olaya, 2006, p. 202)



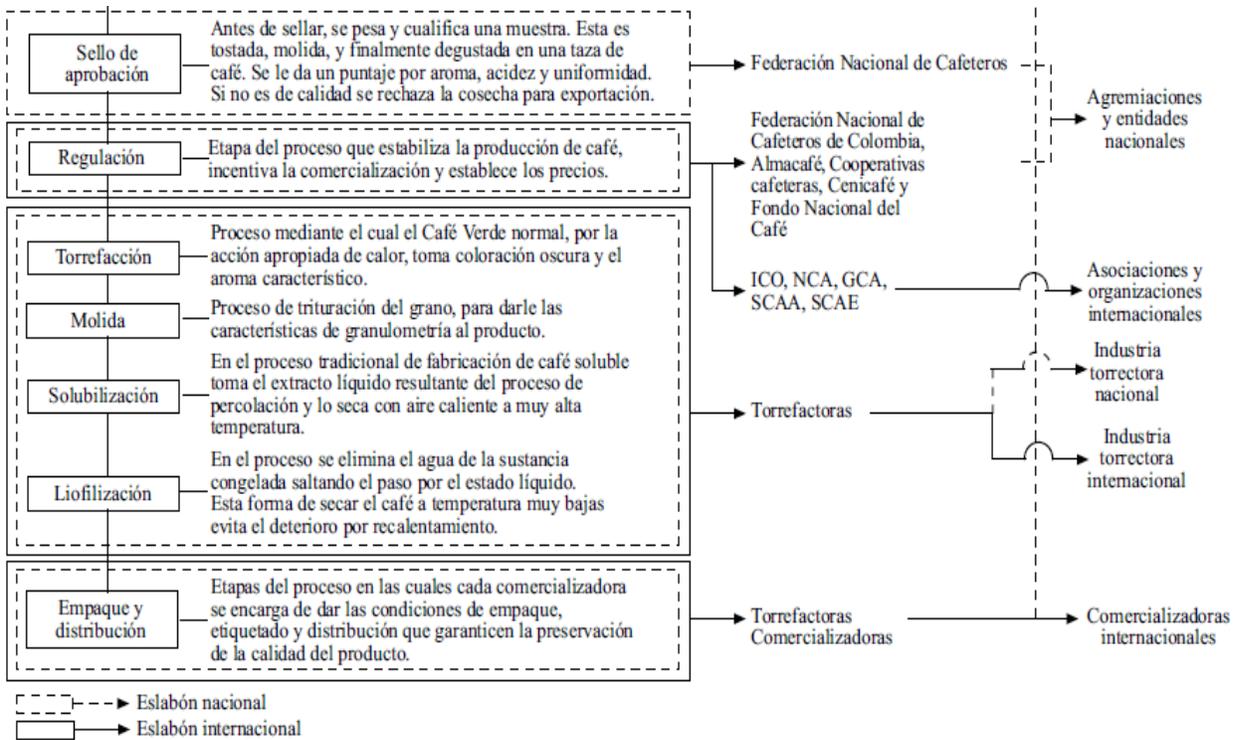


Figura 3. Etapas de transformación de la cadena de valor de café (Fuente: García y Olaya 2006, p.202)

Según (García y Olaya, 2006, pp. 205-206) los eslabones que participan en las cadenas de abastecimiento del café global y local están claramente diferenciados en cuanto al tipo de mercado, actividades y procesos que desarrollan. Las cadenas agroindustriales globales generalmente se condicionan a la oferta del mercado, en el cual el producto es el café verde o café crudo. La cadena de abastecimiento nacional del café incluye la producción agropecuaria, el procesamiento primario, las transformaciones agroindustriales y la disposición final del bien.

Para obtener luego de realizar las etapas de transformación una forma o estado del café que será comercializado. Las formas son: pergamino, verde, tostado, molido, descafeinado, líquido, soluble y liofilizado. (p. 206)

6.7. Asociatividad

El término asociación surge como uno de los mecanismos de cooperación mediante el cual las pequeñas y medianas empresas unen sus esfuerzos para enfrentar las dificultades derivadas del proceso de globalización. Este modelo asociativo persigue la creación de valor a través de la solución de problemas comunes originados fundamentalmente, por la falta de economías de escala; es decir, la insuficiencia del tamaño de las empresas hace muy difícil la incorporación de tecnologías, nuevos mercados y el acceso a la información, entre otros. (Liendo y Martínez, 2001, p. 2)

La asociatividad permite, a través de la implementación de estrategias colectivas y de carácter voluntario, alcanzar niveles de competitividad similares a los de empresas de mayor tamaño. Esta forma de trabajo se caracteriza por la independencia jurídica de los participantes y la autonomía gerencial de cada una de las empresas y el objeto de aprovechar y potenciar las fortalezas de cada uno de los integrantes. (Liendo y Martínez, 2001, p. 312)

Para (Rojas, 2013, p. 23) las asociaciones que se han desarrollado en el sector agrícola de Colombia tienen el propósito de unir grupos de cultivadores que interaccionan entre sí en diferentes condiciones, a través de proyectos que mejoren su realidad territorial.

En la cadena productiva del café se requiere de la cooperación a través de asociaciones, fondos o cooperativas, para asegurar el proceso de comercialización del producto de los caficultores que realizan los procesos de cosecha del café sin importar la cantidad producida por pequeña que sea. (Rojas, 2013, p. 47)

En Colombia, se cuenta con La Federación Nacional de Cafeteros que reúne la mayoría de caficultores pequeños y las cooperativas a través de sus comités departamentales con delegados representantes de cada localidad. (Rojas, 2013, p. 47)

6.8. Ventaja competitiva

Según los teóricos, el concepto de ventaja competitiva ha estado en el centro de las discusiones de la estrategia empresarial por ya cerca de dos décadas. Sin embargo, el término de ventaja competitiva no tiene una definición exacta, pero existe una serie de opiniones particulares basadas en la experiencia de cada autor. (Tarzijan, 2011, p. 1)

(Tarzijan, 2011, p. 1) en el paper sobre “La ventaja competitiva de la empresa revisada”, pone a modo de ejemplo Michael Porter con su teoría de 1985, donde plantea que para que exista una ventaja competitiva se fundamenta en el valor que una empresa es capaz de crear para sus consumidores, la cual debe ser mayor al costo que tenga para la empresa la creación de dicho valor, argumentando que el valor es lo que los consumidores están dispuestos a pagar. Resalta a Peteraf (1993) quien dice que hay ventaja competitiva cuando una empresa, tiene los recursos y la capacidad de entrega que le posibilita un desempeño superior al de sus competidores.

El concepto de ventaja competitiva según (Devoto, S.F., p.3) es cualquier característica de la empresa (negocio) y/o de sus productos que siendo sostenible en el tiempo que le permite distinguirse de la competencia y obtener rentabilidades por sobre el promedio del sector industrial, debido a que puede enfrentar en mejor forma las cinco fuerzas competitivas.

Según Michael Porter (1980), describió la estrategia competitiva, como aquellas acciones ofensivas o defensivas de una empresa para defenderse dentro de una industria, las cuales llamó las cinco fuerzas competitivas; liderazgo en bajo costo, diferenciación, enfoque en bajo costo o en diferenciación enfocada. (Contreras, S.F, p. 2)

Es importante, reconocer que una industria o sector económico, es rentable según ciertas fuerzas competitivas básicas: rivalidad con competidores existentes, la amenaza de productos o servicios sustitutos, la amenaza de nuevos competidores, el poder de los clientes y el poder de negociación de los proveedores. (Contreras, S.F, p. 6)

En otras palabras, se concluye que la ventaja competitiva es la capacidad de una compañía para lograr un nivel superior en eficiencia, calidad, innovación y capacidad de satisfacción al cliente. Es importante que las actividades de la empresa agreguen valor al producto o servicio final, con la comprensión de los factores que construyen la estrategia de ventaja competitiva. (Torres de la Maza & Vega, 2007, p. 17)

6.9. Neoliberalismo

Desde la perspectiva de (Cruz, 2002, p. 21) el neoliberalismo es el testimonio de una serie de premisas económicas de índole global. Con una serie de fundamentos despersonalizado del bien común en las sociedades.

Donde el Fondo Monetario Internacional y el Banco Mundial imponen lineamientos en el llamado Consenso de Washington, que según la interpretación de Stephany Griffith Jones y Barbara Stallins es lo siguiente: (i) eliminación de abultados déficits fiscales, (ii) orientación del gasto público, (iii) Establecimiento de una base tributaria

con tasas moderadas (iv) determinación de las tasas de interés por mecanismos de mercado, (v) mantenimiento de un tipo de cambio competitivo, (vi) promoción de inversión extranjera, (vii) la venta de empresas públicas (reduciendo subsidios al sector privado, entre otros (Cruz, 2002, p. 21).

