

Incidencia del Sello de Alimento Ecológico en las Empresas Agroexportadoras de Café: Caso
Federación Nacional de Cafeteros

Diana Paola Díaz Corredor

Universitaria Agustiniana
Facultad de Ciencias Administrativas y Financieras
Programa de Negocios Internacionales
Bogotá D.C.
2018

Incidencia del Sello de Alimento Ecológico en las Empresas Agroexportadoras de Café: Caso
Federación Nacional de Cafeteros

Diana Paola Díaz Corredor

Director

Cristian Samir Ulloa

Trabajo de grado para optar al título de Profesional en negocios internacionales

Universitaria Agustiniana

Facultad de Ciencias Administrativas y Financieras

Programa de Negocios Internacionales

Bogotá D.C.

2018

NOTA ACEPTACION JURADO

Nota presidente jurado

Nota jurado No 1.

Nota jurado No 1.

Dedicatoria

En primer lugar, a Dios por ser la guía y apoyo en cada uno de los pasos que doy en mi vida, como a mi familia que de la misma manera me apoyan y confían en mis decisiones. Adicional a cada una de las personas que me apoyaron y acompañaron en el transcurso de mi carrera profesional.

Por cada uno de las personas anterior mente mencionada, puedo decir que cada día de esfuerzo, dedicación y sacrificio fueron la mejor decisión que pude tomar ya que valió la pena cada momento.

Agradecimientos

En primer lugar, como siempre a Dios, por acompañarme en cada paso que doy por ser el instrumento para lograr cada una de mis metas.

En segundo lugar, a mi familia y pareja que con su apoyo y sacrificio me han ayudaron a culminar esta etapa tan importante para mí vida.

En tercer lugar, sin ser el menos importante agradezco a mi tutor de trabajo, que tras estos últimos semestres con su conocimiento y experiencia guiaron la investigación y me aportaron un gran conocimiento para mi desempeño profesional.

Así mismo agradezco a cada uno de los profesores por otorgarme de alguna u otra manera sus conocimientos y experiencias y así poder obtener el título como profesional en Negocios Internacionales como casa una de las personas que hicieron parte de este logro.

Resumen

La presente investigación busca identificar la incidencia comercial que pueden llegar a obtener las empresas agroexportadoras de café orgánico con la obtención del Sello de Alimento Ecológico emitido por el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural.

En esta investigación se pueden identificar los requisitos y o requerimientos que deben cumplir las empresas que deciden certificarse con la resolución 187 del 2006 esta fue modificada por la resolución 199 del 2016 la cual, es el reglamento para la producción primaria, procesamiento, empaque, etiquetado, almacenamiento, certificación, importación y comercialización de productos agropecuarios ecológicos y la Resolución 148 del 2004 por a que se da la creación del Sello de Alimento Ecológico el cual garantiza la calidad de los productos con esta diferenciación.

Así mismo con un análisis de las tendencias y variaciones de las cantidades y valor FOB en dólares de las exportaciones realizadas en un rango de nueve años desde el 2009 al 2017 por cinco de las principales empresas del sector, analizando entre si las empresas con certificación del sello de alimento Ecológico y empresas sin esta certificación.

La investigación finaliza con el análisis económico e institucional que inciden en los procesos de producción exportación y comercialización de los cafés con certificación de producto orgánico de la Federación Nacional de Cafeteros concluyendo con algunas recomendaciones realizadas por el Coordinador de Comercio sostenible de la Federación Nacional de Cafeteros el cual es responsable del mantenimiento de todos los programas de café sostenibles incluyendo el programa de café orgánico que tiene la federación en todo el país, esta coordinación depende directamente de la gerencia comercial de FNC.

Palabras Claves: agroexportadoras, café orgánico, agropecuarios, ecológicos, tendencias, variaciones, exportaciones, sostenible.

Abstract

The present investigation seeks to identify the commercial effect that the companies can manage to obtain agro exporting of organic coffee with the obtaining of the Stamp of Ecological Food issued by the Department of Agriculture and Rural Development.

In this investigation the requirements can be identified and or requirements that must fulfill the companies that decide to be certified by the resolution 187 of 2006 this one was modified by the resolution 199 of 2016 which, it is the regulation for the primary production, processing, packed, labelling, storage, certification, import and commercialization of agricultural ecological products and the Resolution 148 of 2004 for to which there is given the creation of the Stamp of ecological Food which guarantees the quality of the products with this differentiation.

Likewise with an analysis of the trends and variations of the quantities and value FOB in dollars of the exports realized in a range of nine years from 2009 to 2017 for five of the principal companies of the sector, analyzing between if the companies with certification of the stamp of ecological food and companies without this certification.

The investigation finishes with the economic and institutional analysis that export and commercialization of the coffees affect in the processes of production with certification of organic product of the Coffee growers' National Federation concluding with some recommendations realized by the Coordinator of sustainable Trade of the Coffee growers' National Federation which is responsible for the maintenance of all the sustainable programs of coffee including the program of organic coffee that has the federation in the whole country, this coordination depends directly on FNC's commercial management.

Key words: agroexportadoras, organic coffee, agricultural, ecological, trends, variations, exports, sustainable.

Tabla de Contenidos

Introducción	12
Justificación	14
1. Planteamiento del Problema	16
1.1 Descripción del Problema.....	16
1.2 Pregunta Problema	18
2 Objetivos	19
2.1 Objetivo General.....	19
2.2 Objetivos Específicos.....	19
3. Marco de Referencia	20
3.1. Marco Conceptual.....	20
3.1.1 Comercio Justo.....	20
3.1.2 Antecedentes del Comercio Justo.....	21
3.1.3 Impactos Positivos	23
4. Metodología Aplicada.....	25
4.1 Tipo de Investigación.....	25
4.2 Enfoque de la Investigación.....	26
4.3 Alcance de la Investigación	27
4.4 Descripción de la Investigación	27
5. Requisitos para la Obtención de la Autorización de Uso del Sello de Alimento Ecológico	29
5.1 Reglamento para la Producción Orgánica.....	29
5.1.1 Mantenimiento Del Suelo.....	30
5.1.2 Manejo Fitosanitario.....	31
5.1.3 Semillas.....	32
5.1.4 Manejo del Agua.....	33
5.1.5 Manejo de Cosecha y Post cosecha.....	34
5.1.6 Requisitos Mínimos de Control.....	34
5.2 Sello de Alimento Ecológico	35
6. Análisis de Empresas Exportadoras de Café	37
6.1 Federación Nacional de Cafeteros	37
6.1.1 Acerca de la FNC.....	37
6.1.2 Análisis del comportamiento de las exportaciones de FNC.....	41
6.2 Expocafé	44
6.2.1 Acerca de la Expocafé	44
6.2.2 Análisis del comportamiento de las exportaciones de Expocafé.....	45
6.3 C.I. Racafé & CIA S.C.A.....	47
6.3.1 Acerca de Racafé & CIA S.C.A.....	47
6.3.2 Análisis del comportamiento de las exportaciones de Racafé & CIA	48
6.4 Carcafé Ltda C.I.....	51

6.4.1 Acerca de Carcafé Ltda C.I.....	51
6.4.2 Análisis del comportamiento de las exportaciones de Carcafé Ltda C.I.	51
6.5 Compañía Cafetera La Meseta S.A.....	54
6.5.1 Acerca de Compañía Cafetera La Meseta S.A.....	54
6.5.2 Análisis del comportamiento de las exportaciones de Compañía Cafetera La Meseta S.A.	55
6.6 Comparativo Empresas Certificadas Versus Empresas No Certificadas	58
7. Factores que Inciden en las Exportaciones de la Federación Nacional de Cafeteros con Referencia al café Orgánico.....	60
7.1 Factor Económico	60
7.2 Factores Institucionales.....	61
7.2.1 Proceso de la FNC para la obtención del Sello de Alimento Ecológico.....	61
7.2.2 Garantías de la FNC para una producción orgánica.	62
7.2.3 Entidad que regula a la Federación Nacional de Cafeteros para la obtención del Sello de Alimento Ecológico	63
7.2.4 Participación de la FNC con relación al volumen de exportaciones de los últimos años.	63
7.2.5 Visión de la Federación frente a la obtención del Sello de Alimento Ecológico en los diferentes agentes.....	64
7.2.6 Comercio justo en la Federación Nacional de Cafeteros.	65
Conclusiones	66
Lista de Referencias	70
Lista de Gráficos.....	72

Introducción

El crecimiento y aumento de la demanda de los productos orgánicos en los últimos años ha generado un crecimiento en la producción de estos artículos con el objeto de suplir con la demanda que se está generando.

En vista de ese movimiento se busca identificar cual es la incidencia comercial en las empresas colombianas que exportan café y dicho producto se encuentre certificado con el Sello de Alimento Ecológico Colombiano pudiendo reflejar ya sea incrementos en sus exportaciones con la obtención de este sello o alguna otra variable que genere efectos coyunturales en las empresas certificadas.

Iniciando con el reconocimiento de los requisitos que se deben cumplir para la certificación y obtención del sello seguido por el análisis de las exportaciones de cinco de las principales empresas del sector Cafetero e identificando algunos de los factores económicos e institucionales que se presentan el proceso de producción y exportación de cafés especiales y orgánicos de la Federación Nacional de Cafeteros.

La investigación desarrollada es una investigación tipo científica con un enfoque mixto y un alcance descriptivo en donde se obtiene información del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural Colombiano, datos de los niveles de exportaciones registrados en Legiscomex , información de las páginas web de cada una de las empresas a estudiar, información del histórico de la tasa de cambio del Banco de la República así como información del precio internacional de café extraído de la federación nacional de cafeteros y una entrevista realizada al coordinados de Comercio sostenible de la FNC.

Desacuerdo con la investigación realizada se puede concluir que la decisión de la obtención del sello de Alimento Ecológico es voluntaria y permite certificar que el producto se puede comercializar en Colombia con la garantía de ser un producto orgánico, con la facilidad de poder

cumplir con mayor facilidad y en menor tiempo con los requisitos que se exigen en otros países donde se quiera exportar, teniendo en cuenta que el sello colombiano no es una garantía total para poder exportar a otros países dado que se debe cumplir con los reglamentos de cada uno de los países elegidos para comercializar el producto como alimento orgánico o ecológico.

Justificación

Los expertos en nutrición de la UOC opinan que el fenómeno del consumo de alimentos orgánicos responde a la demanda creciente de este tipo de productos.

Medina (2017) afirma de esta manera que, a muchos de los consumidores, la imposibilidad de controlar los procesos de producción industrial de los alimentos les provoca inseguridad y desconfianza. Teniendo en cuenta que los productos ecológicos cubren parte de la inquietud anterior porque aseguran una producción y unos procesos más limpios que tranquilizan a los consumidores sobre el origen de los alimentos.

En los últimos años se ha identificado un crecimiento en el mercado de productos ecológicos (alimentos ecológicos), de acuerdo a un estudio realizado por el Ministerio de Agricultura y Pesca, Alimentación y Medio Ambiente de España, refiriéndose al año 2015, en donde muestra que dicho mercado mueve 1.500 millones de euros en España afirmando que el consumo ha aumentado un 24,5% en tan solo un año.

Debido a este crecimiento las grandes superficies o supermercados han empezado a introducir estos productos en sus estantes, de manera que ya no son solo las tiendas especializadas las únicas que ofrecen este tipo de productos.

Sin embargo, tomando como ejemplo en España para el año 2011 los alimentos ecológicos tenían una presencia muy reducida en los estantes de los supermercados y solamente representaban un 0,21% de sus ventas en volumen y un 0,36% en valor, de acuerdo a los estudios realizados (Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino, 2011).

Es por eso que es necesario identificar en Colombia cual es la incidencia comercial que tiene una empresa agroexportadora de café al poder marcar sus productos con el Sello de Alimento Ecológico y así potencializar y o afectar este sector es sector al que pertenece.

Teniendo en cuenta que el café ha sido uno de los productos de exportación más importantes del país con grandes niveles de producción llegando a comprometer a 590 municipios y los departamentos andinos del país con un área disponible cerca de 3,6 millones de hectáreas para el cultivo del café cultivándose en la actualidad alrededor de 970 mil hectáreas (Pérez, 2003). La producción del Café está a cargo de familias campesinas y comunidades indígenas propietarias de los predios cafeteros, como de miles de recolectores de café, que conforman un gran porcentaje de empleabilidad en el país.

1. Planteamiento del Problema

1.1 Descripción del Problema

La agricultura orgánica es un sistema de producción que, mediante el manejo adecuado de los recursos naturales, sin la utilización de productos de síntesis química, genera alimentos sanos y abundantes para el ser humano y para el mismo suelo, debido a que mantiene o incrementa la fertilidad de la tierra y la diversidad biológica (Federación Internacional de Movimientos de Agricultura Orgánica-IFOAM). Actualmente este es uno de los campos más desarrollados en el mundo con el fin de transformar las condiciones de producción en donde básicamente se podría trabajar en volverse ambientalmente sostenible, considerando que la producción de estos frutos no contiene químicos.

Unos de los mecanismos para garantizar la calidad de la producción de alimentos orgánicos son los sellos verdes o eco etiquetas los cuales son una de las figuras más exitosas alrededor del planeta como estrategia voluntaria de fomento a prácticas productivas más amigables frente al ambiente. Estos permiten poder generar un comparativo entre productos o servicios similares en el mercado, con el propósito de informar a los consumidores sobre aquellos que tengan una menor incidencia en el medio ambiente o sean nocivos, ayudándole a elegir el producto adecuado para su alimentación y salud, generando confianza en los consumidores, garantizándole un producto saludable y hecho con procedimientos sostenibles. Lo cual genera diferenciación y posiciona a la agricultura ecológica en el país de producción y a nivel mundial generando la posibilidad de un mayor comercio.

La obtención de estos sellos ambientales tienen varios requisitos establecidos en diversas normas de protección ambiental de acuerdo al país en donde se cultiven y cosechen estos productos, para las empresas que siembran dichos alimentos el llegar a obtener estos sellos ecológicos que son de cumplimiento voluntario pueden otorgar a la empresa incentivos y

ventajas en el mercado, incluso pueden dar soporte al establecimiento de estándares ecológicos para la producción y comercialización de dichos alimentos.

El Sello de Alimento Ecológico es un signo de distinción de productos el cual puede garantizar que durante todo su ciclo de producción y vida para su obtención exige un uso de buenas prácticas para la cosecha de los alimentos permitiendo la preservación y conservación del medio natural y de esta manera se atacan dos problemáticas ambientales y la relación a la nutrición saludable del ser humano.

Una de las grandes tendencias de consumo actual es la alimentación saludable por lo que los médicos recomiendan una dieta balanceada y consumir alimentos orgánicos, o de huertas ecológicas incluso ir a cocinas y restaurantes vegetarianos, o restaurantes de comida orgánica y tiendas de comercio justo (Haydeki, 2018). Comercialmente el Sello de Alimento Ecológico al ser una señal que garantiza a los consumidores el origen orgánico de los alimentos que adquirirán conlleva a aumentar la compra de los productos marcados con el sello al generar confiabilidad en los procesos de cosecha e ingredientes utilizados para su producción.

En los últimos años los centros médicos reciben día a día más personas con patologías nutricionales y es por ello que se ha generado una especie de concientización en la población para que se pueda tener especial atención en cuanto a la alimentación ingerida, haciéndolo mediante la información nutricional impresa en los productos, especialmente con los pacientes con alergias o intolerancias alimentarias (Tamayo, 2016).

