

**ESTUDIO PARA LA CREACION DE ALIANZA CAFÉ NARIÑO SAS, CON
EL PROPOSITO DE ESTABLECER UNA ESTRATEGIA DE
COLOCACION DE CAFES ESPECIALES EN EL MERCADO LOCAL,
NACIONAL E INTERNACIONAL**

JESUS DAVID VALLEJO BRAVO

**UNIVERSIDAD DE NARIÑO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
COMERCIO INTERNACIONAL Y MERCADEO
SAN JUAN DE PASTO**

2011

**ESTUDIO PARA LA CREACION DE ALIANZA CAFÉ NARIÑO SAS, CON
EL PROPOSITO DE ESTABLECER UNA ESTRATEGIA DE
COLOCACION DE CAFES ESPECIALES EN EL MERCADO LOCAL,
NACIONAL E INTERNACIONAL**

JESUS DAVID VALLEJO BRAVO

**Informe presentado como requisito para optar el título de Profesional en Comercio
Internacional y Mercadeo**

MODALIDAD PASANTIA

Asesor

MANUEL IVAN ORTIZ

Profesor Departamento Comercio Internacional y Mercadeo

UNIVERSIDAD DE NARIÑO

FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS

COMERCIO INTERNACIONAL Y MERCADEO

SAN JUAN DE PASTO

2011

NOTA DE RESPONSABILIDAD

“Las ideas y conclusiones aportadas en el trabajo son responsabilidad exclusiva de sus autores.

Artículo 1 de acuerdo No. 324 de octubre 11 de 1966 emanada del Honorable Concejo Directivo de la Universidad de Nariño”

Nota de aceptación

Presidente de Tesis

Jurado

Jurado

San Juan de Pasto, Marzo de 2011

CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCION.....	17
1. ENCUESTA – EMPRESA- ALIADOS.....	24
1.1 DESARROLLO DE LA ENCUESTA	24
1.2 CREACIÓN ALIANZA CAFÉ NARIÑO S.A.S.	33
1.2.1 ¿Qué es la S.A.S?	33
1.2.2 Estructura orgánica de la sociedad	34
1.2.3 Número de integrantes de Alianza café Nariño S.A.S	34
1.2.4 Estructura de capitales de alianza café Nariño S.A.S	35
1.3 ALIADOS DEL PROCESO	38
1.3.1 Gobernación de Nariño	38
1.3.2 ADEL Nariño-Proyecto Semilla.....	39
1.3.3 Industrias QUANTIK Ltda	40
2. SITUACION ACTUAL DEL SECTOR CAFETERO EN EL DEPARTAMENTO DE NARIÑO	41
2.1 CARACTERÍSTICAS	41
2.2 CARACTERÍSTICAS DEL CAFICULTOR NARIÑENSE	42
2.3 MATRIZ DE EVALUACION DE FACTORES.....	46
2.4 PROPUESTA DE LAS ESTRATEGIAS (FO, FA, DO, DA)	51
3. CARACTERÍSTICAS FÍSICO, QUÍMICAS Y ORGANOLÉPTICAS DEL CAFÉ DE NARIÑO	53
3.1 PARA LA ZONA NORTE.....	53
3.1.1 Factor de rendimiento de excelsos tipo exportación.....	54
3.1.2 Porcentajes de pasillas.....	54
3.1.3 Porcentajes de café según tabla de la SCAA	54
3.1.4 Café con problemas de secado	54
3.1.5 Café con defecto en taza.....	55
3.1.6 Según rangos de altitud.....	55

3.1.7 Porcentajes de variedad	55
3.1.8 Relación detallada de los municipios, muestras y porcentajes.....	56
3.2 PARA LA ZONA OCCIDENTE	57
3.2.1 Factor de rendimiento de excelsos tipo exportación:.....	57
3.2.2 Porcentajes de pasilla:	58
3.2.3 Análisis sensorial:.....	58
3.2.4 Rangos de altura:	59
3.2.5 Variedad:	59
3.2.6 Relación detallada de los municipios, muestras y porcentajes.....	60
3.3 PROTOCOLO ANALISIS DE CALIDADES CAFES FINOS DE NARIÑO.....	61
3.3.1 Análisis físico.....	61
3.3.2 Análisis De café pergamino seco	62
3.3.3 Trilla:.....	62
3.3.4 Análisis granulométrico:	63
3.3.5 Análisis visual de almendra (despasillado):.....	63
3.3.6 Almacenamiento:.....	63
3.3.7 La torrefacción del café	64
3.3.7.1 Sucesión de operaciones en la torrefacción:.....	64
3.3.7.2 Operaciones preliminares al tostado:	65
3.3.7.3 Duración de la torrefacción:.....	67
3.3.7.4 Modificaciones a los granos de café durante el tostado:	67
3.4 ANÁLISIS SENSORIAL (Ver Figura 11).....	68
3.4.1 Preparación De La Muestra Para Catación	68
3.4.2 Trillar	68
3.4.3 Despasillar.....	68
3.4.4 Tostado de la muestra	69
3.4.5 Molienda.....	69
3.4.6 Dosificación de las muestras	69
3.4.7 Adición del agua	69
3.4.8 Rompimiento de taza.....	70

3.4.9 Degustación.....	70
3.5 DESCRIPTORES SENSORIALES	70
3.6 ESCALA DE EVALUACIÓN (SCAA)	71
4. CONDICIONES DE LOS MERCADOS CONSUMIDORES DEL GRANO PARA LA INTRODUCCIÓN DEL CAFÉ TIPO FINO	72
4.1 REQUISITOS	72
4.2 LEY DE PREFERENCIAS ARANCELARIAS ANDINAS Y DE ERRADICACIÓN DE DROGAS – ATPDEA.....	74
4.3 RESOLUCIÓN NUMERO 5 DE 2002 –COMITÉ NACIONAL DE CAFETEROS .	74
4.3.1 Compensación por grano brocado	76
4.3.2 Infestación	77
4.3.3 Olor.....	77
4.3.4 Color	77
4.3.5 Prueba de taza	77
4.3.6 Marcaciones adicionales	77
4.3.7 Premium	77
4.3.8 Supremo	77
4.3.9 Extra	77
4.3.10 Maragogipe.....	78
4.3.11 Café de Nariño especial	78
4.4 PROCEDIMIENTO PARA EXPORTACIONES DE CAFÉ	78
4.4.1 Control al transporte y exportación de café	80
5. OPORTUNIDADES COMERCIALES PARA EL CAFÉ ORIGEN NARIÑO.....	85
5.1 AVANCES COMERCIALES	88
CONCLUSIONES.....	91
RECOMENDACIONES	93
BIBLIOGRAFIA.....	94
NETGRAFIA.....	95
ANEXOS	96

