

CENTRO DE ESTUDIOS REGIONALES CAFETEROS Y EMPRESARIALES

Estudio de la capacidad exportadora de café tostado de las asociaciones de productores cafeteros en Colombia

Objeto: "Estudio Diseño e implementación de encuestas a asociaciones productoras de café en Colombia, para el levantamiento de información sobre la producción y comercialización de café tostado Programa Colombia más Competitiva (C+C comercialización de café tostado)"

Informe final

Manizales, mayo 29 de 2024



Créditos

Equipo de investigación

Carlos Ariel García Romero
Gustavo Adolfo Ochoa Villegas
Catalina Zárate Robledo
Cristhian Guillermo Naranjo Herrera

Equipo de campo

Judith Esperanza Gregory Marin
Sandra Yaneth Cano Morales
Francisco Antonio Sanchez Orozco

Directora Ejecutiva CRECE

Ana María Gonzalez Aristizábal

El CRECE manifiesta sinceros agradecimientos a las 402 asociaciones de productores que suministraron la información con gran interés y disposición.

A los Comités Departamentales de Cafeteros de los departamentos de Boyacá, Caldas, Huila y Valle del Cauca por el apoyo en la identificación de las organizaciones.

A los equipos técnicos de Swisscontact y de la Federación Nacional de Cafeteros por sus aportes al diseño del estudio.



Tabla de contenido

Créditos	2
Tabla de contenido	3
1. INTRODUCCIÓN	1
2. METODOLOGÍA	2
2.1 Clasificación de asociaciones en el marco muestral	2
2.2 Contacto con las asociaciones	4
2.3 Instrumentos de recolección de información	6
2.4 Contactos efectivos y trabajo de campo	6
3. RESULTADOS	8
3.1 Características de las asociaciones de productores	8
3.2 Capacidades	12
3.2.1 Comercialización de café	12
3.2.2 Comercialización de café tostado	13
3.2.3 Capacidad exportadora de café tostado	15
3.2.4 Asociaciones no exportadoras	16
3.2.5 Capacidades organizacionales	17
3.3 Índice de Capacidades	20
3.3.1 Método de cálculo del Índice	20
3.3.2 Clasificación de las asociaciones según el índice de capacidades	23
4. CONCLUSIONES	25
5. RECOMENDACIONES	26
ANEXO FOTOGRÁFICO	28

Lista de tablas

Tabla 1. Distribución del marco muestral según departamentos	3
Tabla 2. Distribución de asociaciones según fuente.	4
Tabla 3. Departamentos y municipios seleccionados para encuesta presencial	4
Tabla 4. Principales Novedades del proceso de recolección de información.	6
Tabla 5. Encuestas por departamentos	7
Tabla 6. Aspectos legales con los que cuentan las asociaciones	8
Tabla 7. Libras de café tostado vendidas (en el mercado nacional e internacional)	15
Tabla 8. Libras de café tostado exportadas	16
Tabla 9. Razones para no exportar.....	17
Tabla 10. Nivel de los empleados de las asociaciones.....	18
Tabla 11. Capacidad de gestión del talento humano	19
Tabla 12. Variables incluidas en la dimensión de condiciones mínimas	21
Tabla 13. Variables incluidas en la dimensión capacidad organizacional	22
Tabla 14. Variables incluidas en la dimensión de capacidad exportadora.....	23

Lista de figuras

Figura 1. Distribución del marco muestral.....	2
Figura 2. Clasificación de las asociaciones mediante contacto telefónico.....	5
Figura 3. Módulos del instrumento de recolección de información	6
Figura 4. Tiempo de creación de las asociaciones por décadas	9
Figura 5. Porcentaje de asociaciones según década de creación	9
Figura 6. Tamaño de las asociaciones	10
Figura 7. Servicios que prestan las asociaciones a sus asociados	10
Figura 8. Activos con los que cuentan las asociaciones	11
Figura 9. Formas de financiación de las asociaciones	11
Figura 10. Porcentaje de asociaciones según venta y compra de café por nivel de procesamiento	12
Figura 11. Porcentaje de asociaciones según certificaciones/verificaciones.....	13
Figura 12. Porcentaje de asociaciones según marcas y registros	13
Figura 13. Porcentaje de asociaciones según sitio de venta	14
Figura 14. Porcentaje de asociaciones según sitio geográfico de venta	14
Figura 15. Número de asociaciones que exportan según país de destino	16
Figura 16. Porcentaje de asociaciones según ayuda para sus capacidades para exportar café	20
Figura 17. Dimensiones del Índice de Capacidad Organizacional para la Exportación de Café tostado	20
Figura 19. Dimensión de capacidad organizacional.....	24
Figura 20. Dimensión de capacidad exportadora	24
Figura 21. Índice de capacidad organizacional para la exportación de café	25

1. INTRODUCCIÓN

El programa Colombia + Competitiva es una iniciativa conjunta entre la Secretaría de Estado para Asuntos Económicos suiza (SECO) y el Gobierno Nacional, que orienta sus esfuerzos a mejorar la competitividad en el país y diversificar su economía. La Fundación Suiza de Cooperación para el Desarrollo Técnico – SWISSCONTACT es el facilitador nacional del programa. El programa inició en Colombia en el año 2017, y se ejecutará en dos fases: Un primer mandato que abarcó una Fase inicial de cuatro años 2017 - 2020; y el mandato actual de una segunda Fase de cuatro años comprendidos entre 2021 y 2024. Durante esta segunda fase, el Programa se enfocará en fomentar el crecimiento verde e inclusivo mediante un entorno empresarial propicio y políticas eficaces del sector público, así como también, en promover la competitividad y la innovación mediante cadenas de valor sostenibles que proporcionan oportunidades de empleo e ingresos.

Como lo establece el manual operativo del programa Colombia + Competitiva, se contará con un mecanismo flexible para diseñar, aplicar y ampliar la escala de las soluciones a los cuellos de botella transversales de las cinco cadenas de valor del componente, entre ellas cafés especiales. Para el desarrollo del proyecto, las organizaciones interesadas elaborarán en conjunto con Procolombia y la Federación Nacional de Cafeteros tienen la intención de diseñar iniciativas que permitan desarrollar la capacidad de oferta exportable de café tostado de las asociaciones de productores de café con para el incremento de los ingresos en la cadena de valor del café.

En este documento el CRECE presenta el informe final del estudio, en el que se caracterizan las asociaciones de productores en Colombia y se diagnostican sus capacidades para la exportación de café tostado.

El estudio se llevó a cabo en los 19 departamentos y 190 municipios del país donde se identificaron 402 asociaciones, de las cuales 221 comercializan café y 179 comercializan café tostado. La información se recolectó empleando dispositivos electrónicos mediante encuesta presencial en 108 asociaciones y entrevista virtual en las restantes. El instrumento de recolección de información fue piloteado y ajustado en conjunto con los equipos técnicos de Swisscontact y la FNC.

Este informe se divide en cinco capítulos. Además de esta introducción, se describe el enfoque metodológico empleado para realizar el estudio. En la tercera sección se presentan los principales resultados, agrupados en tres secciones: la caracterización de las asociaciones, la descripción de las capacidades de las asociaciones para la comercialización de café, para la venta de café tostado y para la exportación de café tostado; y los resultados del Índice Sintético de Capacidad Organizacional para la Exportación de Café Tostado, que resume las condiciones de las asociaciones para la exportación. Los dos últimos capítulos presentan las principales conclusiones del estudio y algunas recomendaciones.

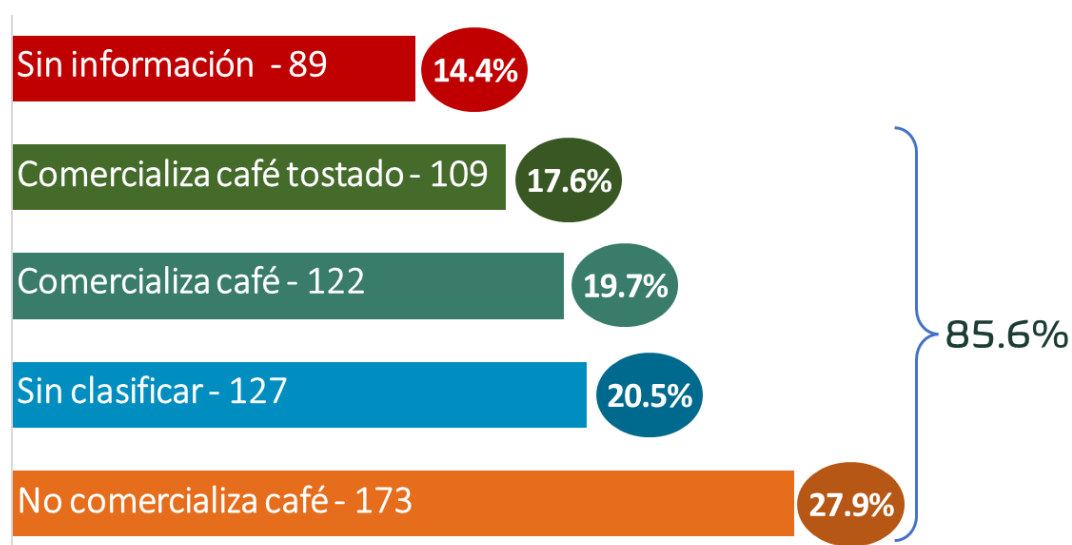
El estudio concluye que, aunque una muy baja proporción de las asociaciones se encuentra exportando café tostado, numerosas organizaciones tienen planes para exportar, y requieren asistencia, asesoría y financiación para prepararse. El interés de las organizaciones constituye un potencial para la intervención que desea promover Procolombia hacia el crecimiento de las asociaciones de productores de café orientada al mercado exterior.

2. METODOLOGÍA

El estudio se basó en un instrumento de recolección de información diseñado por la Federación Nacional de Cafeteros FNC, sobre el cual se hizo una adaptación acordada en discusiones técnicas entre los equipos del CRECE, Swisscontact y la FNC. En cumplimiento del contrato celebrado con Swisscontact, el CRECE actualizó el marco estadístico de asociaciones de productores suministrado por la FNC, capacitó el equipo de encuestadores, aplicó las encuestas a las asociaciones de productores combinando entrevista presencial con entrevista virtual, construyó la base de datos y llevó a cabo el procesamiento y análisis de la información. A continuación, se describe el proceso metodológico empleado en el estudio.

2.1 Clasificación de asociaciones en el marco muestral

El marco muestral entregado por la FNC contenía 620 asociaciones de productores distribuidas en 22 departamentos. De este total, se descartaron 89 asociaciones (el 14,4%) que no contaban con información de contacto (teléfono o correo electrónico). El 85.6% de las asociaciones se clasificó en grupos de acuerdo con su objeto principal, así: el 17,6% comercializan café tostado, el 19,7% solo comercializan café, el 20,5% no cuenta con información de referencia en la base y el 27,9% no comercializa café (Ver figura siguiente).