Por lo anterior se puede identificar que el aumento de la demanda de estos productos tiene relación con una parte de las personas que se interesan por llevar una buena alimentación para evitar todo ese tipo de alteraciones alimenticias ocasionándoles posibles enfermedades digestivas y así contrarrestar la problemática de salubridad mejorando su nutrición.

De esta manera el análisis a realizar de las empresas colombianas que obtienen el Sello de Alimento Ecológico corresponde a la incidencia que puede generar la obtención de este sello en

dichas empresas y el aumento tanto en la producción como en la demanda de los productos orgánicos.

1.2 Pregunta Problema

¿Cuál es la Incidencia comercial de las empresas agroexportadoras de café colombianas al obtener el Sello de Alimento Ecológico, se puede identificar ventajas al obtenerla o genera distinción en el mercado internacional?

2 Objetivos

2.1 Objetivo General

Analizar la incidencia comercial de la obtención del Sello de Alimento Ecológico de las empresas agroexportadoras de café en Colombia entre los años dos mil nueve al dos mil diecisiete.

2.2 Objetivos Específicos

Dar a conocer los requisitos que debe cumplir una empresa agrícola exportadora para poder obtener la certificación del Sello de Alimento Ecológico.

Identificar la incidencia de la obtención del Sello de Alimento Ecológico en las exportaciones de las principales empresas que producen y/o comercializan café en el país entre los años 2009 al 2017.

Describir los factores económicos e institucionales que inciden en los procesos de exportación de la Federación Nacional de Cafeteros.

3. Marco de Referencia

3.1. Marco Conceptual

3.1.1 Comercio Justo.

El comercio justo es una herramienta de cooperación basada en el dialogo, la transparencia y el respeto, que busca una mayor equidad en el comercio internacional.

Contribuye al desarrollo sostenible ofreciendo mejores condiciones comerciales y asegurando los derechos de los pequeños productores y trabajadores marginados, especialmente los del Sur Las organizaciones de comercio justo apoyadas por los consumidores, están activamente comprometidas en apoyar a los productores, sensibilizar y desarrollar campañas para conseguir cambios en las reglas y prácticas del comercio internacional convencional. (Palma, 2012).

Es por esto que algunos de los objetivos estratégicos del comercio justo son trabajar indudablemente con los productores y trabajadores marginados con el fin de ayudarlos a pasar de una situación de vulnerabilidad a una de seguridad y autosuficiencia económica, otorgar más peso a los productores y trabajadores como partes interesadas en sus organizaciones, desempeñar activamente un papel más importante en el ámbito mundial para lograr una mayor equidad en el comercio mundial y así caracterizar un sistema de comercio alternativo. “El comercio justo defiende la idea que la pobreza de los países subdesarrollados, o en vía de desarrollo, no se explican tanto por un retraso del desarrollo, sino que resulta de términos comerciales desfavorables para los productores del Sur fijados por las contrapartes comerciales del Norte” (Palma, 2012).

Este se basa principalmente en dos sistemas de comercialización que se han institucionalizado progresivamente en el curso de los últimos años y propone un mercado alternativo regulado de acuerdo con principios de democracia, transparencia y participación, diferentes de los del

comercio convencional. Los dos sistemas son: (1) una cadena de sello o etiqueta, que funciona esencialmente exhibiendo un sello o etiqueta de comercio justo en sus productos, (2) poder implementar una cadena integrada de abastecimiento de productos de comercio justo. Una y otra están basadas en las organizaciones no gubernamental que organizan los circuitos comerciales, como lo son las características justas de los productos (Palma, 2012). La cadena certificada que obtiene el logo para usarlo en sus productos, puede representar la garantía que éstos son del comercio justo, y eso basta para identificarlos en los estantes de los supermercados, entre la gran gama de otros productos ofrecidos por las empresas multinacionales de distribución de alimentos.

Por otro lado, la cadena integrada representa un sistema de distribución especializado y relativamente estrecho, centrada en el compromiso primordial que los diversos actores a lo largo del proceso de producción y distribución trabajan de acuerdo con los principios del comercio justo (Palma, 2012). Es importante aclarar en este caso que no es el producto el que ha sido certificado, sino las buenas prácticas de los diferentes actores dentro de la cadena o circuito de producción.

3.1.2 Antecedentes del Comercio Justo.

Ahondando un poco más en los inicios del comercio justo se puede identificar que este se basa en primer lugar en una tradición secuencial que es la cooperación.

Algunos de los principios como lo es el precio justo, la organización democrática del trabajo, la supresión de los intermediarios entre productores y consumidores para incentivar el desarrollo, se implementaron tras la formación de las cooperaciones internacional y las reivindicaciones políticas que los países del Sur que comenzaron a hacer valer en la década de 1960. De hecho, en la década de 1950 miles de cooperantes y misioneros organizaron ventas de artesanías de diversos orígenes a la salida de las iglesias para recaudar fondos que permitiesen brindar ayuda a los refugiados y desplazados de la guerra, víctimas de desastres naturales, o poblaciones particularmente desfavorecidas. A fines de la década de 1950 los

productos artesanales comienzan a ser fabricados por las comunidades que se benefician de proyectos financiados con lo captado, de esa manera a partir de los sesenta emerge un movimiento con carácter político, cuyo objetivo es identificar mercados específicos en el Norte para los productos provenientes de países "en vías de desarrollo Este comercio se transformó poco a poco en un comercio promovido y practicado por integrantes tercermundistas en países del Norte, opuestos al capitalismo y al imperialismo económico (Palma, 2012).

Progresivamente, este comercio fue tomando forma por medio de la apertura de boutiques especializadas en Europa y América del Norte, donde entre las pioneras se encuentran las Magasins du Monde de Oxfam y otras ONG. Cada boutique era un verdadero espacio de sensibilización y de educación sobre las relaciones Norte-Sur (Palma, 2012). La posibilidad de crear un comercio para el desarrollo surge durante la década de los setenta, cuando el comercio es concebido realmente como una herramienta de desarrollo, cuestionando la estructura del comercio internacional y el deterioro de los términos del intercambio, ambos presentados como responsables de los problemas de desarrollo de los países del Sur.

Desde los setenta hasta finales de los ochenta las tres corrientes, caridad, solidaridad y desarrollo se abren gradualmente al dialogo para fusionarse en un comercio alternativo ofreciendo productos artesanales de países del Sur en las boutiques especializadas. La mayoría de los consumidores de estas boutiques tenían un nivel de conciencia social y política con estos productos, debido a que no les importaba pagar por buena o escasa calidad, ya que se trataba más de una forma de donación una transacción económica convencional (Palma, 2012).

Tres cambios marcan la transición de este comercio de caridad hacia el comercio justo como lo conocemos hoy. Por un lado, las boutiques especializadas se modernizan en respuesta a la llegada de nuevos actores comerciales, como las cadenas de tiendas de productos artesanales de decoración provenientes de países exóticos, como pioneros en importación, y para mantener el interés de los consumidores cuyo poder adquisitivo se reduce y con ello su consumo de solidaridad (Palma, 2012). Estas tiendas ofrecen constantemente productos alimenticios con el

fin de no limitarse a un mercado artesanal cada vez más inestable, pero la llegada de la certificación y el logo Max Havelaar abren nuevas puertas al comercio justo en el comercio mayorista, y se marca así una nueva era del comercio alternativo que defiende el comercio justo.

La cadena de las etiquetas abrió una nueva era para un movimiento que definitivamente dejaba de ser marginal para dirigirse al consumidor estándar en su lugar de compra tradicional, grandes supermercados y cadenas de tiendas, donde actualmente se pueden encontrar los productos de comercio justo por medio de un logo.

Así, el comercio justo se manifiesta desde hace algunos años por medio de dos cadenas de comercialización establecidas por instituciones independientes.

Por un lado, la cadena integrada, representada hoy por la World Fair Trade Organization - WFTO, tiene la misión de tejer una red mundial y promover a las organizaciones de comercio justo. Fundada en 1989 bajo el nombre de International Federation of Alternative Trade - IFAT la WFTO es actualmente la más extensa red de organizaciones de comercio justo y contaba a finales de 2010 con 472 organizaciones e individuos miembros en setenta y cuatro países alrededor del mundo, mayoritariamente del Sur, aunque también del Norte. Al igual que la creación de la marca Max Have. Y de la federación de diferentes iniciativas de etiquetado bajo el amparo de WFTO por el lado de la cadena de la etiqueta, la creación de la IFAT fue el primer paso en el proceso de formalización de la cadena integrada y en el proceso de reconocimiento internacional de organizaciones de comercio justo. (Palma, 2012).

3.1.3 Impactos Positivos

La certificación orgánica y el sello de comercio justo están vinculados, por un lado, el comercio justo dentro de su segmento de mercado es un buen mecanismo de reconocimiento de la calidad orgánica de los productos que promueven. El sello justo sirve a menudo de proceso de transición hacia la adopción de la certificación orgánica, y uno de los incentivos es justamente el precio ofrecido en el mercado de comercio justo, el cual permite a los productores compensar la

reducción del rendimiento que se genera en el periodo de transición hacia el producto orgánico (Palma, 2012).

Por lo anterior, la agricultura orgánica es también un medio que permite a ambos productores penetrar a posteriori los mercados de comercio justo, que pueden ser muy limitados al asegurar un producto de primera calidad, la certificación orgánica constituye también una estrategia comercial para los productores, en especial en el sector del café. Así, la certificación de comercio justo combinada con la certificación orgánica ofrece mejores perspectivas de venta a los productores que la sola certificación de comercio justo

4. Metodología Aplicada

En relación a la metodología que se utilizó para el desarrollo de la investigación del Sello de Alimento Ecológico en las empresas agroexportadoras de café. Esta es una investigación tipo científica con un enfoque mixto y un alcance descriptivo.

4.1 Tipo de Investigación

La investigación es muy útil para distintos fines: crear nuevos sistemas y productos; resolver problemas económicos y sociales; ubicar mercados, diseñar soluciones y hasta evaluar si hemos hecho algo correctamente o no. Incluso, para abrir un pequeño negocio familiar es conveniente usarla, es por esto que

La investigación científica se conoce como un conjunto de procesos sistemáticos y empíricos que se aplican al estudio de un fenómeno, como cualquier tipo de investigación, sólo que más rigurosa, organizada y se lleva a cabo cuidadosamente, es sistemática, empírica, crítica, dinámica, cambiante y evolutiva. Se puede manifestar y/ o aplicar de tres formas: cuantitativa, cualitativa y mixta. (Sampieri, 1997)

Cuando se hace referencia de ser sistemática implica que hay una disciplina para realizar la investigación científica y que no se dejan los hechos a la casualidad, el ser empírica indica que se recolectan y analizan datos, que sea crítica quiere decir que se evalúa y mejora de manera constante. Incluso puede ser más o menos controlada, más o menos flexible o abierta, más o menos estructurada, en particular bajo el enfoque cualitativo, pero nunca caótica y sin método. El ser dinámica indica que es donde se controla la información, todos los hechos, desde cómo surgió hasta como acabo.

4.2 Enfoque de la Investigación

La investigación tiene un enfoque mixto, lo cual es la combinación del enfoque cuantitativo y cualitativo, ambos enfoques emplean procesos cuidadosos, metódicos y empíricos en su esfuerzo para generar conocimiento, por lo que la definición previa de investigación se aplica a los dos por igual, y utilizan, en términos generales, cinco fases similares y relacionadas entre sí.

Sampieri (1997) afirma que estos enfoques llevan a cabo la observación y evaluación de fenómenos, establecen suposiciones o ideas como consecuencia de la observación y evaluaciones realizadas, también señalan el grado en que las suposiciones o ideas tienen fundamento, revisan tales suposiciones o ideas sobre la base de las pruebas o del análisis y reponen nuevas observaciones y evaluaciones. Sin embargo, el enfoque cuantitativo es secuencial y probatorio cada etapa antecede a la siguiente y no se puede saltar ningún paso, en este enfoque el orden es riguroso.

Este tipo de investigación parte de una idea, que poco a poco se va segmentando y, una vez delimitada, se derivan objetivos y preguntas de investigación, se revisa la literatura y se construye un marco o una perspectiva teórica. De las preguntas se establecen hipótesis y determinan variables; se desarrolla un plan para probar dichas hipótesis, se miden las variables en un determinado contexto; se analizan las mediciones obtenidas con métodos estadísticos y se establece una serie de conclusiones respecto a las hipótesis.

Por su parte, el enfoque cualitativo también se guía por áreas o temas significativos de investigación. Sin embargo, en lugar de que la claridad sobre las preguntas de investigación e hipótesis preceda a la recolección y el análisis de los datos, los estudios cualitativos pueden desarrollar preguntas e hipótesis antes, durante o después de la recolección y el análisis de los datos. Con frecuencia, estas actividades sirven, primero, para descubrir cuáles son las preguntas de investigación más importantes, y después, para refinarlas y responderlas. La acción indagatoria se mueve de manera dinámica en ambos sentidos: entre los hechos y su

interpretación, y resulta un proceso más bien “circular” y no siempre la secuencia es la misma, varía de acuerdo con cada estudio en particular (Sampieri, 1997).

4.3 Alcance de la Investigación

Al tener un alcance descriptivo se buscan especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. Es decir, únicamente pretenden medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refieren, su objetivo no es indicar cómo se relacionan éstas (Sampieri, 1997). Los estudios descriptivos son útiles para mostrar con precisión los ángulos o dimensiones de un fenómeno, suceso, comunidad, contexto o situación, en esta clase de estudios el investigador debe ser capaz de definir, o visualizar, qué se medirá, qué conceptos, variables, componentes, etc. y sobre qué o quiénes se recolectarán los datos si son personas, grupos, comunidades, objetos, animales, hechos, etc.

4.4 Descripción de la Investigación

Inicialmente se realizó una recolección de información acerca de los sellos verdes y comercio justo, dirigiendo la investigación al estudio del Sello de Alimento Ecológico otorgado por el Ministerio de agricultura y Desarrollo Rural Colombiano. Asimismo, se recolecta información de cinco de las principales empresas agroexportadoras de café, dicha información obtenida de la base de datos de Legiscomex con datos de los volúmenes y valores en FOB de exportaciones realizadas durante nueve años, en el transcurso del dos mil nueve al dos mil diecisiete. Claramente del periodo anteriormente mencionado se identifica la tasa de cambio y el valor del precio internacional obtenidos consecutivamente de los datos históricos del Banco de la República y la Federación Nacional de Cafeteros, como una entrevista realizada al Coordinador de Comercio sostenible FNC.

Con la información obtenida mencionada en el párrafo anterior se realiza un análisis de los datos recolectados en el siguiente orden: (1) se identifica la normativa que deben aplicar las

empresas agrícolas para la obtención de dicho sello. Enfocándose en el reglamento para certificar la producción orgánica de los alimentos y los pasos para poder usar el Sello de Alimento Ecológico en los productos a comercializar que cumplen con la reglamentación, llegando a aclarar en el documento una gran variedad de términos utilizados en dicho sector. (2) Con relación a los datos de las exportaciones realizadas por las cinco principales empresas como lo son La Federación Nacional de Cafeteros, Expocafé, Racafé, Carcafé, y Compañía Cafetera La Meseta; se realiza un análisis para cada una de las empresas con información obtenida de las páginas web de cada una acerca de la información principal e historia de estas, posteriormente con los datos obtenidos en la base de datos de Legiscomex se realiza un análisis en cuanto a las tendencias tanto de cantidades como de valor FOB en dólares de los años a estudiar (2009 – 2017), como la variación anual de las cantidades y el valor FOB en dólares, sin embargo se hace una salvedad en cuanto a los datos de la FNC dado que la información obtenida en Legiscomex según el Coordinador de Comercio Sostenible de la Federación afirma que no son datos concretos.

