SEGURIDAD EN LA CADENA DE SUMINISTRO DE EXPORTACIÓN DE CAFÉ EN COLOMBIA

PAOLA ANDREA HINCAPIÉ SIERVO

FACULTAD DE RELACIONES INTERNACIONALES, ESTRATEGIA Y SEGURIDAD
UNIVERSIDAD MILITAR NUEVA GRANADA
BOGOTÁ D.C, ABRIL DE 2015

RESUMEN

Con el fin de contribuir a la investigación, acerca de la cadena suministro del primer producto agrícola más exportado en Colombia, este ensayo describe brevemente la evolución del cultivo de café y su impacto social, político y económico. Adicionalmente, muestra la dinámica de la cadena de suministro y la funcionalidad de la misma, a partir de la logística empleada en ella. Por último, presenta la imagen del café colombiano en el mundo a través de la marca Juan Valdez y el programa “100% Café Colombiano”.

PALABRAS CLAVE: Café, exportación, cadena de suministro, seguridad.

ABSTRAC

As a contribution to investigate about supply chain’s first agriculture product on exports in Colombia, this essay described the evolution of coffee growing and the social, political and economic impact. In addition, show the dynamics of the supply chain and funcionality, from the logistic applied to supply chain. Finally, present the Colombian coffee in the world, through Juan Valdez brand and the program “100% Colombian Coffee”.

KEY WORDS: Coffe, supply chain, exportation, security.

INTRODUCCIÓN

El presente ensayo pretende establecer la evolución de la industria cafetera desde sus inicios, auge y posteriores crisis, relacionadas con el precio internacional del café. Para esto, se definirá su origen, expansión del comercio en las diferentes regiones del país, los aportes que realizó la industria al desarrollo económico en Colombia y los desafíos que debe superar en la actualidad para ser competitivo.

Por otra parte, el presente escrito pretende dar a conocer el café como el producto agrícola con mayor exportación en el país. Así, se podrá identificar elementos como la calidad y la seguridad, a la hora de ser almacenado y transportado a otros países, siendo este último aspecto, uno de los más importantes para hacer mucho más competitivo el producto permitiendo que el flujo del comercio se mantenga y así, aumentar el capital de la federación y la de sus asociados.

Además, se realizará un breve análisis acerca de la imagen del café colombiano, tomando como referencia la marca Juan Valdez, siendo esta la presentación más importante del café en el mundo, y el programa “100% Café Colombiano”, cuyo propósito es mantener la relevancia tanto a nivel nacional como nivel internacional identificando de esta forma su impacto.

Finalmente, presentar las conclusiones, las cuales, además de ser una expresión del autor, también darán lugar a aspectos que deben ser resueltos para mejorar la eficiencia y viabilidad de la industria cafetera.

ANTECEDENTES

En el año de 1835, la República de la Nueva Granada -hoy Colombia- exportó por primera vez 60 kilogramos de café, a través del puerto de Maracaibo, esta acción económica es lo que da inicio a lo que más tarde se denominará, la Industria Cafetera. Dicha industria se estableció en 1880 en la zona nor-oriental del país, específicamente, en Norte de Santander y Sur de Santander siendo esta actividad, un salvavidas para la economía exportadora del departamento, ya que la venta de quina, añil y tabaco se encontraba en crisis. (Machado, 2001, p.79).

Principalmente, la crisis de la quina, el añil y el tabaco fue causada por la naturaleza catastral de los predios donde estaban dichos cultivos. Según Nieto (1989), la crisis de la quina, el añil y el tabaco, fue causada porque eran cultivos circunscritos a ciertas regiones y sólo generaban riquezas para dichas regiones. Lo anterior generó una acentuada desigualdad en el desarrollo económico del país, así mismo, a pesar de que eran productos exportados, no era necesaria una gran red industrial que involucrará a otros sectores de la economía. Es decir, los cultivos que fueron importantes para la exportación, antes que el café, no necesitaron de la ampliación de vías de comunicación, como el ferrocarril, para su transporte, no fomento el empleo en otras regiones del país, como las industrias no productoras de café en otras regiones del país y tampoco genero tantas divisas como si lo hizo el café. Por su parte, el café si

llegó a ser un cultivo generalizado en varias zonas del país y logró establecer una economía mucho más organizada y aliviar las disparidades económicas en la mayoría de las regiones y fortalecer las exportaciones.

Gracias al capital obtenido por las exportaciones de café, la industria empezó a expandirse hacia otros departamentos como: Cundinamarca, Tolima y Antioquia. Dicha expansión contribuyó al asentamiento de haciendas cafeteras. Así mismo el sector cafetero, como lo explica Machado (2001), se fue desplazando en concordancia con la ubicación de los puertos de exportación, se construyeron las líneas del ferrocarril del Pacífico que integraba las zonas de Antioquia y Caldas, con el fin de hacer más económico el transporte del producto y dejar de depender de los buques que atravesaban el Río Magdalena. En 1910, América Latina ya se había convertido en la primera región en producir y exportar café, lo que significaba para Colombia competir con países como Brasil, Venezuela y Costa Rica. (p.80)

De forma consecuente, la expansión del comercio cafetero alentó a la formación del mercado interno, donde se crearon industrias urbanas, algunas asentadas en regiones donde no se cultivaba el café, con el fin de dinamizar la economía colombiana, lo que a su vez fomentó la importación de bienes de mayor poder adquisitivo. (Nieto, 1989, p.25).