Fuente: Encuesta a Asociaciones de Productores. CRECE (2024)

Figura 1. Distribución del marco muestral

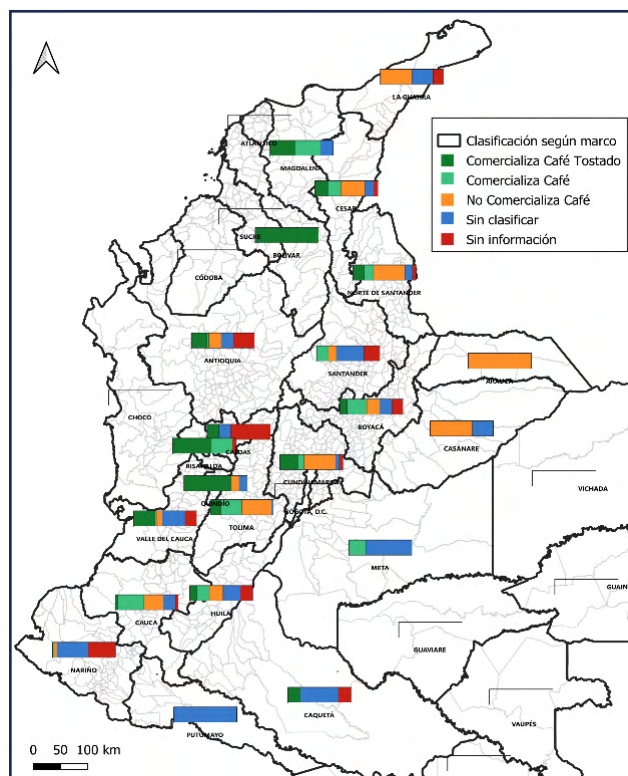
En la siguiente tabla, se muestra el detalle del marco muestral entregado por la FNC según los grupos identificados por departamento.

Tabla 1. Distribución del marco muestral según departamentos

Id	Departamento	Comercializa café tostado	Comercializa café, excepto tostado	No comercializa café	Sin clasificar	Sin datos de contacto	Total	%
1	Tolima	25	50	71	5		151	24,4%
2	Nariño		2	3	34	30	69	11,1%
3	Huila	6	10	11	14	10	51	8,2%
4	Cauca	2	19	14	9	2	46	7,4%
5	Antioquia	9	1	7	7	12	36	5,8%
6	Boyacá	4	11	7	7	6	35	5,6%
7	Cundinamarca	10	3	17	2	2	34	5,5%
8	Norte de Santander	6	5	17	4	2	34	5,5%
9	Valle del Cauca	11	1	3	12	6	33	5,3%
10	Cesar	6	6	11	4	2	29	4,7%
11	Risaralda	11	6			1	18	2,9%
12	Caldas	3			3	10	16	2,6%
13	Quindío	12		2	2		16	2,6%
14	Santander		3	2	7	4	16	2,6%
15	Meta		3		8		11	1,8%
16	Casanare			4	2		6	1,0%
17	Guajira			3	2	1	6	1,0%
18	Caquetá	1			3	1	5	0,8%
19	Magdalena	2	2		1		5	0,8%
20	Arauca			1			1	0,2%
21	Bolívar	1					1	0,2%
22	Putumayo				1		1	0,2%
Total		109	122	173	127	89	620	100,0%
Porcentaje		17,6%	19,7%	27,9%	20,5%	14,4%	100,0%	

Fuente: Encuesta a Asociaciones de Productores. CRECE (2024)

En el siguiente mapa se observa la distribución geográfica de las asociaciones en el país según los porcentajes por grupo.



Fuente: Encuesta a Asociaciones de Productores. CRECE (2024)

Mapa 1. Distribución geográfica del marco muestral.

2.2 Contacto con las asociaciones

El CRECE gestionó los contactos de 115 asociaciones adicionales a través de los Comités departamentales de cafeteros, y con parte de información suministrada por Swisscontact. De esta manera, el marco muestral final sumó 735 asociaciones (ver tabla siguiente).

Tabla 2. Distribución de asociaciones según fuente.

Fuente	No.
Base FNC	620
Contactos adicionales CRECE	115
Total asociaciones	735

Para cumplir con el requisito contractual de aplicar 100 encuestas de manera presencial visitando la asociación, se identificaron concentraciones geográficas y cercanía de las asociaciones por municipios y departamentos. Este criterio geográfico se adoptó para implementar el trabajo de campo de manera costo-eficiente. Como se observa en la tabla siguiente, en total 213 asociaciones (34.4% del total), en ocho departamentos cumplen con este criterio.

Con estos criterios, los departamentos seleccionados para visitar y realizar encuestas presenciales fueron: Caldas, Cauca, Huila, Nariño, Quindío, Risaralda, Tolima y Valle del Cauca. En la siguiente tabla se muestran los municipios seleccionados por departamento.

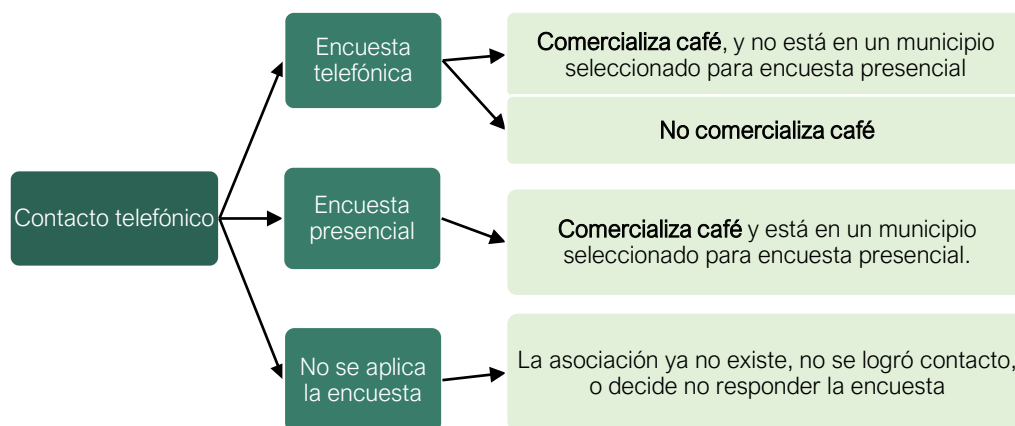
Tabla 3. Departamentos y municipios seleccionados para encuesta presencial

Departamento / Municipio	Comercializa Café Tostado	Comercializa café	Sin clasificar	No comercializa café	Sin datos de contacto	Total
Caldas	1		1		1	3
Manizales			1			1
Neira	1				1	2
Cauca		9	9	6	2	26
Cajibío		2	2	4		8
Caloto			3		2	5
Morales		2				2
Paez		4				4
Piendamó			1	1		2
Popayán		1	3	1		5
Huila	5	8	5	4	2	24
Acevedo	1	1		1	1	4
Campoalegre		1	2			3
Garzón	3	1				4
Gigante		1	1			2
Oporapa		2		1		3
Pitalito	1		1	2	1	5
Timana		2	1			3
Nariño		2	11	1	5	19
El Tablón De Gomez		2	2	1	1	6
La Unión			9		4	13
Quindío	12		2	2		16
Armenia	2		1			3
Buenavista	1					1

Departamento / Municipio	Comercializa Café Tostado	Comercializa café	Sin clasificar	No comercializa café	Sin datos de contacto	Total
Calarcá	2					2
Circasia				1		1
Córdoba	1					1
Filandia	1			1		2
La Tebaida	1					1
Montenegro	1					1
Pijao	1					1
Quimbaya			1			1
Salento	2					2
Risaralda	6	3				9
Dosquebradas	1					1
La Celia	2					2
Pereira	2	1				3
Santa Rosa de Cabal	1					1
Santuario		2				2
Tolima	15	34	4	54		107
Ataco	1	5		5		11
Chaparral	5	1	1	16		23
Ibagué	4		2	9		15
Planadas	1	16	1	3		21
Rioblanco	2	4		15		21
Rovira		5				5
San Antonio	2	3		6		11
Valle del Cauca	6	1	2			9
Bugalagrande	1					1
Caicedonia	1					1
Riofrío	2					2
Sevilla	1	1	1			3
Ulloa	1		1			2
Total	45	57	34	67	10	213

Fuente: Encuesta a Asociaciones de Productores. CRECE (2024)

El CRECE hizo los contactos con las asociaciones, clasificándolas en tres grupos de trabajo, como se muestra en el siguiente diagrama.



Fuente: CRECE (2024)

Figura 2. Clasificación de las asociaciones mediante contacto telefónico

2.3 Instrumentos de recolección de información

El instrumento de recolección de información estuvo compuesto por seis módulos, como se muestra en la siguiente figura. En los tres primeros módulos se preguntó por las características de las asociaciones, mientras que los restantes tres módulos contenían un conjunto de preguntas sobre el proceso de comercialización de café.



Fuente: Encuesta a Asociaciones de Productores. CRECE (2024)

Figura 3. Módulos del instrumento de recolección de información

Se diseñó y se aplicó una guía para la observación en campo, que fue diligenciada en las 108 asociaciones que se visitaron. La guía, cuya base de datos se anexa a este documento, contenía información sobre el departamento y municipio de localización de la asociación, el nombre de la Asociación, si comercializa Café, si vende café tostado, si cuenta con marcas de café, si exporta café tostado, si planea exportar café tostado, y el registro en lista de chequeo sobre la infraestructura disponible para la transformación de café (trilla, tosti6n), la disponibilidad de laboratorio de calidad, la capacidad de procesamiento (planta de beneficio), la infraestructura de almacenamiento y empaque, de transporte y logística, infraestructura de Apoyo (mobiliario), tecnología y sistemas de informaci6n, si dispone de sede propia, y si dispone de otros activos adicionales.

2.4 Contactos efectivos y trabajo de campo

Al contactar las 735 asociaciones del marco elaborado por el CRECE se logró obtener respuesta de 402 encuestas (telef6nicas y presenciales), que equivalen al 54.7%. El 45.3% (333 asociaciones) restante se distribuye como se muestra en la tabla siguiente.

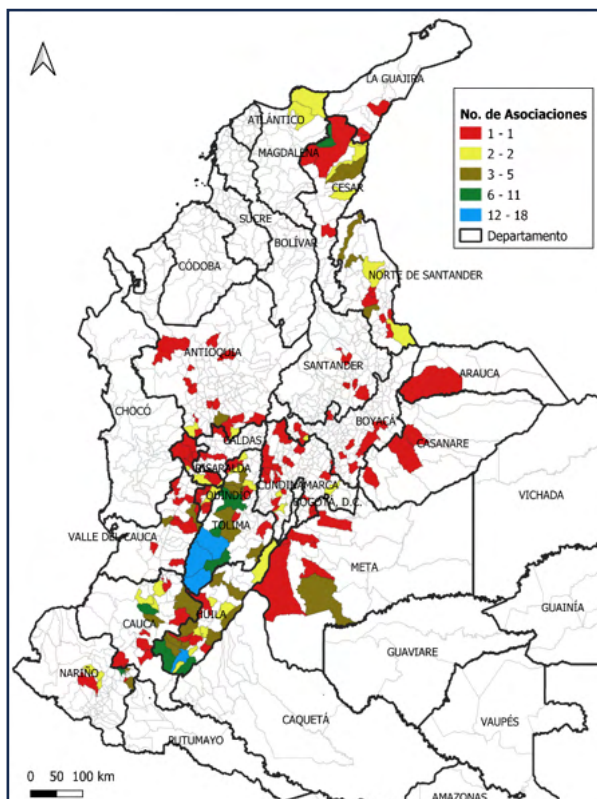
Tabla 4. Principales Novedades del proceso de recolecci6n de informaci6n.