Comparando así el movimiento de los datos con el antes y después de la obtención del sello para las empresas que tienen autorización de usarlo. Para las empresas que no tienen dicho sello se analizó el comportamiento de estos datos realizando un análisis entre los dos tipos de empresas. (3) Se analiza los factores económicos que inciden en las exportaciones explicando si la variación del valor FOB corresponde a la tasa de cambio o al precio internacional del café. (4) Por último de acuerdo a la entrevista realizada a Cristian Soto Coordinador de Comercio sostenible FNC se analizan los factores institucionales en los que incurre la Federación para la producción exportación y comercialización del café orgánico.

5. Requisitos para la Obtención de la Autorización de Uso del Sello de Alimento Ecológico

Dentro de la normativa del Sello de Alimento Ecológico podemos encontrar algunos reglamentos y resoluciones los cuales dan cabida a los procesos y requisitos que se deben tener para que el ministerio de agricultura y desarrollo rural otorgue el Sello.

Los cuales son el reglamento para la producción orgánica por la Resolución 187 del 2006 el cual fue modificado por la resolución 199 del 2016 y la Resolución 148 de 2004 del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural por la que se da creación del Sello de Alimento Ecológico para su adaptación y certificación, el cual se crea para poder tener un marco reglamentario, armonizado con las normas internacionales garantizando de esta manera la calidad de los productos con el diferencial del Sello de Alimento Ecológico generando así credibilidad y confianza entre los consumidores.

5.1 Reglamento para la Producción Orgánica

Por lo anterior se debe cumplir con el reglamento para la producción primaria, procesamiento, empaclado, etiquetado, almacenamiento, certificación, importación y comercialización de productos agropecuarios ecológicos, teniendo en cuenta que el objetivo de este es garantizar la sostenibilidad y revocabilidad de la base natural, mejorar la calidad del ambiente mediante limitaciones en la utilización de tecnologías, fertilizantes o plaguicidas, antibióticos y otros de origen químico sintético, que puedan tener efectos nocivos para el medio ambiente y la salud humana, teniendo en cuenta que en la actualidad existe una gran cantidad de personas en el país como en el extranjero que optan por consumir alimentos orgánicos o de producción ecológica.

Haciendo énfasis en el sistema de producción y comercialización de productos ecológicos provenientes de los productos agrícolas vegetales no transformados, los requisitos para poder obtener la denominación de Producto Agropecuario Ecológico son: La inscripción al programa de certificación, la iniciación de las actividades de la unidad productiva lo cual garantizar que los alimentos provengan de un sistema productivo en el cual se hayan aplicado la normatividad del

reglamento durante un período de dos a tres (2 - 3) años antes de la primera cosecha ecológica y el mantenimiento y fertilidad del suelo.

5.1.1 Mantenimiento Del Suelo.

Se pueden identificar diversas formas de mantenimiento y fertilización del suelo el cual debe ser mantenido o aumentado de acuerdo al cultivo, por ejemplo.

El cultivo de leguminosas, abonos verdes o plantas de enraizamiento profundo, coberturas vegetales, con arreglo a un programa para cultivos anuales de rotación adecuado, que consiste en alternar plantas de diferentes familias y con necesidades nutritivas diferentes en un mismo lugar durante distintos ciclos, logra evitar que el suelo se agote y que las enfermedades que afectan a un tipo de plantas se perpetúen en un tiempo determinado.

En el caso de terrenos con pendientes se debe tener en cuenta las siembras en curvas de nivel, con barreras y coberturas vivas, esta práctica consiste en hacer las hileras del cultivo en contra de la pendiente, la importancia de esta práctica es que al sembrar las hileras del según lo mencionado anteriormente, las demás labores del cultivo como limpieza y aporques, se hacen de la misma manera, cada surco o hilera del cultivo se oponen al paso del agua de lluvia que no se logra filtrar en el suelo, disminuyendo su velocidad, y así hay menos arrastre del suelo y nutrientes.

La incorporación al terreno de material orgánico compostado el cual es un proceso de transformación de la materia orgánica para obtener compost, un abono natural, que es la basura diaria de materia orgánica, que puede ser reciclada y retornada a la tierra en forma de humus para las plantas y cultivos o por medio de preparados vegetales. Para la activación del compost pueden utilizarse preparaciones apropiadas a base de vegetales o de microorganismos no patógenos los cuales no causan enfermedades incluso la incorporación de fertilizantes orgánicos o minerales, por la fertirrigación debido a que es una técnica que permite la aplicación simultánea de agua y fertilizantes a través del sistema de riego. Se trata por tanto de aprovechar

los sistemas RLAF (Riegos Localizados de Alta Frecuencia) para aplicar los nutrientes necesarios a las plantas, la rotación de cultivos anuales, el intercalamiento y/o asociación de cultivos.

Por consiguiente, la práctica de una labranza adecuada la cual es una operación agrícola que consiste en trazar surcos más o menos profundos en la tierra con una herramienta de mano o con un arado utilizando máquinas y herramientas apropiadas para la labor con una utilización eficiente y controlada del riego y así los operadores deberán tomar medidas para prevenir la erosión, compactación, salinización y otras formas de degradación del suelo teniendo un buen manejo

5.1.2 Manejo Fitosanitario.

La producción ecológica es un proceso productivo que considera la fertilidad del suelo como un factor clave para la producción de alimentos, reduce de forma drástica el uso de insumos externos en la unidad productiva y promueve prácticas que garantizan la calidad e inocuidad que se refiere a la existencia y control de peligros asociados a los productos destinados para el consumo humano a través de la ingestión a fin de que no provoquen daños a la salud del consumidor; en toda la cadena de producción de alimentos ecológicos.

En Colombia, la producción ecológica se rige por la Resolución 187 de 2006 que dispone entre el establecimiento de prácticas de producción que aseguren la higiene y calidad de los productos ecológicos (Art. 4, numeral h), siendo este un tema de competencia misional del ICA. En el artículo 22 de la resolución se establecen las funciones del Sistema de Control para la Producción Ecológica, coordinado por la Dirección de Desarrollo Tecnológico del MADR.

El ICA específicamente, se encarga del confeccionar y actualizar las listas de insumos permitidos, y en la formulación de instrumentos técnicos orientados a garantizar la inocuidad en la producción primaria de alimentos la cual se encuentra como anexo en este documento, así como la cartilla práctica para la elaboración de Abono Orgánico Compostado en Producción Ecológica.

Sin embargo, el manejo fitosanitario de organismos dañinos (insectos, ácaros, patógenos) y de arvenses, se deberá realizarse mediante mantenimiento adecuado del suelo, con una adecuada nutrición vegetal realizando una selección de las variedades y especies apropiadas a las condiciones agroecológicas locales con un adecuado programa de rotación y/o asociación incluso como anteriormente se mencionaba Intercalando las cosechas y medios mecánicos de manejo.

Realizando una protección de los enemigos naturales de los organismos dañinos con cercos vivos, nidos, disseminación de predadores, uso de parásitos, entre otros como el pastoreo del ganado, o por aleopatía que es la capacidad que tienen algunas plantas para influir sobre otras a través de un fenómeno biológico que produce unos compuestos bioquímicos llamados aleloquímicos. Estos compuestos establecen unas relaciones simbióticas o antagónicas entre plantas de un mismo cultivo por lo que uno de los retos es evitar las plagas y enfermedades que atacan a los cultivos, también se pueden usar bioinsumos comerciales registrados en el ICA de control biológico, físico y mecánico.

5.1.3 Semillas.

La semilla, material de propagación vegetativo o plántulas deberán proceder de plantas cultivadas de conformidad con las disposiciones establecidas en el reglamento durante una generación, como mínimo, o, en casos de cultivos permanentes dos generaciones de cultivo.

Podrá utilizarse material de propagación y reproducción de origen no ecológico siempre que el usuario de dicho material pueda demostrar a satisfacción del organismo de control la imposibilidad de obtener en el mercado material que este conforme a los principios del reglamento.

Deberá darse propiedad al uso de variedades nativas y endémicas y fomentar el Fito mejoramiento y la protección de la biodiversidad, las semillas que se compren para la producción ecológica deberán cumplir con la regulación vigente del ICA en materia de semillas, estas,

destinadas a la comercialización deberán cumplir con la normatividad nacional vigente del ICA en materia de semillas certificadas y seleccionadas, y se podrán certificar bajo el presente reglamento según lo dispuesto para el componente agrícola. Se prohíbe el uso de semillas provenientes de organismos vivos modificados genéticamente, las semillas certificadas bajo el presente reglamento no podrán ser etiquetadas con el Sello Ecológico.

La etiqueta deberá incluir una leyenda que indique “Semilla producida bajo sistema de producción ecológica, seguida de la normatividad nacional vigente de producción ecológica”

5.1.4 Manejo del Agua.

Para el manejo de agua se deberán establecer un plan de conservación del agua y cumplir con la legislación ambiental vigente en materia de uso de agua y manejo de vertimientos. La fuente, así como las posibles causas de contaminación, deben ser evaluadas bajo responsabilidad del organismo de control, la integridad ecológica y sanitaria del producto final, así como su inocuidad, no deberá ser afectada por la calidad del agua.

El agua que se utiliza para la transformación y procesamiento de los productos ecológicos deberá ser agua potable, acorde con la regulación vigente establecida por el Ministerio de Salud y Protección Social

El agua destinada al consumo animal deberá cumplir con lo establecido por el Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible en el Decreto 1076 de 2015.

En caso de contar con un pozo profundo o hacer uso de fuentes superficiales, la finca debe mantener los respectivos permisos para el uso de agua y seguir las recomendaciones de la autoridad ambiental competente para evitar su contaminación.

Los operadores deberán aplicar insumos de manera que no contaminen las fuentes de agua por desagüe hacia las aguas superficiales o lixiviación a las aguas subterráneas. A su vez deberá

darse cumplimiento a la normatividad ambiental en materia de manejo y disposición de aguas residuales

5.1.5 Manejo de Cosecha y Post cosecha.

El tratamiento de la cosechas deben realizarse bajo condiciones adecuadas que permitan preservar la integridad ecológica de los productos y para el manejo de la post cosecha se permite el almacenamiento bajo atmósferas controladas (dióxido de carbono o nitrógeno), con las medidas de seguridad apropiadas también el tratamiento con agua caliente, aire caliente o tratamientos por vapor para retardar la descomposición por microorganismos, secado natural al sol o con aire forzado, el uso de ceras grado alimenticio o recubrimientos comestibles, el enfriamiento, el lavado en agua con cloro, con las medidas de seguridad apropiadas, otras prácticas que no contradigan lo dispuesto en la resolución.

5.1.6 Requisitos Mínimos de Control.

Los requisitos mínimos de control en el momento de iniciarse el proceso de certificación ante el organismo de control, deberá crear un registro con los antecedentes de cada una de las unidades productivas mediante una inspección o informe inicial, que contemplará como mínimo el nombre del establecimiento y datos personales del productor, la ubicación geográfica, superficie total y superficie de cada lote, la descripción de la unidad productiva y los segmentos en los que se divide, tales como área de producción, área de almacenamiento, transformación, envasado u otros. La identificación de los predios colindantes y tipo de actividad que realizan, el sistema de riego detallando el origen del agua la descripción del suelo, tratamientos realizados en los últimos tres (3) años, en cada uno de los lotes, cultivos anteriores, prácticas culturales, otros, al igual que la descripción de instalaciones y maquinaria.

5.2 Sello de Alimento Ecológico

Bajo la Resolución 148 de 2004 del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural se da creación del Sello de Alimento Ecológico para la adaptación y certificación, el cual se crea para poder tener un marco reglamentario, armonizado con las normas internacionales garantizando de esta manera la calidad de los productos con el diferencial del Sello de Alimento Ecológico generando así credibilidad y confianza entre los consumidores.

Por esto para que el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural le autorice la utilización del Sello la persona natural o jurídica debe presentar solicitud por escrito al Ministerio de cada uno de los productos que requiera certificar acompañada de la certificación ecológica expedida por la entidad acreditada por la superintendencia de industria y comercio indicando la cantidad de unidades del producto que llevaran el sello.

Para poder utilizar el Sello, se otorgará la autorización a cada producto solicitado sin ningún costo durante un periodo máximo de tres años el cual se prorroga siempre y cuando el solicitante mantenga su sistema productivo conforme con los requisitos indicados en la norma nacional lo cual debe ser verificado por el organismo de certificación de producción de alimento ecológico.

Los autorizados pueden usar el sello únicamente en los productos certificados, para mostrar entre las partes interesadas la calidad de dicho producto cumpliendo así con los requisitos reglamentarios, adicional a lo anterior podrá utilizar el sello en campañas promocionales y/o publicidad reconociendo los requisitos para su obtención u la entidad que autoriza su uso

Por otro lado, algunas de las obligaciones y/o compromisos de los titulares del sello es dejar de usarlo cuando termine la vigencia de la certificación en caso que no se propague o cuando se dé la cancelación del mismo por parte del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, por lo tanto no debe ceder o autorizar el uso del sello de alimento por ninguna razón, debe reportar la cantidad de sellos usados a la entidad certificadora, los sellos no usados deben ser devueltos a la

misma entidad y cuando se use material promocional deberá cumplir con las especificaciones técnicas expresadas en el artículo 10 de la resolución 00148 del 2004

Con el objeto de optimizar los recursos e insumos con los que cuentan los lugares de producción agrícola generando sostenibilidad de los cultivos incentivando el consumo de los productos cien por ciento naturales, en los últimos años se ha verificado con ejemplos reales, que la sostenibilidad de los cultivos orgánicos es posible y tiene beneficios para el suelo como para los consumidores. Debido a que se realiza un proceso de trabajo con la tierra evitando su explotación y generando nutrientes naturales para su sostenibilidad, se puede incentivar el cuidado del medio ambiente a través de la agricultura, generando así más conciencia en la responsabilidad social en el sector y así impulsar los hábitos de consumo de alimentos orgánicos que sean saludables para la humanidad.

Optimizando los desechos de los procesos de producción y llegar a reincorporarlos convirtiéndolos en fertilizantes naturales y de esta manera suprimir por completo el uso de productos químicas en los cultivos.

6. Análisis de Empresas Exportadoras de Café

Este capítulo describe el comportamiento de las exportaciones en unidades vendidas y el valor FOB en dólares en cinco de las principales empresas del sector cafetero las cuales tres de ellas tienen la certificación para el uso del Sello de Alimento Ecológico en los alimentos que producen y o comercializan. El análisis se realiza por cada una de las firmas estudiadas, con el fin de identificar el comportamiento de estas compañías en el mercado internacional, examinando las dos variables ya descritas comparándolas entre si identificando las variaciones de cada una a partir de la obtención del sello. Llevando a cabo este análisis se utilizan datos anuales que comprenden los años dos mil nueve hasta el dos mil diecisiete

6.1 Federación Nacional de Cafeteros

6.1.1 Acerca de la FNC.

Ha trabajado desde su creación por el continuo mejoramiento de las condiciones de vida de los cafeteros colombianos, sus familias y el desarrollo de las zonas rurales cafeteras de Colombia. Lo que los lleva a consolidarse como una institución de servicio, y la promoción del desarrollo social, productivo, ambiental, educativo y de infraestructura básica en las regiones cafeteras.