LISTA DE CUADROS

	Pág.
Cuadro 1. Número de integrantes de las diferentes asociaciones	35
Cuadro 2. Capitales de Alianza café Nariño S.A.S.....	36
Cuadro 3. Matriz de evaluación de factores externos (MEFE).	46
Cuadro 4. Matriz de evaluación de factores internos (MEFI).....	47
Cuadro 5. Matriz debilidades oportunidades fortalezas y amenazas (DOFA).	49
Cuadro 6. Municipios – muestras zona Norte.....	56
Cuadro 7. Tabla general del análisis sensorial zona Norte	57
Cuadro 8. Municipios – muestras occidente zona occidente.....	60
Cuadro 9. Tabla general análisis sensorial zona occidente.....	61
Cuadro 10. Cambios que ocurren en el café a distintos grados de calor durante el tostado.....	66
Cuadro 11. Partidas arancelarias	72

LISTA DE GRAFICAS

	Pág.
Gráfica 1. Demanda inelástica	21
Gráfica 2. Oferta café	21
Gráfica 3. Oferta y demanda	22
Gráfica 4. Variación	22
Gráfica 5. Rangos de edad.....	24
Gráfica 6. Problemática relevante para el caficultor	25
Gráfica 7. Conocimiento del proceso departamental.....	26
Gráfica 8. Interés de los caficultores por formar parte de la Alianza	26
Gráfica 9. Enfoque de esfuerzos de la nueva Alianza.....	27
Gráfica 10. Perspectivas del caficultor frente a la creación de la nueva empresa.....	28
Gráfica 11. Percepción del caficultor frente a la creación de la nueva organización.	29
Gráfica 12. Concepción de fortaleza de su organización frente a sus pares nacionales	30
Gráfica 13. Fortaleza de las organizaciones de acuerdo a los caficultores	31
Gráfica 14. Debilidad de las organizaciones de acuerdo a los caficultores.....	32
Gráfica 15. Confianza en la nueva alianza.....	32

LISTA DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1. La zona cafetera en el departamento de Nariño	42
Figura 2. Actual esquema de comercialización del café de Nariño	45
Figura 3. Mercado internacional del café especial pergamino seco (CPS)	85

LISTA DE ANEXOS

	Pág.
Anexo A. Figuras.....	97

GLOSARIO

- **AÑO CAFETERO:** el período de un año desde el 1 o de octubre hasta el 30 de septiembre.
- **BEBIDA:** solución preparada mediante la extracción de sustancias solubles del café tostado y molido, utilizando agua recién hervida, en las condiciones especificadas en la Norma Técnica Colombiana 3566.
- **BENEFICIADO DE CAFÉ:** Técnicamente consiste en la serie de pasos o etapas de procesamiento a las que se somete el café para quitar o eliminar todas sus capas o cubiertas de la forma más eficiente sin afectar su calidad y su rendimiento. Es una transformación primaria del grano.
- **CAFÉ ESPECIAL:** Es el bien producido de manera técnica o artesanal con el fin de exportar debido a sus gracias calidades tanto de sabor, cuerpo y aroma.
- **CAFÉ CEREZA:** Fruto maduro del café, tal como se recolecta en las plantaciones.
- **CAFÉ EXCELSO:** es el producto de la trilla del café pergamino y selección de la almendra mediante método mecánico, manual o electrónico o la combinación de éstos. Se caracterizan por su homogeneidad en cuanto al aspecto, a la granulometría y al bajo contenido de defectos.
- **CAFÉ PERGAMINO:** Es la forma en que el producto se empacara para posterior exportación.
- **CAFETAL:** Sitio o lugar donde se encuentra el producto que será destinado para la exportación.
- **CAFÉ TOSTADO:** Estado anterior al consumo del grano.
- **CAFÉ VERDE:** Situación que presenta el bien antes de empaque y estiba.
- **CAFÉ PASILLA:** producto de la trilla del café que se caracteriza por ser un grano no apto como excelso de exportación y que tienen un tamaño de grano superior a 4.76 mm. (12/64 de pulgada).
- **CAFICULTOR:** Es el proveedor del bien a comercializar, y principal socio comercial dentro de este proyecto.

- **CATAR:** Probar una bebida de café, de un determinado lote, cumpliendo con los parámetros, para obtener una calificación global del mismo e identificar sus cualidades organolépticas, así como también sus defectos.
- **CONTROL DE CALIDAD:** Otro aspecto que hace al Café de Nariño tan único es el alto nivel de las normas de control de calidad del país. Comienza en las granjas, donde la FNC envía inspectores oficiales para inspeccionar cada granja para verificar las condiciones sanitarias, la salud de los árboles y la calidad de cada cosecha. El inspector verifica que los granos han sido lavados correctamente.
- **COSECHA:** Periodo en el tiempo donde el proveedor realiza la selección y recolección del grano.
- **FRAGANCIA:** Intensidad que producen los compuestos volátiles del café, cuando son percibidos por el sentido del olfato sin la adición del agua, se pueden detectar algunos defectos o notas particulares.
- **L*:** Grado de luminosidad (claroscuro) que posee una muestra de café y está referida al sulfato de Bario que es el blanco patrón.
- **LOTE:** Un envío, presumiblemente de características uniforme, del mismo tipo, con el mismo rótulo y masa que contienen café pergamino, supuestamente con propiedades comunes y características razonables uniformes para el cual se puede aplicar un esquema de examen.
- **MUESTRA:** una parte de un lote con base en la cual se estiman las propiedades de dicho lote.
- **MUESTRA PRIMARIA:** La cantidad de granos de café verde tomado de un solo saco de un lote específico.
- **MUESTRA A GRANEL O MUESTRA LOTE:** La cantidad de café verde obtenido por combinación de todas las muestras primarias tomadas de sacos provenientes de un lote específico.
- **PRUEBA DE TAZA:** Es el análisis sensorial, realizado a una determinada muestra de café, con el objetivo de conocer sus características físicas y organolépticas.
- **SACO:** 70 kilogramos ó 132,276 libras de café verde; tonelada significa una masa de 1.000 kilogramos ó 2.204,6 libras, y libra significa 453,597 gramos.

- **SECADO:** Proceso indispensable para el mejoramiento y alcanza de calidad total del producto, para ello, son recogidos y puestos en grandes canastas de mimbre. Luego son esparcidos en grandes terrazas al aire libre, donde son dados vuelta una y otra vez hasta que el sol y el aire los seca por completo.
- **TRILLA:** eliminación del endocarpio seco del café pergamino para producir café verde en condiciones técnicas satisfactorias.

RESUMEN

Este informe cuenta con cada una de las actividades que se han desarrollado, entorno a la creación de Alianza Café Nariño S.A.S y la estrategia de colocación de cafés especiales en el mercado nacional e internacional; para el desarrollo eficaz de este proyecto, es fundamental la participación de las asociaciones de caficultores ubicadas a lo largo y ancho de la zona cafetera del departamento, así como todo el apoyo y motivación de cada uno de los pequeños caficultores, la creación de Alianza Café Nariño Sociedad por Acciones Simplificada será con el propósito de representar y defender los intereses económicos y sociales de sus accionistas, tanto dentro como fuera del país, e Integrar y potencializar esfuerzos, recursos y productos de sus asociados, con el objetivo de generar un desarrollo integral y sostenible de la caficultura nariñense.