En el año de 1927, se creó la Federación Nacional de Cafeteros (FNC) la cual, establece el pacto de cuotas mercantes al mercado americano e instituye el Fondo Nacional de Cafeteros (FoNC) en 1940. Dichas cuotas fueron impuestas con el fin de recuperar el comercio cafetero, debido a que durante la crisis de la década de los años 1920, las empresas extranjeras se convirtieron en los dueños mayoritarios. Así mismo las cuotas impuestas y el FoNC permitieron la compra de una flota mercante convirtiendo a la FNC en un importante exportador. (Machado, 2001, p. 86).

A pesar de las crisis que ha atravesado el sector cafetero en las décadas siguientes, donde ha disminuido la generación de ingresos y divisas para el país, es importante destacar que el café sigue siendo el producto agrícola más importante, ya que es representación material de la cultura y la economía colombiana.

De acuerdo con las cifras del FNC, para el año 2008, Colombia exportó tres millones de sacos, dicha cifra, lo posicionó como el mayor exportador de café verde (café sin tostar y sin descafeinar). En 2011 aumentó su producción a 7,7 millones de sacos y actualmente (año 2014), comercializó en el exterior 10,5 millones de sacos permitiendo, a su vez, el aumento en el precio de la cosecha, durante ese año.

PRODUCTO AGRÍCOLA DE MAYOR EXPORTACIÓN EN COLOMBIA

Entre la década de 1960 y 1970, Colombia tuvo una impresionante bonanza gracias a la exportación de café. Ya que, este producto, sin duda alguna, tuvo gran acogida en el mercado internacional, convirtiéndose en el producto de mayor exportación del país y el principal generador de divisas. Sin embargo en la actualidad, el café ha perdido participación en el Producto Interno Bruto (PIB) y en el mercado internacional. A su vez, el café a pesar de ser el producto agrícola de mayor exportación su rendimiento es superado por el sector minero-energético con bienes como el petróleo y sus derivados, también el carbón.

Una de las primeras desventajas es que el mercado mundial prefiere el café con valor agregado (café procesado), el cual no compite directamente con el café verde (café sin procesar), pero si hace que pierda consumidores. A pesar de que Colombia se caracteriza por exportar granos de café suave, este producto no ha tenido mayor nivel de elaboración, razón por la que, Colombia se ve limitada sin saber aprovechar la calidad de ser el café más apetecido en el mundo. (Martínez & Acevedo, 2005, p. 1).

Por su parte, de acuerdo con el índice de competitividad cafetero (2008), el gremio cafetero establece estrictos controles a la calidad del café. Donde el café es recogido de forma manual, se obtiene una muestra de la cosecha la cual es tostada,

molida y degustada. Luego de este proceso es calificada de acuerdo al aroma, acidez y uniformidad, como resultado se da un puntaje y a partir de allí, se decide si es exportada o no esa cosecha en particular.

Para realizar dicha actividad, la Federación (2010) cuenta con un laboratorio central, dieciséis regionales, tres en puertos marítimos y asociaciones en otros países. Lo anterior, define la estricta evaluación de calidad del café colombiano, razón por la que el producto es reconocido a nivel internacional y donde dieciséis de los veinte departamentos productores presentan condiciones favorables, para la producción sostenible del grano, haciendo que dichas regiones tengan mayor índice de rentabilidad y competitividad.

Por ejemplo, algunas de las regiones que poseen algunos elementos de competitividad son Quindío, Valle del Cauca, Caldas y Risaralda puesto que, “cuentan con una clara ventaja en relación a las condiciones de vida, institucionalidad cafetera, recursos naturales, tecnología, localización / infraestructura y condiciones de seguridad. Sin embargo, presenta bajo rendimiento en la calidad y diferenciación, al igual que en mercado laboral” (Lozano & Yoshida, 2008, p. 116).

Los últimos factores están directamente relacionados con aspectos que pueden ser solucionados por la Federación, sin embargo, no todas las vicisitudes pueden ser

resueltas por el gremio ya que hay situaciones externas que afectan a la competitividad de algunas regiones, tales como: Nariño, Cauca y Huila, las cuales no cuentan con una infraestructura y localización adecuada para el transporte de la producción, inicialmente de las fincas hacia los puertos y por su desempeño económico, donde la gestión fiscal no ha sido positiva.

Dichos índices de competitividad son una referencia que da a conocer en qué condiciones se encuentran las regiones productoras de café, a partir de la identificación de las deficiencias. Esta polarización de lo negativo quiere buscar las posibles fallas con el fin de ayudar al caficultor, aumentar la calidad, el valor agregado y las exportaciones de café.

Colombia participa con el 9.8 por ciento del total de la producción mundial de café y los principales países a los que exporta su producto son: la Unión Europea y Estados Unidos. Allí, el 98% de la producción nacional de café verde recolectado es exportado, así mismo este porcentaje depende del comportamiento y fluctuación del mercado internacional. Por lo tanto, el producto sufre los cambios del precio internacional e igualmente es regulado por la Organización Internacional de Café (OIC).