Dichas acciones y programas los ha llevado al reconocimiento nacional e internacional como una institución líder, eficiente, comprometida y transparente. Los programas de Sostenibilidad de la Federación han convocado no sólo a los productores de café y a sus comunidades, sino también a los clientes a través de alianzas, a diversos estamentos del Gobierno Colombiano a nivel nacional, regional y local, y a entidades de cooperación internacional.

A través de los años desde 1927 un grupo de caficultores visionarios fundan la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia (FNC) para desarrollar y fortalecer la industria cafetera, asegurando el bienestar de los productores a través de una organización gremial, democrática y

representativa. Así en 1928 el Servicio de Extensión se crea para ofrecer asistencia técnica a los caficultores y fomentar mejores prácticas entre ellos, para el año 1929 la Federación construye bodegas para almacenar y manejar el café; éste es el comienzo de Almacafé, la compañía de logística más grande del país.

En 1936 nueve países productores de América se reúnen en la primera Conferencia Panamericana de Café. FNC propone un acuerdo para frenar la caída de los precios internacionales y en 1938 se crea Cenicafé como un instituto de investigación científica para desarrollar mejores variedades de café y prácticas de agricultura sostenible con el medio ambiente.

En 1940 el fondo nacional del café se constituye como una cuenta parafiscal nutrida por las contribuciones cafeteras para fortalecer el sector y estabilizar el ingreso de los caficultores y así en 1947 la Flota Mercante Grancolombiana se crea para facilitar las exportaciones de café llegando en este año el primer buque con café a Nueva York, en el año 1958 la garantía de compra se institucionaliza para asegurarle a los caficultores la compra de su café a un precio transparente, con pago de contado y en los lugares cercanos a los centros de producción.

Para el año 1960 la Fundación Manuel Mejía nace para brindar oportunidades de capacitación a los productores de café y sus familias, así como a sus comunidades rurales. El personaje "Juan Valdez" se lanza para concientizar al consumidor extranjero sobre la calidad del café colombiano y promover el consumo de éste alrededor del mundo siendo así para 1962 la campaña publicitaria de Juan Valdez es galardonada por el Art Director's Club, esta es una organización de medios audiovisuales de renombre internacional.

Cenicafé desarrolla la Variedad Colombia en el año 1982, una variedad más productiva y resistente a la roya la cual es un hongo que produce una enfermedad que afecta a diversos granos como el café en el año 83 La campaña publicitaria de Juan Valdez recibe el premio EFFIE y la propaganda "El precio de la fama" recibe el premio CLIO. En 1985 se crea un programa de

televisión llamado "Las Aventuras del Profesor Yarumo" para educar a los caficultores y a sus familias.

En la década de los noventa puntualmente en 1994 la campaña de publicidad "Grab Life by the Beans" se lanza para promover el consumo del café entre jóvenes profesionales y en 1995 el Programa de Cafés Especiales se establece para identificar, promover y desarrollar los cafés especiales en Colombia. Para el año 1996 Cenicafé publica un manual sobre metodología de lavado de café que reduce la contaminación del agua en más de 90%. Y en 1997 el cuarto Censo Nacional Cafetero fija las bases para el Sistema de Información Cafetera (SICA), que mantiene un registro actualizado de las diferentes condiciones sociales, agronómicas y medioambientales de los caficultores.

Iniciando el siglo veintiuno en el año 2000, la Federación implementa metodologías de trazabilidad con el sistema SAP para identificar el café desde su punto de compra adicionalmente la garantía de compra se fija de acuerdo al precio internacional del café y la tasa de cambio en el año 2001.

En el 2002 se desarrolla la estrategia de valor agregado para mejorar el ingreso de los cafeteros, aumentar el reconocimiento de marca y establecer una presencia global en el segmento de tiendas de cafés especiales. Incluso, el programa de diversificación de ingresos se crea para reducir la dependencia de los caficultores en el café y protegerlos de la volatilidad del precio internacional fomentando así la siembra de cultivos adicionales en las parcelas cafeteras.

Para el año 2003 aparece Juan Valdez ® en la película estadounidense "Bruce Almighty". En el 2004 Inicia el programa piloto de trazabilidad con códigos de barra en los sacos de café que identifican a caficultores individuales y fincas específicas. Cenicafé es galardonado con el premio TWAS 2005 en Ciencias Agrícolas por sus sobresalientes contribuciones a la protección biológica del café, en este mismo año Juan Valdez® es elegido el ícono publicitario preferido de Estados Unidos ("America's Favorite Advertising Icon"), la Federación implementa el sistema RFID/TAG en su programa piloto de trazabilidad. Cenicafé desarrolla la Variedad Castilla,

resistente tanto a la roya como a la enfermedad de las cerezas del café, y seis variedades adicionales que aumentan la calidad y la productividad entre 10% y 15% y el café se convierte en el primer producto colombiano en recibir formalmente una Denominación de Origen.

Las acciones de Procafecol en el 2006 se ofrecen a los caficultores y más de 22.610 de ellos las compran. Se inaugura una oficina en Beijing para promover el café colombiano en uno de los mercados potenciales más grandes del mundo (las otras oficinas de la Federación están ubicadas en Nueva York, Ámsterdam y Tokio). Se escoge el nuevo personaje de Juan Valdez entre más de 400 caficultores colombianos. Siendo así que los caficultores escogen a sus representantes en los 354 comités municipales y 16 comités departamentales Incluso por primera vez se realiza la votación vía celular e internet, incrementando la participación en 24% frente a las elecciones anteriores.

El Programa de Renovación se lanza en todo el país en el 2007 para renovar 400.000 hectáreas de café. Se promueve la producción de cafés especiales; se estima que Colombia exporta 760.000 sacos de 60 kg (550.000 sacos más que en el año 2002). Isaías Cantillo Osa, caficultor opita y ganador de la Taza de Excelencia, recibe mediante subasta un precio de \$19,20 por libra de café.

Para el 2008 la Fábrica de Café Liofilizado producirá 11.000 toneladas anuales de café tras su cuarta expansión en el 2008, convirtiéndose así en una de las fábricas de café liofilizado más grandes del mundo. El Gobierno Nacional y la FNC, firmaron un nuevo acuerdo para los próximos cuatro años que busca consolidar la recuperación del sector cafetero. Uno de sus ejes principales, es garantizar el ingreso de las familias cafeteras para cubrir por lo menos los costos de producción. Productividad, calidad y sostenibilidad, un compromiso con los caficultores colombianos. Durante 70 años, Cenicafé ha generado tecnologías para que los caficultores sean exitosos en la producción de café de alta calidad, con rentabilidad y preservando el medio ambiente.

6.1.2 Análisis del comportamiento de las exportaciones de FNC.

La Federación Nacional de Cafeteros obtuvo la certificación de la Res 187/06 el 21 de diciembre del año 2013, actualmente la certificación se encuentra vigente con el tipo de operador registrado como procesador y comercializador, con el código de Acreditación ONAC de la Res. 29026 de agosto de 2008.

Grafica 1. Tendencia de las Exportaciones en FOB (USD) de la FNC.



Nota: Elaboración propia con datos de Legiscomex

Al realizar un análisis de los valores FOB expresados en dólar, se puede identificar que la compañía en los primeros siete años de estudio tuvo un valor importante de exportación teniendo picos al alza en el 2011 y en el 2014, sin embargo, en los años 2016 y 2017 se denota una reducción considerable del valor de las exportaciones en FOB.

La FNC en los 4 años anteriores a obtener el Sello de Alimento Ecológico obtuvo un promedio de exportaciones FOB de USD 438.709.192 por año, en los 3 años siguientes de obtener el sello ecológico el promedio fue de USD 610.792.401 por año, pero si se toman los 5 años siguientes desde la obtención del sello ecológico el promedio se reduce a USD 374.831.665 por año

Grafica 2. Tendencia de las Cantidades de Exportaciones de la FNC – Kilos Netos



Nota: Elaboración propia con datos de Legiscomex

La Federación Nacional de Cafeteros es la compañía que más cantidades de café exporta, teniendo presencia en más del 80% de las exportaciones totales. Teniendo una similitud con los valores FOB exportados, en los primeros siete años las cantidades exportadas son considerables con una tendencia creciente que se evidencia en más cantidad en los años 2013, 2014 y 2015 después de la obtención del Sello de Alimento Ecológico, pero en los dos últimos años de análisis las cantidades de exportación caen considerablemente, que se puede explicar en gran parte por la crisis cafetera colombiana existente en estos años.

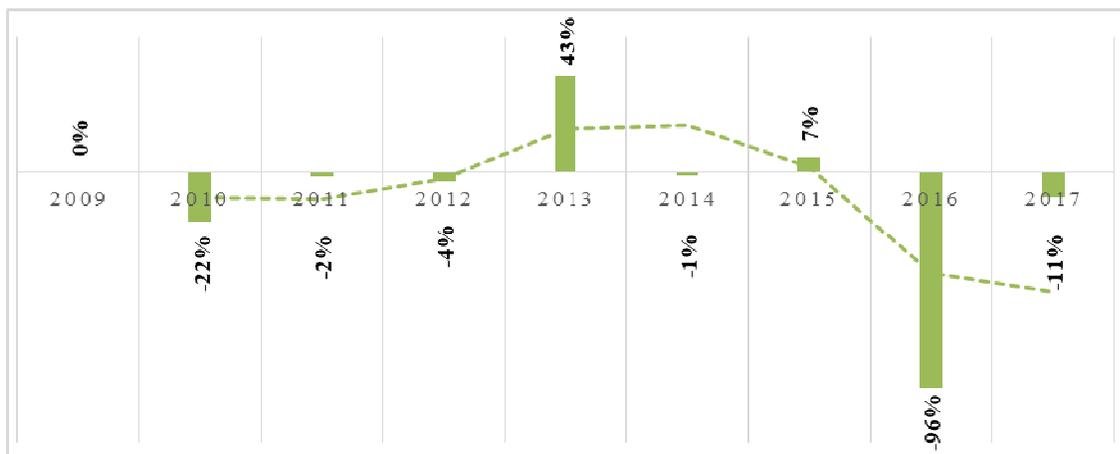
Grafica 3. Variación Anual en FOB (USD) de las Exportaciones de la FNC.



Nota: Elaboración propia con datos de Legiscomex

En el gráfico de la variación anual del valor FOB en dólares se evidencia una gran volatilidad año a año. De esta manera, para el año 2010 y 2011 un crecimiento del 8 y 35%, acompañados por un descenso del 22% para el año 2012, y una recuperación para el año 2014 de un 12 %, aunque para el año 2016 se ve un decrecimiento del 97%, en el 2017 comienza una recuperación, aunque tan solo del 7%.

Gráfica 4. Variación Anual en Cantidades de Exportaciones de la FNC.



Nota: Elaboración propia con datos de Legiscomex

La variación anual de cantidades en la FNC muestra una mayor tendencia a la reducción de las cantidades de exportación en los años analizados, para los años 2010 al 2012 se presentaron reducciones de las cantidades en 22%, 2%, y 4 % consecutivamente, en el años 2013, se evidencia la mayor cantidad de exportaciones con un crecimiento del 43%, siendo este año donde la FNC obtuvo el Sello de Alimento Ecológico, para el años 2016 existe un decrecimiento de cantidades del 96% y esta tendencia de reducción se mantiene para el 2017 el cual decrece en un 11% con relación al año anterior.

Para el análisis de los gráficos tres y cuatro se puede identificar que esta variación tiene un efecto precio dado que en el momento de aumentar el precio de las exportaciones aumentan las cantidades exportadas de la misma manera.

6.2 Expocafé

6.2.1 Acerca de la Expocafé

Expocafé es el exportador de las cooperativas de caficultores de Colombia, posee un alto y estricto compromiso con la calidad de los cafés que maneja y entrega a sus clientes. Esta marca es un diferenciador de producto, están en un contacto directo con las diferentes comunidades de productores cafeteros ubicados a lo largo y ancho de la Colombia cafetera y promovemos la comunicación directa entre Clientes y Cultivadores.

Sus objetivos son enlazar al productor con el consumidor final, desarrollar material de comunicaciones que apoye la promoción de su café, desarrollar proyectos que le permiten extender su política de sostenibilidad, ofrecer trazabilidad detallada de toda la cadena de suministro hasta el productor y ofrecer las características de sabor que se ajusten a sus necesidades

Esta sociedad exportadora de café fue constituida en la ciudad de Bogotá, como resultado de un proceso concertado entre los caficultores, las Cooperativas de Caficultores y la Federación Nacional de Cafeteros. Fundada el 21 de marzo de 1985 en la base de la caficultura colombiana, con el anhelo de tener un canal propio que les permitiera exportar las cosechas. Cuenta con SAP como su plataforma tecnológica y mantiene las certificaciones de Calidad ISO 9001 y BASC lo que le permite responder satisfactoriamente a los estándares exigidos por el mercado global en términos de calidad y seguridad del producto.

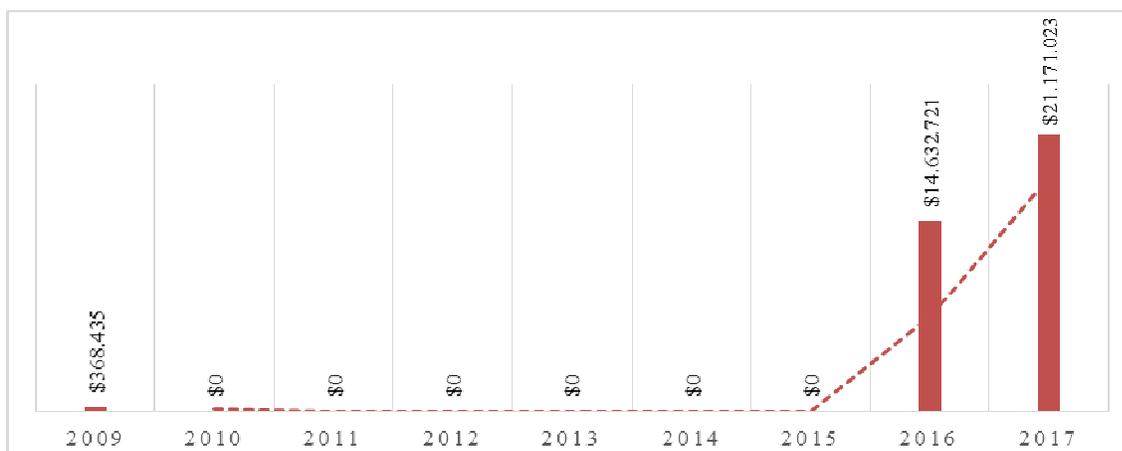
Contribuye al mejoramiento de las condiciones de vida del caficultor, su familia y su comunidad, aportando a la vez para la sostenibilidad del medio ambiente en que se desarrolla la operación cafetera. Dentro de las ventajas competitivas cuenta con la estructura de compra de las Cooperativas de caficultores del país. Esta estructura está constituida por más de quinientos (500) puntos de servicio de compra de café y once (11) plantas trilladoras, localizadas a lo largo y ancho de Colombia, Permitiéndoles ofrecer un producto óptimo para satisfacer los

requerimientos y las expectativas de los clientes, en cuanto a diversidad de orígenes, tipos de cultivos, perfiles de taza, preparación en trilladora y cafés certificados.

6.2.2 Análisis del comportamiento de las exportaciones de Expocafé

Expocafé la certificación de la NOP (National Organic Program) en el año 1995, actualmente la certificación se encuentra vigente como Orgánico con el tipo de operador registrado como comercializador, con el código de Acreditación ONAC de la acreditación Superintendencia de industria y comercio adoptando el sello desde su inicio en el 2004.