ABSTRACT

This report has each of the activities that have developed around the creation of Alliance Coffee Nariño SAS and the strategy of placement of specialty coffee in the domestic and international, for the efficient development of this project is essential to involve farmers associations located across from the coffee department and all the support and motivation of each of the small farmers, the creation of Alliance Coffee Nariño simplified joint stock company will be for the purpose of representing and defend the economic and social interests of its shareholders, both inside and outside the country, and integrate and empower efforts, resources and products of its partners, in order to generate a comprehensive and sustainable development of coffee growing Narino.

INTRODUCCION

Este informe cuenta con cada una de las actividades que se han desarrollado, entorno a la creación de Alianza Café Nariño S.A.S y la estrategia de colocación de cafés especiales en el mercado nacional e internacional; para el desarrollo eficaz de este proyecto, es fundamental la participación de las asociaciones de caficultores ubicadas a lo largo y ancho de la zona cafetera del departamento, así como todo el apoyo y motivación de cada uno de los pequeños caficultores, la creación de Alianza Café Nariño Sociedad por Acciones Simplificada será con el propósito de representar y defender los intereses económicos y sociales de sus accionistas, tanto dentro como fuera del país, e Integrar y potencializar esfuerzos, recursos y productos de sus asociados, con el objetivo de generar un desarrollo integral y sostenible de la caficultura nariñense.

En el primer capítulo uno se analizará la disposición y las perspectivas que tienen los caficultores de las organizaciones participantes acerca de la creación de la nueva alianza para esto se realizó una encuesta (**Ver anexo 1**) dirigida a una muestra representativa de los asociados en los once municipios, así mismo identificaremos las características que tendrá la empresa en su aspecto, organizativo, administrativo, participativo, social y comercial, logrando consolidar la empresa y figura comercial que representara los reales intereses del caficultor de nuestro Departamento, logrando definir la más adecuada para su creación, para así identificar los posibles aliados estratégicos tanto en el área técnica, comercial, financiera y logística, los cuales serán los que determinen la viabilidad de la ejecución del estudio y los principales actores en el desarrollo del proyecto cafetero departamental.

A lo largo del segundo capítulo se podrá encontrar la situación real del sector cafetero en nuestro departamento, la situación económica y social; también la capacidad de respuesta y producción ante el mercado de las 10 organizaciones productoras del grano, que participan en este proyecto, además de esto se lograra darle al sector una imagen propia del café producido en la región.

Al diagnosticar la situación de cada una de las organizaciones se procederá a identificar las características físico - químicas u organolépticas del café Nariñense, en el capítulo tercero, logrando determinar un protocolo especial de tostión para cada una de las microprocesadoras del grano, con el propósito de estandarizar el proceso de transformación del grano ofreciendo un producto final de excelente calidad.

Al abordar el capítulo cuarto se podrá observar las condiciones de los mercados consumidores del grano para la introducción del café especial, comenzando con la primera etapa que será la que va dirigida al mercado nacional, posteriormente se encontrara las condiciones de los mercados consumidores del café en la región occidental de los Estados Unidos de Norteamérica.

Durante el desarrollo del capítulo quinto se identificaron las oportunidades comerciales que en el marco de la creación de esta alianza de pequeños caficultores se hayan creado.

Al finalizar este estudio se obtendrán las conclusiones del trabajo desarrollado y las recomendaciones que se hará para la continuidad de este proceso.

ANTECEDENTES

En los tiempos donde la economía mundial se ha visto afectada por una recesión sin precedentes en las diferentes naciones, unas aceptándola totalmente mientras otras, a pesar de que llegó a su país, no la declaren abiertamente, es muy importante el hecho de conformar organizaciones fuertes que puedan moverse al ritmo de nuevas tendencias de los mercados mundiales que surgieron a raíz de esta situación, mercados que cada vez se vuelven más competitivos y más voraces sin dejar campo para la debilidad de pequeñas organizaciones que no puedan responder al llamado de las nuevas exigencias de los mercados.

Es por esto y por muchas razones más que a comienzos del año 2008, se inicia dentro de nuestro departamento un proceso liderado por la Gobernación del departamento de Nariño y por pequeñas organizaciones cafeteras de nuestra región, con el propósito de fortalecer la producción sostenible del café mejorando la competitividad, la comercialización y la organización del sector cafetero de la región; es de total conocimiento el saber que a pesar de que el café de Nariño posee un punto muy alto en cuanto a calidad y tener unas características especiales que lo hacen ser único en nuestro País el precio pagado al productor no es el adecuado; frente a esta situación desigual para el cafetero se vio la necesidad de crear una empresa fuerte e independiente que pertenezca a los caficultores de Nariño cuyo objetivo principal es el de trasladar hacia el caficultor el mayor beneficio posible de manera integral y más justa vía precio.

Es así como, la Gobernación del departamento de Nariño, ante la falta de alternativas inmediatas para el caficultor, consideró que se requerían adoptar estrategias técnicas y comerciales para lograr un proceso de comercialización directa y que hagan del proceso productivo del café en Nariño una opción viable y con futuro, decide entonces tomar un papel activo en la formulación de alternativas de solución que permitan mejorar la calidad de vida del caficultor.

Así lo estableció en el Plan de Desarrollo “Adelante Nariño” y a través de la Gerencia para la zona Norte y con el apoyo de entidades como SENA, Cámara de Comercio, Universidad de Nariño representada en el programa de Comercio Internacional y Mercadeo, la Agencia de Desarrollo Local (Adel) y cada una de las 10 organizaciones (quienes gracias a la bondad de la celebración de convenios interinstitucionales realizan capacitación técnica, de mercadeo y de industrialización a cada una de las asociaciones), invita a los caficultores del departamento a organizarse en una sociedad de pequeños productores con el

ánimo de que éstos bajo su propia autonomía y contando con la asesoría del departamento, transformen o consoliden sus asociaciones en procesadoras del café (generadoras de valor agregado) producido por sus socios para que sea comercializado en el mercado nacional e internacional, obteniendo mejores precios por su producto; la invitación se realiza y se socializa mediante reuniones deliberantes en las instalaciones de la Gobernación de Nariño y en cada uno de los municipios cafeteros del departamento; el éxito de la convocatoria fue y sigue siendo muy importante.

Luego de un prudente proceso y amplia deliberación, se define la participación en el proyecto de 6 asociaciones caracterizadas por su grado de desarrollo y por el hecho de tener implementados procesos de industrialización que les permita incursionar en el mercado de los cafés procesados, si bien estas asociaciones producían un café tostado, molido y empacado con su respectiva marca, **(ver figura 1)** no disponían de un proceso adecuado de transformación del grano, y una estrategia de negocio definida, situación que torna incierto el futuro inmediato del cafetero perdiendo competitividad, convirtiendo la comercialización de café en un negocio cada día menos rentable y 4 organizaciones más caracterizadas por su producción de alta calidad de café pergamino seco (CPS) **(ver figura 2)** el cual va dirigido al café acopiado por la Federación Nacional de Cafeteros (FNC) y empresas privadas que hacen que el caficultor participe de un bajo porcentaje de las utilidades que el mercado del grano produce, limitándose a vender su café a estas organizaciones y a los precios establecidos por las mismas, estas asociaciones estaban totalmente debilitadas, debido a un manejo inadecuado de las políticas internas de comercialización porque no generaban nuevas estrategias de comercialización que propendieran por un mejor precio.