El sector cafetero se ha visto obligado a reestructurarse internamente, debido a los cambios de precio, dando como resultado que, los pequeños productores

mantengan tanto el consumo externo como el interno, a través de la adaptación de pequeños paquetes tecnológicos para que el cultivo sea más eficiente. Dichos paquetes son otorgados por el FNC, donde el Centro Nacional de Investigación de Café (CENICAFÉ) ha sido un importante protagonista en su desarrollo. (Martínez & Acevedo, 2005).

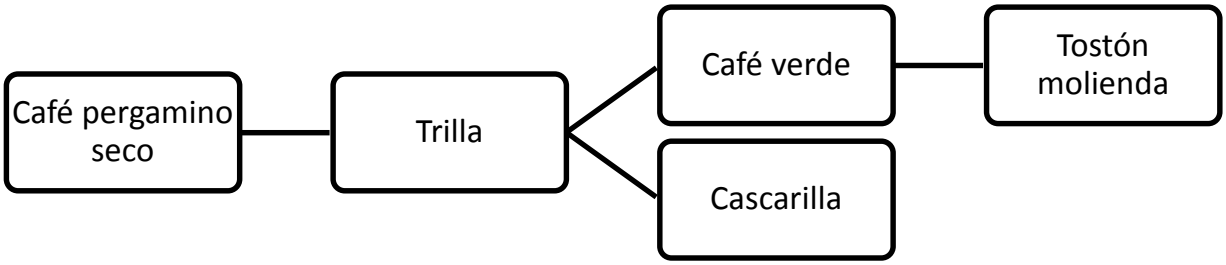
A continuación, se presentará la cadena de abastecimiento para la exportación de café verde, el cual tiene una representación, de acuerdo con las cifras proporcionadas por el Departamento Nacional de Estadística (DANE), para el año 2014 de 139.214 dólares. A su vez, se puede observar que el Café es el tercer producto de exportación.

Cadena de suministro del Café

Antes de explicar la cadena de suministro se debe tener en cuenta la cadena de café, para fines de entender el proceso. La cadena de café inicia con las actividades agrícolas esenciales, que son: la siembra, la recolección y secado. Con la última actividad ya superada, se clasifica en café ya sea pergamino mojado, pergamino húmedo y pergamino seco. Después se traslada a la trilladora que se encarga de quitar la cascara o endocarpio, que cubre al grano y el resultado es café verde, el cual es exportado y la proporción que es destinada al consumo interno es llevado hasta el

final del proceso, donde es tostado, molido y empacado. (Martínez & Acevedo, 2005). Lo anterior es representado en el siguiente diagrama:

Grafico 1. Estructura de la cadena de café



Fuente: La cadena del café en Colombia, una mirada global de su estructura y dinámica 1991 – 2005, p.4

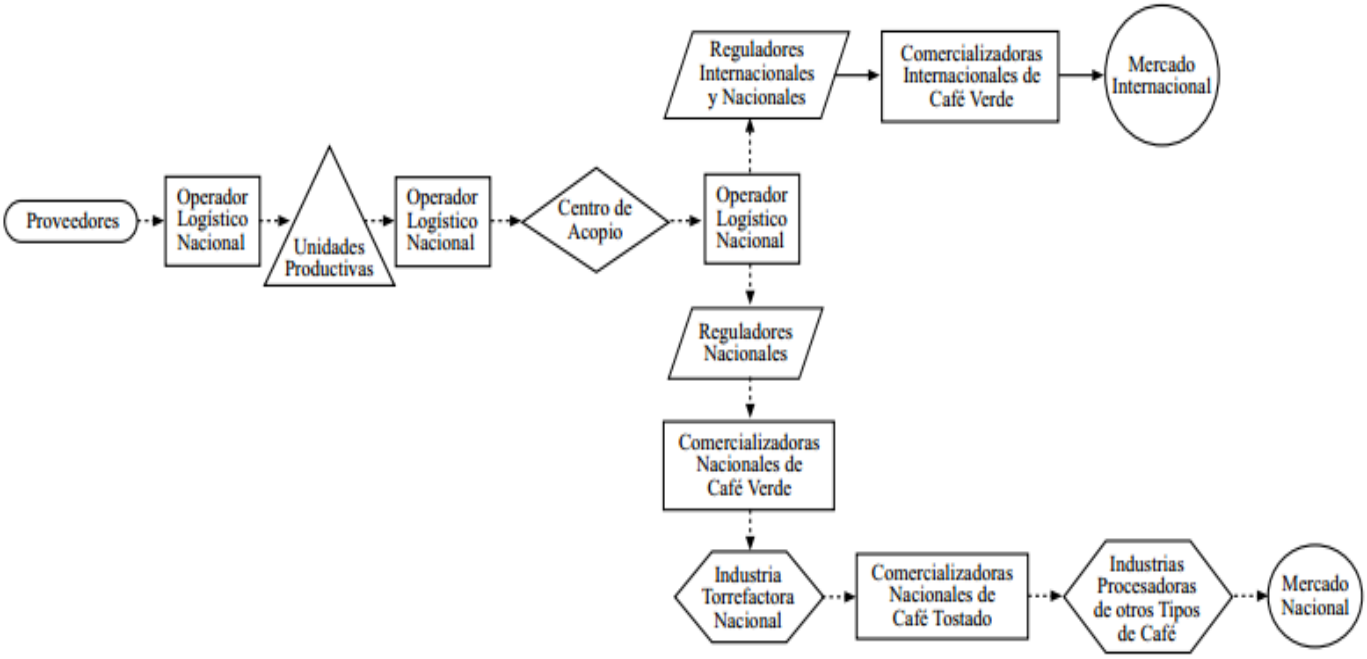
Entonces, una cadena de suministro es todo el grupo de actividades realizadas desde el punto de abastecimiento de un producto hasta su entrega al consumidor final. Para este caso en especial, la cadena comienza con el proveedor quién entrega al agricultor insumos y tecnología agrícola. Posteriormente, el agricultor siembra, recolecta y seca el café; este proceso se denomina unidad productiva. Luego, el caficultor vende el café a las Cooperativas de Cafeteros con el fin de acercar el gremio