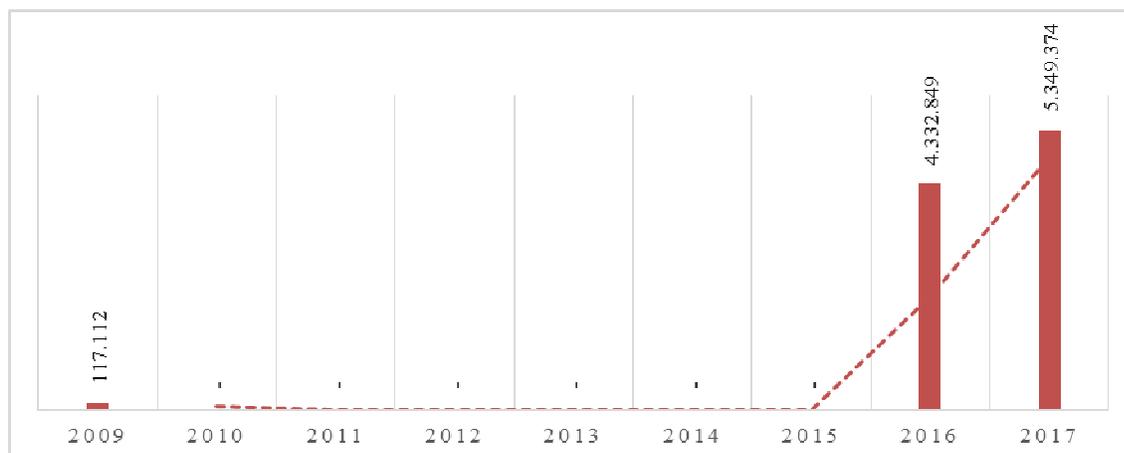
Grafica 5. Tendencia de las Exportaciones en FOB (USD) de Expocafé.



Nota: Elaboración propia con datos de Legiscomex

Como se puede evidenciar en el gráfico, la empresa Expocafé realizó exportaciones en el primer año de análisis por un valor de USD 368.435 siendo un valor muy bajo en comparación con los dos últimos años, teniendo en cuenta que en el rango de los años 2010 al 2015 no se reflejan exportaciones, sin embargo, en los dos últimos años de estudio (2016 y 2017) realizó exportaciones alcanzando para este último un valor de USD 21.171.023.

Grafica 6. Tendencia de las Cantidades de Exportaciones de Expocafé – Kilos Netos.



Nota: Elaboración propia con datos de Legiscomex

Con relación a la tendencia en cantidades de las exportaciones de Expocafé se puede ver en el grafico para el primer año de análisis en el 2009 exporto una cantidad mínima a comparación de los dos ultimo años de estudio, dado que en los años 2010 al 2015 no se evidenciaron exportaciones de esta empresa, llegando a aumentar sus exportaciones considerablemente en los últimos dos años de estudio con un pico al alza en el 2017.

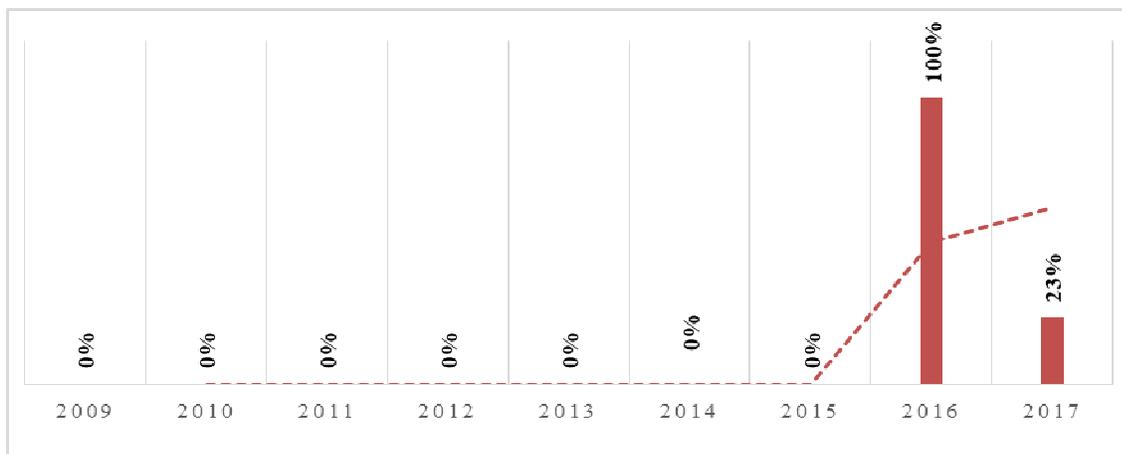
Grafica 7. Variación Anual en FOB (USD) de las Exportaciones de Expocafé.



Nota: Elaboración propia con datos de Legiscomex

Al existir solo 3 años de exportaciones para la empresa Expocafé no se pueden analizar detalladamente variaciones en FOB, sin embargo, para el 2017 en comparación al año anterior tubo un decrecimiento del 45%.

Grafica 8. Variación Anual en Cantidades de Exportaciones de Expocafé.



Nota: Elaboración propia con datos de Legiscomex

Sin tener en cuenta el año 2009 se evidencia que el primer año de exportaciones en el 2016, y para el año 2017 existe un crecimiento del 23 % de las cantidades de exportación.

En los gráficos siete y ocho puede identificar un efecto precio dado que en el momento de aumentar el precio de las exportaciones de esta misma manera aumentan las cantidades exportadas por la empresa Expocafé.

6.3 C.I. Racafé & CIA S.C.A

6.3.1 Acerca de Racafé & CIA S.C.A.

Es una empresa que buscan aportar al desarrollo sostenible de Colombia, creando valor en todas las relaciones con un suministro de café, dentro de estrictos parámetros de productividad y eficiencia, para satisfacción y beneficio de sus clientes, colaboradores, accionistas y la comunidad, enmarcados en los más altos principios éticos.

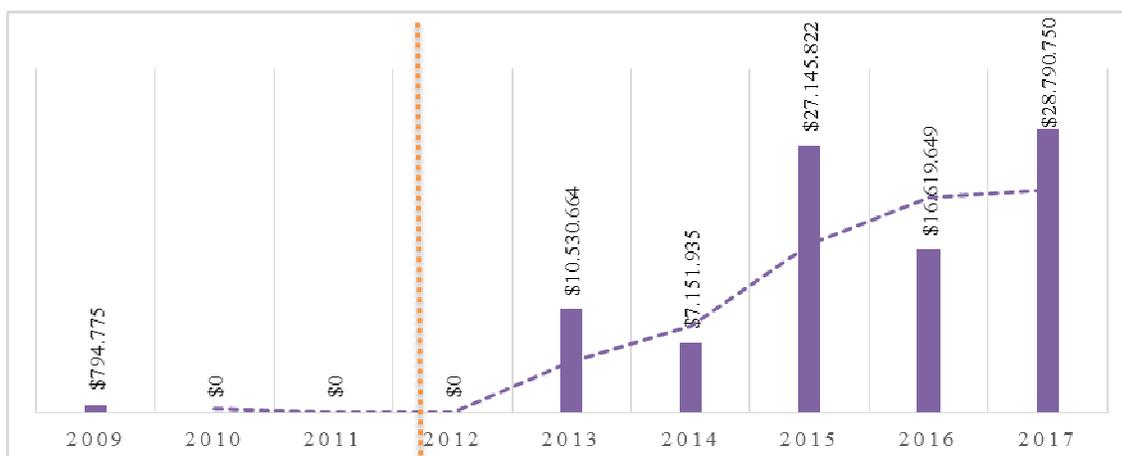
Sus inicios fueron en el año 1929 cuando los hermanos Espinosa desarrollan la primera iniciativa empresarial, a través de la renta de bicicletas, sin embargo, en 1940 fueron los primeros acercamientos con el mundo del café siendo fundada en 1953 como una compañía de exportación de café verde; por décadas, Racafé ha sido un importante jugador en el negocio del café en Colombia.

Desde 1958 hasta el año 2000, Racafé consolidó su negocio a través de la construcción de trilladoras en 9 ciudades del país para que en el 92 pudieran realizar el primer cargue a granel y así en el 2001 obtuvo la certificación en Basc, para el año 2008 Racafé gana el premio al café del año, evento de la SCAA.

6.3.2 Análisis del comportamiento de las exportaciones de Racafé & CIA

Racafé & CIA obtiene la certificación de la NOP (National Organic Program) tanto como la Res 187/06 en el año 2012, actualmente la certificación se encuentra vigente como Orgánico con el tipo de operador registrado como comercializador, con el código de Acreditación ONAC 10-CPR-006.

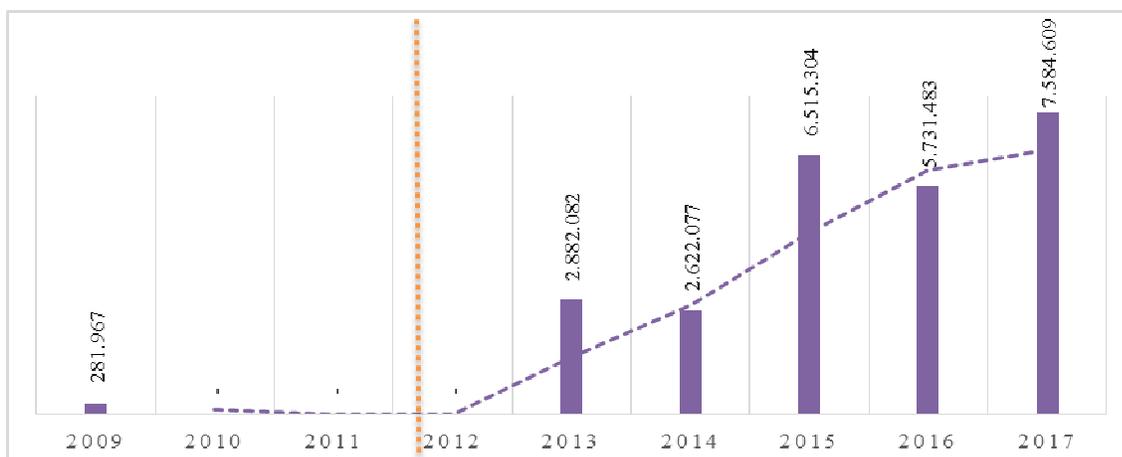
Grafica 9. Tendencia de las Exportaciones en FOB (USD) de Racafé & CIA



Nota: Elaboración propia con datos de Legiscomex

Para la empresa Racafé & CIA el estudio nos muestra que en el 2009 pudo exportar un valor de USD 794.775, para los siguientes tres años no se muestran valores de exportación, sin embargo, en los cinco años siguientes se pueden identificar nuevamente exportaciones un año después de obtener la certificación del sello, de esta manera se reflejan dos picos a la aza en los años 2015 y 2017 teniendo en general una tendencia de crecimiento de las exportaciones en FOB.

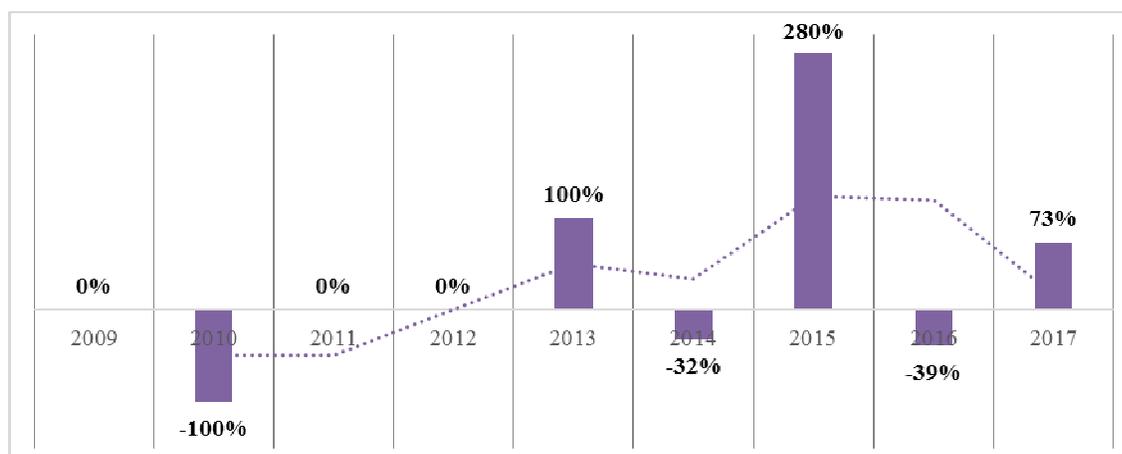
Grafica 10. Tendencia de las Cantidades de Exportaciones de Racafé & CIA – Kilos Netos



Nota: Elaboración propia con datos de Legiscomex

En el grafico diez se puede identificar que en el año 2009 tuvieron exportaciones en una baja cantidad, para los años 2010, 2011 y 2012 no se reflejan exportaciones de café por esta empresa, a partir del 2013 un año después de la certificación del Sello se evidencia notablemente un aumento en las cantidades de exportación con variaciones de cantidades exportadas en esos últimos cinco años, llegando a tener el mayor pico en el año 2017, lo que también muestra una tendencia creciente para las cantidades exportadas.

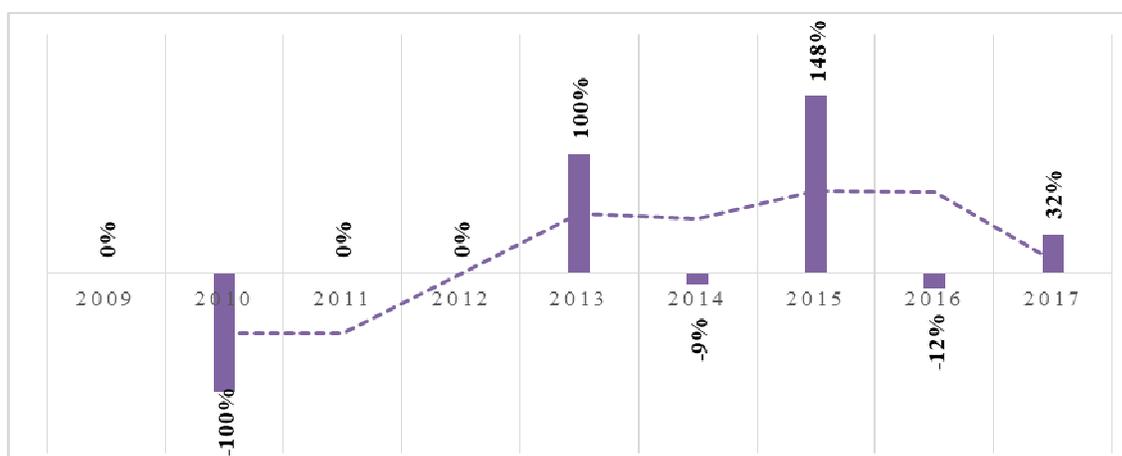
Grafica 11. Variación Anual en FOB (USD) de las Exportaciones de Racafé & CIA



Nota: Elaboración propia con datos de Legiscomex

Para Racafé & CIA la variación anual del valor de exportaciones muestra una variación constante con un marcador negativo para el año 2014, se recupera con una variación del 280% en el año 2015, decreciendo en el 2016 reduciendo a un 39% y en el 2017 crece a un nivel del 73% en comparación al año anterior.