Bajo la nueva perspectiva, el departamento de Nariño empieza un proceso de consolidación de estas asociaciones a través de capacitación, asistencia técnica y formación empresarial; se inician procesos de capacitación en análisis sensorial del café, se definen protocolos para los procesos de tostión y molienda con destino al consumo nacional y se empiezan a delinear eventos en donde se pueda hacer la presentación de las asociaciones y de los cafés producidos ante compradores, catadores, representantes de supermercados, etc. Con base en lo anterior, lo que la propuesta establecida en el proyecto busca es: Aprovechar la ventaja comparativa de la que goza el café que se produce en el departamento de Nariño caracterizado por tener una buena taza limpia, alta acidez y cuerpo medio y una oferta ambiental propia de la zona para que una vez creada la Alianza Café de Nariño S.A.S, establecer una marca región e implementar una estrategia de colocación de cafés especiales dirigida primordialmente a grandes superficies al mercado institucional, estudiantes, altos y prósperos ejecutivos y, en general, a toda la población de las grandes ciudades de Colombia dispuestas a pagar un mejor precio por café de alta calidad para que previo conocimiento y degustación de nuestro producto, se logre incrementar sustancialmente los niveles de consumo

interno del café de Nariño y por ende, la demanda de este producto.

➤ **ANÁLISIS DE LA CRISIS DEL MERCADO DEL CAFÉ**

El siguiente análisis surge a partir del trabajo de la gerencia Norte del departamento, como respuesta a la iniciativa gubernamental y al aporte académico de la universidad de Nariño a través del programa de Comercio Internacional y mercadeo.

- ***Análisis del producto***

Se considera que el café no es un producto de necesidad básica (como lo son el agua, la vivienda o la vestimenta entre otros), pero tiene la peculiaridad de ser un producto que, una vez elaborado y convertido en bebida, causa adicción, por lo que en determinados casos puede llegar a convertirse en una suerte de producto de considerable necesidad.

Es importante tener en cuenta que es una producto que no tiene ningún sustitutivo, lo que causa que su demanda sea inelástica. Este tipo de demanda es un factor decisivo en el análisis de la crisis que se dio (y en cierta medida se da todavía) en el mercado de este producto.

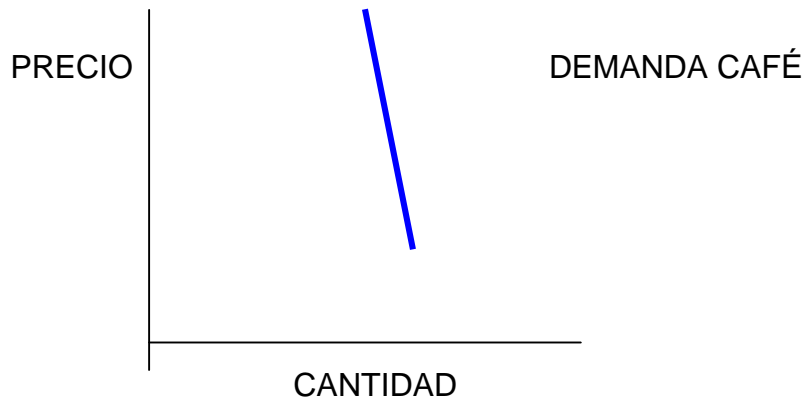
Otros factores a tener en cuenta es el bajo precio que tiene el café. El presupuesto que una familia de clase social media le dedica a este producto es considerablemente bajo, y poca importancia tienen los aumentos o disminuciones de su precio.

- ***Análisis de la demanda de café***

Como se dijo, el principal factor a tener en cuenta en el análisis de la demanda de café, es que se trata de una demanda inelástica.

La representación de dicho tipo de demanda se representa de esta forma en una gráfica:

Gráfica 1. Demanda inelástica



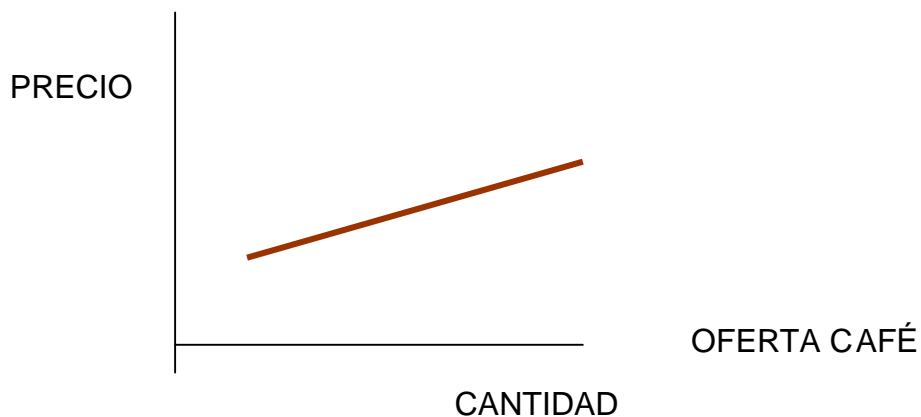
Como se puede apreciar en la gráfica, la línea que representa a una hipotética demanda inelástica es casi vertical. Esto se debe a que el café no tiene sustitutivos directos, por lo que sus consumidores dejan de tener en cuenta el factor precio a la hora de comprarlo (influye la poca incidencia de las variaciones del precio del café en el presupuesto de la familia).

En resumen, frente a las posibles variaciones del precio del café, los consumidores seguirán comprándolo (es una situación similar a la demanda de drogas, aunque, lógicamente, de menor magnitud).