Convirtiendo así, el neoliberalismo en una herramienta de control político, que tiene connotaciones pragmáticas en diversos ámbitos sociales. (Cruz, 2002) explica que para los países en desarrollo no hay mayor margen de libertad, debilitando los controles ejercidos por el Estado y su función de garantizar los derechos sociales

Continuando así, el neoliberalismo lo define (Puello-Socarrás et al., 2015.) como el capitalismo que existe hoy por hoy, en el cual se verifica la exacerbación cuantitativa y cualitativa de la lógica y contradicciones inherentes a la acumulación incesante del capital. (p.29)

Es la expansión de los mercados (globalización) a nivel mundial, por un lado, y por el otro, lo consideran Puello-Socarrás, como la explotación económica, dominación política, opresión social, que desde 1989 con el consenso de Washington, la cual se ve como un proyecto económico político transnacional de clase capitalista. (p.30)

Es así, que es un concepto que favorece a las grandes economías, mientras que a las economías en desarrollo les quita libertad económica y decisiva.

6.10. Café especial

La Federación Nacional de Cafeteros define los cafés especiales como aquellos valorados por los consumidores según sus atributos consistentes, verificables y sostenibles, por los cuales están dispuestos a pagar precios superiores, que redunden

en un mejor ingreso y un mayor bienestar de los productores, se destaca que los cafés especiales deben tener atributos que los diferencien, pero para considerarlo especial, el productor deber ser retribuido por su esfuerzo. (Federación Nacional de Cafeteros de Colombia , S.F)

(Rhinehart, 2009) presidente ejecutivo de la Asociación Americana de Cafés Especiales (SCAA), define el café especial como el café que ha cumplido todas las pruebas de supervivencia, encontradas en el largo viaje desde el árbol hasta la taza. Donde en un análisis final, resalta que un café especial, será definido por la calidad del producto, ya sea un grano verde, tostado o por la bebida preparada; y por la calidad de vida que el café puede ofrecer a todos los que participan en su cultivo, preparación y degustación.

Debe ser un café que ofrezca la satisfacción de pasar todos los escrutinios y agregar valor a las vidas y a los modos de vida de todos los involucrados, es realmente un café especial (Rhinehart, 2009).

En el caso de Colombia, si quiere mantener su actual participación en el mercado frente a la competencia en precios de otros países, debe ofrecerles a los compradores un producto con un precio que refleje excelente calidad y suministro confiable, al mismo tiempo atractivo. (ASOEXPORT, 2000, p. 46)

El marco teórico, brinda un panorama inicial de los conceptos fundamentales para la comprensión del papel que juegan los términos económicos y sociales establecidos anteriormente, en el desarrollo de una economía local cuando se introduce a los

mercados extranjeros, en su intento de internacionalizar un sector como el de café especial.

7. Marco contextual

7.1. Internacional

El café es una de las bebidas con mayor popularidad en el mundo, Su consumo, según estadísticas de la Organización Internacional del Café (ICO), se ha cuadruplicado desde 1949, cuando las importaciones alcanzaban los 33 millones de sacos a cerca de 132 millones de sacos para 2010, es decir, en un lapso de 60 años, en el 2014 del café que se consume en el mundo el 76% es tostado y molido (Montoya y Montoya, 2015, p.7)

Se estima que el sector cafetero emplea cerca de 26 millones de personas en 52 países productores, y que existen al menos 70 países productores de café, de los cuales tres representan algo más del 50% del volumen comercializado anual. Ellos son: Brasil, con cerca del 32%; Vietnam, con aproximadamente el 13%; y Colombia, con un poco más de 8%. Para algunos países productores, el café juega un papel importante en el valor de sus exportaciones y es una fuente importante de divisas para suplir las necesidades de los hogares. En el caso de Colombia representa un (3%) de las exportaciones. Montoya y Montoya, 2015, p. 6)

7.2. Colombia

Considerando la importancia del sector cafetero en Colombia, la FNC (2017) por medio de una estrategia de valor busca elevar la rentabilidad del caficultor, resalta que

es una estrategia dinámica de planeación continua que involucra los actores principales: el gobierno, los aliados y los organismos cooperantes. En las propuestas de valor para el caficultor incluyen: Primero, el eje económico, que define la productividad, costos de producción y el precio. Segundo, el eje social, cuyo objetivo es promover la inclusión social y productiva del caficultor y su familia por medio de la educación, la infraestructura, protección social y asociatividad. Tercero es el eje ambiental, el cual fomenta el cuidado de los recursos naturales y la adaptación de las actividades cafeteras a las variaciones climáticas. Por último, el eje de gobernanza, cuyo objetivo es fortalecer la unidad gremial como soporte de la identidad, legitimidad y liderazgo de lo que es conocido como la institucionalidad cafetera. (Federación Nacional de Cafeteros, 2017, p. 4)

En el establecimiento de precios (Espinal et. al., 2005, p .8) resalta para el productor de café en Colombia, este es de sustentación, se fija por concertación entre La Federación Nacional de Cafeteros y el Gobierno Nacional, tomando en cuenta factores como, el comportamiento macroeconómico en el momento, el nivel de precios al cierre diario de la bolsa de New York y la tasa representativa del mercado del dólar en Colombia.

Entre enero y octubre de 2017, el precio interno del café registró un promedio de \$827 mil por carga de 125 kg de café pergamino seco, un 2,3% mayor al registrado en el mismo periodo del año anterior el cual era de (\$809 mil por carga). Sin embargo, la tendencia ha sido a la baja, con un máximo de \$923 mil/carga el 9 de agosto y un mínimo de \$753 mil/carga el 16 de octubre, con una volatilidad media del 5% en el

periodo, octubre cerró con un promedio de \$787 mil/carga. (Federación Nacional de Cafeteros, 2017, p. 4)

A nivel internacional el precio tuvo una tendencia a la baja como se mencionó, aunque se resalta que el café tiene una vocación netamente exportadora, el comportamiento del precio interno se explica por la dinámica de tres factores fundamentales: el contrato C (precio internacional del café arábico), la tasa de cambio peso/dólar y el diferencial de calidad para el café de Colombia. (Federación Nacional de Cafeteros, 2017, p. 4)



Figura 4. Precio primera posición Contrato C. (FNC, 2017)

Usc/lb.	Honduras HG	México lavado	Guatemala HB	Colombia UGQ	Costa Rica HB	Salvador HG	Nicaragua HB
2016	4,22	17,53	24,08	10,91	42,35	16,86	16,39
2017 (a sept.)	-2,53	0,09	12,17	12,62	41,42	4,8	3,51
Var %	-160%	-99%	-49%	16%	-2%	-72%	-79%

Figura 5. Comportamiento del diferencial para diferentes orígenes de café suave (FNC, 2017)

El precio internacional del café en 2017, se redujo en un 15%, pasó de US\$148 centavos la libra en enero a US\$126,4 centavos la libra en octubre, como respuesta del buen abastecimiento del mercado por mayores exportaciones de suaves y mayor nivel de inventarios en los países importadores, que compensó la menor producción de robusta en Vietnam y Brasil, afectado por sequía. (Federación Nacional de Cafeteros, 2017, p. 5)

En Colombia, entre noviembre 2016 y octubre 2017, la cosecha cafetera cerró en 14,3 millones de sacos. Según la FNC, un 2% más que en el mismo periodo del año anterior, marcando un record de crecimiento de cinco años consecutivos que no se registraba desde los años 70. Además, el valor de la cosecha en los últimos meses entre noviembre de 2016 a octubre 2017 ascendió a 7,8 billones. (Federación Nacional de Cafeteros, 2017, p. 6). En el informe del 2017, el gerente general de la Federación resalta que hubo un salto en productividad. Entre 2010 y 2017, la productividad, que históricamente estuvo por debajo de 14 sacos superó los 18,7 sacos, corresponde a un incremento del 32%.

Así mismo, el comportamiento de las exportaciones de café alcanzó el nivel de los 13,5 millones de sacos de 60 kilos en los últimos 12 meses (oct 2016 – sept. 2017), 1,2 millones de sacos más (10%) frente a los 12,3 millones exportados el año anterior. Lo que significa que hubo ventas en el extranjero por más de US\$2.980 millones, un crecimiento de 19% es decir, cerca de US\$459 millones más de ingreso para los cafeteros, lo que obedece fundamentalmente al mayor volumen exportado, dado que el precio internacional en 2017 ha registrado una tendencia a la baja. (Federación Nacional de Cafeteros, 2017, p. 6)

La Figura 6 muestra, con relación a la estrategia de creación de valor para ascender en la cadena de valor, el crecimiento de las exportaciones a los mercados que demandan café industrializado fue del 14,3%, cuando pasó de 803 mil sacos en el año cafetero 2015/2016 a 918 mil sacos en 2016/2017, a destinos como Estados Unidos (40%), seguidos de Alemania (10%), México (7%), Japón y Rusia (6%). (Federación Nacional de Cafeteros, 2017, p. 6). Además, se resalta que, en cafés especiales, Japón es el segundo consumidor, con exportaciones de 1,3 millones de sacos (p.6)

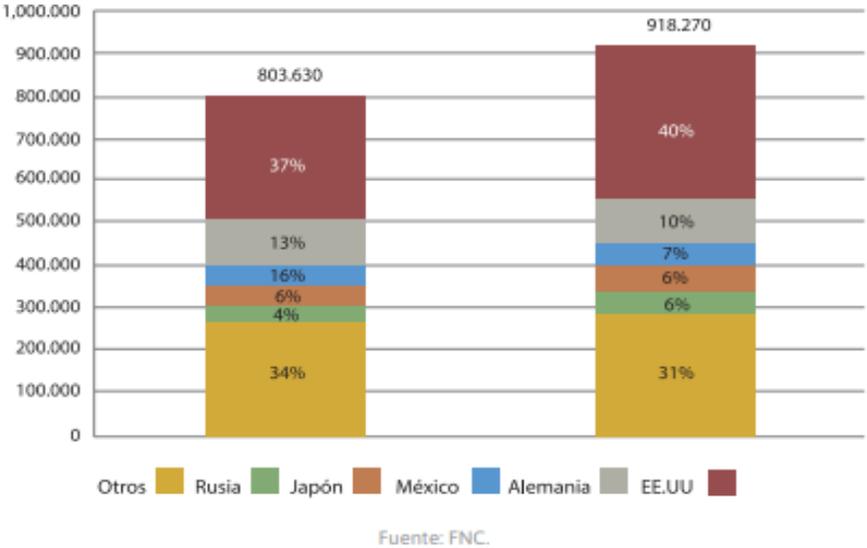


Figura 6. Exportaciones de café industrializado por destino 2016 vs. 2017 (FNC, 2017 p. 6)

La siguiente figura, muestra cuáles fueron los precios implícitos de las exportaciones de café según su tipo, en el periodo 2016/17.