Novedades	Asociaciones
No contesta la llamada	158
Sin contacto en la base	82
No. Equivocado + Tel6fono sin se~al,	36
Ya no existe	27
Duplicada	15
Rechazo	12
Sin informante id6neo	3
Total asociaciones	333

En la siguiente tabla y mapa, se observan la distribución de las 402 asociaciones de productores que conforman el estudio. Como se aprecia, 112 (el 27,9%) se encuentran en Tolima, con una gran dispersión geográfica para el resto de los departamentos.

Tabla 5. Encuestas por departamentos

Departamento	Asociaciones
Antioquia	19
Arauca	1
Boyacá	14
Caldas	3
Casanare	4
Cauca	28
Cesar	18
Cundinamarca	26
Huila	75
La Guajira	3
Magdalena	4
Meta	8
Nariño	19
Norte de Santander	21
Quindío	12
Risaralda	11
Santander	6
Tolima	112
Valle del Cauca	18
Total asociaciones	402



Mapa 2. Distribución geográfica de las asociaciones encuestadas

Fuente: Encuesta a Asociaciones de Productores. CRECE (2024)

El trabajo de campo se llevó a cabo entre el 5 de febrero con las llamadas a todas las asociaciones y el 26 de marzo. El trabajo presencial inició el 1 de marzo en el departamento de Nariño, luego continuó en Cauca, Risaralda, Cauca, Quindío, Tolima y Huila. El equipo estuvo conformado por tres encuestadores (dos mujeres y un hombre). Los tres hicieron encuestas presenciales y telefónicas. Los datos se recolectaron mediante dispositivos electrónicos.



Corporación Agropecuaria Café Hermosas, Chaparral - Tolima

3. RESULTADOS

3.1 Características de las asociaciones de productores

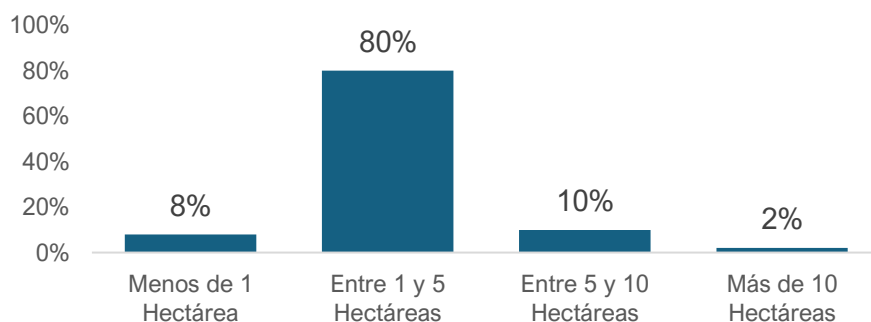
Formalidad. La gran mayoría de las 402 asociaciones se catalogan como formales: en proporciones cercanas o superiores al 90% tienen personería jurídica, RUT, registro ante Cámara de Comercio, estatutos aprobados y junta directiva. Solo un poco más de la mitad tiene revisoría fiscal y en muy baja proporción cuentan con Junta o Comité de Control Social. En el momento de la encuesta el 88% de las asociaciones tenía vigente su registro ante Cámara y Comercio.

Tabla 6. Aspectos legales con los que cuentan las asociaciones

Categoría	%
Personería jurídica	95.3%
RUT	95.5%
Cámara de Comercio	96.8%
Estatutos aprobados	97.3%
Junta directiva	93.8%
Revisoría fiscal	53.7%
Junta o Comité de Control Social	36.1%

Fuente: Encuesta a Asociaciones de Productores. CRECE (2024)

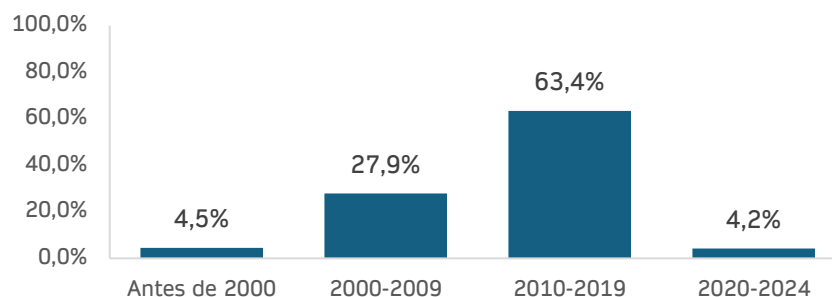
Tamaño de las fincas. De acuerdo con las respuestas a la encuesta, las asociaciones estiman que el tamaño de las fincas de los asociados es pequeño en su mayoría: 88% afirman que el tamaño predominante es de cinco hectáreas o menos.



Fuente: Encuesta a Asociaciones de Productores. CRECE (2024)

Figura 4. Tiempo de creación de las asociaciones por décadas

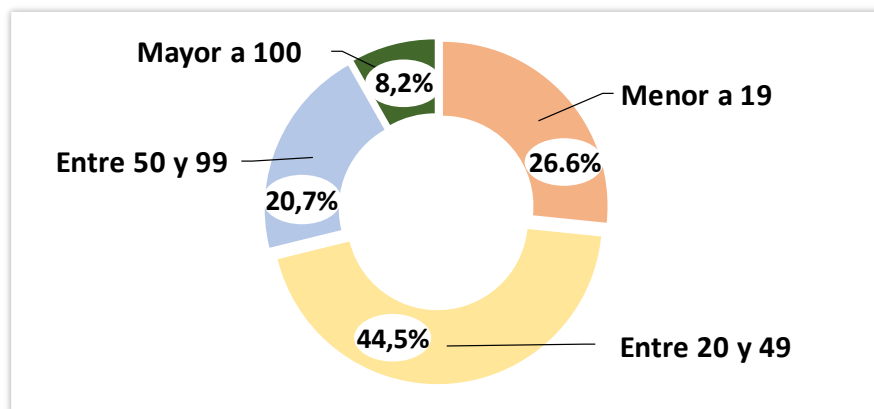
Antigüedad. La asociación más antigua se creó en el año 1971, y la más reciente en 2023. Solo el 4.5% (18 asociaciones) tienen una vida mayor de 25 años, al haber sido creadas antes del año 2000. El 27.9% se constituyeron en la década 2000-2009, mientras en la década siguiente, 2010-2019 se creó la mayor parte, el 63.4%, y el restante 4.2% fueron constituidas a partir de 2020.



Fuente: Encuesta a Asociaciones de Productores. CRECE (2024)

Figura 5. Porcentaje de asociaciones según década de creación

Tamaño. Las 402 asociaciones suman 19,019 productores asociados, de los cuales el 55.4% se concentra en los departamentos de Tolima (24.9%), Huila (18.4%) y Cauca (11.9%). Casi la mitad de las asociaciones tiene entre 20 y 49 productores. El 26,6% son asociaciones pequeñas con menos de 19 asociados y el restante 29% son asociaciones de mayor tamaño con al menos 50 asociados. De estas, el 8,2% cuenta con más de 100 asociados.



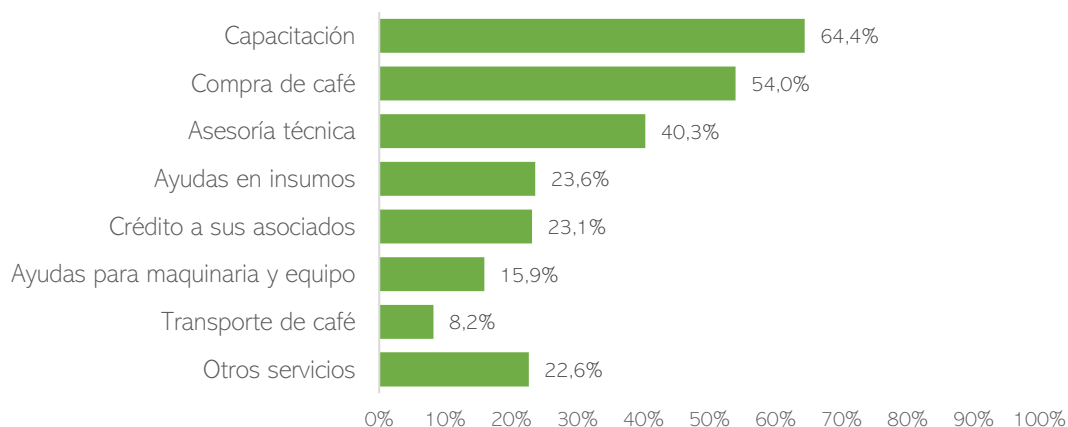
Fuente: Encuesta a Asociaciones de Productores. CRECE (2024)

Figura 6. Tamaño de las asociaciones

Los asociados son en su mayoría hombres, aunque se observa una representación relativamente alta de mujeres, así como de jóvenes (entre 18 y 35 años); la gran mayoría de las fincas son menores de cinco hectáreas, como lo precisan las siguientes cifras:

- El **58%** de los miembros de las asociaciones son hombres
- El **42%** de los asociados son mujeres
- El **54,2%** de las asociaciones tienen entre sus miembros a productores jóvenes.
- El **72,3%** de los asociados tienen cédula cafetera
- El **80%** de los asociados tiene fincas entre 1 y 5 hectáreas

Servicios prestados. Las asociaciones prestan una variedad de servicios a sus asociados, aunque los más frecuentes son capacitación (64,4%), compra de café (54%) y asesoría técnica (40,3%). En menor medida mencionaron servicios como ayudas representadas en insumos agrícolas, crédito, ayudas para la compra de maquinaria y equipos y transporte de café. En la categoría otros servicios se agrupan acopio de café, auxilios funerarios, gestión de proyectos y maquila para la tostión de café.