cafetero al pequeño y mediano caficultor, después es llevado a los diferentes Comités Departamentales, que hacen las veces de centro de acopio, establecidos por la FNC.

Posteriormente, el producto es llevado hacia los Almacenes Generales de Depósito de Café, Almacafé S.A, que se encarga de trillar, calificar y clasificar el café para luego ser almacenado y distribuido. A su vez realiza el trámite aduanero, diseña la trazabilidad o seguimiento del producto, para el efectivo manejo de la cadena de comercialización externa. Dichas actividades son denominadas Servicios de Operador Logístico Integral y busca la satisfacción del cliente a la hora de recibir su producto en excelentes condiciones. (García & Olaya, 2006)

Este operador logístico también realiza actividades para el consumo interno de café, puesto que trilla y hace las veces de torrefactora en donde se tuesta, muele, liofiliza, solubiliza, empaca y distribuye el café a nivel nacional, llevando a las grandes superficies del país. (García & Olaya, 2006) El siguiente gráfico explica la cadena de abastecimiento:

Grafico 2. Cadena de abastecimiento local del café



Fuente: Caracterización de las cadenas de valor y abastecimiento del sector agroindustrial del café, p. 207

Seguridad en la cadena de suministro para exportación

A raíz de los atentados del 11 de septiembre de 2001, se observó la vulnerabilidad del sistema en cuanto al comercio internacional puesto que las cadenas de abastecimiento podían ser un transporte cómodo para la realización de actividades terroristas e ilícitas, por esto se tomaron medidas multilaterales que buscaran prevenir no solo la repetición de un evento tan catastrófico como el vivido ese año, sino también para asegurar el tránsito de mercancía a nivel internacional. (ARLOG, 2013).

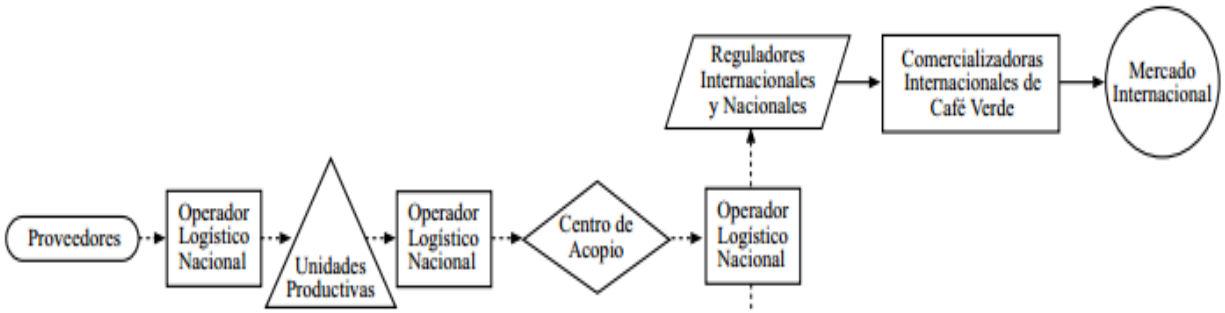
Por dar cumplimiento a las normas internacionales, la FNC establece requisitos que permiten la exportación de café seguro, tales requisitos se encuentran consagrados en la resolución # 01 de 2009 del Comité Nacional de Cafeteros entre ellos que el exportador este registrado en el Ministerio de comercio exterior dependiendo del tipo de café a exportar, adquirir una póliza que garantice el cumplimiento de las obligaciones adquiridas, anunciar la venta del café ante la FNC, evitar cualquier hecho que atente contra la comercialización y su posicionamiento en el mercado mundial, entre otras. (Nieto, 2011).

Así mismo, la seguridad en cada eslabón de la cadena de suministro es de vital importancia para la compresión del presente trabajo, donde se encuentran involucrados los diferentes aspectos que le otorgan calidad, competitividad y confiabilidad al

producto en el mercado internacional. Partiendo del concepto de seguridad, el cual consiste en “la baja probabilidad de sufrir una agresión” (Avilés, 2002, p.1), o como lo define la Real Academia Española “cualidad de seguro, libre y exento de todo peligro, daño o riesgo”, se puede establecer los elementos que se encuentran en la cadena con el fin de propender por el comercio seguro.