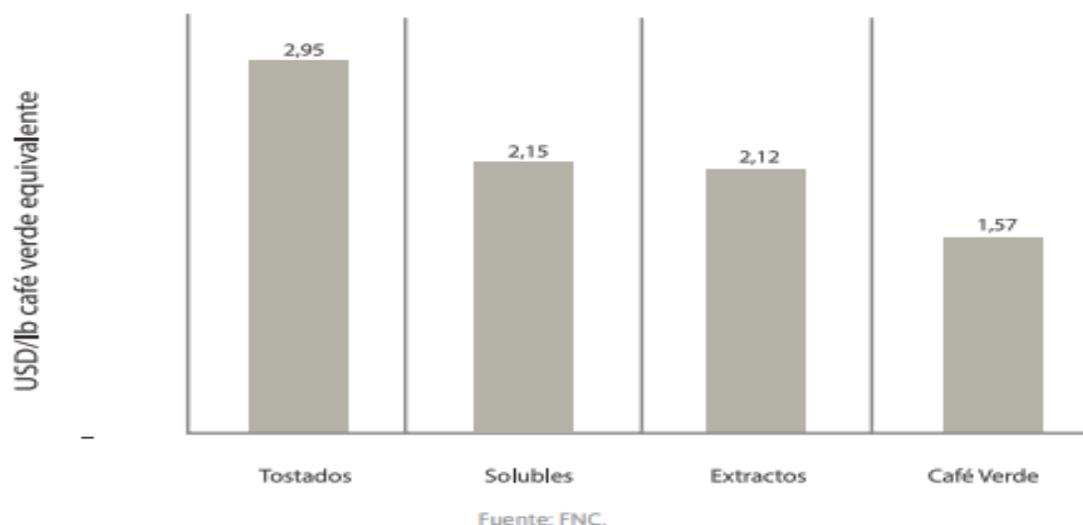


Figura 7. Precio implícito de las exportaciones de café por tipo 2016/17 (FNC, 2017)

Con respecto a la comercialización con valor agregado, entre enero y septiembre de 2017, aumentó a 76,8% el porcentaje de café excelso obtenido del pergamino seco recibido en Almacafé, operador logístico del café comercializado por la FNC. Este porcentaje es 4,2% mayor al registrado en 2016 (73,7%) y es el más alto de los últimos cinco años, lo que refleja la mejora de la calidad y aprovechamiento de la materia prima utilizada. El porcentaje de coproductos, que en 2016 llegó a 6,99% por el gran volumen de café averanado bajó a 2017 a 4,9%. (Federación Nacional de Cafeteros, 2017, p. 11)

7.3. Risaralda

Según el Informe de los Comités Departamentales, Risaralda cuenta con más de 20 mil caficultores, que laboran en 54 mil hectáreas de café, 95% están tecnificadas y

presentan edades y densidades de cultivo adecuadas. (Comité Departamental de Cafeteros de Risaralda, 2009, p. 121)

Para el proceso de comercialización de cafés especiales existen diversos programas que demuestran que este tipo de café se ha convertido en una oportunidad de crecimiento para los caficultores en el departamento. Más de 7 mil caficultores pertenecen a los diferentes programas de cafés especiales, sostenibles y de origen promovidos por el Comité departamental. (Comité departamental de cafeteros de Risaralda, 2009, p. 121-122).

Como lo menciona el Comité departamental de cafeteros de Risaralda, existen diversos programas encaminados al mejoramiento de la calidad de vida del caficultor y su familia, a través del seguimiento de los objetivos del Plan Estratégico de La Federación Nacional de Cafeteros. En cuanto a los programas departamentales, para el café especial se ha mostrado un crecimiento representativo y se ha convertido en una gran oportunidad de negocio para los caficultores del departamento. (Comité departamental de cafeteros de Risaralda, 2009, p. 121-122).

Algunos de los programas brindados por el departamento para los caficultores ser más competitivos e innovadores, son: el programa de permanencia, sostenibilidad y futuro; el programa de competitividad de la caficultura, programas de Café y Maíz y Frijol; el programa de Gestión Empresarial, entre otros. Su enfoque principal es brindar oportunidad de créditos y capacitaciones a los caficultores del departamento. El programa de cafés especiales, fomenta el cultivo de este tipo de cafés, el servicio de extensión con el apoyo del laboratorio de calidades de café realiza numerosas visitas a fincas y cursos cortos en beneficio de los productores del departamento. (p. 122-123).

Las exportaciones del Departamento de Risaralda durante el periodo enero-noviembre de 2016 registraron un valor de US\$466,0 millones, con una reducción de 12,2% con respecto al mismo periodo (mes) del 2015. (Cámara de Comercio de Pereira, 2016, p. 14)

Las exportaciones tradicionales representan el 66,5% mientras que las exportaciones denominadas no tradicionales explican el 33,5% en el caso de las exportaciones cafeteras se evidenció una contracción de 17,2%. (Cámara de Comercio de Pereira, 2016, p. 14)

El 61% de las exportaciones de la FNC, corresponde a café con valor agregado, 9 puntos porcentuales más que en 2016 (52%). De estos, cerca de 43% corresponde a cafés especiales y el 18% a cafés industrializados, mientras que el 39% restante lo completa el café verde de calidad estándar. (Federación Nacional de Cafeteros, 2017, p. 14).

En el Departamento de Risaralda existen 17 asociaciones de productores de cafés especiales, ellas son: AsCafé, AOT Asociación orgánica TATAMÁ, ASOAPÍA, Asociación de productores de café de alta calidad cuchilla del San Juan, AsoCafé Manantial, Entre verdes, Agrosolidaria, ASPCAM, Producción café especial el SINAI, Asociación de Café especial Brisas del Pacífico, ASORROSA, APECAFÉQ, La Cristalina, de las cuales se eligen dos: Entreverdes Pereira y Asocafé Manantial Dosquebradas.

8. Diseño Metodológico

Esta investigación formativa según el tipo de diseño se clasifica en no experimental, para Toro y Parra (2006) la investigación no experimental es aquella que se realiza sin manipular deliberadamente las variables. Lo que se hace es observar fenómenos como tal y como se dan en su contexto natural, para después analizarlos. Se observan situaciones ya existentes no provocadas intencionalmente por el investigador. (p.158).

Se busca establecer los cambios que generan de los programas brindados por el Estado como herramienta central para los caficultores de las asociaciones risaraldenses “Entreverdes y Asocafé Manantial” en la búsqueda de expansión local e internacional.

Por el nivel de conocimiento que se quiere lograr, esta investigación es de tipo descriptivo ya que, se propone describir de modo sistemático las características de una población, situación o área de interés (Tamayo, 1999, p.44). Así mismo, Toro y Parra (2006) definen los estudios descriptivos como aquellos que buscan especificar las propiedades y características importantes de las personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis. (p.137) En la investigación se describe la estructura organizacional de dos Asociaciones de cafés especiales y se identifican los factores que indican un avance en competitividad en las fincas vinculadas.

La investigación se lleva a cabo en el Departamento de Risaralda, la población objeto de estudio son dos asociaciones de Cafés Especiales que representan una parte de los caficultores de los municipios, Entreverdes de Pereira y Asocafé Manantial de

Dosquebradas se eligen por la cercanía de la investigadora con sus líderes y la estrecha relación con el centro administrativo del Departamento (Gobernación, Alcaldías y Cámaras de Comercio respectivas) que facilita el acceso a la información; las unidades de análisis son los cafeteros vinculados a ellas que contestaron el cuestionario mediante entrevista. Las técnicas e instrumentos de recolección y procesamiento de la información fueron: la observación directa en las instalaciones de las Asociaciones para conocer el desarrollo alcanzado y las entrevistas a los cafeteros para tener un contacto directo que permitiera una interacción acerca de la intención investigativa entre las partes.