Grafica 12. Variación Anual en Cantidades de Exportaciones de Racafé & CIA



Nota: Elaboración propia con datos de Legiscomex

Para la variación anual de cantidades se presentan descensos y crecimiento en los mismos años, lo cual muestra una volatilidad por año, donde en el año 2014 se reduce las cantidades exportadas en un 9% con relación al año anterior, pero en el 2015 existe un crecimiento de

cantidades de exportación del 148%, que para el año 2016 se reduce en un 12% y que vuelve a crecer en un 32% en el año 2017.

En los gráficos once y doce se puede identificar que esta variación tiene un efecto precio dado que en el momento de aumentar el precio de las exportaciones aumentan las cantidades exportadas de la misma manera.

6.4 Carcafé Ltda C.I

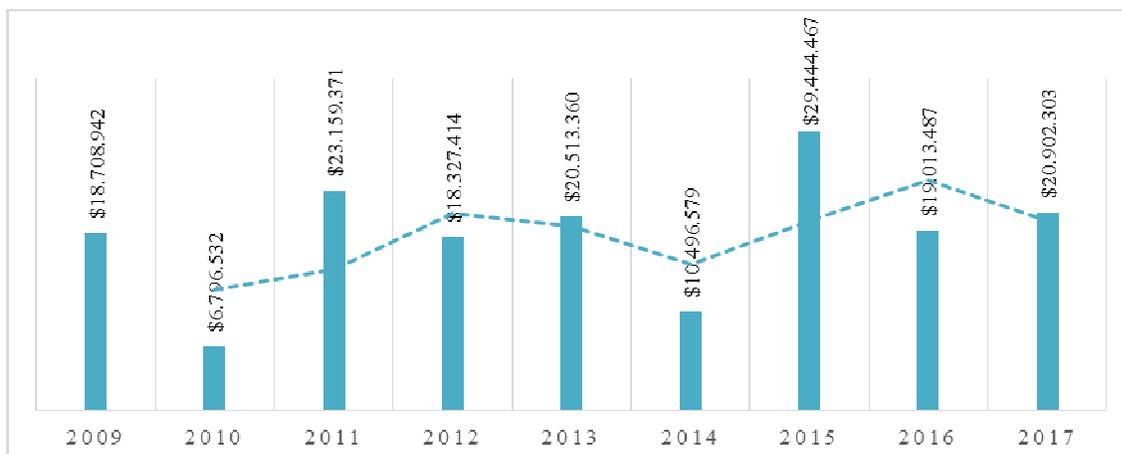
6.4.1 Acerca de Carcafé Ltda C.I.

Carcafé Ltda es una compañía colombiana que opera en el sector agrario. La compañía fue establecida el 21 de junio de 1983 y tiene su sede en la ciudad de Bogotá. La compañía tiene como su negocio principal la trilla y comercio al por mayor de café. Carcafé Ltda opera como subsidiaria de ED&F Man Holdings Ltd.

6.4.2 Análisis del comportamiento de las exportaciones de Carcafé Ltda C.I.

Esta empresa al contrario de las anteriormente descritas no cuenta con la certificación colombiana para poder obtener el Sello de Alimento Ecológico por lo cual no se podrá hacer un contraste del Sello de Alimento Ecológico en el análisis de las cantidades y valor exportados.

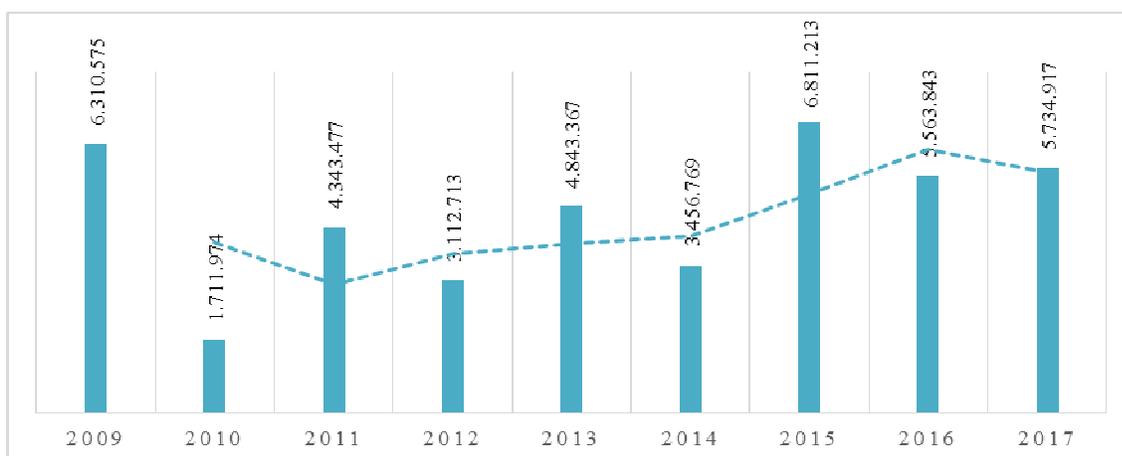
Grafica 13. Tendencia de las Exportaciones en FOB (USD) de Carcafé Ltda C.I



Nota: Elaboración propia con datos de Legiscomex

Cuando se analizan las tendencias en relación a los valores FOB anuales expresados en dólares, no se encuentra grandes brechas en la volatilidad año a año en el valor de las exportaciones, aunque se evidencian dos picos de decrecimiento en los años 2010 y 2014, es importante resaltar que en el año 2015 se denota el mayor valor de exportación con unos USD 29.444.467

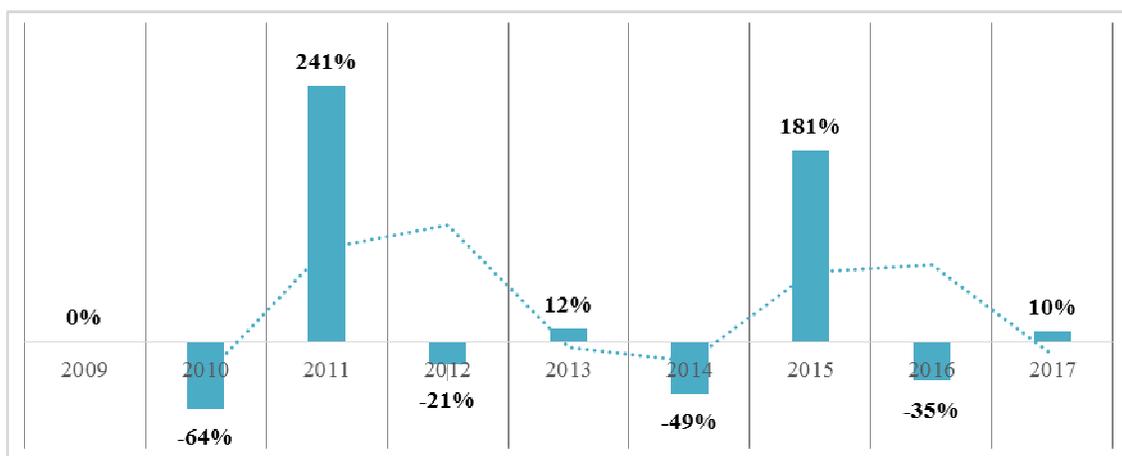
Grafica 14. Tendencia de las Cantidades de Exportaciones de Carcafé Ltda C.I – Kilos Netos



Nota: Elaboración propia con datos de Legiscomex

En esta grafica se puede evidenciar una gran volatilidad de participación en el mercado internacional encontrando que por cada crecimiento en exportaciones se acompaña en un siguiente año de reducción en cantidades exportadas, evidenciando descensos importantes en los años 2010, 2012 y 2014 alcanzando en el 2015 su pico más alto en cantidad de exportaciones, y en general en los años estudiados existe una tendencia creciente de cantidades exportadas.

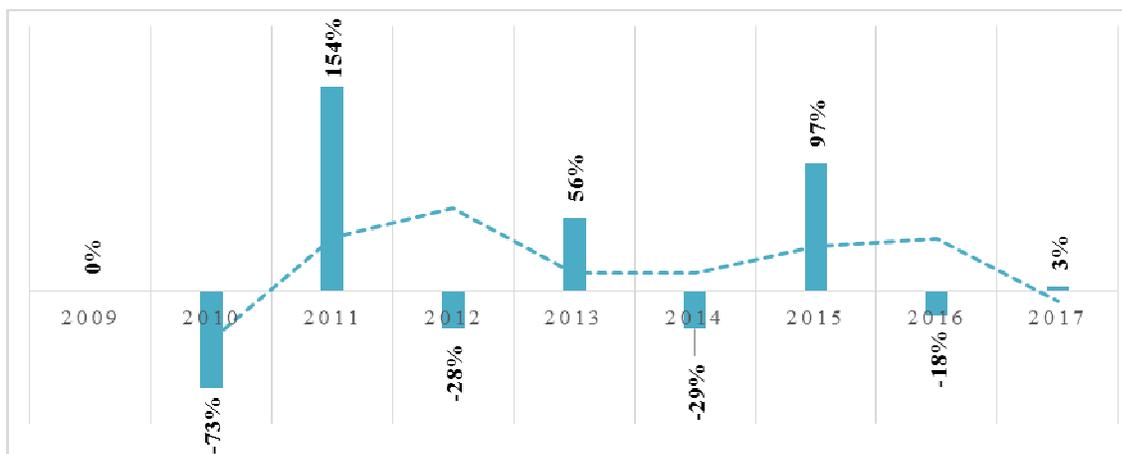
Grafica 15. Variación Anual en FOB (USD) de las Exportaciones de Carcafé Ltda C.I



Nota: Elaboración propia con datos de Legiscomex

Carcafé Ltda C.I evidencia una variación constante del valor de las exportaciones en FOB obteniendo decrecimiento seguidos de un crecimiento alcanzando sus dos picos más favorables para los años 2011 con un 241% con relación al año anterior y en el 2015 con una variación positiva del 181% con relación al año anterior.

Grafica 16. Variación Anual en Cantidades de Exportaciones de Carcafé Ltda C.I



Nota: Elaboración propia con datos de Legiscomex

Sucedido lo mismo para la variación de cantidades anuales obteniendo su pico más favorable en el 2011 con un 154 % y para el 2015 con un crecimiento del 97% en comparación al año anterior, lo que muestra un ciclo de crecimiento bianual para esta empresa.

En los gráficos quince y dieciséis se puede identificar que estas variaciones tienen un efecto precio dado que en el momento de aumentar el precio de las exportaciones aumentan las cantidades exportadas de la misma manera.

6.5 Compañía Cafetera La Meseta S.A

6.5.1 Acerca de Compañía Cafetera La Meseta S.A.

Compañía Cafetera La Meseta S.A. es una empresa familiar de trayectoria en la comercialización de café de Colombia. Se ha generado un crecimiento sostenido y permanencia en el mercado desde su inicio en el año 1983.

La historia de la Meseta comenzó como un grupo de caficultores en menor escala con una producción de 10.000 Kg de Café Pergamino en el municipio de Villamaría, departamento de Caldas, Colombia; en la actualidad la empresa se ha consolidado como un complejo

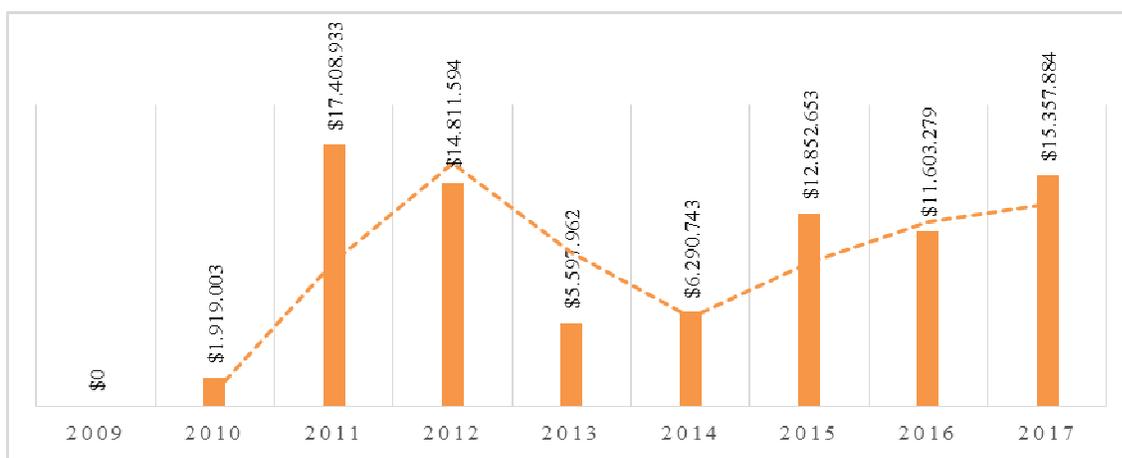
agroindustrial sólido con una producción promedio de café excelso (café verde) tipo exportación de 70.000 sacos mensuales.

Para dicha empresa la misión es ser un ejemplo de la posibilidad de consolidar y hacer prevalecer una compañía cafetera de talla mundial desde origen, con disciplina, humildad y compromiso generando un alto impacto social así mismo con una visión de proyectarse al 2020 como una compañía multinacional líder en la comercialización de café, reconocida por la alta calidad de sus productos y procesos y comprometida con el mejoramiento continuo.

6.5.2 Análisis del comportamiento de las exportaciones de Compañía Cafetera La Meseta S.A.

Esta compañía hace parte de las empresas que no cuenta con la certificación colombiana para poder obtener el Sello de Alimento Ecológico sin embargo con una gran cantidad de información para realizar el análisis de esta con relación a cantidades y valor exportados.

Grafica 17. Tendencia de las Exportaciones en FOB (USD) de la Compañía Cafetera la Meseta

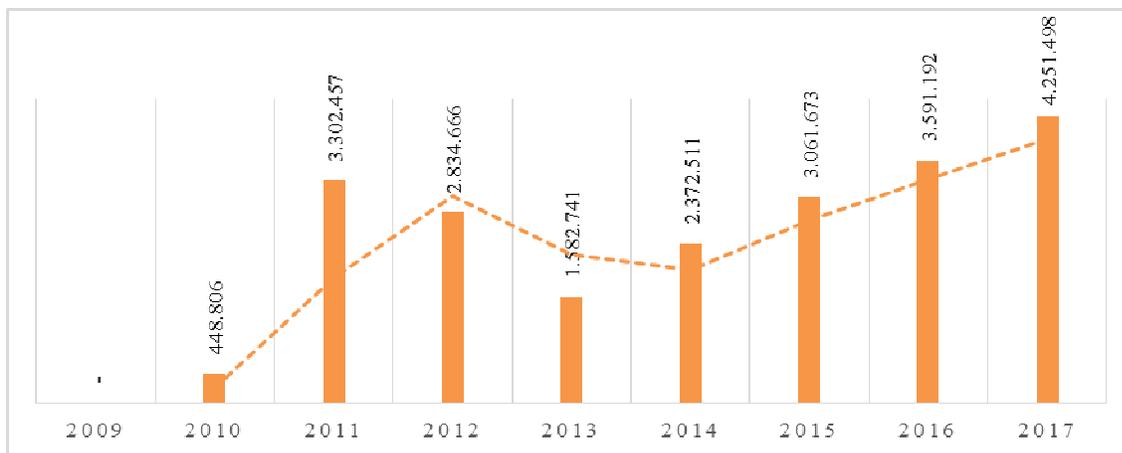


Nota: Elaboración propia con datos de Legiscomex

La compañía Cafetera la Meseta gradualmente ha tenido un crecimiento en el valor de las exportaciones FOB obteniendo su pico más alto en el año 2011 obteniendo una tendencia

creciente del valor de las exportaciones llegando a exportar en FOB para el año 2017 USD 15.357.884.