Como se puede observar en el grafico número dos, aparecen tanto la cadena para el mercado externo como para el interno, sin embargo para efectos el presente trabajo, se tendrá en cuenta la seguridad de la cadena de la siguiente forma:

Grafico 3. Cadena de abastecimiento de exportación de café



Fuente: Caracterización de las cadenas de valor y abastecimiento del sector agroindustrial del café, p. 207

1. Proveedor: Este se encarga de proveer los insumos y tecnología que el caficultor necesita para el cultivo de café, con el fin de protegerlo de plagas y proporcionando abono ya sea natural o artificial para el crecimiento de los árboles de café. Los principales proveedores son los Almacenes del Café, que son filiales de las Cooperativas de Cafeteros, donde algunas se encuentran certificadas por BASC (Alianza de Negocio para un Comercio Seguro) y otras tiene certificación Fairtrade, esta establece el sistema de comercio internacional justo internacional. (FNC, 2010).

2. Operador logístico: Influye en tres tiempos diferentes de la cadena, pero para todos con un propósito principal, tener conocimiento sobre la trazabilidad del producto y la seguridad empleada en cada una de ellas, buscando que el producto llegue a su destino. En la primera, el principal objetivo es que los insumos lleguen a la unidad productiva, para este caso las Cooperativas de Cafeteros ofrecen el servicio de trasporte de dichos productos hasta los cultivos de café o simplemente los caficultores recogen lo que necesitan en su transporte propio (camionetas – jeeps o animales de carga).

   En la segunda aparición es esencial que los bultos de café llaguen a los centros de acopio, inicialmente son compradas por las Cooperativas de Cafeteros, que están ubicadas en 38 ciudades cafeteras con 488 puntos de compra, estos

últimos se encargan de transportar la mercancía a Almacafé S.A, para ser almacenados, trillados, clasificados y calificados para su posterior exportación.

En su última aparición en el gráfico, el producto debe ser llevado al puerto de origen debidamente empacado y con la documentación de aduanas previamente diligenciada, del trasporte para este punto se encarga Almacafé S.A. (FNC, 2010). Cada etapa referida aquí es realiza por la misma Federación en sus diferentes instituciones establecidas para el beneficio del caficultor, las cuales se encuentran certificadas por BASC y Almacafé es el operador logístico de la federación.

3. Unidades productivas: La Federación Nacional de Cafeteros posee un sistema de información cafetera, denominado SICA, dicha plataforma contiene información relacionada con todas las fincas cafeteras del país, con la cual se la federación tiene posibilidad de tomar decisiones acerca del campo productivo, social, medio ambiental e infraestructura. Dicho sistema le proporciona tener control de quienes utilizan el servicio de la Federación, en qué lugares y en qué cantidad, también puede tener dominio sobre los registros de compra de café de las Cooperativas y determinar a quién comprar y a quien no (FNC, n.d).

4. Centro de acopio: Las Cooperativas de caficultores son los primeros que compran el café, determinando su peso, región y finca de donde proviene y su agricultor y los Comités departamentales reciben el café y allí evalúan una muestra para determinar si son aptos para exportación o si se dejan para consumo interno, posterior a eso Almacafé S.A. se encarga de trillar, clasificar y calificar el café.

   En cada una de estas etapas se encuentra ERP (Enterprise Resource Planning) de SAP R/3 (System, Applications and products), este es un sistema que planifica los recursos y gestiona la información, que de una forma estructurada, satisface la demanda de las necesidades de la gestión empresarial, incluyen ventas, entregas, pagos, producción, inventarios y almacenes, contabilidad, finanzas, recursos humanos, mercadeo y análisis de indicadores de gestión.(Cañar & muñoz 2012, p.24).

5. Reguladores internacionales: Almacafe S.A a través del sistema ERP de SAP R/3, se encarga de realizar los trámites aduaneros para la exportación de café, allí se tiene en cuenta documentos del pago de impuestos, transporte (en este caso sería marítimo) el cual es requerido para el proceso de exportación y el despacho de la mercancía, la lista de empaque, en la que se especifica peso, dimensiones, cantidad de bultos y que es requerido para el cargue de los contenedores en el puerto de origen (Nieto, 2011).

También son exigidos el documento de embarque o documento de transporte y es utilizado para entregar la carga a bordo del buque y de este modo garantiza que el exportador recibe su pago y el importador su mercancía, a su vez el procedimiento de diligenciamiento de declaración de cambio, que busca controlar la especulación financiera y el lavado activos; las divisas deben ser entregadas a través de los reguladores de cambio y deben estar debidamente justificadas, por último la DIAN a través de la plataforma MUISCA autoriza el embarque, siempre y cuando cumpla con la formalidades aduaneras y las condiciones pactadas con el comprador (Nieto, 2011).

Frecuentemente el termino de negociación utilizado por la FNC para exportar café verde es FOB, puesto que la responsabilidad del exportador solo va hasta que el contenedor se encuentre a bordo del buque, de esta forma disminuye costos y riesgos, por otro lado no es obligatorio acordar una póliza que asegure la mercancía, en razón de que el comprador debe asumir esa responsabilidad mas no el vendedor.