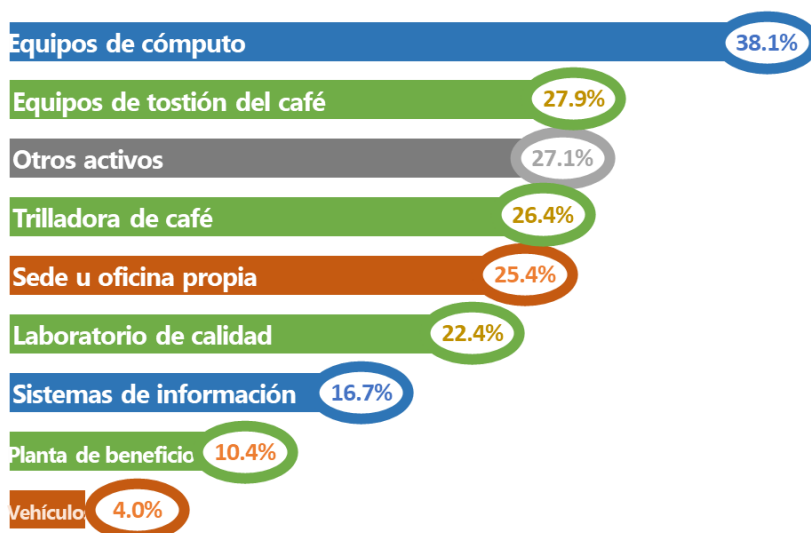


Fuente: Encuesta a Asociaciones de Productores. CRECE (2024)

Figura 7. Servicios que prestan las asociaciones a sus asociados

Poseción de activos. Una baja proporción de asociaciones tiene activos de su propiedad para la operación (ver figura siguiente). De la lista de activos consultada, el más frecuente son los equipos

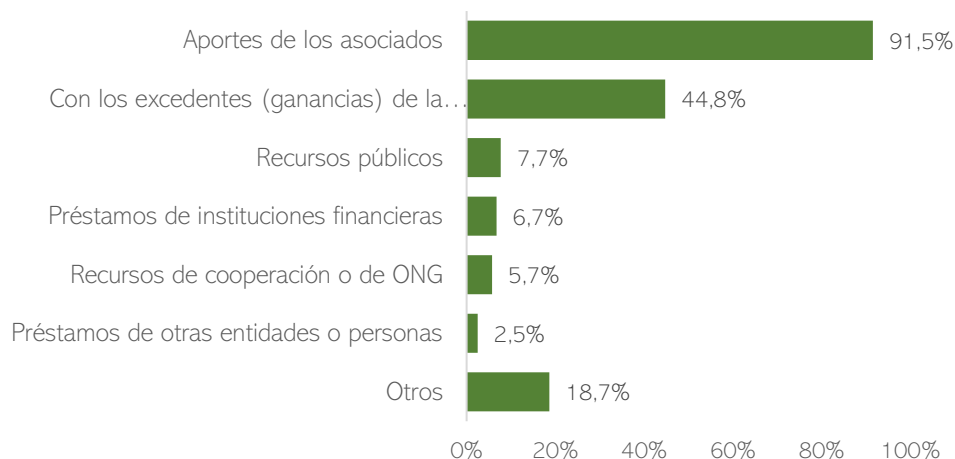
de cómputo (38.1%). Menos del 28% tienen activos de su propiedad relacionados con el procesamiento del café (equipos de tostión, trilladora, laboratorio de calidad o planta de beneficio), y solo el 25.4% cuenta con sede propia.



Fuente: Encuesta a Asociaciones de Productores. CRECE (2024)

Figura 8. Activos con los que cuentan las asociaciones

Fuentes de financiación. Las fuentes de financiación principales son los aportes de los asociados (91,5%) y los excedentes obtenidos en la comercialización de café (44,8%). Otras fuentes complementarias, como recursos públicos, préstamos o recursos de cooperación son empleadas por una baja proporción de las asociaciones. En la categoría otros se agrupan opciones como alquiler de equipos o maquinaria, arriendo de inmuebles, ingresos por ventas de café en tiendas propias, ventas de otros productos y rifas.



Fuente: Encuesta a Asociaciones de Productores. CRECE (2024)

Figura 9. Formas de financiación de las asociaciones

3.2 Capacidades

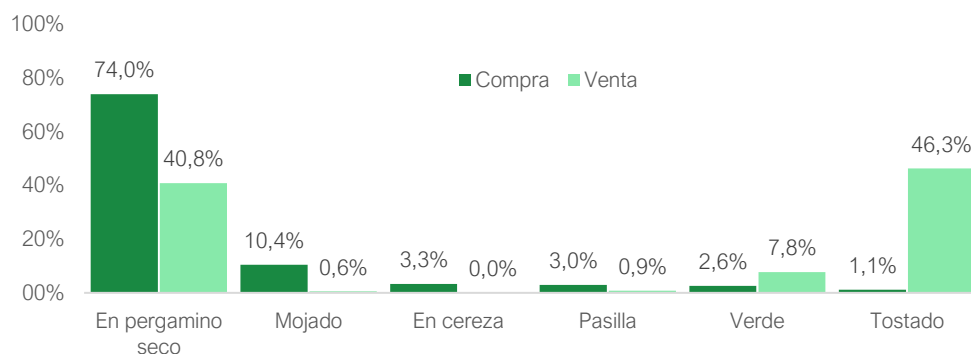
En esta sección se presentan los resultados relacionados con las capacidades de las asociaciones de productores para la comercialización de café en todas sus formas, para la comercialización de café tostado y para la exportación de café tostado. Al final se incluye una sección con resultados para las asociaciones que no exportan café tostado.

3.2.1 Comercialización de café

De las 402 asociaciones entrevistadas, el 55% (221) manifestaron que entre sus actividades se encuentra la comercialización de café. Se destaca que la cuarta parte aproximadamente (el 25.8%) comenzó a comercializar café en los últimos cuatro años (2020-2024), el 59.3% en la década 2010-2019, el 13.5% entre el 2000 y el 2009, y el 1.4% antes de 2000.

Volumen de compras. De las 221 asociaciones, 218 suministraron datos de compra. Estas compraron en total 33.500.000 de kilos de café pergamino seco, de los cuales el 56,1% fueron comprar a sus asociados y el restante 44% a productores de la zona de influencia de la asociación. Solo una de las asociaciones, localizada en el departamento de Huila compró 11.300.000 kilos (el 33.7% del total). Junto con esta, otras siete asociaciones en los departamentos de Cesar, Huila, Magdalena, Nariño y Tolima compraron más de un millón de sacos cada una. Estas ocho asociaciones representan el 62% de las compras, por lo que el 28% corresponde a las restantes 200. Y de estas, 177 asociaciones compraron menos de 100.000 sacos.

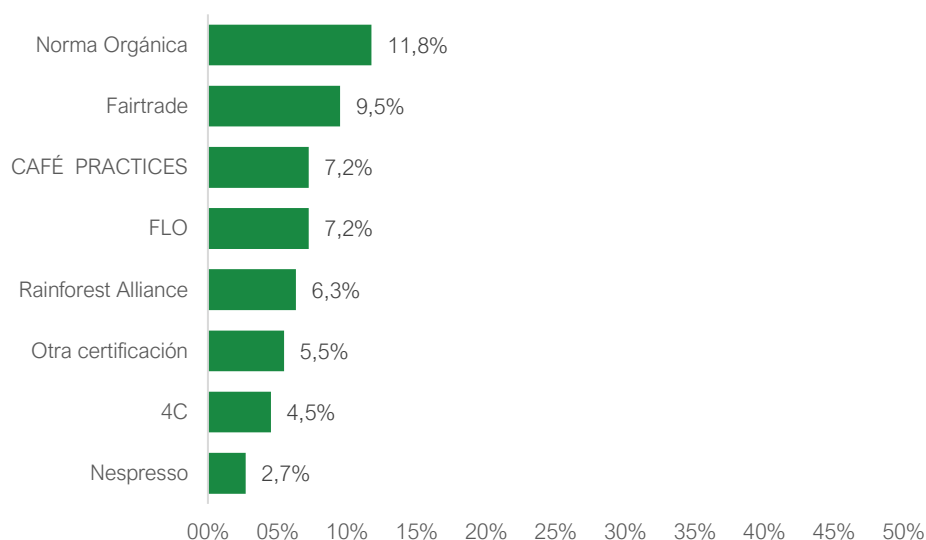
Tipo de café comprado. De la siguiente figura se observa que algunas asociaciones agregan valor al café mediante el proceso de tostado, mientras que el 74% compra café principalmente en pergamino seco, el 46.3% lo vende como café tostado. Adicionalmente, muy pocas asociaciones han comenzado a incursionar en otras formas de compra, como en cereza, mojado, pasilla o verde.



Fuente: Encuesta a Asociaciones de Productores. CRECE (2024)

Figura 10. Porcentaje de asociaciones según venta y compra de café por nivel de procesamiento

Certificación o verificación. Un bajo porcentaje de las asociaciones que comercializan café se han certificado o han obtenido alguna verificación (Ver figura siguiente). Se destacan las asociaciones que poseen la norma orgánica con el 11,8%, seguidas por las que se han certificado en Fairtrade (9,5%). Otros tipos de certificaciones/verificaciones como FLO, CAFÉ Practices, RA se encontraron en muy bajas proporciones.

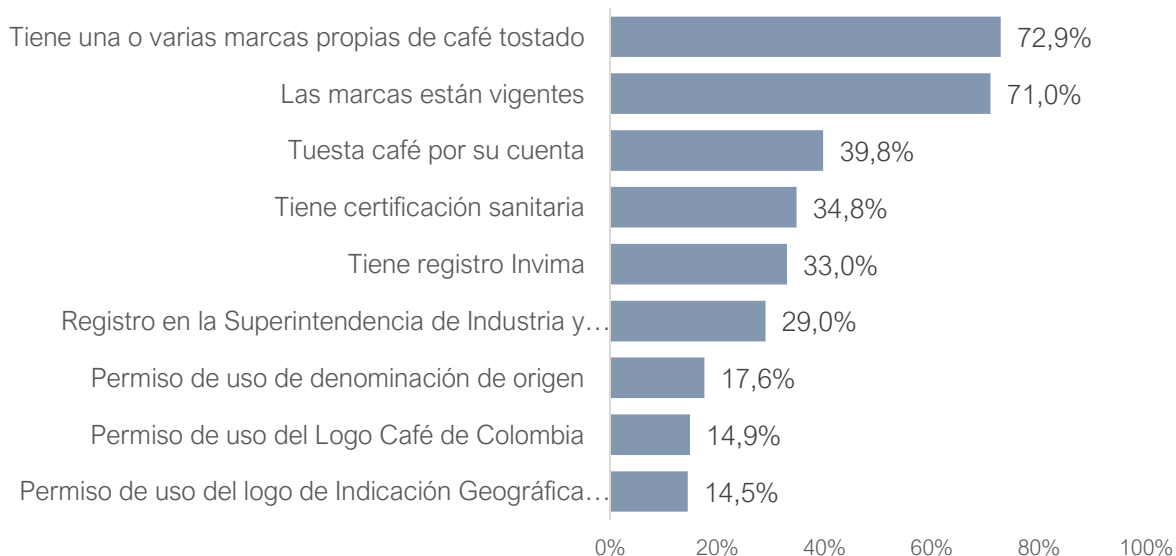


Fuente: Encuesta a Asociaciones de Productores. CRECE (2024)

Figura 11. Porcentaje de asociaciones según certificaciones/verificaciones

3.2.2 Comercialización de café tostado

Tenencia de marcas y registros. El 81% de las asociaciones que comercializan café venden café tostado (179 de las 221 que comercializan café). Aunque las asociaciones se han esforzado por crear sus propias marcas de café tostado (el 72.9% tiene marca propia), muy pocas (menos del 35%) tienen las certificaciones o los registros necesarios para la comercialización (Ver figura siguiente). El 39,8% de las asociaciones tuesta el café que vende.