Los instrumentos se diseñaron y sometieron a la revisión de dos expertos evaluadores: el investigador Oscar Arango Gaviria, sociólogo, especialista en Proyectos de Desarrollo y en Economía Solidaria y Desarrollo Rural, considerado por su trayectoria, un experto en temas del Paisaje Cultural Cafetero y Café. El experto en el sector cafetero, Felipe Rincón Agrónomo de la Universidad de Caldas. Coordinador de programas de café especial y coordinador del Programa Gestión Empresarial del comité departamental de cafeteros de Risaralda situado en el municipio de Pereira.

Los dos instrumentos se sometieron a prueba piloto y posteriormente se aplicaron mediante entrevistas, se diseñaron con preguntas cerradas de única opción y de opción múltiple. (Ver anexo 1 y 2 Instrumento dirigido a los directivos, instrumento dirigido a productores.)

Los años definidos para la investigación son los comprendidos en el periodo 2014 al 2017, fundamentado en los planes de desarrollo del departamento de Risaralda en ese periodo de tiempo.

Los datos secundarios se recopilaron en el transcurso de la investigación haciendo énfasis en las características de los cafés especiales, información aportada por: El Comité Departamental de Cafeteros, La Federación Nacional de Cafeteros, la Gobernación de Risaralda, las Alcaldías Municipales de Pereira y Dosquebradas, Las cuales, son fuentes que han aportado a los procesos de la población a estudiar.

Para el levantamiento de la información primaria se define como unidad de análisis la finca del productor. Para determinar la muestra de fincas a trabajar se utilizó la metodología de nominación directa a partir de una lista de productores suministrada por las asociaciones y sus productores que pertenecen a las iniciativas sobre producción de cafés especiales auspiciadas por el servicio de extensión del Comité Municipal de Cafeteros. Para seleccionar las fincas se siguieron los siguientes criterios: representatividad del tipo de caficultura, accesibilidad a las localidades y la limitación de tiempo.

La elección de los cafeteros es por conveniencia para (Hernández, Fernández y Baptista, 2010) las muestras por conveniencia simplemente son casos disponibles a los cuales se tiene acceso. (p. 401) gracias a la disposición de los finqueros a colaborar con la investigación. Las unidades de observación se dividen en dos: directivos y cafeteros, es decir, se aplica el instrumento a dos directivos y diez y nueve finqueros.

Para la recolección de la información el instrumento tiene preguntas de tipo social, económico, técnico, administrativo, ambiental, agronómico, comercialización, estado fitosanitario y valor agregado en los procesos de postcosecha del grano. Posteriormente, la información se tabula con el fin de desarrollar la caracterización

socioeconómica y ambiental del cultivo del café para su posterior interpretación y análisis.

9. Análisis y presentación de la información.

9.1. La articulación entre la Asociación y sus integrantes a partir del aprovechamiento de los programas gubernamentales enfocados en la internacionalización de los cafés especiales.

Las asociaciones de cafés especiales se estructuran como redes con arreglos organizacionales que permiten realizar intercambios desde la siembra, recolección, beneficio, secado, transporte, disposición final y comercialización. En Risaralda desde el inicio de la década de 2010, conforman una propuesta de desarrollo cafetero desde la política económica. Los cafeteros se ven sometidos a enormes presiones para innovar e introducir cambios, reestructurar sus operaciones y alcanzar nuevos niveles de eficiencia en la producción. Cada finquero carece de los recursos necesarios para hacerlo, de allí se conviene en que la cooperación es un instrumento útil para hacer frente a las presiones de los mercados nacional e internacional.

9.1.1. Entreverdes (Pereira)

Entreverdes, es la asociación de productores de cafés especiales de Pereira, se crea en 2010 con 99 asociados, actualmente está conformada por 249 familias productoras de café, las fincas tienen un área promedio de 3,2 hectáreas, su objetivo social es el mejoramiento de las condiciones de vida de las familias de productores de café de alta

calidad mediante estrategias que aseguren el desarrollo social, económico, técnico, cultural, medioambiental y comercial.

Se resalta que es una asociación certificada en F.L.O¹ (Comercio Justo) y U.T.Z (Universal Trade Zone), las verificaciones C.A.F.E Practices (Starbucks, asegurando el abastecimiento ético del café) , Asociación 4C y S&D, cuentan con una bodega de acopio para que los productores comercialicen su café, un laboratorio de calidades y un centro de torrefacción. (Méndez, 2017, p. 10)

Entre Verdes, ha contado con el apoyo continuo de las entidades públicas y agencias de cooperación, para lograr el crecimiento y mejoramiento de la asociación. En el tema de convenios y alianzas, la asociación cuenta con convenios y proyectos con la Alcaldía de Pereira, SENA, Cámara de Comercio de Pereira, Agencia de Cooperación de Holanda (CBI), Comité Departamental de Cafeteros de Risaralda, Secretaria de Desarrollo Rural de Pereira, entre otros.

Uno de los logros más importantes con acompañamiento de la Alcaldía de Pereira, la cooperativa de Caficultores de Risaralda y la Cámara de Comercio de Pereira, fue la formulación de la propuesta en el 2011 para la: “Reducción de las barreras no arancelarias para el fortalecimiento de las condiciones de exportación y mejoramiento de la competitividad a cinco asociaciones productoras de café especial tostado del municipio de Pereira”. La cual fue aprobada por el Ministerio de Comercio, Industria y

¹ Fairtrade Labelling Organizations Internacional -FLO (Organizaciones Internacionales de sello de comercio Justo). Es la organización internacional que se encarga de la definición y de la certificación de los Criterios de Comercio Justo Fairtrade, garantizando a los consumidores que los productores de los países en vía de desarrollo reciben un trato justo. En Centroamérica, los productores con certificación de Comercio Justo exportan café, cacao, azúcar, miel de abeja, banano y otras frutas frescas y jugos de fruta.

Turismo, por el programa de Asistencia Técnica al Comercio, recibiendo así cofinanciación por parte de la Unión Europea, en octubre de 2011.

De igual forma, la unión temporal de Alianzas productivas con recursos de \$400 millones de pesos colombianos y la actualización e implementación del laboratorio de calidades con la Alcaldía, logrando también contar con una catadora permanente, para el 2017. Así mismo, un convenio permanente de asistencia técnica brindado por la Gobernación de Risaralda. Entre otros apoyos que han sido fundamentales para el desarrollo y crecimiento de la asociación.

9.1.2. Asocafé Manantial (Dosquebradas)

Asocafé Manantial nace en el 2010 con 35 productores, cuenta con 195 asociados (2018), de ellos 114 familias pertenecen a “Alianza de Cafés especiales”, un proyecto que integra y financia con el apoyo de la Gobernación de Risaralda, la Alcaldía de Dosquebradas, el Comité Departamental de Cafeteros de Risaralda, la Cooperativa de caficultores de Risaralda, el Fondo de Adaptación, el SENA y la CARDER, el crecimiento y desarrollo de la asociación.

En el caso de la Asociación de productores de Asocafé Manantial Dosquebradas , en un informe brindado por el Gerente Heli Santiago Castaño, resalta que es una entidad sin ánimo de lucro, la cual ha gestionado y logrado diferentes recursos ante el gobierno local y nacional, entre ellos resalta la última gestión la cual fue en el 2017 con “laboratorio de calidad de Café” Convenio número 1028-1331 de 17 suscrito el Departamento de Risaralda y La Federación Nacional de Cafeteros de Colombia, la cual tuvo un costo de \$120.000.000. Segundo en el 2016, a través del convenio de

“fortalecimiento administrativo, financiero y comercial de la organización de productores de Asocafé Manantial a partir de la producción y comercialización de café especial” con Innpulsa y el Ministerio de agricultura, el cual tuvo un costo de \$20.000.000. Por último, gestiono el “fondo rotario e infraestructura”, a través de Alianzas productivas del Ministerio de Agricultura de la nación, con un costo aproximado de \$1.200.000.000. (Castaño, 2018, p.p.1-2)

9.1.3. Percepción de los directivos entrevistados

Existen múltiples programas con la iniciativa e intención de fomentar al caficultor en su proceso de crecimiento y participación del mercado nacional e internacional. La Federación Nacional de Cafeteros, busca crear valor a toda la cadena productiva del café, para así lograr mejores posiciones en los mercados locales e internacionales. Con el apoyo de las asociaciones es importante identificar aquellos programas y beneficios que impacten de manera positiva principalmente el pequeño productor para así mejorar la calidad de vida de las familias caficultoras del departamento, asegurando la producción y estabilidad del cafetero risaraldense ante el mercado internacional.

A partir de las respuestas de los Directivos de las dos Asociaciones señaladas, se describe el desarrollo organizacional logrado y el papel que juegan las Asociaciones como puente activo entre los productores y los programas del gobierno brindados para mejorar sus condiciones como caficultores colombianos.

Se identificó que las dos asociaciones tienen un arreglo jerárquico, con una asamblea general que toma las decisiones y es elegida cada dos años, se definen el Presidente o Gerente, Vicepresidente, Secretario, Tesorero, dos Voceros, Fiscal y Revisor Fiscal. Esta caracterización de los papeles que cada integrante juega en la asociación ha sido primordial para el manejo y gestión articulada de los recursos para la asociación y sus asociados.

Es claro, que la base fundamental son los caficultores que la conforman, por lo tanto, las asociaciones deben tener conocimiento de cada uno de los integrantes.

