

TEA & COFFEE

The International & Trusted Voice of
The Tea & Coffee Industries Since 1901

TRADE JOURNAL

DECEMBER 2014
www.teaandcoffee.net



**Festive Flavors
Heat Up the
Holiday Season**

- **Tea Bags: Meeting New Market Demands**
- **Decaf Coffee: Not an Ugly Stepchild**

- **Special Report: Indonesia**
- **Serie de Café Colombiano: Partes II & III**

Nuevos Caminos para la Comercialización del Café Colombiano

La primera y segunda sección de la serie sobre Colombia del Tea & Coffee Journal abordaron el incremento del consumo del café en el país y la situación que afronta la próxima generación de cafeteros colombianos. La sección final de la serie analiza la matizada y variada logística que lleva, a casi una quinta parte del café arábico del mundo, de las montañas colombianas al mercado. **Por Rachel Northrop**

Según los datos proveídos en julio por la Organización Internacional del Café con sede en Londres, entre octubre del 2013 y julio 2014 Colombia produjo el 10 porcentaje de las exportaciones de café a nivel mundial y más del 17 porcentaje de las exportaciones de café arábico.

El café colombiano tiene una reputación de calidad de vieja data entre tostadores y consumidores. Sin embargo, las cambiantes preferencias de los consumidores están exigiendo mayor calidad, valor agregado como certificación y, cada vez más, el vínculo personal que ofrece el comercio directo. El proceso de comercialización del café colombiano se está diversificando. El café está llegando a los compradores por medio de nuevos caminos. Los compradores obtienen en Colombia una calidad, valor agregado y vínculo personal que no encuentran en ningún otro lugar.

Compromiso inquebrantable de la FNC

Colombia limita al sur con Brasil, país que exporta casi el doble de café arábico que Colombia. Sin embargo, la producción de café en Brasil se facilita logísticamente por la plana y asequible topografía. Las montañas cafeteras colombianas son a menudo consideradas “paredes” y muchas fincas cafeteras sólo cuentan con un camino de acceso. El papel de comercialización de la Federación Nacional de Cafeteros, con sede en Bogotá, empieza con el desarrollo de infraestructura básica, como por ejemplo, puntos de compra ubicados en regiones cafeteras remotas.

“La función principal de la FNC es defender los intereses de los cafeteros y asegurar su acceso al mercado con los mejores pre-



cios estables posibles,” dijo Luis Fernando Samper, Gerente de Comunicaciones y Mercadeo de la FNC. “Esto no es una tarea fácil. Hay más de 560,000 cafeteros en 580 municipios esparcidos por las montañas de Colombia. El tamaño de la plantación promedio es sólo de 1.6 hectáreas.”

Para poder vender el café de tan pequeñas parcelas de tierra, los productores se enfrentan a costos de transacción significativos. Se ven obligados a cosechar a lo largo del año y a vender el café de cada lote por separado, haciendo viajes regulares a los puntos de compra e imposibilitando las economías de escala en la mayoría de los casos. “Las facturas de las transacciones individuales de café pergamino vendido en el 2013 muestran que más de la mitad de las ventas en mercados locales fueron igual o inferiores a 70 kg de café pergamino (60 kg o 130 lb de café verde). Alrededor de 800,000 facturas reflejaron ventas de menos de 25 kg de café pergamino,” dijo Samper.

Además de la proximidad de los 540

puntos de compra, las cooperativas colombianas otorgan garantía de compra a los cafeteros. “La FNC provee la liquidez y cobertura requeridas al sistema de cooperativas [para poder llevar a cabo la garantía]. La política está diseñada para que, sin importar cual sea el tamaño de la transacción, todos los productores accedan todos los días del año a los precios actuales y transparentes del mercado y sean pagados de contado en un lugar cercano a sus fincas.

La FNC también regula las exportaciones de café para garantizar el cumplimiento de estándares de calidad. “Almacafé prueba y cata más de 30,000 muestras antes de la exportación y recolecta otras 1,400 en mercados consumidores para someterlas a pruebas. Almacafé también es un operador logístico, dueño de depósitos aduaneros, que ofrece sus servicios a usuarios nacionales y a exportadores, incluida la FNC.”

La FNC se ocupa de mantener en alto la reputación de Colombia en términos de calidad a una escala de volumen considerable y se enfoca en encontrar nuevos y diversos caminos para comercializar el café colombiano. “La FNC ha estado vendiendo más de un millón de cafés especiales al año,” dijo Samper.

La presencia de la FNC en el sector de cafés especiales y en remotas comunidades obliga a los compradores privados a comprar a precios competitivos. “En los últimos cinco años, la FNC ha transferido alrededor de US\$ 50 millones en sobrepagos a los productores de cafés especiales,” dijo Samper.