- **Análisis de la oferta de café**

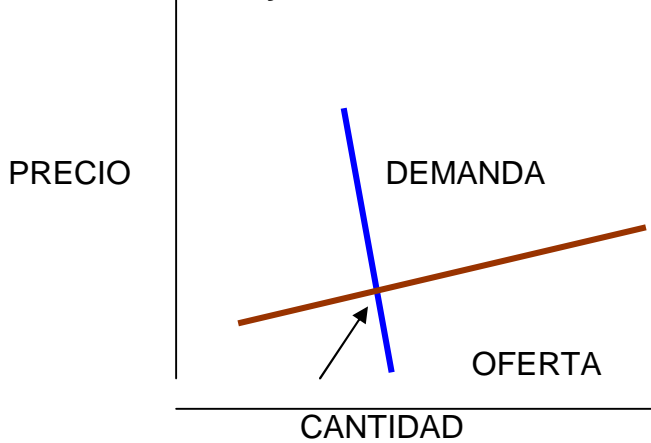
La oferta del café se representa de la siguiente forma en una gráfica:

Gráfica 2. Oferta café



Esta gráfica de la oferta no presenta peculiaridad alguna. Finalmente, si juntamos las gráficas de la oferta y la demanda, resulta una gráfica del tipo:

Gráfica 3. Oferta y demanda



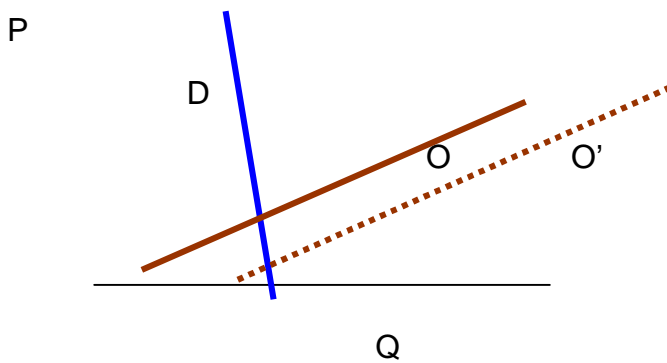
El punto en el que la línea de la demanda y la de la oferta se cruzan (indicado en la gráfica por la flecha) es el punto en el que se fija el precio. La variación de este punto se debe a la balanza de la oferta y la demanda, que mediante la actuación de la llamada “mano invisible del mercado” llega siempre a un punto que beneficia en cierto modo a ambas partes.

Una vez analizado el producto del café y la situación de su respectiva oferta y demanda en una situación de mercado normal, se pasará a analizar la crisis que ha sufrido este mercado y los factores que intervienen en ella:

Cabe también tener en cuenta la situación precaria de muchos de estos países de centro y sur América, donde la pobreza es un fenómeno, desgraciadamente, muy común.

Como ya se dijo, el aumento de la oferta hace variar el precio del producto, y esta variación se representa de la siguiente manera:

Gráfica 4. Variación



Como se puede observar en la gráfica, el aumento de la oferta (O') provoca que la línea se desplace hacia la derecha, lo que conlleva una disminución del precio; mientras que la línea de la demanda permanece igual (debido a que es inelástica).

Dicho descenso del precio apenas es apreciado por los consumidores (aunque se benefician de ello), mientras que este fenómeno perjudica gravemente a los países que tradicionalmente dominaban la exportación de café en el mercado internacional.

La consecuencia para dichos países será la drástica disminución de sus ingresos, lo que comportará un empobrecimiento de su población.

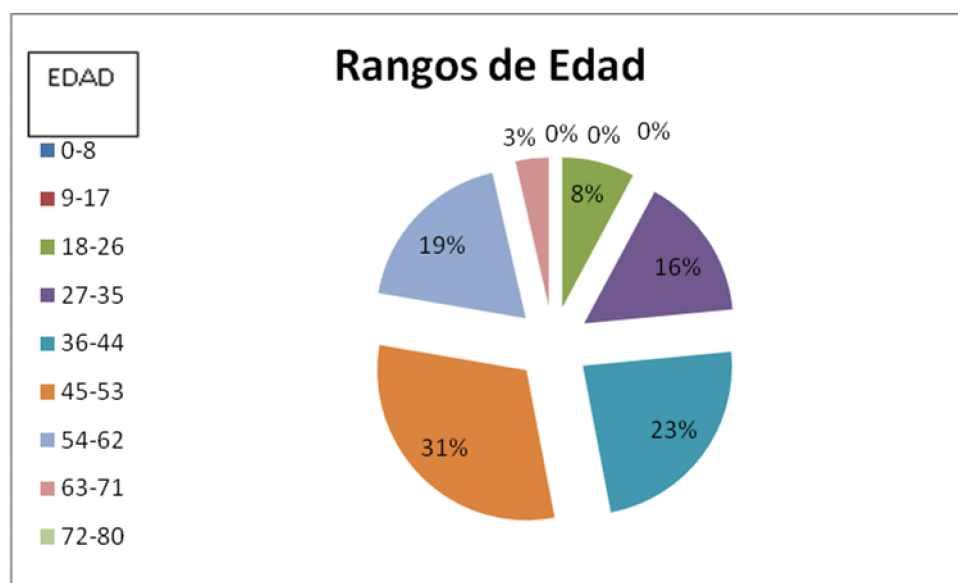
Como respuesta a este aumento de la producción, algunos países optaron por destruir parte de sus cosechas de café con tal de que la oferta disminuyera y de esta forma aumentarían los precios. Aunque esta solución es poco ortodoxa, es una de las pocas que pueden ser efectivas para la solución de este problema, en el cual los productores se ven sensiblemente beneficiados en cuanto al aumento de los precios del grano, así los nuevos productores de café descubren una nueva fuente de ingresos y los países tradicionalmente cafeteros se ven muy perjudicados.

1. ENCUESTA – EMPRESA- ALIADOS

1.1 DESARROLLO DE LA ENCUESTA

Dentro de la ejecución de la encuesta se acudió al trabajo de campo desplazándose a cada nos de los diez municipios donde están ubicadas las 10 organizaciones, esta se realizó tomando como base la encuesta que se puede observar en el Anexo No. 1 del presente Informe, para adentrarnos un poco mas al pequeño caficultor se realizo preguntas adicionales las cuales vamos a analizar a continuación, las cuales aplican para el desarrollo de este trabajo..

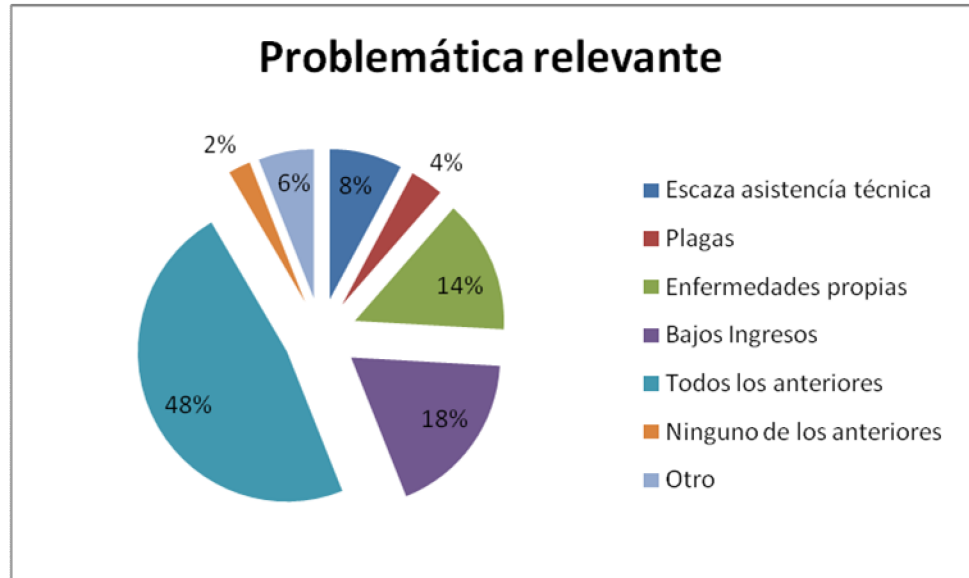
Gráfica 5. Rangos de edad



Fuente: Este estudio.