Fuente: Encuesta a Asociaciones de Productores. CRECE (2024)

Figura 12. Porcentaje de asociaciones según marcas y registros

Canales. Las asociaciones venden su café en varios sitios y emplean diferentes canales de comercialización. Según muestra la siguiente figura, el 44% vende su marca en un punto de venta

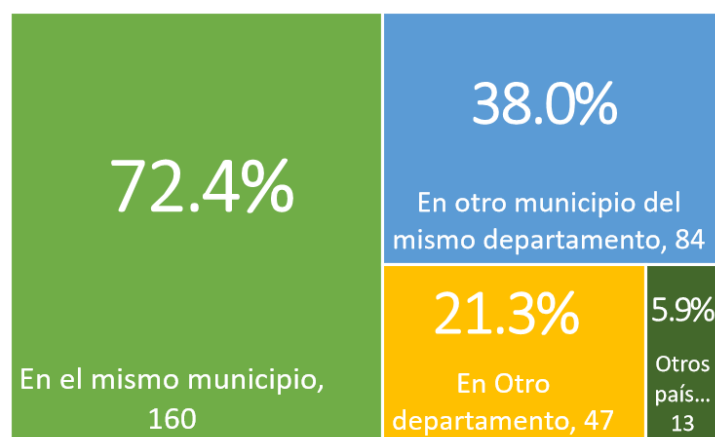
de la misma asociación, el 36% en tiendas de café y el 25% en supermercados. También emplean redes sociales (19,9%), páginas web propias (8,1%), Otros sitios o canales de comercialización son las plazas de mercado (17,4%), amigos familiares o vecinos (23,6%) e intermediarios (5%).



Fuente: Encuesta a Asociaciones de Productores. CRECE (2024)

Figura 13. Porcentaje de asociaciones según sitio de venta

Sitio de venta. Las asociaciones que venden café tostado operan aún a escala local. El 72,4% vende en el mismo municipio, el 38% en otro municipio del mismo departamento, el 21,3% vende en otros departamentos distintos al de la sede y el 5,9% (13 asociaciones) comercializa su café en el exterior.



Fuente: Encuesta a Asociaciones de Productores. CRECE (2024)

Figura 14. Porcentaje de asociaciones según sitio geográfico de venta

Volumen de ventas. La siguiente tabla muestra las estadísticas descriptivas del café tostado que venden las asociaciones para los años 2022 y 2023. En e año 2022, las asociaciones vendieron 361.535 libras en total, lo que equivale a un promedio de 2.246 libras vendidas por cada una de las asociaciones. Dado que estas ventas tienen datos extremos, es más apropiado analizar la mediana.

Esta medida muestra que cada asociación vendió 450 libras de café tostado en 2022, con un mínimo de 10 libras y un máximo de 50.000.

Entre 2022 y 2023, las asociaciones incrementaron en un 35% las ventas de café tostado, con un total de 489.250 libras vendidas. La mediana indica que cada asociación vende 520 libras al año, encontrándose nuevamente un rango bastante amplio entre 10 y 124.000 libras de café.

Tabla 7. Libras de café tostado vendidas (en el mercado nacional e internacional)

Año	Total de libras vendidas	Promedio	Mediana	Mínimo	Máximo
2022 	361.535	2.246	450	10	50.000
2023 	489.250	3.039	520	10	124.000

Fuente: Encuesta a Asociaciones de Productores. CRECE (2024)

Las asociaciones que no venden café tostado indicaron que carecen de financiación, asesoría en marcas y empaques, y asesoría comercial.

- El 14,9% no tiene financiamiento
- El 10% no cuenta con asesoría en el diseño, gestión y registros de marcas
- El 9,5% no cuenta con asesoría en el diseño de empaques
- El 7,2% no cuenta con asesoría para la identificación de clientes

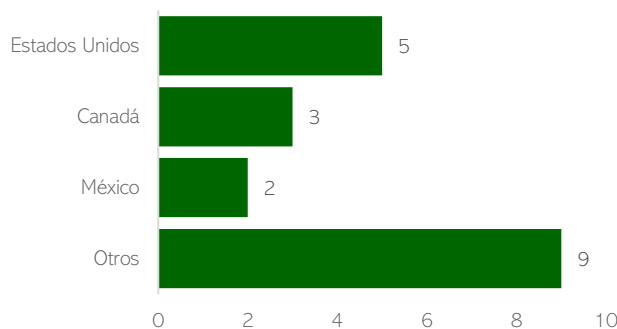
No obstante, las 42 asociaciones que comercializan café, pero no tostado, manifestaron que tienen planes de comenzar a vender este tipo de café. El 69% de estas manifestó que en los próximos cinco años y el 31% en el próximo año.

3.2.3 Capacidad exportadora de café tostado

La exportación de café tostado se hace a través de empresas con experiencia. Seis de las 13 asociaciones que exportan café tostado lo hacen directamente, cinco envían su café al exterior a través de exportadores privados, una asociación exporta a través de la Cooperativa de Caficultores y una respondió que no lo sabe.

Las asociaciones llevan poco tiempo exportando café. Al indagar por el año en el que comenzaron a exportar café, una comenzó a exportar en 2018, cinco en 2020 y siete en 2022.

Las asociaciones exportan actualmente a nueve países. Cinco asociaciones exportan a Estados Unidos, tres a Canadá, dos a Méjico. Otros países de destino son Alemania, Brasil, Japón, Australia, Reino Unido, Rusia, España, República Checa e Italia.





Fuente: Encuesta a Asociaciones de Productores. CRECE (2024)

Figura 15. Número de asociaciones que exportan según país de destino

Las exportaciones representan el 5% del café tostado comercializado por las asociaciones. Las asociaciones exportaron en 2023 un total de 23.809 libras de café tostado, indicando un crecimiento del 144% frente a 2022. Si bien este crecimiento representa un fortalecimiento de su actividad exportadora, este volumen es un bajo porcentaje del café total comercializado en 2023. De acuerdo con la mediana, cada asociación exportó 450 libras de café tostado, con una asociación que reportó un total de 11.500 libras exportadas. El crecimiento del volumen exportado en 2023 corresponde a un crecimiento de los embarques al exterior de las asociaciones que ya exportaban en 2022, y no a la incursión de nuevas asociaciones en el mercado exterior.

Tabla 8. Libras de café tostado exportadas

Año	Total de libras exportadas	Promedio	Mediana	Mínimo	Máximo
2022 	8.725	727	200	25	5.000
2023 	22.810	1.901	375	50	11.500

Fuente: Encuesta a Asociaciones de Productores. CRECE (2024)

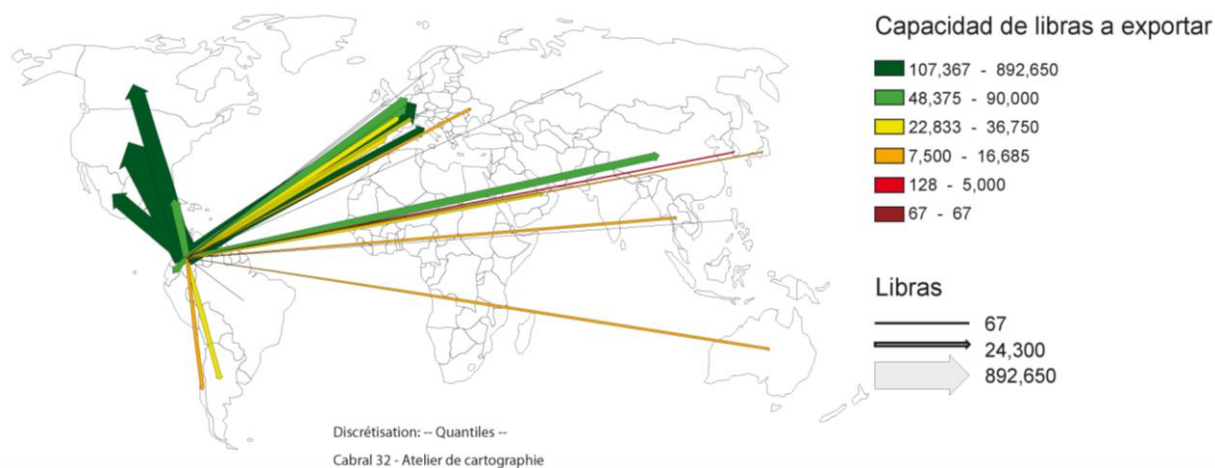
Las asociaciones exportan un café tostado de alta calidad. Según las respuestas obtenidas por los representantes de las asociaciones, la exportación de café corresponde a granos excelsos, Premium o extra. Ninguna asociación exporta café de otras calidades como pasillas, consumos o ripio.

Las asociaciones buscan el diseño de empaques innovadores para posicionar la marca de café tostado en el exterior, según lo refirieron ocho de las 13 asociaciones que exportan café tostado. Otras estrategias son la implementación de acciones enfocadas en conocer las necesidades de los clientes, en inversión en publicidad y realizar descuentos.

3.2.4 Asociaciones no exportadoras

Planes de exportar. Si bien, la mayoría de las asociaciones que comercializa café aún no ha incursionado en el mercado exterior, 135 de las 166 asociaciones (81.3%) que comercializan café tostado en el mercado nacional afirmaron que tienen planes de comenzar a exportar. De estas, el 46,7% planea comenzar a exportar café tostado en el próximo año y el restante 53,3% en los próximos cinco años.

Las asociaciones que tienen planes de exportar café tostado enumeraron 28 países como destino de sus embarques. Por lo tanto, planean diversificar el mercado exterior que actualmente tienen. Según muestra el siguiente mapa, el destino más frecuente para los planes sigue siendo Estados Unidos, mencionado por 27 asociaciones, seguido por España (11 asociaciones), Canadá (11 asociaciones) y México (siete asociaciones). Entre los nuevos mercados se encuentran Emiratos Árabes, Dubai, Corea del Sur, Vietnam y Ucrania. Todos estos países se consideran emergentes en el consumo de café.



Fuente: Encuesta a Asociaciones de Productores. CRECE (2024)

Mapa 3. Flujo de Capacidad de Exportación de Café Tostado según países

Para las asociaciones que no exportan café tostado, la principal razón (96.8%) es la falta de acceso a financiamiento. Sin embargo, existen muchas otras razones por las que las asociaciones no exportan, como la falta de asesoría para identificar clientes, la falta de personal capacitado, los altos costos y el desconocimiento de los trámites, entre las principales.