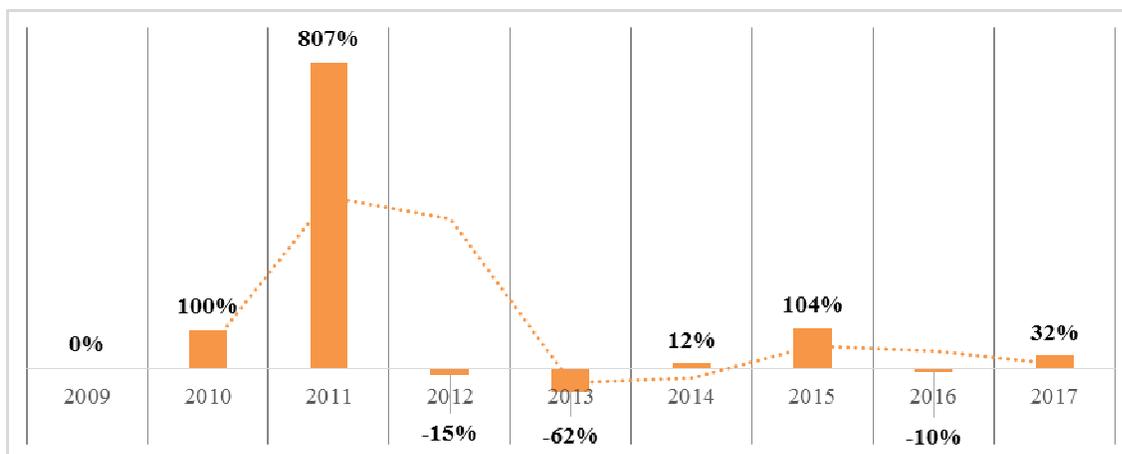
Grafica 18. Tendencia de las Cantidades de exportaciones de la Compañía Cafetera la Meseta – Kilos Netos



Nota: Elaboración propia con datos de Legiscomex

Al analizar la tendencia anual en cuanto a cantidades exportadas se evidencia un crecimiento escalonado en las cantidades exportadas para la totalidad de los años estudiados, sin embargo, en los años 2011 y 2012 el promedio de crecimiento fue mayor.

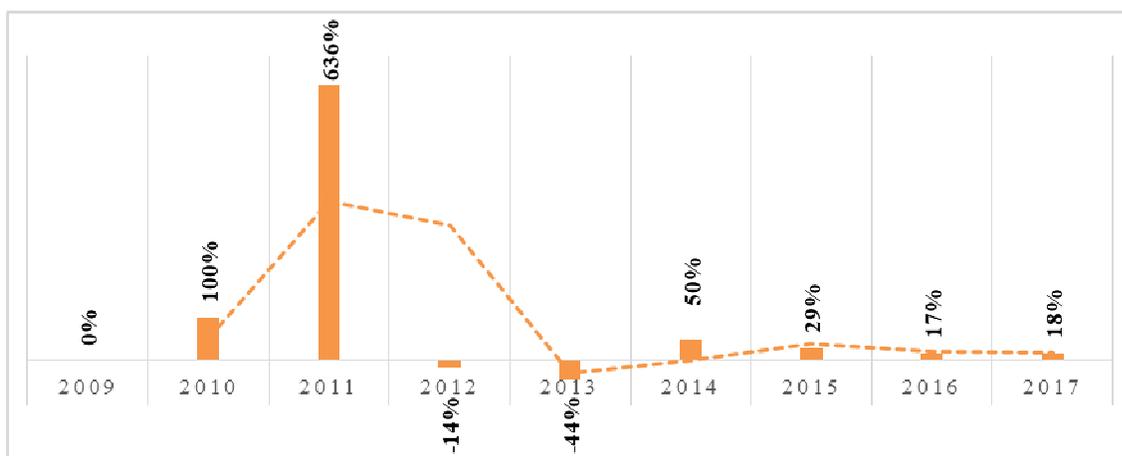
Grafica 19. Variación Anual en FOB (USD) de las Exportaciones de la Compañía Cafetera la Meseta



Nota: Elaboración propia con datos de Legiscomex

Cuando se analiza la variación anual del valor de las exportaciones se evidencia un crecimiento importante del 807% en el año 2011 identificando así para el año 2013 el decrecimiento más importante llegando al 62%, creciendo nuevamente en el 2015 a un 104% para llegar en el 2017 a un crecimiento del 32% con relación al año inmediatamente anterior.

Grafica 20. Variación Anual en Cantidades de Exportaciones de la Compañía Cafetera la Meseta



Nota: Elaboración propia con datos de Legiscomex

La variación anual de cantidades para la Compañía Cafetera la Meseta nos muestra que para el año 2011 se evidencia el pico más alto en la variación de las cantidades llegando al 636%, en los dos años siguientes se identifica un decrecimiento del 14% y 44%, a partir de estos años solamente existen crecimientos de cantidades de exportación, en el año 2014 con un máximo del 50% con relación al año anterior, reduciendo el nivel de crecimiento paulatinamente para los tres siguientes años con un 29%, 17% y 18%.

En los gráficos diecinueve y veinte se demuestra que esta variación tiene un efecto precio dado que en el momento de aumentar el precio de las exportaciones aumentan las cantidades exportadas de la misma manera.

6.6 Comparativo Empresas Certificadas Versus Empresas No Certificadas

En este apartado se realiza una comparación de las empresas con sello ecológico (FNC, Expocafé y Racafé) versus las empresas sin el sello ecológico (Carcafé y compañía cafetera la Meseta) en relación al valor de las exportaciones FOB (USD), con el fin de analizar la captación de mercado de cada uno de estos grupos y el comportamiento de estos en los años estudiados.

Grafica 21. Comparativo en Valores de Exportación de las Empresas Certificadas



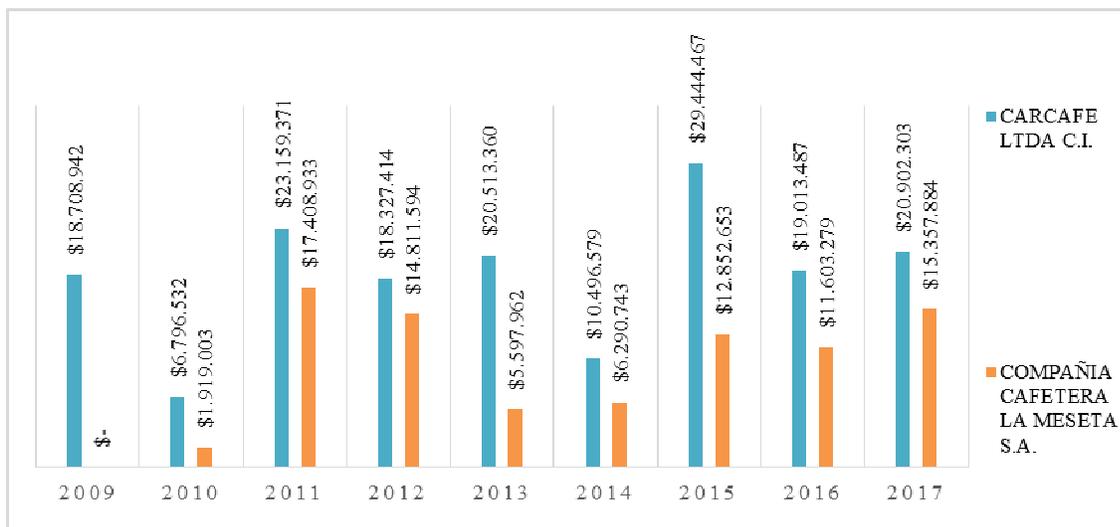
Nota: Elaboración propia con datos de Legiscomex

Analizando inicialmente los años 2009 al 2015, se encuentra que la FNC obtuvo el liderazgo del valor de las exportaciones FOB hasta el año 2015 con un promedio del valor de exportación anual FOB de USD 592.728.217, siendo la única empresa exportadora hasta el año 2012, en el año 2013 entra al mercado exportador Racafé con un promedio de USD 6.517.599 y en el 2016 Expocafé con un promedio de USD \$52.634, por lo que se puede observar que estas empresas entran al mercado con niveles inferiores de valor de exportaciones FOB.

Para los dos últimos años de estudio, se evidencia una reducción general del valor de exportación FOB para Colombia que coincide con la entrada al mercado exportador de Expocafé y Racafé, por lo que la FNC se enfrenta a una reducción considerable de su nivel de exportaciones, y pierde el liderazgo en el mercado con un promedio de valor de exportación FOB

de USD 20.890.563, que es superado por Racafé con USD 22.705.199 seguido por Expocafé con un USD \$17.901.872.

Grafica 22. Comparativo en Valores de Exportación de las Empresas sin Certificación.



Nota: Elaboración propia con datos de Legiscomex

En el caso de las empresas sin Sello de Alimento Ecológico, se encuentra que la empresa compañía Cafetera La Mesa, tiene un valor de exportación FOB en promedio para todos los años de USD \$9.538.006, siendo el más bajo de las empresas estudiadas. Pero por otro lado Carcafé tiene en promedio de todos los años de estudio un valor de exportación FOB de USD \$18.595.828, el cual es mayor al valor promedio de la empresa Expocafé, la cual tiene Sello de Alimento Ecológico y su promedio es tan solo de USD \$17.901.872, lo que podría evidenciar que el obtener el Sello de Alimento Ecológico no asegura un nivel mayor de valor de exportación FOB a las empresas.

7. Factores que Inciden en las Exportaciones de la Federación Nacional de Cafeteros con Referencia al café Orgánico

7.1 Factor Económico

Se analizan los valores de tasa de cambio COP - USD anuales durante el periodo 2009 al 2017 al igual que el precio del café anual en centavos de dólar para este mismo periodo, con el fin de evaluar su relación con el comportamiento de las exportaciones de café.

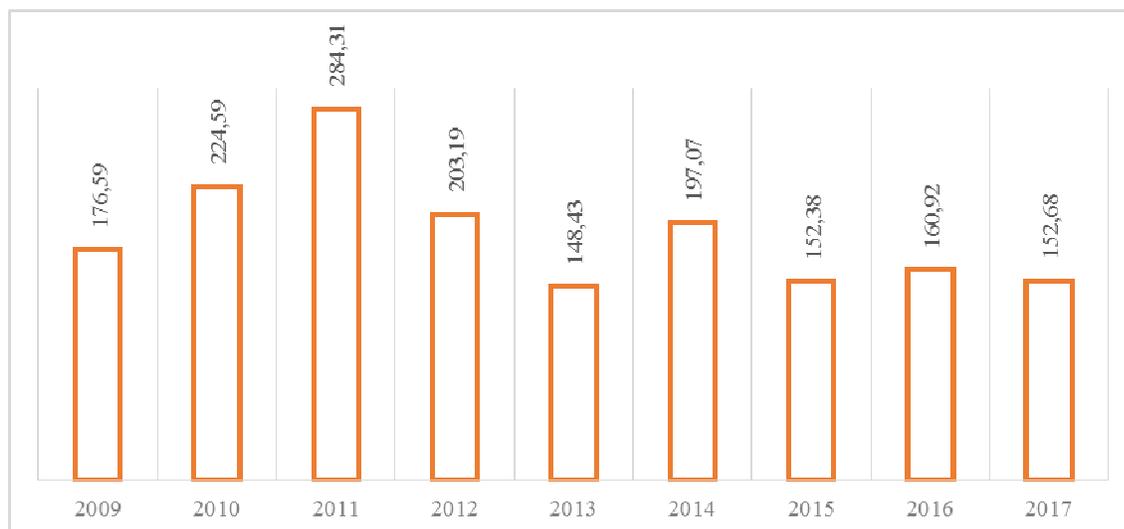
Grafica 23. Tasa de cambio anual USD -COP



Nota: Elaboración propia con datos del Banco de la Republica

Para la tasa de cambio anual se evidencia que no existe un efecto relacionado a la variación de la tasa y las exportaciones del café, ya que teóricamente al existir una devaluación de la moneda, las exportaciones se reducirían, pero en la etapa del 2009 al 2013 en donde existe devaluación de la moneda, las exportaciones del café tuvieron un crecimiento, y, al contrario, en el periodo del 2014 al 2017 en donde la moneda se revaluó, la exportación de café se redujo considerablemente.

Grafica 24. Precio del Café - Centavos de Dólar por Libra



Nota: Elaboración propia con datos de La Federación Nacional de Cafeteros.

Cuando se realiza el análisis de los precios del café anual durante el periodo estudiado se encuentra que existe una relación entre los precios del café y las cantidades exportadas, de esta manera, en los años de mayor crecimiento del precio del café, se encuentra una mayor cantidad de exportaciones de este producto, un ejemplo de esta situación se encuentra en el año 2011 en donde para las empresas que exportaron en ese año, se observa un crecimiento en las cantidades de exportación. Esto mismo sucede en el año 2014, en el cual se observa que el precio del café alcanzó el mayor valor de los últimos 5 años.

7.2 Factores Institucionales

7.2.1 Proceso de la FNC para la obtención del Sello de Alimento Ecológico.

La Federación fue una de las primeras entidades que realizó el proceso de certificación Orgánica de café en el país.

Existen dos líneas de certificación que se pueden reconocer en este momento, establecidas desde hace más de diez años en cabeza de la dirección comercial de la Federación Nacional de Cafeteros, las cuales apoyan la certificación en fincas que tengan el potencial y capacidad de

acogerse a los requerimientos de las normas orgánicas, con la vocación e intención de cumplir o abastecer una demanda de café orgánico. La primera es la producción primaria realizada directamente en las fincas y la segunda es la comercialización de estos productos certificados en el que se establece una cadena custodiada a la cual se somete el café que se comercializa como orgánico.

Soto (2018) afirma:

La forma de poder lograr la certificación es identificando zonas, fincas, grupo de productores que tienen una mayor posibilidad de cumplir con los requerimientos de los programas orgánicos, organizando grupos de campesinos e indígenas caficultores que pueden cumplir con las posibilidades de esta producción y sostengan una intención o vocación de producción de café sin la utilización de pesticidas, insecticidas, herbicidas ni fertilizantes de origen sintético. Bajo esas dos primicias es mucho más fácil y viable certificar una finca orgánica.

7.2.2 Garantías de la FNC para una producción orgánica.

La regulación Colombia puntalmente la Resolución 187 del 2006 es la garantía para la producción orgánica sin embargo no es la única reglamentación, ni la que determina la dinámica comercial de exportación de café orgánico, si se requiere exportar café orgánico a Europa y se quiere que sea vendido y comercializado bajo esos términos, se debe cumplir con la resolución de Europa, en el caso de Estados Unidos Canadá y México se debe cumplir con la norma Nop y así sucesivamente para cada país.

De esa manera las fincas de producción de café orgánico no pueden entrar en contacto con pesticidas, plaguicidas, herbicidas durante tres años ni tener una fertilización con nutrientes de origen sintético por el mismo tiempo, como se mencionaba anteriormente esa es la clave del éxito, sin embargo, de ahí en adelante se pueden encontrar una gran serie de requerimientos adicionales que cada una de las normas lo determinan, otro aspecto importantes es la necesidad y el requerimiento específico de garantizar que el café que se produce como orgánico no tiene ningún riesgo de mezcla con otro tipos de café que tienen otros orígenes de producción.