Primero, se levantó la información sistemática de las características socio-económicas de los hogares de los beneficiarios o asociados, la estructura del ingreso del hogar y las características de la zona en la que se ubican las fincas con información de cada unidad de producción agropecuaria. Segundo, se requiere mantener actualizada la información de cada finca y de cada integrante para garantizar, el desarrollo de la cadena productiva y asegurar un producto de calidad.

Siendo así, Entreverdes mantiene una lista de chequeo que permite la trazabilidad de los procesos llevados en cada finca para tener en conocimiento de los posibles riesgos. De manera general, La Asociación tiene registros en Excel donde se manejan 100 criterios diferentes que los asociados deben de cumplir. En Asocafé Manantial se controla la calidad del café con catación en el momento de compra a los caficultores asociados, para luego generar un registro que con su codificación permitirá, como se mencionó, una trazabilidad con calidad garantizada.

En Entre Verdes se identifican estos tipos de unidades:

- Pequeño agricultor que vive con su familia (Zona Ukumarí y Combia, entre otras veredas de Pereira).
- Medianos cafeteros que contratan personas para que administren el café y la finca.
- Pequeño cafetero que está certificado en Comercio Justo (FLO).

Entreverdes cuenta con productores que producen: cafés de origen: regionales, exóticos; Cafés de preparación: Selectos, Caracol, y Supremos; Cafés sostenibles (FLO)

Para el caso de Asocafé Manantial se divide en dos: distrito y vereda

- Distrito: Dosquebradas
- Vereda: Serranía Alto del Nudo y Las Marcadas.

Asocafé Manantial cuenta con productores en las categorías de cafés especiales, de la siguiente manera: Café de origen: cafés de finca; Cafés de preparación: cafés selectos, Caracol, Supremos y Cafés sostenibles

En la caracterización de las fincas cafeteras de ambas asociaciones el producto común cultivado y que comercializan aparte del café es el plátano, además cultivan naranjas, mandarinas, banano, aguacate, moras, yucas, cacao y otros productos que son de consumo familiar. Del café comercializan cascara caramelizada, mermelada y galletas de café.

Las asociaciones se fortalecen porque son la estructura por medio de la cual se realizan actividades específicas para los caficultores y se gestionan recursos en dinero y en especie, Entre Verdes en Pereira obtuvo un fondo (\$400 millones de pesos colombianos) cuyo objetivo fue ayudar a los caficultores con sus deudas y el mejoramiento de los cultivos. La Cámara de Comercio de Pereira define y orienta la formación acerca del aprovechamiento de las preferencias arancelarias que se tienen con las naciones. Esta Asociación señala un logro muy importante, la Certificación de Comercio Justo.

Asocafé Manantial, destaca en sus logros recientes futuros proyectos: el laboratorio y la creación de una escuela de catación y barismo, enfocados en aprovechar el café especial de la región.

Las asociaciones también anotan que tienen dificultades para cumplir algunos de sus objetivos de comercialización por causas externas, en el caso de Entreverdes señala, que uno de los acontecimientos retadores es la comercialización del café tostado de origen por los grandes competidores que existen, mantener la membresía FLO, dados los requerimientos de calidad altamente exigentes.

Por parte de Asocafé Manantial, uno de los grandes retos ha sido no tener la licencia exportadora y por otro lado, la variación tan fluctuante (cambio constante) del precio del café en la bolsa de valores, considerando que ha estado a la baja en los últimos meses. Se anota que esta condición genera un entorno que dificulta la participación de los cafeteros en este trabajo de investigación, dada la decepción creada por el sector y las condiciones que les ha creado.

El programa Comercio Justo es un dispositivo para el acceso a los mercados y la mejora en las condiciones comerciales para los pequeños productores y los trabajadores en plantaciones agrícolas. El precio mínimo garantizado por el producto que se exporta, más un premio, dinero que las organizaciones de productores deberán usar para mejorar las condiciones de la comunidad. En el caso de la producción en plantaciones, el propósito central es mejorar las condiciones laborales de los trabajadores. La dificultad radica en la relación entre precio justo y las exigencias sobre condiciones laborales, leyes ambientales y mejoramiento continuo demostrado en las inspecciones anuales (auditorias), las normas son más estrictas en cuanto a cumplimiento y trazabilidad.

Por lo tanto, los directivos reconocen el potencial del café especial en el mercado y la importancia del acompañamiento de las entidades. No obstante, se detecta que se requiere de mayor presencia y seguimiento en el proceso de crecimiento y evolución de las asociaciones, dada la crisis cafetera por los precios bajos que afectan al productor pequeño y mediano.

9.1.4. Percepción de los caficultores entrevistados

Las Asociaciones de Cafés Especiales se presentan como el espacio en el cual se perciben potencialidades para el desarrollo empresarial de los cafeteros. En ellas se evidencian la combinación de la cultura cafetera, las instituciones aliadas y los recursos de los programas gubernamentales ubicados en cada vereda. A su vez, las asociaciones pertenecen a sistemas regionales que permiten la construcción de la

dinámica de la economía cafetera y ameritan el diseño de instrumentos de política. En este apartado se describe cuál ha sido la articulación entre la asociación y el caficultor para acceder a los programas gubernamentales, es importante conocer el estado del proceso de manera individual en opinión de los caficultores.

Se pregunta por el lugar de residencia, y se encuentra que la mayoría de los caficultores residen en la misma finca en la cual cosechan el café que llevan a la asociación a la que pertenecen.

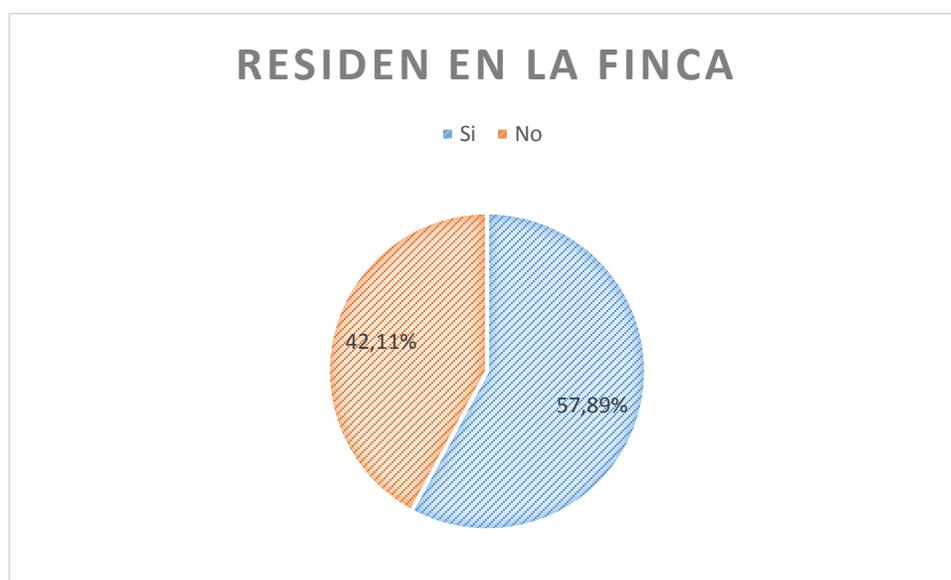


Figura 8. Pregunta de trabajo de campo. (Residen en finca)

Los cafeteros que contestaron la encuesta han vivido en su finca en promedio de 23 años, el que menos lo ha hecho lleva 2 años, 20% llevan menos de 10 años y algunos señalan que lo han hecho toda su vida. De los caficultores, gran cantidad cuentan con fincas de un tamaño de 5 hectáreas en promedio y las demás entre 1-12 hectáreas.

Siendo solo una finca con 12 hectáreas, de las fincas entrevistadas, se asumen que tienen terrenos pequeños.

En el momento de realizar las encuestas se encuentra que los asociados (caficultores) no tienen en mente programas específicos brindados por el gobierno para fortalecer sus procesos de comercialización, sin embargo, son conscientes que las entidades públicas, como La Cooperativa, Las Alcaldías, La Gobernación y el Comité de Cafeteros han jugado un papel importante en diferentes etapas de sus vidas productivas. Resaltan la entrega de kits para realizar fumigación en sus fincas (esto por parte de la cooperativa), también capacitaciones, visitas técnicas y mejoramientos en las infraestructuras de beneficio húmedo y seco para mejorar la calidad del café que producen.