Experimentando en producción y procesamiento

Aunque más modesta en su alcance y escala, la finca y procesadora La Palma &

El Tucán, ubicada en Zipacón Cundinamarca, tiene el mismo objetivo de la FNC: llevar al mercado cafés colombianos excepcionales e incrementar la compensación que reciben aquellos que los producen. “En La Palma & El Tucán estamos introduciendo nuevos conceptos técnicos y comerciales que benefician a pequeños productores y favorecen a los cafés excepcionales. Hemos reunido un equipo de profesionales de diferentes áreas de conocimiento que puedan agregar valor a cada paso de la cadena de producción y comercialización,” dijo Felipe Sardi, cofundador y Director Financiero de la finca.

A diferencia de la mayoría de cafeteros en Colombia que heredan tierra y conocimiento de sus familias, La Palma & El Tucán abordó la caficultura desde la óptica de la investigación científica y perspicacia empresarial. “Iniciamos nuestro camino estudiando e identificando lo que el mercado de café especial realmente demandaba,” dijo Sardi. “Basados en los más de 85 ecotopos, áreas identificadas por la FNC como aptas ecológicamente para sembrar cafés especiales, buscamos la ubicación perfecta para empezar el proyecto y entregar el producto.”

Mientras que las políticas de comercialización de la FNC están diseñadas para ser equitativamente replicables a lo largo de Colombia, operaciones como La Palma & El Tucán buscan alimentar el potencial de una comunidad específica al revivir la caficultura tradicional de la mano de experimentos innovadores en la siembra y procesamiento de variedades.

“Vecinos y Cultivos es un modelo

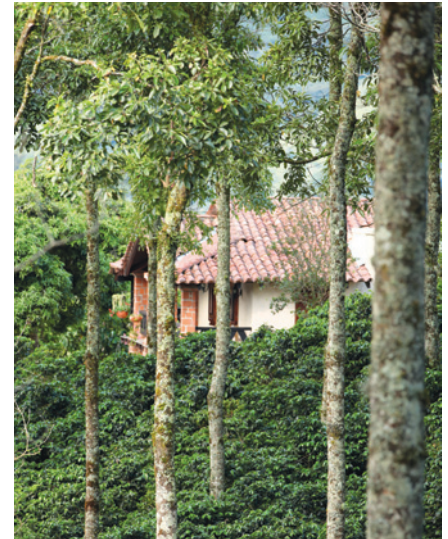
cafetero sostenible a través del cual compramos cerezas de café, a precios más altos, a más de 200 productores vecinos que producen variedades tradicionales y experimentamos con distintos métodos de procesamiento,” dijo Sardi. “Con el programa Estate & Varietals hemos producido seis variedades exóticas –Gesha, SL-28, Bourbon Rojo, Bourbon Amarillo, Pache y Typica– que producirán su primera cosecha en mayo del 2015.”

Exportaciones en expansión

Tanto las empresas nuevas como las ya establecidas están examinando las exigencias específicas del mercado para determinar la comercialización. A medida que la producción de café en Colombia incrementa, los exportadores transforman esos millones de libras de café, un saco a la vez, en un producto con personalidad al trabajar estrechamente con los productores.

Alexcafé es una empresa familiar de 30 años, con sede en Pereira Risaralda, que ofrece servicios de beneficio seco y exportación. Alexcafé vende café de sus fincas y de las fincas de pequeños propietarios locales a compradores internacionales alrededor del mundo.

“La relación cercana que Alexcafé ha construido con los productores genera un mejor control de la materia prima y garantiza la trazabilidad del producto,” dijo Alejandro Quinceo, Gerente General de Alexcafé. La trazabilidad se está convirtiendo en un requisito básico para muchos compradores. Empresas familiares como Alexcafé han crecido de la mano de los productores. Así mismo, han surgido



nuevas compañías exportadoras que ofrecen tanto trazabilidad como reinversión.

La exportadora de café Virmax fue fundada en el 2000 en Bogotá con el objetivo de facilitar el desarrollo de asociaciones a largo plazo entre productores de café de alta calidad y tostadores a nivel mundial. “Nuestro sistema de negocios está orientado a mejorar la calidad, factor que genera beneficios a largo plazo para toda la cadena cafetera,” dijo Alejandro Cardena, fundador de Virmax.

El equipo de Virmax, compuesto por más de 50 empleados de tiempo completo, va más allá del papel tradicional de exportador. Cardena destaca la constante inversión de Virmax en investigación y desarrollo dentro y fuera de las fincas, la comunicación con los productores y el ver a los productores como socios comerciales a largo plazo. “Sugerimos a los productores entregar ‘lotes por día’, un promedio de 40-100 kg en cada pergamino, a los almacenes. Esto implica ver al productor con más frecuencia a lo largo del mes. Al mantener los lotes separados, el productor tiene la libertad de experimentar con métodos de procesamiento, tiempos de fermentación y tiene retroalimentación directa,” agregó Cardena.