En un inicio se tenía la capacidad de realizar un seguimiento y control a los asociados que producen el café, pero en la medida que evolucionando y madurando los programas orgánicos se ha buscado responsabilizar a los grupos de cafeteros y las fincas con los que la Federación trabaja para garantizar el control de todas las practicas, en donde directamente llevan un sistemas de control interno los cuales garantizan no a la Federación sino a las empresas certificadoras que se están cumpliendo con los protocolos establecidos para la producción de café orgánico.

7.2.3 Entidad que regula a la Federación Nacional de Cafeteros para la obtención del Sello de Alimento Ecológico

Quien regula es el Ministerio de Agricultura bajo la resolución 187 del 2006, quien verifica el cumplimiento de esas regulaciones con la potestad que les da el Ministerio de Agricultura son las empresas auditoras, para ello dichas empresas tienen que cumplir con un proceso muy riguroso de acreditación que les da el ministerio para verificar el cumplimiento de esos campos de toda la cadena de producción y logística de los productos ecológicos.

7.2.4 Participación de la FNC con relación al volumen de exportaciones de los últimos años.

En los último años se ha visto una reducción de la participación en las exportaciones que está realizaba, este efecto se encuentra directamente relacionado con el crecimiento paulatino de otros agentes exportadores creando una mayor competencia enfocado en suplir el mismo mercado, resaltando que la Federación no es la única empresa exportadora pero si se mantiene como la principal exportadora de café orgánico, esto genera una situación coyuntural para la Federación en la medida que las decisiones comerciales buscan tener una mayor participación o un mayor ingreso.

El programa orgánico hace parte de un paquete de programas que lleva la FNC de cafés sostenibles, estos programas han temido un crecimiento bien importante y estructurado en los

últimos años, los cuales migran de tener una comercialización total de café estándar a la comercialización de una parte de café Orgánico de excelente calidad.

7.2.5 Visión de la Federación frente a la obtención del Sello de Alimento Ecológico en los diferentes agentes.

La obtención del Sello de Alimento Ecológico depende del objetivo de negocio que tiene cada empresa exportadora, no todas las empresas deben tener una visión enfocada a la comercialización de café orgánico o certificados, eso es una visión empresarial propia de cada uno de las empresas exportadoras.

En el caso de la FNC busca aumentar la rentabilidad y el ingreso de los cafeteros que comercializan su producto con las cooperativas. Una de las estrategias con la que se identificó el aumentar del ingreso para los campesinos es la producción y comercialización de café orgánico pues incluso a pesar de la disminución de las primas o ganancias obtenidas, también se pueden identificar casos en donde los cafeteros orgánicos pueden recibir un mayor valor por la venta de sus productos a comparación de los campesinos que producen café estándar.

Sin embargo, la recomendación que podría dar la Federación como institución alrededor de entrar en un proceso de certificación orgánica es poder a tener un cliente definido un aliado que garantice la posibilidad de comercializar el producto como orgánico en otro país, pero hay que tener en cuenta que pueden existir situaciones coyunturales cuando se toma la decisión de certificarse

Una de los sucesos que pueden llegar a ocurrir es que los costos de producción aumentan, que los costos de mano de obra aumenten y los procesos de producción y cosecha puedan ser mucho más lentos llegando a verse reducida la productividad. Es por esto que esa decisión debe ser tomada con un previo estudio de mercado que garantice que el negocio puede ser mucho más concreto, y pueda mantener la certificación

Soto (2018) afirma:

Es una decisión que se tiene que tomar con mucha planificación mucha información y sobretodo con la posibilidad de tener un socio concreto que facilite la estabilidad.

7.2.6 Comercio justo en la Federación Nacional de Cafeteros.

La federación afirma que los cafeteros que se motivaron a certificarse con los sellos orgánicos, son los mismos que han tomado la decisión de certificarse con otra norma internacional que es la de comercio justo lo que llevan a hacer un paquete importante de cafés orgánicos de comercio justo que aumenta el valor y los intereses por encima de ser solamente un producto orgánico, lo cual es un decisión y una apuesta que tomo la FNC y se encuentra realizando desde hace 15 años llegando a generar una oportunidad muy interesante para los productores que se han motivado a seguir estos programas.

Lo que muestra que es otra oportunidad de negocio que está en beneficio de los cafeteros, en la medida de la posibilidad de transferir más recurso para los cafeteros que se vean involucrados y hagan parte de los programas de certificación.

Conclusiones

Después de realizar la investigación de la incidencia del Sello de Alimento Ecológico en las empresas agroexportadoras de café: Caso Federación Nacional de Cafeteros se puede evidenciar diversas conclusiones con forme a los capítulos desarrollados a lo largo de la investigación.

En primera instancia se encuentra que el comercio justo por medio de la certificación y obtención de sello o etiquetas verdes enfocadas según esta investigación en los sellos de producción orgánica de alimentos agrícolas, es el primer paso para la obtención de un sello o etiqueta de comercio justo facilitando de esta manera con el cumplimiento de los requisitos que se necesitan para poder implementar una cadena integrada de abastecimiento de productos de comercio justo.

Sin duda este tipo de movimientos está enfocado en trabajar con los productores y trabajadores de este tipo de productos con el fin de ayudarlos a aumentar sus ingresos por la venta de productos con dicha certificación a ser de mayor calidad y garantía, transfiriendo así más recursos a estos para pasar de una situación de vulnerabilidad a una de seguridad y autosuficiencia económica, pudiendo abastecer un mercado que paulatinamente ha venido creciendo y así mismo identificar un sistema de comercio alternativo.

Por lo que se recomienda a las entidades privadas y gubernamentales incentivar las prácticas y procesos para la generación de cadenas de comercio justo para poder tener una distinción de producto, superior a los productos convencionales teniendo en cuenta que se aumenta el ingreso obtenido por estos productos,

El Ministerio de Agricultura bajo el reglamento para la producción primaria, procesamiento, empacado, etiquetado, almacenamiento, certificación, importación y comercialización de productos agropecuarios ecológicos regula este tipo de prácticas igualmente como las empresas auditoras verifica el cumplimiento de esa regulaciones con la potestad que les da el Ministerio de Agricultura, por lo cual las empresas deben cumplir con un manejo fitosanitario, uso o

propagación de semillas, manejo adecuado del agua y cuencas hídricas, así mismo el establecimiento de procesos para el manejo de la cosecha y post cosecha del producto a certificar, llevando unos requisitos mínimos de control estipulados en la resolución 187 del 2006.

Así mismo bajo la resolución 148 de 2004 emitida por la misma entidad la cual crea el Sello de Alimento Ecológico generando un marco reglamentario, armonizado con las normas internacionales garantizando de esta manera la calidad de los productos con diferenciación para generar credibilidad y confianza entre los consumidores y facilitando el cumplir con la reglamentación de los países con los que se requiera comercializar.

Con relación al análisis realizado de las cantidades y valores exportados por las cinco empresas estudiadas se puede concluir que en Colombia para el sector cafetero la obtención del Sello de Alimento Ecológico no genera una incidencia positiva en el crecimiento de las exportaciones, dado que se presenta una gran volatilidad en los volúmenes exportados en el transcurso de los años 2009 al 2017 sin tener inferencia en el año de certificación. Incluso el hecho que una empresa no este certificada no responde al aumento o disminución de su volumen de exportación sino más bien responde al mercado objetivo al que este dirigida la empresa ya que depende de los objetivos de negocio que tiene cada empresa teniendo en cuenta que no todas las empresas deben tener una visión enfocada a la comercialización de café orgánico o certificados.

Uno de los factores económicos que interviene en las exportaciones del café es la tasa de cambio en donde no tiene una incidencia para las exportaciones teniendo en cuenta en el estudio realizado se muestra que cuando se incrementa la tasa de cambio disminuyen las exportaciones sin embargo en comparación con el precio del café se evidencia que tiene una incidencia entre los precios del café y las cantidades exportadas, con una relación en los años de mayor crecimiento del precio del café, se encuentra una mayor cantidad de exportaciones.

Para la Federación Nacional de Cafeteros el plus de tener un Café especial puntualmente orgánico y con una cadena de comercio justo es básicamente la diferenciación del producto

generando un mayor precio en el mercado internacional lo cual conlleva a tener un mayor valor de las exportaciones producto de mayores precios y no de mayores volúmenes.

Teniendo en cuenta que la certificación que reglamenta el Ministerio no necesariamente abre camino en todos los mercados internacionales, debido a que las empresas deben cumplir sin excepción con los requerimientos de cada uno de los países con los que se va a comercializar el producto como orgánico, los cuales pueden ser diferentes a los requisitos de la normatividad colombiana. Incluso dentro de este sector pueden llegar a existir productores que puedan estar por fuera de la federación o en la federación que cumplan con una normatividad internacional sin cumplir la normatividad del Ministerio de Agricultura y pueden exportar café orgánico sin contratiempos.

Se encuentra que la obtención del Sello de Alimento Ecológico colombiano puede generar un valor agregado o buenas prácticas para aprovechamiento de otros mercados facilitando el cumplimiento de los requerimientos de las normas internacionales de acuerdo al país de exportación.

Por lo anterior se recomienda a la Federación Nacional de cafeteros siga enfocado en esa apuesta de mercado, incentivando y fortaleciendo este tipo de programas de café sostenibles para así aumentar la generación de buenas prácticas apoyando a los campesinos y grupo de indígenas asociados y así aumentar los niveles tanto de recursos dirigidos a los cultivos orgánicos como para a mejorar los ingresos de las familias de ese grupo de caficultores facilitándoles alcanzar una mayor estabilidad en sus ingresos.

Con referencia a las empresas que desean iniciar un proceso de certificación para la producción de alimentos orgánicos deben concientizarse que aparte de realizar el proceso para cumplir con los requisitos establecidos por alguna de las entidades o países que lo requieren es necesario poder hacer o tener un estudio de mercado que les ayude a tener un socio comercial que adquiera los productos orgánicos y así fortalecer las relaciones comerciales y asegurar la comercialización de los alimentos producidos y cosechados, teniendo en cuenta que es una decisión que se debe

tomar con mucha planificación por la cantidad de proceso que se deben cumplir, prácticas que hay que modificar, posible reducción de la productividad, modificación de insumos, canales de distribución diferentes, conocimiento del comportamiento de consumidor del país al que se va a exportar y una gran cantidad de variables adicionales que conllevan a obtener mucha información con el objetivo de poder facilitar la estabilidad de la comercialización de los productos orgánicos en el mercado internacional.

Lista de Referencias

- Comisión Europea. (N, f). Agricultura y Desarrollo Rural. Obtenido de https://ec.europa.eu/agriculture/organic/index_es
- FAO. (N, f). Agricultura Orgánica. Obtenido de <http://www.fao.org/organicag/oa-faq/oa-faq1/es/>
- Muro, E. (s.f.). Aricultura Organica . Obtenido de <https://www.mendoza-conicet.gob.ar/portal/enciclopedia/terminos/AgriOrg.htm>
- Martínez, M. S. (2017). Cuidate Plus . Obtenido de Consejos para llevar una dieta saludable: <https://cuidateplus.marca.com/alimentacion/dietas/2016/01/25/consejos-llevar-dieta-saludable-107105.html>
- Haydeki. (s.f.). Conexion Verde. Obtenido de Comida Organica: <https://www.conexionverde.com/comida-organica/>
- Rodríguez, S. T. (2016). Dieta y Nutricion . Obtenido de ¿Qué es el Semáforo de la Alimentación?: <http://www.aucal.edu/blog/dietetica-nutricion/que-es-el-semaforo-de-la-alimentacion/>
- Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura - IICA. (2004). Caracterización De la Producción Ecológica en Colombia. Bogotá.
- Gendron, C., Palma Torres, A., & Bisaillon, V. (2012). El Comercio Justo. Argentina: Marea.
- Hernandez Sampieri, R. (2017). Metodología de la Investigación. Obtenido de <https://metodologiasdelainvestigacion.files.wordpress.com/2017/01/metodologia-investigacion-hernandez-sampieri.pdf>

Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural. (2008). Reglamento para la producción primaria, procesamiento, empaquetado, etiquetado, almacenamiento, certificación, importación y comercialización de Productos Agropecuarios Ecológicos. NF, Colombia: NF.

Medina (2017) Director de la Cátedra UNESCO de Alimentación, Cultura y Desarrollo. Obtenido de <https://www.uoc.edu/portal/es/news/actualitat/2017/137-productos-ecologicos.html>

Federación Nacional de Cafeteros (2010). Nuestra Historia. Obtenido de <https://www.federaciondecafeteros.org/static/files/Linea80.pdf>

Expocafé (N, f) Quienes somos. Obtenido de <http://www.expocafe.com/quienes.html>

Racafé (2015) Propósito central. Obtenido de <http://www.racafe.com/racafe/proposito.html>

Carcafé (2018) Descripción de compañía. Obtenido de https://www.emis.com/php/company-profile/CO/Carcafe_Ltda_es_1185581.html

La Meseta (2016) Exportadores de Café. Obtenido de <http://www.lameseta.com.co/es/coffee-exporters/>

Lista de Gráficos

Grafica 1. Tendencia de las Exportaciones en FOB (USD) de la FNC.	41
Grafica 2. Tendencia de las Cantidades de Exportaciones de la FNC – Kilos Netos.....	42
Grafica 3. Variación Anual en FOB (USD) de las Exportaciones de la FNC.	42
Grafica 4. Variación Anual en Cantidades de Exportaciones de la FNC.	43
Grafica 5. Tendencia de las Exportaciones en FOB (USD) de Expocafé.....	45
Grafica 6. Tendencia de las Cantidades de Exportaciones de Expocafé – Kilos Netos.	46
Grafica 7. Variación Anual en FOB (USD) de las Exportaciones de Expocafé.....	46
Grafica 8. Variación Anual en Cantidades de Exportaciones de Expocafé.....	47
Grafica 9. Tendencia de las Exportaciones en FOB (USD) de Racafé & CIA.....	48
Grafica 10. Tendencia de las Cantidades de Exportaciones de Racafé & CIA – Kilos Netos	49
Grafica 11. Variación Anual en FOB (USD) de las Exportaciones de Racafé & CIA.....	50
Grafica 12. Variación Anual en Cantidades de Exportaciones de Racafé & CIA.....	50
Grafica 13. Tendencia de las Exportaciones en FOB (USD) de Carcafé Ltda C.I.....	52
Grafica 14. Tendencia de las Cantidades de Exportaciones de Carcafé Ltda C.I – Kilos Netos..	52
Grafica 15. Variación Anual en FOB (USD) de las Exportaciones de Carcafé Ltda C.I.....	53
Grafica 16. Variación Anual en Cantidades de Exportaciones de Carcafé Ltda C.I.....	54
Grafica 17. Tendencia de las Exportaciones en FOB (USD) de la Compañía Cafetera la Meseta	55
Grafica 18. Tendencia de las Cantidades de exportaciones de la Compañía Cafetera la Meseta – Kilos Netos.....	56
Grafica 19. Variación Anual en FOB (USD) de las Exportaciones de la Compañía Cafetera la Meseta.....	56
Grafica 20. Variación Anual en Cantidades de Exportaciones de la Compañía Cafetera la Meseta	57
Grafica 21. Comparativo en Valores de Exportación de las Empresas Certificadas	58
Grafica 22. Comparativo en Valores de Exportación de las Empresas sin Certificación.....	59
Grafica 23. Tasa de cambio anual USD -COP.....	60
Grafica 24. Precio del Café - Centavos de Dólar por Libra.....	61