La evidencia de la articulación entre la Asociación y sus integrantes en el aprovechamiento de los programas para la internacionalización de los cafés especiales, se muestra en las respuestas a la siguiente pregunta:

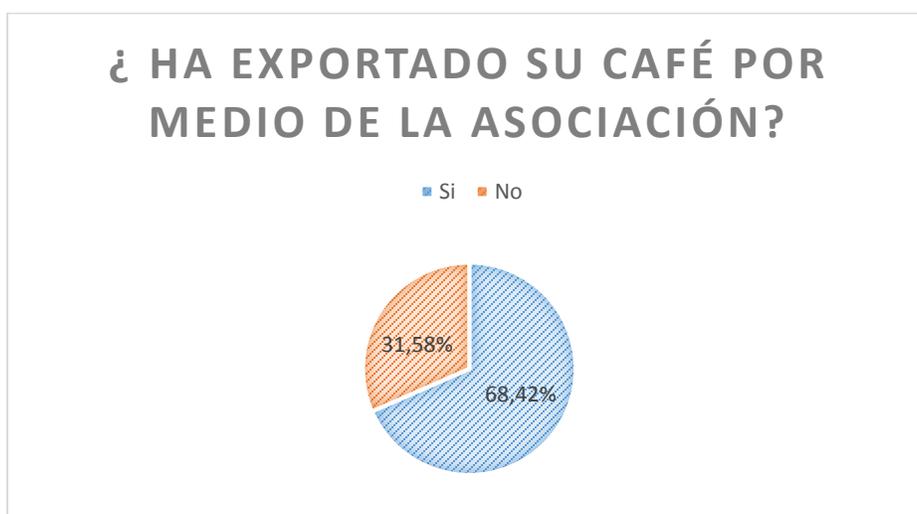


Figura 9. Proporción de los caficultores cuyo café ha sido exportado

Se muestra que quienes han exportado son los pertenecientes a Entreverdes. En Asocafé Manantial solo un integrante ha exportado de manera personal, la razón por la cual no han exportado es la falta de la licencia exportadora. A pesar, de que en una de las asociaciones no se ha exportado, todos los participantes coinciden en que pertenecer a la asociación les ha generado mayores ingresos, ya que se les reconoce la calidad y el esfuerzo al cultivar café especial en la región.

Se resalta la importancia de la asociación ya que es quien articula los proyectos y apoya las metas que definen los asociados y facilita su cumplimiento, mantiene los registros, realiza las visitas técnicas, asegura la calidad y se enfoca en que los pequeños caficultores puedan hacer llegar su café a diferentes partes del país y del mundo; además, define estrategias para lograr nuevos compradores y fidelizarlos con el café de la región. Esta dinámica que se genera se propaga entre los asociados propiciando competitividad sistémica, la capacitación permanente en los procesos del café auto refuerza la generación de oportunidades para las personas y es la base fundamental del sistema productivo, en la medida que buscan el mejoramiento de la calidad de vida de los cafeteros y mayor dinámica de la economía local y regional.

Por lo tanto, es importante que las asociaciones continúen en los procesos de capacitación y se vinculen a programas en los cuales se les brinden las herramientas adecuadas para una comercialización del café especial efectiva y rentable, para así las cumplir a los caficultores quienes confían en ellas, reconociendo la confianza en la entrega de un pago mejor a diferencia de otros lugares que compran el café.

En conclusión, el caficultor reconoce y quiere seguir produciendo un café especial que llegue a nuevos mercados, pero la mayoría de los cafeteros de pequeñas y

medianas fincas sienten que es un proceso lejano para ellos. Se nota la necesidad de un acompañamiento y mayores capacitaciones de comercialización y temas empresariales.

10. Las principales prácticas incorporadas por los cafeteros pertenecientes a Entreverdes y Asocafé Manantial para insertarse en el mercado nacional e internacional.

10.1. La mirada de los Directivos:

El análisis de las fincas cafeteras, debe ser visto no sólo como la actualización de la información, sino también desde el marco de fortalecimiento de la asociación en relación con el entorno. Las actividades de formación son determinantes en el desarrollo de la actividad cafetera y en la generación del encadenamiento productivo exportador.

Una de las funciones importantes de la asociación es realizar distintas capacitaciones para conocer la problemática de los cafeteros en la aplicación de los criterios económicos, sociales y ambientales de las normas que se compromete a cumplir, la asociación garantiza así su logro y el mantenimiento de la misma. Una de las preguntas en el trabajo de campo fue cuáles son las capacitaciones que realizan para sus integrantes.

10.2. Nivel de capacitación de las asociaciones

Pregunta 4 Asocafé Manantial				
Realizó capacitaciones en...	Si	No	Cuántas	Promedio duración
Los principios de la producción de calidad	X		2 veces al año	todo el día
La adopción de nuevas tecnologías	X		2 veces al año	
La norma de agricultura sostenible	X		todo el año	
La comercialización de la producción	X			
Programas de salud ocupacional		X		
Visitas a otras fincas cafeteras	X		3 veces al año	
Giras con los caficultores	X			
Eventos comerciales	X			
Reuniones informativas	X		1 vez al mes	3 horas
Actividades de convivencia y valores		X		
Pregunta 4 Entreverdes				
Realizó capacitaciones en...	Si	No	Cuántas	Promedio duración
Los principios de la producción de calidad	X		10 en el año	Todo el año 1 día cada mes
La adopción de nuevas tecnologías	X		1 día al año	4 estaciones al año
La norma de agricultura sostenible	X			
La comercialización de la producción		X		
Programas de salud ocupacional	X			
Visitas a otras fincas cafeteras		X		
Giras con los caficultores		X		

Eventos comerciales	X			
Reuniones informativas	X			
Actividades de convivencia y valores	X			

Figura 10. Pregunta 4 Asocafé Manantial y Entre Verdes

Las asociaciones identifican las necesidades para la conformación de los eslabonamientos productivos del nuevo tipo de organización, que deben ser tenidos en cuenta en forma articulada, se combinan formación-acción a través de las visitas técnicas. La Asociación de cafés especiales lidera los siguientes aspectos: Asociatividad, emprendimiento, producción, conocimiento (innovación y calidad), tradición cultural, y, normatividad ambiental. Desde estas necesidades se organizan los programas de capacitación, es importante cumplir con estos programas para que los cafeteros logren las calidades que se les exigen, en el mercado no solo local o nacional sino el internacional, siendo este último el mercado objetivo y soñado por ambas asociaciones, según los entrevistados.

Además, se crean conductas en los cafeteros que les permiten acercarse cada vez más a procesos como: el análisis sensorial y físico, las asesorías para mejorar los procesos, estructuración de la relación proceso/calidad, catación, la trazabilidad en la compra, el registro de codificación, los procesos de fermentación controlada, listas de chequeo (trazabilidad, riesgos). Como se anotó antes existen al menos 100 criterios de chequeo en el desempeño de una finca cafetera.

El fortalecimiento de la economía de la finca cafetera va de la mano con la certificación.

En la figura 12 se observan los avances:

10.3. Certificaciones de los caficultores de las asociaciones

Sellos de certificación: Asocafé Manantial		
Sellos	# de fincas	Hectáreas en café
Total Fincas	114	
UTZ	52	78
Rainforest Alliance	-	-
Café Practice	60	45
S&D	49	58,5
Sellos de certificación: Entreverdes		
Sellos	# de fincas	hectáreas en café
Total Fincas	249	
UTZ	249	871
Rainforest Alliance	32	115
Plataforma de verificación 4c	249	115
FLO	249	871
C.A.F.E Practice	249	871
S&D	249	871

Figura 11. Pregunta # 7: Sellos de certificación: Asocafé Manantial y Entreverdes.

Las certificaciones, han sido un objetivo constante, ya que un sello genera confianza a los compradores del producto al saber que la asociación cuenta con sellos internacionales de alta calidad y en algunos casos de sostenibilidad. Para los participantes en este trabajo, uno de los sellos con mayor dificultad de conseguir es el Rainforest Alliance, lo cual se constituye en un constante reto, dado los altos niveles de calidad y los requisitos ambientales. Por eso, para el caso de Entreverdes, están en proceso de lograr que más integrantes de la asociación cumplan con la calidad y los requisitos demandados por el sello.

10.4. La Mirada de los caficultores:

Es fundamental que exista sinergia entre la Asociación y sus integrantes, cuando su función y objetivo es igual se pueden identificar y cumplir las metas, es importante que los caficultores pongan en práctica cada capacitación que reciban y procuren lograr la mejor calidad en su cadena. Por ello en las entrevistas se verificaron las prácticas que realizan los asociados antes de llevar su café a la Asociación, conociendo los retos que tiene el mercado de exportación.

En la pregunta por las condiciones de la infraestructura de su finca, 26% de los caficultores que respondieron reconocen que en beneficio húmedo y seco los niveles alcanzados no son suficientes y están en proceso de mejora. La mayoría creen que esto no afecta el café que producen.

Los cafeteros de la asociación Entreverdes que han exportado, cuando se pregunta acerca de los procesos adicionales para el café de exportación, responden: el (58%), contestan que no se realizan procesos adicionales a su café para llevarlos a la asociación con el objetivo de ser exportado, la razón es que estos caficultores se dedican específicamente sólo a cosechar café especial; por lo tanto, siempre buscan que su café tenga las mejores calidades. Por otra parte, los demás caficultores si realizan un proceso distinto, sean en fermentación, secado o de selección. Sin embargo, de manera general todos buscan lograr una estandarización de su café, señalan que son estrictos con los procedimientos del producto que llevan a la asociación: procesos de fermentación, estandarización y cada vez mejorando la calidad, buenos procesos de lavado y secado, estandarización (en espuma) buena

taza, tipo de beneficio diferente (honey) y en general en mejorar la calidad del café corriente que venden.

Los cafeteros reconocen los atributos que tiene el café que exportan y por los cuales el cliente se interesa y fideliza, describen los siguientes: achocolatado, frutal, sabores cítricos, Jazmín, caramelo, paneludo, almendra, frutos rojos, frutos secos, nuez, café Borbón, Café Castilla, acidez media alta, no tiene químicos, muy buena taza y constante (87-88) (84-85), factores de 86, 87, 88,89, cumplimiento de FLO.