La importancia del análisis de los rangos de edad de las personas que participarán de este proyecto radica en la problemática nacional que indica una tenencia, la cual es que los caficultores del País se están envejeciendo, y los hijos de estos emigran a las ciudades aumentando el desempleo; de acuerdo a este estudio esta tendencia se manifiesta también en el departamento ya que como se puede observar en la grafica el 53% de la población se encuentra en el rango de edad entre los 45 y 71 años de edad, esto debido a las escasas oportunidades de desarrollo que los pequeños caficultores tienen en el mercado del grano, y mantienen el cultivo mas por tradición que por sostenibilidad.

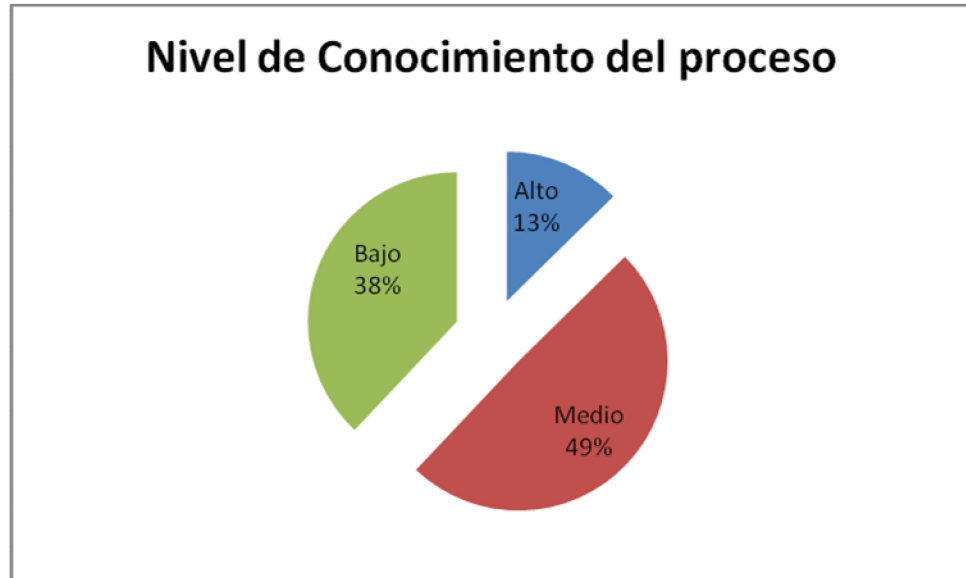
Gráfica 6. Problemática relevante para el caficultor



Fuente: Este estudio.

En este punto se les pregunto a los caficultores, de acuerdo a su concepción cual era el problema principal que afronta el sector; se les entregó varias opciones para su selección como la incipiente asistencia técnica, los bajos ingresos, enfermedades propias del cafeto y las plagas, podemos observar que la población cree que todos estos problemas son de importancia en el sector cafetero departamental, seguido de bajos ingresos, y las enfermedades propias de este cultivo, se da ha entender que el actual sistema de acompañamiento a los caficultores no esta atacando estos problemas y por eso se debe realizar un apoyo complementario al actual sistema.

Gráfica 7. Conocimiento del proceso departamental.



Fuente: Este estudio

La anterior grafica nos muestra el nivel de conocimiento que poseen los cafeteros con respecto a la información que tiene de este proceso departamental, se puede apreciar que solo un bajo porcentaje conoce el proyecto, por esta razón se programaron unas visitas a cada una de las organizaciones entre los meses de enero y abril de 2010, informando de primera mano a los caficultores acerca de la nueva sociedad a crear.

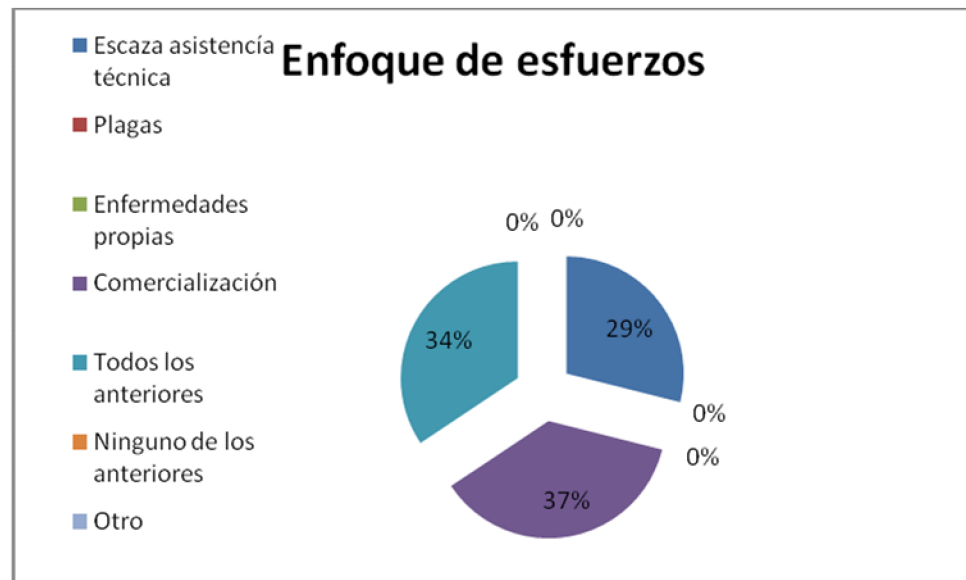
Gráfica 8. Interés de los caficultores por formar parte de la Alianza



Fuente: Este estudio

Esta encuesta tiene una particularidad, se aprovecho la visita para informar al caficultor acerca del proceso con el propósito de que formen parte de esta organización, lo cual de acuerdo a la anterior grafica el 86% de la población mostro interés por formar parte de esta empresa lo que genera confianza por continuar con el desarrollo de su creación.

Gráfica 9. Enfoque de esfuerzos de la nueva Alianza.



Fuente: Este estudio

Se preguntó a los caficultores de acuerdo a su concepto, en que punto o puntos debería enfocar sus esfuerzos la alianza, a lo cual el 37% respondió que se debería enfocar en la comercialización, importante ya que como pequeñas organizaciones en los mercados de grandes superficies se les ha cerrado las puertas con el café procesado y sometidos al monopsonio de la Federación Nacional de Cafeteros en cuanto al café pergamino seco (CPS) o café verde; esto hace que la necesidad de crear una empresa que represente sus verdaderos intereses en los mercados tome mayor fuerza, en cuanto al otro problema donde los caficultores piden que la nueva organización enfoque sus esfuerzos es en la asistencia técnica, para lo cual a través de la alianza se ejecutarán proyectos logrando convenios con entidades como el SENA y EPSAGROS, con el propósito de realizar el acompañamiento al actual sistema de extensión que tiene la Federación Nacional de cafeteros y así contribuir al mejoramiento de este proceso de asistencia.