Importadores inician comercio

Al igual que los exportadores, los importadores internacionales están construyendo relaciones más cercanas con los productores y ayudándolos a encontrar nuevas maneras de llevar su café a nuevos mercados. El entusiasmo relacionado con el comercio directo y las transacciones basadas en relaciones cercanas



Pequeños productores llevando su café al mercado en Nariño.

está impulsando el desarrollo de empresas de importación dedicadas exclusivamente a la comercialización personalizada; una comercialización donde el café tiene un comprador desde que está creciendo en el cafeto.

Abstract Coffee, con sede en Detroit Michigan, importa exclusivamente café colombiano, en su mayoría de los departamentos de Nariño y Huila. “Fundé Abstract en el 2011 con el colombiano Diego Arteaga. Diego contaba con una red única de cafeteros, con los cuales nos asociamos y de quienes importamos todo nuestro café. Desde el inicio, nuestro objetivo fue crear relaciones con cafeteros a las que ningún otro importador tuviera acceso,” dijo el co-fundador Cameron Braun.

Los importadores, quienes tradicionalmente han estado aun más alejados de la producción que los exportadores, buscan estar involucrados en garantizar la calidad de producción que sus compradores solicitan. Sin embargo, esta inversión a largo plazo no elimina el riesgo de las fluctuaciones del mercado. “Incluso pagando sobreprecios a nuestros caficultores, a muchas fincas pequeñas les está costando trabajo justificar el análisis de costo-beneficio de producir café. Si los precios actuales continúan, es probable que muchas fincas pequeñas replacen el café por cultivos más rentables,” dijo Braun. “Independientemente de si se es importador o tienda, considero que el mercado en general está mejor servido si el precio del café es igual o superior a US \$2.”

Tanto importadores como exportadores están trabajando juntos para asegurar que



producir café colombiano siga siendo un medio de vida rentable. Con sede en Ámsterdam, This Side Up Trade es una empresa facilitadora de comercio especializada en comercio directo a pequeña escala. Descubrimos a productores de cafés especiales de todo el mundo y le damos a micro-tostadoras la oportunidad de comprarles directamente,” dijo el fundador Lennart Clerckx. “Nuestro modelo de negocio se centra en coordinar los envíos de comercializadores directos, activos y potenciales, e introducirlos a nuevos cafeteros. Micro-tostadoras de toda Europa han mostrado gran interés en el desarrollo de asociaciones a largo plazo con caficultores.”

This Side Up importará sus primeros cafés colombianos este mes. “Estamos trabajando con la Compañía Cafetera La Meseta en Chinchiná para encontrar productores con los que nos podamos asociar y presentando a cafeteros interesados en encontrar un exportador a La Meseta,” dijo Clerckx.

La Meseta creció de una base familiar a exportar entre el 3 y 4 porcentaje del café colombiano, alguno producido en sus propias fincas y otro comprado a productores locales. “Para nosotros, exportar directamente es parte de la materialización del sueño de escalar en la cadena de valor y estar más cerca del cliente final,” dijo Sebastián Muñoz, Gerente Comercial de La Meseta.

Construido sobre la base del acceso equitativo del productor a precios competitivos fomentado por la FNC, hoy en



(Izquierda arriba) Café pergamino en los secadores solares de La Palma & El Tucán. (Arriba) Determinando el grado de café verde a través de la identificación manual de defectos en Almacafé.

(Izquierda abajo) Monitoreando la temperatura de las cerezas en la etapa de pre-procesamiento en la finca La Palma & El Tucán.

día la comercialización del café colombiano puede iniciarse desde cualquier ángulo, ya sea desde el productor, el exportador, el importador o el tostador.

Innovación en el horizonte

“Colombia está resaltando nuestra transición hacia los cafés especiales, la cual está anclada en un sistema de comercialización con mejor tecnología donde la trazabilidad, el origen, la marca y las cualidades especiales de la taza influyen la búsqueda de valor agregado para compensar los crecientes costos de producción,” dijo Muñoz.

“Nuestro sueño es ver a las comunidades cafeteras y cooperativas unirse alrededor de la idea de innovación y transformación,” dijo Sardi de La Palma y El Tucán. La innovación define tanto a los cafés colombianos, como a la actitud del país hacia nuevas alternativas para hacer negocios. “Los productores colombianos son muy independientes, conocedores. El futuro del café colombiano dependerá de la habilidad de todos de adaptarnos al cambio,” dijo Cardena.

El clima está cambiando, las demandas del mercado están evolucionando, y las personas involucradas en llevar el café de la finca a la tostadora están listas para forjar nuevos caminos. La recuperación de Colombia en términos de producción, el anhelante mercado interno, la nueva generación audaz, y los intermediarios innovadores demuestran que Colombia está preparada para cultivar café con una versatilidad revitalizada.



Recursos humanos detrás de la comercialización directa de lotes de origen de Nariño y Huila.