6. Comercializadoras internacionales de café verde: La FNC exporta café verde especialmente a países como Estados Unidos y la Unión Europea, que luego se encargan de procesar el grano de café, para obtener café instantáneo o en polvo bajo la marca del café de la empresa internacional que haya importado el grano.

7. Mercado internacional: Las empresas que procesan el grano, distribuyen el café a tiendas minoristas para hogares, comerciantes y grandes superficies, siendo estos los consumidores finales de la cadena.

Logística en Colombia

De acuerdo a las actividades de exportación que realiza la Federación Nacional de Cafeteros es importante resaltar que uno de los pasos para dar cumplimiento a la los parámetros establecidos para un comercio seguro entre países y para hacer más competitiva una empresa tanto a nivel nacional como internacional, es esencial cumplir con las normas internacionales para la exportación de productos, en las que se contempla la seguridad de las operaciones logísticas y para ello es importante contar con un sistema eficiente, como lo explica Cappa & Cameron (2012) en el siguiente párrafo:

> Actualmente en Colombia las empresas se han visto obligadas a adoptar planes logísticos para poder sobrevivir a las exigencias de los mercados tanto nacionales como internacionales, así mismo es una herramienta competitiva que permite optimizar los recursos y generar valor agregado a los procesos, para satisfacer a sus consumidores finales de acuerdo con la calidad y puntualidad de las entregas. (p.17)

Así, la FNC cuenta con un operador logístico desde 1965 denominado Almacafé S.A. Allí, almacena las cosechas compradas por la Federación, mantiene un inventario, apoya al comercio interno y externo de café, se encarga de mantener la calidad del producto desde el momento en que es recibido hasta su embarque, ya sea para venta nacional o internacional; así mismo, ese café que llega a Almacafé S.A es calificado y clasificado de acuerdo a sus características físicas. (García & Olaya, 2006).

Es por esto que Almacafé S.A tiene apoyo del operador logístico a la empresa DHL Global Forwarding. Dicha empresa que se encarga de corregir y mejorar las operaciones logísticas de la FNC, llevando a cabo propuestas específicas que les permitirían cumplir con los objetivos previstos (Cappa & Cameron, 2012). La empresa se ha encargado de mejorar la capacidad de almacenaje de café y trazabilidad de la mercancía para que esta sea segura y confiable.

A su vez, Almacafé S.A es el primer almacén de depósito que cuenta con el servicio logístico 4PL o “Lead Logistics Provider (LLP)” (Principal Proveedor de Logística), el cual apoya con recursos, tecnología y diseños en el ámbito de la logística. Este servicio ayuda a la industria cafetera a ejecutar y/o diseñar cadenas de suministro

más integrales con el objetivo que sean eficientes y rentables. (Cappa & Cameron, 2012).

Este servicio ayuda a la industria cafetera a ejecutar y/o diseñar cadenas de suministro más integrales con el objetivo que sean eficientes y rentables. (Cappa & Cameron, 2012).

Norma internacional

Las normas internacionales son reglas que las empresas, industrias o entidades que quieran incursionar en la exportación y/o importación de bienes y/o servicios, deben seguir no solo con el fin de obtener mayores ingresos, aprovechar recursos de otros países y disminuir el riesgo, sino también, para crear alianzas que propendan por un comercio seguro. De la misma forma, el cumplimiento de las normas trae ventajas competitivas dentro del comercio internacional puesto que, la organización es considerada a nivel internacional por su confiabilidad y seguridad.

Es por esto que la Federación Nacional de Cafeteros, al ser consciente de la importancia de la seguridad en el cargamento de café que exporta, logró la certificación del operador logístico Almacafé S.A en la norma BASC, *Business Alliance for Secure Commerc*e, que traduce Alianza de Negocio para un Comercio Seguro. Dicha norma

fue creada por la Organización Mundial BASC y su misión principal es “facilitar y agilizar el comercio internacional mediante el establecimiento de estándares y procedimientos globales de seguridad aplicados a la cadena logística y actividades relacionadas con comercio internacional” (WBO, 2012, p.8). Almacafé (2010) logro certificar a todas sus sucursales.

La certificación garantiza la seguridad de los procesos logísticos de exportación de café; igualmente la implementación de esta norma da un marco para establecer un Sistema de Gestión en Control y Seguridad, para que a través de este sistema, Almacafé S.A planee, implemente, verifique y tome las acciones necesarias para aplacar el riesgo, evitar que se materialicen la amenaza, y a su vez, propender por la mejora continua de la organización.

