



**La Federación de
Cafeteros de Colombia,
Un modelo colectivo de
desarrollo en los
territorios cafeteros**



**Federación Nacional de
Cafeteros de Colombia**

**Encuentro para Encuentro
en Movimiento
MIMISP**

7 marzo de 2010

Contenido

1. Una historia exitosa de acción colectiva

2. La Institucionalidad Cafetera

3. Retos actuales y emergentes

(1927 – 1950) La Federación Nacional de Cafeteros (FNC) se originó en el deseo de los caficultores de organizarse para competir en el mercado

Retos para los caficultores:

- ✓ Hacer de la caficultura una actividad sostenible (no repetir casos de tabaco, añil y quina)
- ✓ Alinear los intereses de miles de caficultores dispersos

¿Cómo lo enfrentaron?:

- ✓ Creando la FNC
- ✓ Estableciendo un mecanismo de ahorro colectivo y de provisión de bienes públicos para su beneficio
- ✓ Desarrollando la Garantía de Compra



Primer Congreso Cafetero (1927)

Gracias a este deseo se generó una institucionalidad fuerte

Promoción del café
colombiano para la industria
tostadora (1939)



- ✓ **Federación Nacional de Cafeteros (1927)**
- ✓ Investigación y experimentación científica como prioridad de inversión (1928)
- ✓ Servicio de extensión (1928)
- ✓ Representantes en Europa y Estados Unidos: relaciones públicas, promoción, información, apertura de mercados (1931)
- ✓ Inspecciones cafeteras (1931)
- ✓ Requisitos de calidad para exportación, primeras marcas, contramarcas y tipos de café (1931-32)
- ✓ CENICAFÉ (1938)
- ✓ Cooperativas (1939)
- ✓ Fondo Nacional del Café (1940)



Los cafeteros han enfrentado exitosamente, hasta hoy, amenazas a su sostenibilidad

- **Bajo reconocimiento y diferenciación.** En 1957 el reconocimiento del Café de Colombia como el mejor era muy bajo (3,7%)
- **Infraestructura deficiente** (vías, energía, comunicaciones)
- **Sistemas de producción ineficientes**
- **Baja productividad**
- **Inexistencia de sistemas de financiación**
- **Precios externos volátiles con tendencia decreciente**
- **Amenazas de plagas y enfermedades exóticas**

(1951 – 1970) Los caficultores colombianos construyeron las bases de su modelo de desarrollo

Retos para los caficultores:

- ✓ Escapar de la trampa de los commodities
- ✓ Diferenciar el Café de Colombia en la mente del consumidor
- ✓ Mejorar la educación en el campo

¿Cómo lo enfrentaron?:

- ✓ Creación de Juan Valdez (1960) como símbolo del caficultor colombiano
- ✓ Establecimiento de alianzas estratégicas con tostadores e intermediarios del mercado
- ✓ Participación en la creación de la OIC y suscripción del primer Acuerdo Internacional del Café
- ✓ Generación de valor al producto (**Calidad**)
- ✓ Creación de la Fundación Manuel Mejía (**Aprender Haciendo**)





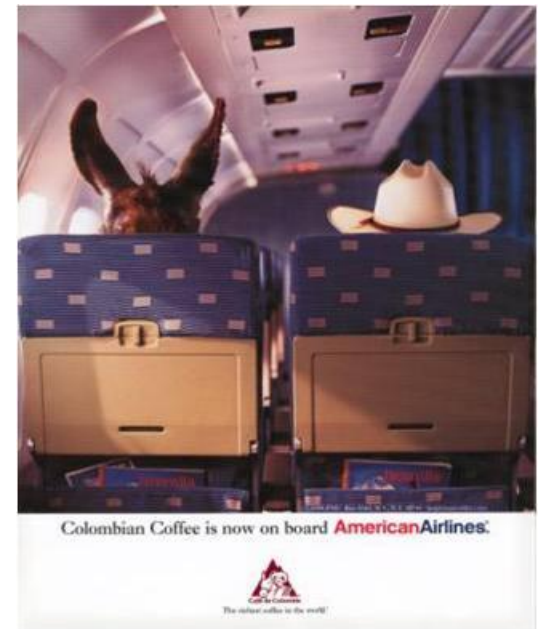
(1971 – 1990) El modelo creado muestra sus bondades

Reto para los caficultores:

- ✓ Continuar el camino de la diferenciación en un mercado en evolución
- ✓ Defenderse de las enfermedades del cafeto
- ✓ Mejorar la infraestructura en el campo

¿Cómo lo enfrentaron?:

- ✓ Creación del Programa 100% y la marca ingrediente **Café de Colombia**
- ✓ Desarrollo de una agresiva campaña para educar, conectar, sorprender y asociar (**consumidores**)
- ✓ Variedad Colombia resistente a la roya
- ✓ Beneficio Ecológico
- ✓ Mejoramiento de la infraestructura local (1969-2000):
 - 6.107 acueductos construidos
 - 230 mil viviendas
 - Más de 16 mil Km construidos y 86 mil Km mejorados
 - 16 mil aulas nuevas para niños en áreas cafeteras





(1991- 2010) El fin del mercado regulado, finalizando los años ochenta, puso a prueba la adaptabilidad de la Institucionalidad Cafetera

Reto para los caficultores

- ✓ Adaptarse a un nuevo escenario de mercado en libre competencia y con precios a la baja
- ✓ Nuevos patrones de consumo, canales de distribución y marcas

¿Cómo lo enfrentaron?