Tabla 9. Razones para no exportar

Categoría	%
No tiene financiamiento	96.8%
No tiene asesoría para identificar clientes	71.0%
No tiene personal capacitado	67.7%
Los costos de exportación son altos	58.1%
No conoce los requisitos y trámites para exportar	45.2%
No tiene asesoría en el diseño, gestión y registros de marcas	29.0%
Con el mercado nacional es suficiente	25.8%
No tiene asesoría en el diseño de empaques	25.8%
No tiene suficiente volumen de café para exportar	19.4%
Otra razón	9.7%

Fuente: Encuesta a Asociaciones de Productores. CRECE (2024)

3.2.5 Capacidades organizacionales

Talento Humano. La mayoría de las asociaciones de productores carecen de personal preparado y con experiencia en el proceso de exportación de café tostado. Para alrededor del 75% de las de ellas, el nivel de competencia de los empleados es bajo o nulo (ver tabla siguiente) en cuanto a sus conocimientos, experiencia, habilidades y capacidades para identificar oportunidades para la

exportación de café tostado. Aproximadamente una quinta parte de las asociaciones se calificaron en nivel medio y solo una proporción alrededor del 1% en nivel alto.

Tabla 10. Nivel de los empleados de las asociaciones

Criterios sobre el nivel de los empleados	Categoría	Porcentaje
Conocimiento sobre los procesos y requisitos para la exportación de café tostado	Alto	1.4%
	Medio	21.6%
	Bajo	74.3%
	Ninguno	2.7%
	Total	100.0%
Experiencia en procesos de exportación de café tostado	Alto	1.4%
	Medio	22.3%
	Bajo	73.0%
	Ninguno	3.4%
	Total	100.0%
Habilidades para negociar y satisfacer las necesidades de clientes y mercados con culturas e idiomas diferentes	Alto	0.7%
	Medio	16.2%
	Bajo	78.4%
	Ninguno	4.7%
	Total	100.0%
Capacidad para identificar y aprovechar oportunidades de comercializar café tostado en otros países	Alto	0.7%
	Medio	21.6%
	Bajo	75.7%
	Ninguno	2.0%
	Total	100.0%
Capacidad de relacionamiento con terceros para generar y fortalecer la venta de café tostado en otros países	Alto	0.7%
	Medio	23.0%
	Bajo	75.7%
	Ninguno	0.7%
	Total	100.0%

Fuente: Encuesta a Asociaciones de Productores. CRECE (2024)

El grupo de nivel medio de competencia en la exportación de café tostado tiene un conocimiento y experiencia moderados en este proceso. Pueden establecer relaciones con compradores internacionales, pero aún pueden mejorar en términos de diferenciación, innovación y experiencia en comparación con otros grupos.

La encuesta también preguntó a las asociaciones sobre su capacidad para gestionar el talento humano en términos de atracción y vinculación, permanencia, capacitación y cultura organizacional. Los resultados muestran que la mayoría de las asociaciones tienen una capacidad baja en el desarrollo de su talento humano, con un promedio cercano al 15% de capacidad media. Solo un pequeño porcentaje de asociaciones tienen una capacidad alta, en promedio alrededor del 1,8% (ver tabla siguiente).

La mayoría de las asociaciones tiene dificultades para atraer, vincular y retener personal con conocimientos, experiencia y habilidades para la exportación de café tostado, lo que puede limitar el planteamiento y ejecución de acciones al respecto ante el desconocimiento de lo que implica, el riesgo de atreverse a hacerlo sin las habilidades requeridas.

Tabla 11. Capacidad de gestión del talento humano

Criterios	Categoría	Porcentaje
Atracción y vinculación de personal con conocimientos, experiencia y habilidades para la exportación de café tostado	Alta	1.4%
	Media	20.3%
	Baja	77.7%
	Ninguna	0.7%
	Total	100.0%
Permanencia en la entidad del personal con conocimiento, experiencia y capacidad para exportar café tostado	Alta	2.0%
	Media	18.2%
	Baja	79.1%
	Ninguna	0.7%
	Total	100.0%
Capacitación en procesos de tostado y exportación de café	Alta	2.0%
	Media	24.3%
	Baja	73.6%
	Total	100.0%
	Creación y fortalecimiento de una cultura exportadora que oriente, valore, estimule y genere las condiciones y el compromiso necesarios para vender café tostado en otros	Alta
Media		25.0%
Baja		69.6%
Total		100.0%

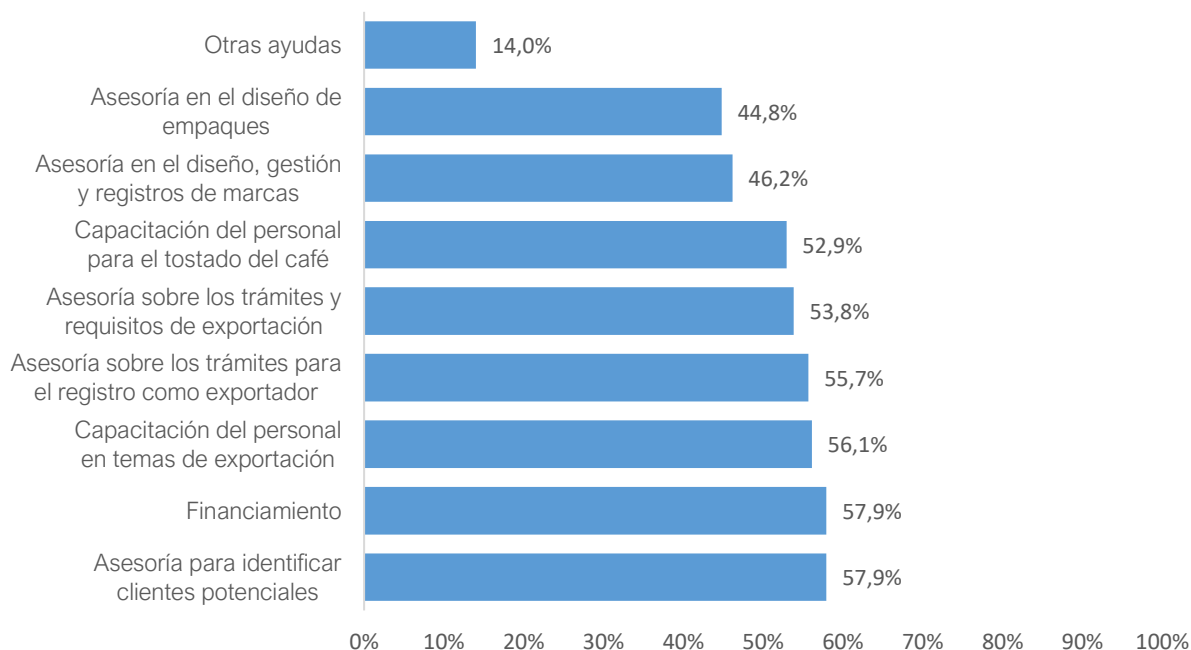
Fuente: Encuesta a Asociaciones de Productores. CRECE (2024)

En contraste, algunas asociaciones presentan un nivel de capacidad media en el que, de forma aceptable, logran atraer, vincular, retener y capacitar al personal en procesos y requisitos de la exportación de café tostado.

Solo una minoría (5.4%) de las asociaciones se considera con capacidades sólidas para fortalecer su cultura exportadora. Estas asociaciones pueden ser referentes en el diseño de estrategias y programas de apoyo institucional que busquen resultados rápidos, ya que cuentan con una base sólida de conocimiento, experiencia, habilidades en gestión del talento humano y una cultura organizacional confiable. Además, solo tres (2%) de estas asociaciones tienen la capacidad de capacitar a su personal en procesos de tostado de café. Esta limitada capacidad requiere de apoyo externo para fortalecer sus capacidades en estas áreas clave.

Ayuda requerida para fortalecer las capacidades de las asociaciones para exportar café tostado.

Las ayudas que más demandan las asociaciones se refieren a la gestión comercial, la formación de talento humano y la financiación. El primer campo incluye la asesoría para identificar clientes potenciales, sobre los trámites y requisitos como exportador y para la exportación (aspectos legales) y en el diseño, gestión y registro de marcas, junto con el diseño de empaques. El segundo se concentra en el financiamiento que requiere la organización en aspectos como la adopción de tecnología, la formación del personal, los recursos para registrar y comercializar. El tercero contempla la capacitación del personal para el tostado de café y en temas de exportación de café tostado, considerando la participación de los asociados cuando se considere conveniente.



Fuente: Encuesta a Asociaciones de Productores. CRECE (2024)

Figura 16. Porcentaje de asociaciones según ayuda para sus capacidades para exportar café

3.3 Índice de Capacidades

Con el objeto de facilitar la comparación de las asociaciones, el CRECE elaboró un Índice agregado de Capacidades Organizacionales, tomando en cuenta las 221 asociaciones que comercializan café tostado. En esta sección se presenta el método de cálculo y los resultados.

3.3.1 Método de cálculo del Índice

El índice sintético de Capacidad Organizacional para la Exportación de Café Tostado – ISOCT está conformado por tres dimensiones que resumen las capacidades que en teoría debería tener una asociación de productores para incursionar con éxito en el mercado internacional a través de la exportación de café tostado (Ver figura siguiente).

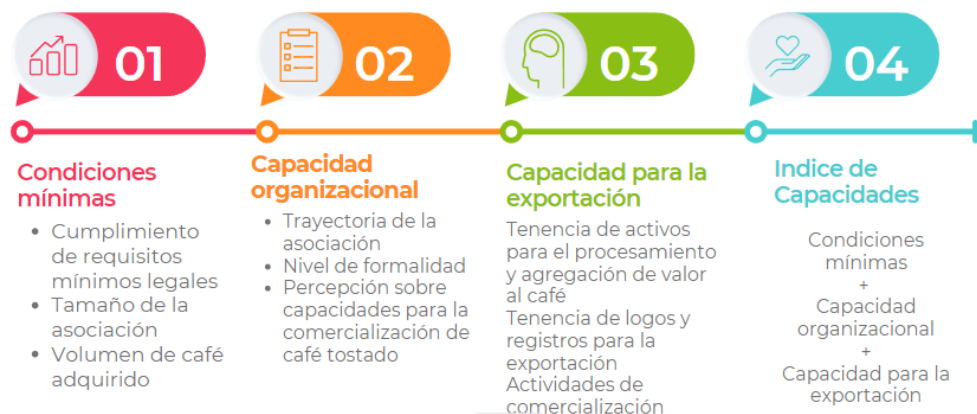


Figura 17. Dimensiones del Índice de Capacidad Organizacional para la Exportación de Café tostado

En la dimensión de **condiciones mínimas** se incorporaron las siguientes variables:

- Si la asociación cuenta con **personería jurídica**, y tiene **RUT**.
- Si la asociación cuenta con registro ante **Cámara de Comercio** y si este se encontraba actualizado.
- El **tamaño** de la asociación según el número de productores que la conforman. Para este, se tomaron como referencia los cuartiles de los tamaños para definir su calificación.
- El **volumen** (@ cps) de compra de café realizada por la asociación. Para este, se tomaron como referencia los cuartiles de los volúmenes de compra de café (sumando las compras a los asociados y a otros productores) para definir su calificación. En la siguiente tabla se presentan los criterios tenidos en cuenta para los puntajes.