IMAGEN DEL CAFÉ COLOMBIANO

A pesar de la historia, Colombia ha salido de las crisis y se ha mantenido a flote. Lo mismo ha sucedido con el cultivo del café después de su época de bonanza. Ya que, el café no ha sido del todo desplazado por otras bebidas tanto a nivel nacional como internacional. Debido a que es un producto de importancia en el desarrollo económico y político del país. A su vez, a pesar de que en la actualidad no sea el bien más exportado, es considerado como referente positivo de la sociedad colombiana en

el extranjero por su calidad y aroma. Por lo tanto, el café ha sido un bien agrario que ha buscado mantenerse a nivel internacional, buscando mejorar cada día a través de las diferentes instituciones que tiene la Federación, tales como: el Centro Nacional de investigación del café CINECAFÉ, ALMACAFÉ, Fondo Nacional Cafetero, Cooperativas departamentales, Centro de Estudios Cafeteros y Empresariales CRECE y el Sistema de Información Cafetera SICA.

Allí se mantiene actualizada información sobre los cafetales, los caficultores, sus condiciones de vida, el porcentaje de cosechas recolectadas y exportadas. También, el desarrollo investigativo para la mejora continua de la prevención de plagas y enfermedades, mejoría de suelos, elaboración de proyectos con valor comercial, apoyo económico para el pequeño y mediano caficultor, etc. (García & Olaya, 2006).

A su vez, la marca de café colombiano Juan Valdez ha tenido importante acogida en el mundo, puesto que es la imagen visible no solo de la federación, sino también es la representación material del caficultor colombiano. Esta imagen de la representación típica del agricultor de café es sin lugar a dudas, el valor agregado del café. Sin embargo, aunque la marca sea reconocida, los productos que ofrece no son lo suficientemente competitivos como otras tiendas de café en el mundo.

El establecimiento de las tiendas se ha presentado desde hace diez años y es una empresa en expansión. Así lo demuestra el Informe de Gestión (2013) en el que se resalta una apertura a sesenta y cinco tiendas en siete países en América Latina (Chile, Aruba, Ecuador, Salvador, Perú, Panamá y México). Una tienda en Kuwait, la primera tienda en el mundo árabe. Adicionalmente se firmaron franquicias en Malasia Singapur, Brunei y Corea del Sur, países en los que es muy apetecido el Café Premium.

Por otra parte, la Federación tiene un programa llamado "100% Café Colombiano", el cual tiene relevancia a nivel nacional e internacional, ya que busca la protección del origen de su producto. Por esto, se dio cumplimiento al reglamento de uso de la *Denominación de Origen* e *Indicación Geográfica Protegida* "Café de Colombia" para modificar las licencias otorgadas a empresas que comercian marcas de Café 100% colombiano, tanto para Colombia como para la Unión Europea y Suiza (FNC, 2013). Según cifras del informe de Comportamiento de la industria cafetera colombiana (2013), 674 marcas de 134 empresas comercializan bajo el logo Triangular de Café de Colombia.

De igual forma la Federación ha establecido estrategias para la protección del origen del café, una de sus primeras solicitudes fue al Gobierno Suizo que le reconoció a la marca Café de Colombia, como Indicación Geográfica Protegida; Bolivia también

declaro la protección de las denominaciones “Café Nariño” y “Café Cauca” al igual que Perú pero para la primera denominación respectivamente

CONCLUSIONES

De acuerdo con el desarrollo de la investigación se puede destacar que el en la cadena de suministro el elemento de seguridad es un aspecto fundamental para el operador logístico Almacafé, en razón de la calidad del producto como esencial para el crecimiento no solo, de la federación sino también de los caficultores, el principal eslabón de la cadena.

Por otra parte, Colombia siempre se ha caracterizado por ser el eslabón primario de una cadena mundial en la que ha quedado relegada a suministrar materia prima para el sostenibilidad mundial. Colombia exporta el 98% de su recurso como café verde (café sin procesar) y el otro 2% exporta café con valor agregado, es decir, Colombia se ha dedicado a innovar de forma bastante tímida con productos como café instantáneo o café liofilizado, eso sin nombrar todo tipo de variedades de café que venden las tiendas Juan Valdez, pero que de igual forma sigue siendo un mínimo porcentaje en comparación con el café sin procesar.

Por tal motivo, es importante que se usen mejor los recursos científicos con lo que puede llegar a contar CINECAFÉ, para generar propuestas de importante valor comercial, así como las de Café Premium que se ha destacado en el mercado asiático o como la línea de Café Suave que es apetecida en el mercado europeo.

Cabe destacar que pequeñas empresas diferentes a Juan Valdez, incursionan en la elaboración de productos de café con valor agregado como lo es el café orgánico 100% café colombiano. Indicando que la innovación del producto está presente, solo que necesita ser explotado de forma más activa, para que el café no solo sea reconocido por el grano sino también por la variedad.

Un ejemplo de competencia importante para el café con valor agregado nacional es la cadena Starbucks, ya que posee una línea de Café Gourmet surgida a partir del café verde que exporta Colombia hacia Estados Unidos y de la mezcla de diferentes granos de café, de otros países que exportan también este producto.

Finalmente, La industria cafetera está pasando por una crisis de estructura. Ya que, la Federación se queda corta para efectuar planes en la corrección o el alivio del problema, debido a elementos externos que afectan la productividad y la competitividad del café. Dichos elementos son deficiencias de la estructura tanto política como económica del país y se encuentran fuera del alcance institucional de la Federación.