Otro hallazgo importante, en lo que serían rasgos de emprendimiento, la falta de organización y sistematización de los ingresos y cantidades de producción. El 42% no llevan registros oficiales de su producción, 31% de sus actividades cotidianas y 26% de los ingresos por las ventas que realiza de otros productos. El 37% ha considerado iniciar su propia tienda o punto de comercialización con marca propia del café, 42% considera exportar por su cuenta. Los caficultores parecen estar satisfechos siendo miembros de la asociación y no han considerado crear marca propia ni exportar individualmente, ya que consideran que el gobierno no genera garantías sino más bien barreras al caficultor emprendedor pequeño. Siendo así, reconocen que ellos como los compradores se han fidelizado con la asociación brindando confianza a las partes. Además, para ellos la organización los mantiene informados acerca de ha sido informado de manera constante sobre los programas y proyectos que lo beneficien como productores.

Finalmente, las principales prácticas incorporadas por los cafeteros pertenecientes a Entreverdes y Asocafé Manantial para insertarse en el mercado nacional e internacional se orientan a garantizar los atributos del producto: apariencia, sabor,

limpieza, ausencia de plagas, y los métodos de procesamiento: autenticidad de origen, seguridad en residuos de pesticidas y niveles de toxinas, protección del medio ambiente y las condiciones socioeconómicas o cafés orgánicos y comercio justo.

En conclusión, se evidencia que los caficultores reconocen las exigencias del consumidor del café especial, por lo tanto, la calidad y la inocuidad son los requerimientos de las asociaciones hacia sus caficultores, para logra así un café destacado que fidelice el cliente. Esto siendo una prioridad para los productores y empresarios.

11. La influencia de los programas gubernamentales en los procesos de internacionalización de las asociaciones.

La red interinstitucional está orientada a la consolidación de Las Asociaciones de Cafés Especiales como ente dinamizador de la competitividad de la región cafetera. En ella participan La Gobernación, Las Alcaldías, Los Comités de Cafeteros y las Cámaras de Comercio.

La satisfacción con las mejoras en la producción de café especial para exportación con las actividades gestionadas por la asociación es amplia, 90% así lo manifiestan, reconocen el papel de la gobernación, las alcaldías, los comités de cafeteros y las Cámaras de Comercio: las visitas técnicas brindadas, capacitaciones, programas de abonos, secadero de café y manejo técnicos de la finca.

No obstante, se reconoce que aún se requiere de un mayor apoyo por parte de las entidades públicas, ya que la mayoría de los logros de las asociaciones han sido de gestión interna. No existe una influencia significativa en el desarrollo de estrategias y

logros de comercialización del producto. Aún no se detectan proyectos o programas enfocados en la internacionalización del café sin embargo existen programas que reconocen la importancia del café especial para la economía (tale como alianzas productivas, Risaralda diversidad de perfiles, Programa de Cafés especiales FNC).

En la actualidad el proyecto de implementación de la estrategia variedad de perfiles sector cafetero, Risaralda, Colombia (2016). Cuyo objetivo es, lograr el fortalecimiento de las capacidades humanas y de infraestructura, competitiva para que los productores elaboren café con diferentes características y altas calidades tanto en su producto como en sub productos, resultados que se pueden lograr con un producto resiliente a la variabilidad y cambio climático a través de una mayor inversión en la sostenibilidad ambiental. (Gobernación de Risaralda, 2016, p. 6) Proyecto que nace del subprograma No. 23.2: Cadena de cafés especiales: Diversidad de perfiles, del Plan de desarrollo departamental 2016-2018.

Se evidencia que los programas y proyectos son enfocados en las técnicas de siembra, renovación y transformación, asistencias técnicas entre otras, pero no sobre temas de mercados ni comercialización, una de las necesidades que mayormente se evidencia y solicitan las asociaciones, poniendo en evidencia que se carece de proyectos que promuevan la expansión de mercados.

12. Percepción de las Asociaciones

Para la Asociación Entreverdes, siempre la prioridad ha sido el mercado internacional, está en constantes negociaciones y con proyecciones de mercado nuevos. Algunos negocios mencionados fueron: Estados Unidos en el 2017, con café S&D; Irlanda con

en el 2018 con café FLO. Inglaterra uno de los mercados nuevos que tienen como objetivo. Por volumen transado el orden es: Irlanda, Inglaterra y Estados Unidos.

La misma asociación, ha valorado los apoyos brindados por el Estado, tales como la alianza productiva, capacitaciones de comercio exterior por la Cámara de Comercio. Sin embargo, no existe en la región algún programa que permita la sostenibilidad de la asociación. Por lo tanto, aunque consideran importante el papel del Estado en el crecimiento de la asociación, la mayoría de los logros internacionales han sido gracias a la gestión interna. Por eso, cuando se pregunta que deben de mejorar las entidades, sugiere que el gobierno apoye más en formación sobre fermentación controlada, también que el Comité de cafeteros comparta más aquellas bases de datos de compradores a los pequeños productores y por último que los caficultores siempre tengan consistencia en la taza y sean disciplinados en su proceso de formación para que así se fortalezca cada vez más la asociación.

Para el caso de Asocafé Manantial, se resalta mucho la falta de la licencia de exportación, por lo tanto, la asociación no ha logrado llegar a mercados internacionales. No obstante, aclaran que la licencia es una de las metas principales de la asociación. Por esa misma razón, han vendido su café a otras asociaciones que si han exportado cuando han necesitado cumplir contratos con cantidades muy altas. Aclaran que los mercados que les llama la atención son: Japón, Arabia Saudita, la Unión Europea y Estados Unidos. En cuanto al apoyo del gobierno, consideran que el gobierno ha sido su mejor aliado, quienes han ayudado de gran manera al equipamiento del laboratorio. Esta asociación también fue beneficiada por el programa de alianza productiva en el 2013, Innova Café como también Innpulsa Colombia, programas de innovación y

emprendimiento para el desarrollo empresarial, con el propósito de mejorar la competitividad del país. Pero no han sido parte de programas enfocados a la internacionalización, lo cual sugieren que debería crear y fomentar más el Estado.

Por último, consideran que, por parte del Estado, se debería estabilizar los precios del café y reducir los impuestos. Por parte del Comité de Cafeteros, facilitar el proceso para acceder a la licencia exportadora y brindar más información sobre las políticas comerciales (normatividad).

Dentro de los hallazgos en importante incluir que durante el proceso de trabajo de campo y el contacto con los directivos y los caficultores, se logró identificar entre los caficultores que la mayoría, saben que han recibido algún beneficio estatal gracias a los programas creados, más no conocen los nombres de los programas específicos ni su objetivo. De igual manera, reconocen que no son orientados para buscar nuevos mercados, ya que son muy pocos programas los que apoyan y fomenten la internacionalización del café especial.

13. Conclusiones

Para finalizar la investigación, en primera instancia se logró evidenciar que el café especial no ha tenido el auge esperado por los cafeteros. Por lo tanto, es importante iniciar respondiendo a esta necesidad, promoviendo el consumo de café especial en el mercado interno, para así darle un valor no solo económico sino emocional al café y de esa manera las entidades ver el café especial no como una amenaza para el sector de café cereza o convencional sino una puerta paralela que sea una ventaja competitiva

en el mercado, que genere mayores ingresos a los productores y en consecuencia a la economía colombiana.

Continuando con el análisis final de la investigación, se halla que no existe una influencia directa en los procesos de internacionalización de las asociaciones, ya que lo poco que se ha logrado exportar ha sido por logros propios de las asociaciones. Dado que no hay un apoyo local ni jurídico que se especifique en la orientación para el aprovechamiento de mercados en el sector cafetero. Siendo una de las razones principales por las cuales muchos no han logrado expandir su nicho consumidor.

En consecuencia, a lo anterior, se detecta la importancia de crear un programa enfocado en la promoción del café especial en los mercados extranjeros, para esto es importante iniciar con un programa con todos los eslabones de la economía, que garantice al cafetero un precio justo que dignifique la labor campesina. Donde se cree un círculo virtuoso del café, para que el acompañamiento gubernamental sea desde la productividad hasta la comercialización, incluyendo los procesos de transformación.

Las entidades tales como la gobernación, la federación de la mano del comité y la cámara de comercio, deben de apoyar e impulsar el sector de café especial desde lo local, para así lograr una apreciación donde se tenga una ventaja competitiva holística, la cual logre posicionar a Risaralda a nivel mundial como un departamento competitivo oferente de un café especial, de calidad e inocuo. La internacionalización en la actualidad es casi un deber ser del productor y empresario, por lo tanto, las entidades deben de priorizar aquellos factores que hoy por hoy generan más rentabilidad que las estrategias tradicionales, para así tener mayores ingresos ya que desafortunadamente

el precio del café corriente o en grano no genera los ingresos esperados para el caficultor actual.