Tabla 12. Variables incluidas en la dimensión de condiciones mínimas

Indicador	Pregunta	Criterio	Puntaje máximo
Mínimo requerido	p14_Personeria_juridica p17_Tiene_RUT	Bajo= No tiene Medio= con solo 1 criterio Alto= Con los 2 criterios	3
Cámara de Comercio	p19_Camara_Comercio p20_Año_renovacion	Bajo= No tiene Cámara Medio= Tiene Cámara, pero no renovó el último año Alto= Tiene Cámara y renovó el último año	3
Tamaño de la asociación	Total_asociados	Bajo= 1 cuartil Medio= 2 y 3 cuartil Alto= 4 cuartil	3
Volumen de compra de café	p31_Kilos_compro p32_Kilos_compro_otros	Bajo= 1 cuartil Medio= 2 y 3 cuartil Alto= 4 cuartil	3
Puntaje máximo obtenido			12

En la dimensión de **capacidad organizacional** se tuvieron en cuenta las siguientes variables:

- Trayectoria de la asociación: el **año de creación** de la asociación
- Si la **asociación cuenta** con estatutos aprobados, el registro ante Cámara de Comercio cuenta con Junta directiva, cuenta con revisoría fiscal, y cuenta con junta o Comité de control social.
- Si la asociación cuenta con **activos** referentes al manejo organizacional y/o administrativo como son: Sede u oficina propia, Vehículos para transporte de café o insumos, Equipos de cómputo y Sistemas de información (software para mercados y clientes, bases de datos).
- El **nivel de actual de los empleados** de la asociación referente a procesos y capacidad de exportación como son: conocimiento sobre los procesos y requisitos para la exportación de café tostado, Experiencia en procesos de exportación de café tostado, habilidades para negociar y satisfacer las necesidades de clientes y mercados con culturas e idiomas diferentes, capacidad para identificar y aprovechar oportunidades de comercializar café tostado en otros países, capacidad de relacionamiento con terceros para generar y fortalecer la venta de café tostado en otros países

En la siguiente tabla se presentan los criterios tenidos en cuenta para su calificación:

Tabla 13. Variables incluidas en la dimensión capacidad organizacional

Indicador	Pregunta	Criterio	Puntaje máximo
Año de creación de la asociación	p13_Año_creacion	Bajo= Creada después de 2020 Medio= Creada entre 2010 y 2019 Alto= Creada antes 2009	3
Legalidad de la asociación	p16a_Estatutos p16b_Camara_comercio p16c_Junta_directiva p16d_Revisoria_fiscal p16e_Junta_social	Bajo= 0 a 2 registros Medio= 3 registros Alto= 4 y 5 registros	3
Activos de la asociación para manejo organizacional	p27a_Sede_propia p27f_Vehiculos_transporte p27g_Equipos_computo p27h_Sistemas_informacion	Bajo= 0 a 2 activos Medio= 3 activos Alto= 4 activos	3
Nivel de capacidad de los empleados	p72a_Conocimiento_procesos	Bajo= 1 Medio= 2 Alto= 3	3
	p72b_Experiencia_exportacion	Bajo= 1 Medio= 2 Alto= 3	3
	p72c_Habilidades_negociar	Bajo= 1 Medio= 2 Alto= 3	3
	p72d_Aprovechar_oportunidades	Bajo= 1 Medio= 2 Alto= 3	3
	p72e_Relacionamiento_terceros	Bajo= 1 Medio= 2 Alto= 3	3
Puntaje máximo obtenido			24

Las siguientes variables conforman la dimensión de capacidad de exportación:

- Si la asociación cuenta con **activos para la producción** y comercialización de café como son: planta de beneficio, trilladora de café, equipos de tostión de café, y laboratorio de calidad.
- Si la asociación cuenta con **registros** para la venta de café tostado: Registro Invima, certificación sanitaria, registro en la Superintendencia de Industria y Comercio, permiso de uso de la Denominación de Origen, uso del logo de Indicación Geográfica Protegida, y el uso del Logo Café de Colombia.
- El **nivel de exportación** de café tostado que tienen actualmente las asociaciones. Para calcular este indicador se tuvieron en cuenta si la asociación realiza actividades de comercialización de café, si vende café tostado, si cuenta con marcas de café tostado, y si realiza exportaciones de café tostado a otros países.
- **Libras en capacidad de exportar** por la asociación. Para este, se tomaron como referencia los cuartiles de las libras de café tostado que están en capacidad de exportar las asociaciones.
- **Gestión de talento humano** que incluye la atracción y vinculación de personal con conocimientos, experiencia y habilidades para la exportación de café tostado, permanencia en la entidad del personal con conocimiento, experiencia y capacidad para exportar café tostado, capacitación en procesos de tostado y exportación de café, y creación y fortalecimiento de una cultura exportadora que oriente, valore, estimule y genere las condiciones y el compromiso necesarios para vender café tostado en otros países

En la siguiente tabla se presentan los criterios tenidos en cuenta para su calificación:

Tabla 14. Variables incluidas en la dimensión de capacidad exportadora

Indicador	Pregunta	Criterio	Puntaje máximo
Activos de la asociación para producción y comercialización de café	p27b_Planta_beneficio p27c_Trilladora_cafe p27d_Equipos_tostion p27e_Laboratorio_calidad	Bajo= 0 a 2 activos Medio= 3 activos Alto= 4 activos	3
Registros con los que cuenta la asociación para venta de café tostado	p48_Registro_Invima p49_Certificacion_sanitaria p50_Registro_superintendencia p51_Denominacion_origen p52_Uso_logo p53_Logo_cafe_colombia	Bajo= 0 a 2 registros Medio= 3 y 4 registros Alto= 5 y 6 registros	3
Exportación de café tostado	p29_Actividades_comercializacion p38_Vende_cafe_tostado p43_Cuenta_marcas p57d_Otros_paises	Bajo= No comercializa café Medio= Comercializa y vende tostado Alto= Comercializa, vende tostado y exporta café tostado	3
Libras en capacidad de exportar por la asociación	p69_Libras_capacidadQ	Bajo= 1 cuartil Medio= 2 y 3 cuartil Alto= 4 cuartil	3
Gestión de talento humano de la asociación	p73a_Vinculacion_personal	Bajo= 1 Medio= 2 Alto= 3	3
	p73b_Permanencia_personal	Bajo= 1 Medio= 2 Alto= 3	3
	p73c_Capacitacion_procesos	Bajo= 1 Medio= 2 Alto= 3	3
	p73d_Creacion_fortalecimiento	Bajo= 1 Medio= 2 Alto= 3	3
Puntaje máximo obtenido			24

El índice se calcula ponderando las tres dimensiones de la siguiente manera:

$$\text{Índice Sintético de Capacidad} = \text{Índice de Condiciones Mínimas} \times 0.20 + \text{Índice Organizacional} \times 0.40 + \text{Índice de Exportación} \times 0.40$$

3.3.2 Clasificación de las asociaciones según el índice de capacidades

Dimensión de condiciones mínimas. Según se observa, la gran mayoría de asociaciones se ubicaron en la categoría alta, cumpliendo entre 9 y condiciones. El 14% se ubicaron en un nivel medio, cumpliendo entre 5 y 8 condiciones, mientras que un bajo porcentaje de asociaciones cumple máximo 4 condiciones. Aquellas asociaciones que se ubican en la categoría alto cumplen en su gran mayoría condiciones asociadas a los registros mínimos para operar como RUT, Cámara de Comercio y personería jurídica.

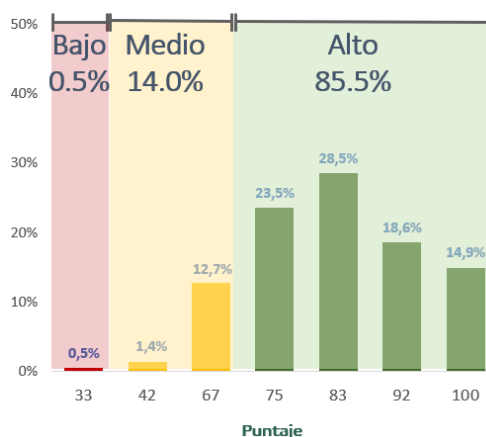


Figura 18. Dimensión de condiciones mínimas

Dimensión de capacidad organizacional. En esta dimensión, el 62,4% de las asociaciones se ubican en la categoría medio cumpliendo entre 9 y 16 condiciones. Un poco más de una tercera parte se ubicó en la categoría bajo y un bajo porcentaje en la categoría alto (5,4%).

Aquellas asociaciones que se ubican en las categorías medio y alto cumplen condiciones asociadas con una mayor trayectoria, niveles de formalidad como contar con estatutos, con junta directiva, revisoría fiscal, así como tenencia de activos (diferentes a los dedicados al procesamiento de café).

Dimensión de capacidad para la exportación. Un poco más de las dos terceras partes de las asociaciones se ubicaron en la categoría medio, indicando que cumplen entre 9 y 16 condiciones relacionadas con esta capacidad. El 33% cumple máximo ocho condiciones y un bajo porcentaje (8,9%) cumple más de 17 condiciones.

Las asociaciones que se ubicaron en la categoría alto cumplen con condiciones relacionadas con la tendencia de registros de exportación para la exportación de café (al menos cinco registros), cuentan al menos con cuatro activos para el procesamiento de café (equipos de trilla, tostión, laboratorios) y manifestaron tener una buena capacidad de exportación o ya exportan café tostado.

Según los resultados del Índice sintético, el 71.5% de las asociaciones tiene un nivel de capacidad organizacional **medio** para la exportación de café. Esto indica que cumplen entre 21 y 40 de las 60 condiciones establecidas en total que indicarían que una asociación está en plena capacidad para la exportación de café tostado. El 18.1% se ubicó en la categoría bajo indicando que cumplen máximo 20 condiciones. Estas son asociaciones que cumplen requisitos de legalidad, formalidad y trayectoria pero tienen un capital humano poco calificado, un bajo número de activos y una baja capacidad de comercialización de café en cuanto a volumen.