Por un lado, están las deficiencias relacionadas con la pésima red vial que afecta al caficultor para transportar su cosecha a un punto de acopio, el alto costo de los insumos, el bajo nivel de seguridad en algunas de las regiones cafeteras, la

precaria tecnología para hacer más eficiente la producción por hectárea cosechada, la calidad de vida de los caficultores y lo ineficientes controles de transparencia gubernamental.

Los anteriores son algunos de los problemas - porque no son todos - y deben ser resueltos por los gobiernos departamentales, con apoyo del gobierno central no solo en beneficio del sector cafetero, sino también para los demás sectores agrícolas del país. Al ignorar estas deficiencias, se está desperdiciando la fuente más importante de ingresos que Colombia podría llegar tener.

BIBLIOGRAFÍA

Acuña, S. (2010*). Almacafe agrega valor y trazabilidad al crecimiento del café especial colombiano con RFID*. Recuperado de http://www.rfidjournal.net/masterPresentations/rfid_latam2010_eng/np/acunaDuran_901_315_gs.pdf

Almacafé (2010). *Business Alliance for Secure Commerce*. Recuperado de http://www.almacafe.com.co/es/beneficios/certificaciones_y_acreditaciones/business_alliance_for_secure_commerce_basc/

Asociación argentina de logística empresarial (ARLOG). (2013). *Concepto Logístico* (4). Recuperado de http://www.conceptologistico.com/04/Concepto%20Logistico%20Nro%204%20paginas%20enfrentadas.pdf

Avilés, J. (2002). *Revisión de la defensa nacional* (55). Recuperado de http://www.portalcultura.mde.es/Galerias/publicaciones/fichero/00729.pdf

Cañar, C & Muñoz, I. (2012). *Modelo de implementación de centros de competencias para empresas con la solución ERP de SAP: R/3. Universidad ICESI, Cali*. Recuperado de http://bibliotecadigital.icesi.edu.co/biblioteca_digital/bitstream/10906/68399/1/modelo_implementacion_centros.pdf

Cappa, D. & Cameron, D. (2012). *Una aproximación hacia el estudio de la logística en*

Colombia. Universidad del Rosario, Bogotá. Recuperado de http://repository.urosario.edu.co/bitstream/handle/10336/4017/10207352802012.pdf?sequence=11

Departamento Nacional de Estadística (DANE). (2015). *Exportaciones de Colombia.* Recuperado de http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/exportaciones/anexos_exp_ene15.xls

Federación Nacional de Cafeteros (FNC). (2010). *Seguimiento a la calidad del café*. Recuperado de http://www.federaciondecafeteros.org/clientes/es/que_hacemos/comercializacion_del_cafe_colombiano/instrumentos/seguimiento_de_calidad/

Federación Nacional de Cafeteros (FNC). (2011). *Sostenibilidad en acción 1927 – 2010*. Recuperado de http://www.federaciondecafeteros.org/static/files/informe_sostenibilidad_esp.pdf

Federación Nacional de Cafeteros (FNC). (2013). *Comportamiento de la industria cafetera colombiana 2013.* Recuperado de http://www.federaciondecafeteros.org/static/files/Informe_Industrial_2013_Web.pdf

Federación Nacional de Cafeteros (FNC). (n.d.). *FNC en cifras.* Recuperado http://www.federaciondecafeteros.org/particulares/es/quienes_somos/fnc_en_cifras/de

Federación Nacional de Cafeteros (FNC). (n.d.). *Sistema de información cafetera SICA*.

Recuperado de http://www.federaciondecafeteros.org/caficultores/es/servicios_para_el_cafetero/sistema_de_informacion_sica/

García, R & Olaya, E. (2006). *Caracterización de las cadenas de valor y abastecimiento del sector agroindustrial del café*. Recuperado de http://revistas.javeriana.edu.co/index.php/cuadernos_admon/article/viewFile/5240/4096

Lozano, A & Yoshida, P. (2008). *Índice de competitividad regional cafetero*. Recuperado de http://www.federaciondecafeteros.org/static/files/Indice_competitividad_cafetero.pdf

Machado, A (2001). El café en Colombia a principios del siglo XX. En C. Corredor (Ed.), *Desarrollo económico y social en Colombia: Siglo XX* (pp. 77-97). Bogotá: Unibiblos. Recuperado de http://www.bdigital.unal.edu.co/795/6/266_-_5_Capi_4.pdf.

Martínez, H. & Acevedo, X. (2005). *La cadena del café en Colombia, una mirada global de su estructura y dinámica 1991 – 2005* (Nº 59). Recuperado de http://www.agronet.gov.co/www/docs_agronet/200511215113_caracterizacion_cafe.pdf

Nieto, L. (1989). *El café en la sociedad colombiana.* Bogotá: Ancora editores

Nieto, M. (2011). *Diagnóstico y solución del proceso de exportación de café, vía marítima*. Universidad del Rosario, Bogotá. Recuperado de

http://repository.urosario.edu.co/bitstream/handle/10336/2829/1010191684-2012.pdf?sequence=3

Organización Mundial BASC (WBO). (2012). *Norma y estándares BASC* (versión 4).

Procafecol. (2013). *Informa de gestión 2013*. Recuperado de http://www.juanvaldezcafe.com/sites/default/files/informe_de_gestion_2013_423.pdf