- ✓ Reestructurando las Instituciones y sus activos
- ✓ Adaptando la estrategia externa a la competencia de mercado
- ✓ Adaptando el mercado interno a la competencia
- ✓ Enfatizando en la productividad, gestión de costos, variedades regionales, etc.
- ✓ Creación de una estrategia para avanzar en la cadena de valor





Contenido

1. Una historia exitosa de acción colectiva

2. La Institucionalidad Cafetera

3. Retos actuales y emergentes

La Federación es una organización de caficultores para caficultores...

**Eje central:
el productor**



**La razón de ser de la Federación es
representar, proteger y ayudar a desarrollar
los intereses de los caficultores colombianos**

Democrática

Federativa

Alianza con el Estado

**Ahorro colectivo
(contribución)**

**Privada con dividendos
públicos (ONG)**

... Democrática...

“(...) en la mayor parte de los países en desarrollo, los campesinos y los agricultores no han podido organizarse de manera adecuada (...) La Federación de Cafeteros de Colombia es una excepción a este patrón universal”.

Mancur Olson*

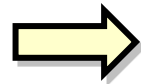
Congreso Cafetero

Comité Nacional de Cafeteros

Comité Directivo

Comités Departamentales

Comités Municipales

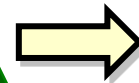


15



356

Elegidos democráticamente cada cuatro años



390 mil

Cafeteros Cedulados



*Olson (1997). La explotación en la agricultura. En *Café Instituciones y Desarrollo Económico*.

... Eficiente...

INGRESOS

Contribución
cafetera



Ventas de
café



Regalías por
uso de
marca



INVERSIONES



Garantía de Compra
y Comercialización



Gestión Institucional



Investigación y
Programas de
Asistencia Técnica



Control de Calidad



Promoción y
Publicidad



Inversión social

Por cada \$1 de contribución que paga el caficultor recibe \$4,8 en bienes y servicios que contribuyen a su bienestar

La Institucionalidad Cafetera tiene claro su rol y objetivos hacia el futuro

La Federación trabaja por:

Asegurar el bienestar del caficultor colombiano a través de una efectiva organización gremial, democrática y representativa

Y quiere llegar a:

Consolidar el desarrollo productivo y social de la familia cafetera, garantizando la sostenibilidad de la caficultura y el posicionamiento del café de Colombia como el mejor del mundo



Por ello ha establecido 8 propuestas de valor para el caficultor

Comercialización sostenible y con valor agregado

Competitividad e Innovación

Posicionamiento del Café de Colombia y su portafolio marcario

Desarrollo de la comunidad cafetera y su entorno



Caficultura integrada al mundo de la tecnología, información y comunicación

Eficacia, legitimidad y democracia

Sostenibilidad financiera

Agenda cafetera para el país y el mundo



Contenido

1. Una historia exitosa de acción colectiva
2. La Institucionalidad Cafetera
- 3. Retos actuales y emergentes**

Relevo generacional

Reto para los caficultores:

- ✓ El 30% de los caficultores son adultos mayores y se encuentran en condiciones de vulnerabilidad
- ✓ Ausencia de mecanismos que garanticen la estabilidad económica del adulto mayor
- ✓ Migración de los jóvenes rurales hacia las ciudades
- ✓ Reducción del tamaño de la propiedad cafetera

Estrategia:

- ✓ Promover el acceso de los jóvenes caficultores a factores productivos, a través de mecanismos de mercado
- ✓ Incentivar la asociatividad entre los jóvenes del campo
- ✓ Generar esquemas de apoyo y cooperación inter – generacional
- ✓ Fomentar el amor por la caficultura desde la infancia, a través de la educación



Acceso a Tecnologías de Información



Aula Virtual Cafetera

Reto para los caficultores:

✓ Insertar a la caficultura en el mundo de la información y las nuevas tecnologías

Estrategia:

✓ Convertir la Cédula Cafetera en un medio transaccional (**Bancarización**)

✓ Promover el acceso a la educación y capacitación, a través de medios virtuales (**e-learning**)

✓ Desarrollar estrategias Web interactivas (**SIC@ Web**)

Cambio Climático

Reto para los caficultores:

- ✓ Mitigar efectos negativos en la producción
- ✓ Promover una actividad cafetera en armonía con el medio ambiente

Estrategia:

- ✓ Desarrollo de variedades y sistemas adaptables a nuevas condiciones
- ✓ Proteger y valorizar la biodiversidad



Ascender en la cadena de valor

Reto para los caficultores:

- ✓ Capturar un mayor valor para mejorar el ingreso del productor
- ✓ Penetrar nuevos nichos de mercado
- ✓ Incentivar el consumo en generaciones jóvenes

Estrategia:

- ✓ Desarrollar conceptos y productos para los distintos eslabones de la cadena de valor
- ✓ Fortalecer el reconocimiento del origen Colombia
- ✓ Aprovechar la alta variedad de perfiles de taza de alta calidad
- ✓ Posicionar el Café de Colombia como el mejor del mundo
- ✓ Fortalecer la producción de cafés especiales



**Productos con valor agregado y más
cerca del consumidor**

Desarrollo Productivo y Social

Reto para los caficultores:

✓ Focalizar esfuerzos en regiones y poblaciones cafeteras más vulnerables

Estrategia:

- ✓ Recuperación de cafetales envejecidos
- ✓ Atraer recursos de Cooperación Internacional a zonas cafeteras
- ✓ Programas de Diversificación del Ingreso (maíz y frijol)
- ✓ Proveer a los caficultores de herramientas que los ayuden a gestionar su riesgo de precio
- ✓ Mejorar las condiciones de: escolarización, saneamiento básico, seguridad alimentaria y acceso a seguridad social





www.FederacionDeCafeteros.org
www.SostenibilidadEnAccion.org
www.CafeDeColombia.com