14. Imágenes durante el proceso de investigación









15. Referencias

1. Araya Leandro, A. (2009). El proceso de internacionalización de empresas. *TEC Empresarial, volumen (3), Edición 3. 18-25.*
2. Archinelli, M.L. y Watson, K. (2008). Context and contingency: the coffee crisis for conventional small-scale coffee farmers in Brazil. *The Geographical Journal. Volumen (174 no. 3). 223-234.*
3. Arteaga Ortiz, J. (2017). Técnicas, herramientas y estrategias necesarias para afrontar con éxito el proceso de internacionalización. *Manual de internacionalización: ICEX-CECO: España, Exportación e Inversiones.*
4. ASOEXPORT, (2000). Dinámica del consumo de café en el mundo, retos y oportunidades. Santafé de Bogotá, Colombia.
5. Berdegú, J.A. y Schejtman, A. (2004). Desarrollo territorial rural. *RIMISP: Centro Latinoamericano para el Desarrollo Rural. Debates y temas rurales vol. 1. 1-54.* Recuperado de: http://www.rimisp.org/wp-content/files_mf/1363093392schejtman_y_berdegue2004_desarrollo_territorial_rural_5_rimisp_CARdumen.pdf
6. Cano Sanz, C.G., Vallejo Mejía, C., Caicedo García, E., Amador Torres, J.S., Tique Calderón, E.Y. (2012). El mercado mundial del café y su impacto en Colombia. *Borradores de Colombia, No. 710. 1-56.*
7. Cardona Sánchez, J.F. (2010). *Cafés especiales: situación actual y aplicación del programa de calidad de café NEPRESSO AAA, en el municipio de Jardín Antioquia.* Tesis de especialización. Corporación Universitaria Lasallista. Caldas-Antioquia.
8. Castaño, S.H., (2018). Asociación de productores de Dosquebradas Café manantial Dosquebradas (ASOCAFÉ MANANTIAL). Doc.: AMD-207. Dosquebradas, Colombia.
9. Comité Departamental de Cafeteros de Risaralda. (2009) Informe Comités Departamentales. Recuperado de: <https://www.federaciondecafeteros.org/static/files/Risaralda09.pdf>

10. Contreras Campos, E. (S.F.). La ventaja competitiva de Michael Porter. *Centro de innovación y creatividad empresarial*. Universidad de Ricardo Palma. Perú. Recuperado de: <http://v-beta.urp.edu.pe/pdf/id/6330/n/>
11. Cruz Soto, L. (2002). Neoliberalismo y globalización económica, algunos elementos de análisis para precisar conceptos. *Revista de contaduría y Administración*. No. 205, abril-junio. Recuperado de: <http://www.ejournal.unam.mx/rca/205/RCA20502.pdf>
12. Devoto Ratto, R. (S.F). Ventaja competitiva y cadena de valor. Pontificia universidad Católica de Valparaiso. Chile. Recuperado de: <http://www.ingcomercial.ucv.cl/sitio/assets/publicaciones/Apuntes-Docentes/ApunteDocenteVentajaCompetitivayCadenadeValorRD.pdf>
13. Diez, J.I. (S.F). Transformaciones en la gestión municipal: el caso latinoamericano. *Ciencia para el desarrollo GRUPO economía y región*. Recuperado de: <http://www.economiayregion.com.ar/pdf/documento%20de%20trabajo-JDIEZ.pdf>
14. Espinal G, Carlos Federico., Martínez Covalada, Héctor J., Acevedo Gaitán, Ximena. (2005). La Cadena del café en Colombia: Una mirada global de su estructura y dinámica 1991-2005. *Recuperado de: Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, Observatorio Agrocadenas Colombia*. Bogotá, Colombia.
15. Federación Nacional de Cafeteros de Colombia. (S.F). *Federación Nacional de Cafeteros de Colombia*. Recuperado de: https://www.federaciondecafeteros.org/clientes/es/nuestro_cafe/cafes_especiales/que_son/
16. Federación Nacional de Cafeteros de Colombia. (2017). *Informe Gerente General 2017*. Manizales. Recuperado de: https://www.federaciondecafeteros.org/static/files/Periodico_CNC2017.pdf
17. García Cáceres, R.G. y Olaya Escobar, E.S. (2006). Caracterización de las cadenas de valor y abastecimiento del sector agroindustrial del café. p.p 197-217. Bogotá, Colombia. *Proyecto de investigación de cadenas agroindustriales en Colombia*.

18. García, A. (1981). *Desarrollo agrario y la América Latina*. D.F, México. Fondo de cultura económica.
19. Gaviria Ríos, M.A. (2009). Desarrollo económico regional. Ángel, D. (Universidad Autónoma de Manizales). *Maestría desarrollo regional y planificación del territorio*. 107-126. Manizales, Colombia. Universidad Autónoma de Manizales.
20. Gaviria Ríos, M.A. (2013). *Opciones de desarrollo local: El caso de un municipio risaraldense*. Revista Páginas, volumen (94), 157-173.
21. Gaviria, A. (S.F). El desarrollo económico del país: sus límites y posibilidades. Capítulo 1.
22. Gobernación de Risaralda (2016) Implementación de la estrategia cafés especiales: diversidad de perfiles. Secretaria de Planeación. Pereira, Risaralda. p.p 1-25.
23. Hernández, R.; Fernández, C. y Baptista, M. (2014) Metodología de la Investigación, sexta edición. México: McGraw-Hill / Interamericana Editores.
24. Liendo, M.G. y Martínez, A.M. (2001). Asociatividad. Una alternativa para el desarrollo y crecimiento de las PYMES. *Instituto de investigaciones económicas, escuela de Economía*. 311-319. Recuperado de: https://www.fcecon.unr.edu.ar/web/sites/default/files/u16/Decimocuartas/Liendo,%20Martinez_asociatividad.pdf
25. Machado Cartagena, A. (1997). *Agroindustria y desarrollo rural*. Santafé de Bogotá, Colombia: Academia Colombiana de ciencia Económicas.
26. Méndez Contreras, M.C., (2017) Sistematización de la información del modelo asociativo de los productores de cafés especiales de Pereira, Entreverdes. Universidad Católica de Pereira. Informe Prácticas Académicas. Pereira, Colombia.
27. Montenegro Agreda, E. y Murillo Pineda, R. (2001). Tercer seminario, seminario de investigación I. *Elementos para una re conceptualización del desarrollo. Cuadernos de clase No. 01-04*. 93-143. Manizales, Colombia. Universidad Autónoma de Manizales.

28. Montoya Ramírez, W.M. y Montoya Ferrer, J. (2015). Factores determinantes para la creación y adición de valor al café en el municipio de Dosquebradas (Risaralda, Colombia). *En: Gestión y Región N° 19*. (Enero - Junio 2015); 55-71.
29. Nahuamel, E. Jacinto (2013). *“Competitividad de la cadena productiva de café orgánico en la provincia de la Convención, región Cusco”*. Tesis de Maestría. Universidad Nacional Agraria la Molina. Perú.
30. Neilson, J. (2007). Institutions, the Governance of quality and on-farm value retention for Indonesian specialty coffee. *School of Geosciences*. 188-204. doi: 10.1111/j.1467-9493.2007.00290.x
31. Puello-Socarrás, J.F. et al. (2015) Neoliberalismo en América Latina: Crisis, tendencias y alternativas. Biblioteca virtual CLACSO. Recuperado de: <http://biblioteca.clacso.edu.ar/clacso/gt/20151203044203/Neoliberalismo.pdf>
32. Reynolds, J.T., Murray, Douglas. Taylor, P.L. (2004). Fair Trade Coffee: Building producer capacity via global networks. *Journal of International Development*. Volumen (16). 1-13. doi:10.1002/jid.1136
33. Rhinehart, R. (2009). ¿Qué es un café especial? *Asociación Americana de Cafés Especiales (Specialty Coffee Association of America)*. Recuperado de: <https://www.utp.edu.co/cms-utp/data/bin/UTP/web/uploads/media/comunicaciones/documentos/Articulo-QUE-ES-UN-CAFE-ESPECIAL.pdf>
34. Rojas Martínez, F. (2013) Formas de asociatividad que prevalecen en la dinamización de las cadenas productivas agrícolas en Colombia. Tesis de grado: Profesional. Universidad de Lasalle. Bogotá.
35. Sarmiento, S. (2014). Estrategias de internacionalización y globales para países en desarrollo y emergentes. *Revista dimensión empresarial, volumen. (12), número 1. P 111-138*.
36. Tamayo, M (1999a). La Investigación. Serie Aprender a Investigar. Santa Fe de Bogotá: ICFES
37. Toro Jaramillo, I.D. y Parra Ramírez, R.D. (2006). Método y Conocimiento. Metodología de la investigación. Medellín: Fondo editorial Universidad EAFIT.

38. Torres de la Maza, D. Vega Villablanca, D. (2007). Ventajas competitivas en empresas multilatinas de origen chileno. Tesis de grado: Facultad de economía y negocios: Universidad de Chile. Recuperado de: http://www.tesis.uchile.cl/tesis/uchile/2007/torres_d/sources/torres_d.pdf
39. Vázquez Barquero, A. (2005). *Las nuevas fuerzas del desarrollo*. Barcelona. España. Antoni Bosch.
40. Vázquez Barquero, A. (2007). Desarrollo endógeno. Teorías y políticas de desarrollo territorial. *Revista de investigaciones regionales, volumen (11)*. 183-210. Madrid, España.