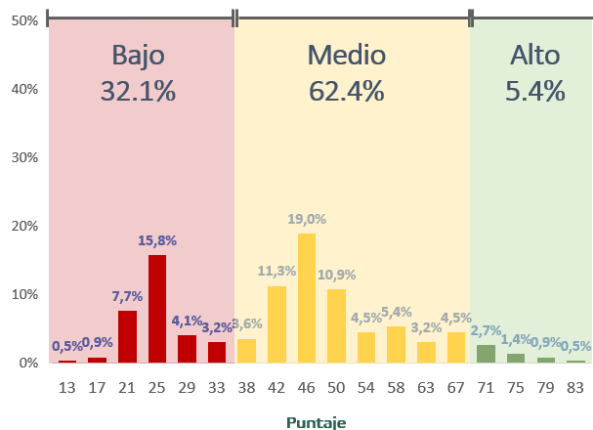


Figura 19. Dimensión de capacidad organizacional

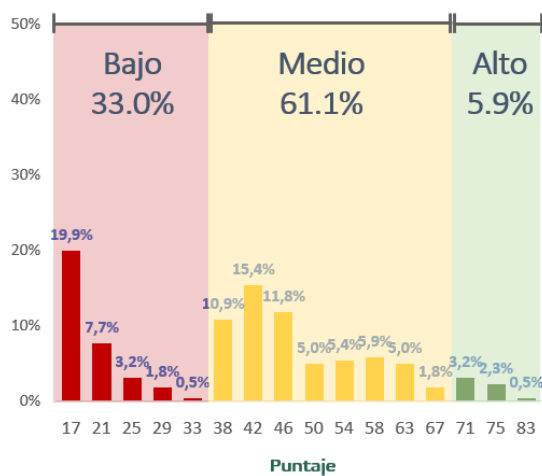


Figura 20. Dimensión de capacidad exportadora

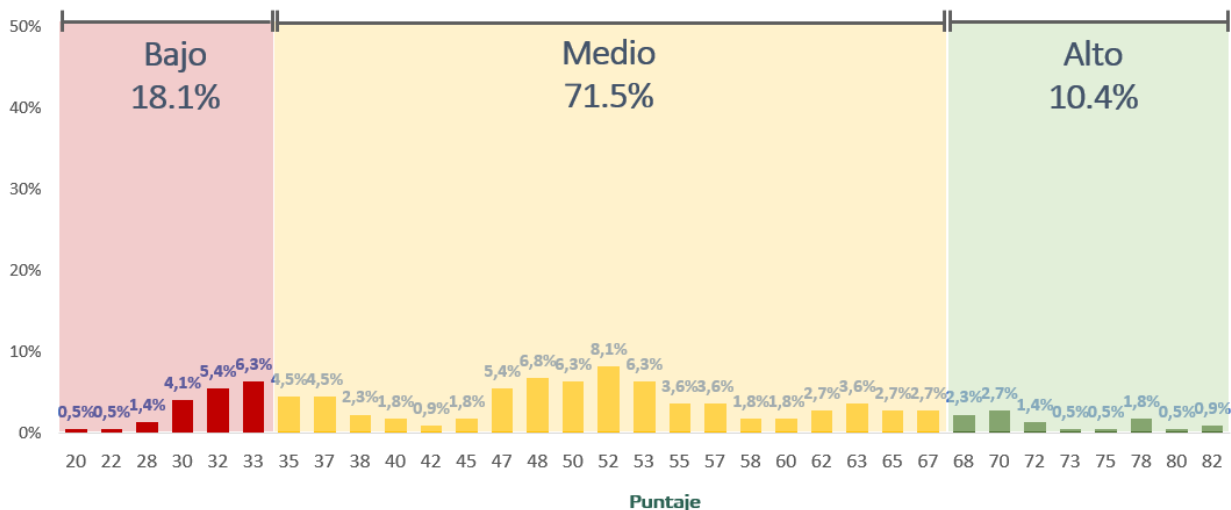


Figura 21. Índice de capacidad organizacional para la exportación de café

En contraste, el 10.4% de las asociaciones se ubicó en la categoría alto, indicando que cumplen al menos 41 condiciones de las 60 necesarias para estar en plena capacidad para la exportación de café. Ninguna asociación cumplió con las 60 condiciones; el 0,9% cumple con un máximo de 52 condiciones. Estas son asociaciones que además de cumplir con adecuadas capacidades organizacionales en cuanto a talento humano y para la comercialización de café tostado, entre ellas, la tenencia de activos para el procesamiento de café, tenencia de registros como IGP, logo Café de Colombia y volumen de embarques de café al exterior.

4. CONCLUSIONES

- Este estudio describe las condiciones de las asociaciones de productores que comercializan café y las asociaciones de productores que comercializan café tostado en el país. Partió de una base de datos de asociaciones proporcionada por la FNC, la cual fue actualizada mediante contactos telefónicos y visitas en campo. La información fue recolectada mediante un instrumento de encuesta estructurado y empleando fichas de observación en campo.
- El estudio identificó 402 asociaciones de productores distribuidas en 19 departamentos. De estas, 221 asociaciones comercializan café, 179 comercializan café tostado y 88 tuestan el café en su sede.
- Un número muy bajo de asociaciones exportan café. Solamente 13 asociaciones (el 5.9%) exportan café en un volumen equivalente a solo el 5% del café total que comercializan. Estados Unidos es el principal mercado, seguido por Canadá y México. La mayoría de las asociaciones que exportan utilizan intermediarios o exportadores privados, lo que muestra dependencia de terceros con experiencia en el comercio internacional. El crecimiento observado en el volumen sugiere un fortalecimiento de las capacidades exportadoras de las asociaciones, aunque todavía hay mucho espacio para expandir esta actividad.
- No obstante, 135 asociaciones, tienen planes de exportar y requieren diferentes apoyos, asesoría y capacitación para el desarrollo de su capacidad exportadora. Este nicho abre oportunidades de intervención para el programa Colombia + Competitiva, Swisscontact,

Procolombia y la FNC en la búsqueda de capturar mayores ingresos para la cadena de producción de café.

- El 81% de las 221 asociaciones que comercializan café están involucradas en la comercialización de café tostado, y están haciendo esfuerzos para agregar valor a su producto mediante la creación de marcas y la diversificación de canales de venta. Sin embargo, enfrentan desafíos significativos en términos de financiamiento y asesoría, lo cual limita su capacidad para asegurar mejores mercados y expandir sus operaciones a nivel nacional e internacional. Las estadísticas de ventas reflejan un crecimiento positivo, y parecería haber interés en incrementar las ventas de café tostado en el futuro próximo.
- La mayoría de las asociaciones enfrenta desafíos significativos en términos de preparación y gestión del talento humano. Existe una necesidad urgente de apoyo en áreas clave para que estas asociaciones puedan aprovechar plenamente las oportunidades en el mercado global. Estas organizaciones requieren apoyo externo significativo para fortalecer sus capacidades en exportación, gestión del talento humano y comercialización para ser competitivas en el mercado internacional de café tostado.
- De acuerdo con el índice de capacidades elaborado, el 89.6% de las asociaciones califica en un nivel entre bajo y medio en cuanto a su capacidad organizacional, el cumplimiento de requisitos de legalidad, formalidad y trayectoria. Tienen necesidades de preparación del capital humano, de acceso a activos para el procesamiento del café, incluyendo equipos de tuestión y de laboratorio, así como el desarrollo de su capacidad de comercialización de café.

5. RECOMENDACIONES

1. Programas de capacitación especializada. Para el desarrollo de las capacidades de las organizaciones, es recomendable la implementación de programas de capacitación intensiva para el personal de las asociaciones, enfocándose en conocimientos específicos sobre exportación, manejo de regulaciones internacionales, diferenciación de productos y técnicas de tostado de café. Estos programas deben incluir talleres prácticos y cursos en línea para facilitar el acceso y la flexibilidad.

2. Asesoría y consultoría externa. Es recomendable que las asociaciones tengan acceso a servicios de consultores expertos en comercio internacional y exportación de café que puedan asesorarlas en el diseño, gestión y registro de marcas, así como en la identificación de clientes potenciales y la navegación de trámites legales y regulatorios.

3. Alianzas estratégicas. Se sugiere la exploración de alianzas con instituciones educativas, organizaciones no gubernamentales y agencias gubernamentales para acceder a recursos de capacitación, tecnología y financiamiento. Estas alianzas pueden proporcionar el apoyo necesario para mejorar las capacidades de exportación y gestión comercial de las asociaciones.

4. Financiación. Es recomendable que las asociaciones cuenten con apoyo y asesoría en la búsqueda de fuentes de financiamiento tanto públicas como privadas para inversiones en tecnología, formación del personal y recursos necesarios para el registro y comercialización del

café tostado. Esto puede incluir la aplicación a subvenciones, créditos con condiciones favorables y programas de financiamiento colaborativo.

5. Innovación y diferenciación del producto. Animar a las asociaciones a innovar en sus procesos y productos, incluyendo el desarrollo de nuevas mezclas de café, técnicas de tostado únicas, y empaques diferenciados. La innovación no solo mejora la calidad del producto sino también su atractivo en mercados internacionales. Además, promover la obtención de certificaciones y registros que avalen la calidad y origen del café puede aumentar su valor en el mercado global.

6. Divulgación de resultados. Las asociaciones entrevistadas en el desarrollo de este estudio manifestaron interés en el desarrollo de sus capacidades y se mostraron receptivas a posibles iniciativas para su desarrollo. Muchas de ellas solicitaron conocer los resultados del estudio para referenciarse y conocer mejor su propia situación. Es por lo tanto recomendable que Swisscontact y las organizaciones interesadas difundan los resultados como parte de las intervenciones que probablemente diseñarán.

ANEXO FOTOGRÁFICO





Asociación Herencia Campesina

jueves, 7 de marzo de 2024
11:45:22 (hora estándar de Colombia)

26-2 Calle 37 Calarcá Quindío
4°53'N 75°64'W
1558.7m Altitud



Asociación Mi Tierra Café.

viernes, 8 de marzo de 2024
9:26:32 (hora estándar de Colombia)

7-05 Carrera 9 Filandia Quindío
4°68'N 75°66'W
1939.3m Altitud



Historia y Café

martes, 5 de marzo de 2024
12:30:01 (hora estándar de Colombia)

Armenia - Pereira Ulloa Valle del Cauca
4°69'N 75°73'W
1522.6m Altitud



Corporación de Mujeres, Ambientalistas

martes, 5 de marzo de 2024
11:27:19 (hora estándar de Colombia)

Armenia - Pereira Ulloa Valle del Cauca
4°69'N 75°73'W
1522.6m Altitud



Asociación Mujer Café Salento

**viernes, 8 de marzo de 2024
11:11:27 (hora estándar de Colombia)**

6-26 Carrera 7 Salento Quindío
4°64'N 75°57'W
2021.3m Altitud



Asociación Herencia Campesina

**jueves, 7 de marzo de 2024
11:45:22 (hora estándar de Colombia)**

26-2 Calle 37 Calarcá Quindío
4°53'N 75°64'W
1558.7m Altitud



Asociación Herencia Campesina 1

**jueves, 7 de marzo de 2024
11:46:34 (hora estándar de Colombia)**

26-2 Calle 37 Calarcá Quindío
4°53'N 75°64'W
1558.4m Altitud