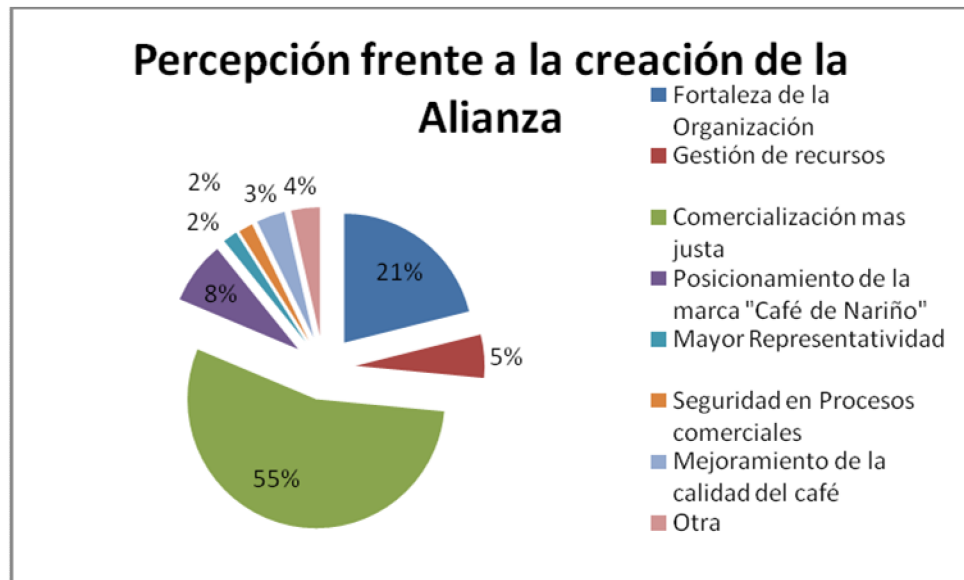
Gráfica 10. Perspectivas del caficultor frente a la creación de la nueva empresa.



Fuente: Este estudio

Cuando se trabaja con comunidades es importante conocer de primera mano su confianza o porque no decir su fé en un nuevo proceso, ya que en anteriores ocasiones muchas cosas se han prometido al pequeño caficultor a través de otras organizaciones o personas, que simplemente acompañan a las pequeñas asociaciones hasta un punto de la cadena de valor y no permiten que ellos se apropien del proceso y los dejen a mitad de camino, esto ha hecho que ellos no confíen en este tipo de procesos, sin embargo como este nuevo proyecto nace desde la base de las organizaciones y es para ellos tiene total confianza en la nueva empresa, demostrándolo con un 86% de positivismo y confianza.

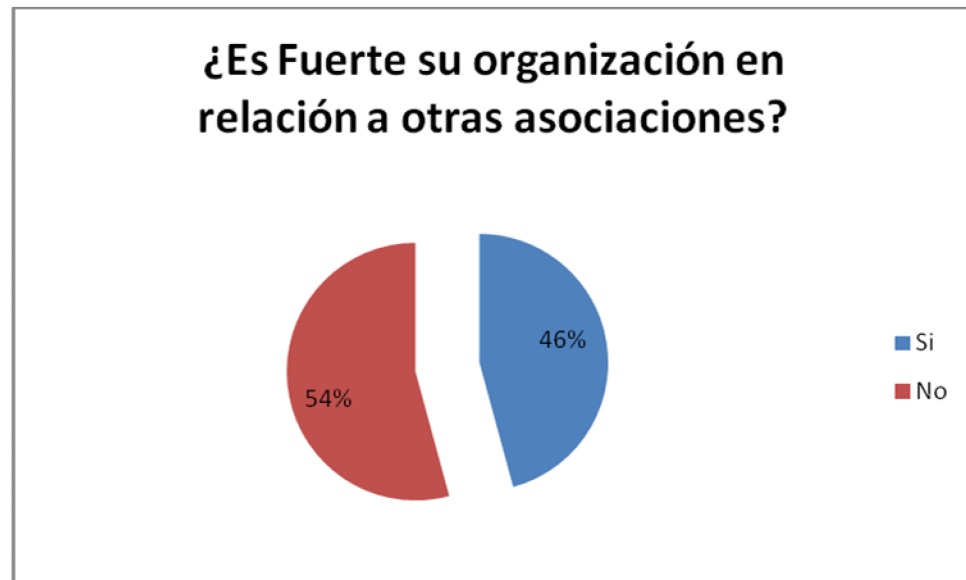
Gráfica 11. Percepción del caficultor frente a la creación de la nueva organización.



Fuente: Este estudio

La verdad es que los pequeños caficultores piden a gritos una comercialización más justa (55%), y no solo eso también un acompañamiento dentro del proceso de producción a través de una asistencia técnica mas integral, razón por la cual nace la importancia de organizarlos en una gran sociedad que agrupe a cada una de las organizaciones, fortaleciéndola frente a otras a nivel nacional y representándolos con mayor peso en su proceso comercial, logrando precios mas justos y acordes a la calidad del grano, calidad que se la tratara mas a fondo en el capitulo tres.

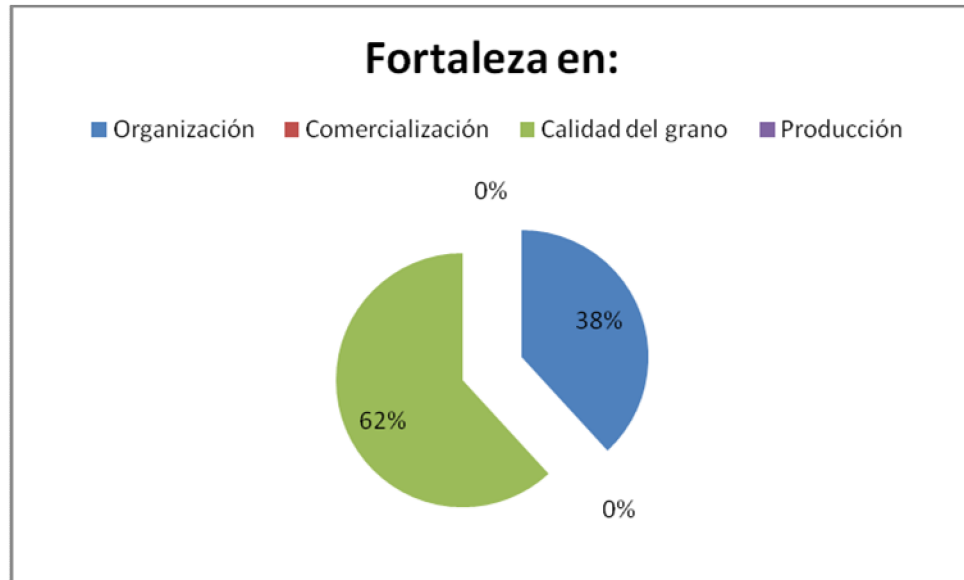
Gráfica 12. Concepción de fortaleza de su organización frente a sus pares nacionales.



Fuente: Este estudio

La anterior grafica nos muestra una concepción clara frente a sus actuales organizaciones con respecto a otras, donde tan solo un 46% consideran que son fuertes frente a sus similares, esto significa que necesariamente hay que fortalecer su proceso organizativo, administrativo, comercial y logístico de cada una de ellas a través del acompañamiento de Alianza café Nariño S.A.S, con el propósito de cambiar esta percepción y que en un año baje sustancialmente este porcentaje.

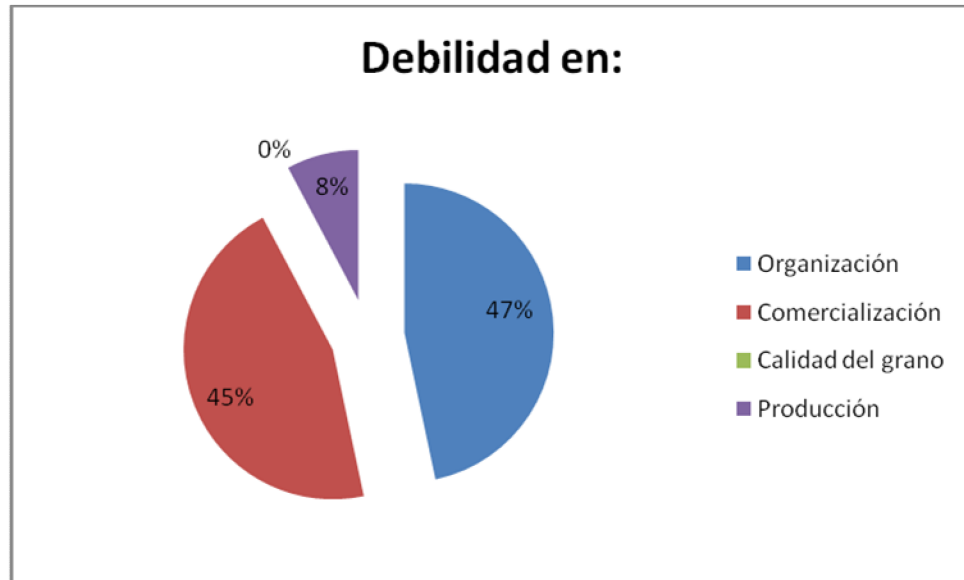
Gráfica 13. Fortaleza de las organizaciones de acuerdo a los caficultores.



Fuente: Este estudio

Se preguntó al 46% de los caficultores que consideran fuerte a su organización, en que aspecto miran su fortaleza a lo cual el 62% respondió, calidad del grano, aspecto que no se discute debido a diferenciación que el producto tiene frente a otros producidos en otras regiones del país y del mundo, algo que ya se demostró en la anterior feria de cafés especiales realizada en la ciudad de Pasto durante el mes de Septiembre donde Nariño ocupó los 6 primeros lugares de más de 800 muestras de café que llegaron de todo el País, durante el concurso realizado en el marco de esta feria.

Gráfica 14. Debilidad de las organizaciones de acuerdo a los caficultores.



Fuente: Este estudio

Así mismo al 54% de caficultores que perciben frágil a su organización se les indago acerca de la debilidad de su organización, en este punto consideran a la organización y a la comercialización como los puntos mas débiles de su sociedad, esto confirma la necesidad de fortalecer en estos aspectos a los grupos asociativos a través de la nueva alianza de pequeños caficultores.

Gráfica 15. Confianza en la nueva alianza.



Fuente: Este estudio

Finalmente se considero importante saber si el caficultor considera que formar parte de esta organización hará que su estilo de vida se vea afectado sea positiva o negativamente a los cual un 70% cree que la creación de esta empresa afectara su calidad de vida de manera positiva.

Con esta información y teniendo en muy en cuenta la opinión de los caficultores de estos 10 municipios, se procedió a la conformación de una sociedad de segundo piso, que agruparía y representaría a los grupos asociativos.

1.2 CREACIÓN ALIANZA CAFÉ NARIÑO S.A.S.

1.2.1 ¿Qué es la S.A.S? De acuerdo a la disposición de los caficultores de estas regiones y sus representantes, se sugiere que la figura que ampare la creación de esta nueva alianza sea la de una Sociedad por Acciones Simplificada (S.A.S) figura que fue creada el 05 de diciembre de 2008 bajo el marco de la ley 1258, por las siguientes razones:

- Se constituyen mediante documento privado. El mismo procedimiento se aplica para cualquier tipo de sociedad (incluida la empresa unipersonal) que pretenda transformarse en una SAS. Esto reduce trámites y costos de escrituración.
- No exige un número de accionistas determinado. Esto hace que la sociedad pueda ampliar o reducir el número de sus accionistas a su conveniencia.
- Las reformas de la sociedad no se hacen por escritura pública sino por documento privado, lo cual hace el trámite más expedito y menos costoso (se ahorran gastos de escrituración). Solo se requiere escritura pública en algunos casos especiales.
- Desaparece la responsabilidad laboral y tributaria que recae sobre los socios de las sociedades limitadas.
- El objeto social de la sociedad puede ser abierto, es decir, que puede hacer todo aquello que no esté prohibido por la ley, si así se determina en los Estatutos.
- El pago del capital social se puede pactar dentro de los Estatutos Sociales, sin que pase de 2 años (en la actualidad el termino para pagar el capital social de las sociedades anónimas es de 1 año y las limitadas deben pagar todo su capital al momento de su constitución).
- Se pueden expedir diferentes tipos de acciones: (i) Privilegiadas; (ii) Con dividendo preferencial y sin derecho a voto; (iii) Con dividendo fijo anual; (iv) Acciones de pago.
- La organización de la sociedad se puede pactar en los Estatutos Sociales, es decir, que no es obligatorio tener algunos órganos corporativos. Esto implica una posible reducción en los costos que demandan algunos cuerpos colegiados de las sociedades.

- Se tiene un término más amplio para enervar la causal de disolución por pérdidas que disminuyen el patrimonio neto por debajo del 50% del capital suscrito. Ya no es un plazo de 6 meses sino de 18 meses, contados desde la fecha en que la asamblea reconozca el hecho de la causal de disolución.
- Solo está obligada a tener revisor fiscal si los activos brutos a 31 de diciembre del año inmediatamente anterior son o exceden el equivalente a 5000 salarios mínimos legales mensuales, y/o los ingresos brutos son o exceden el equivalente a 3000 salarios mínimos legales mensuales. Hoy en día las sociedades anónimas siempre requieren de un revisor fiscal.
- No es necesario que el representante legal tenga un suplente. Esto reduce costos.
- A falta de estipulación, el representante legal puede realizar todos los actos conforme al objeto social de la compañía. Esto hace que ya el representante legal no esté facultado a hacer solamente lo que le dicen los Estatutos Sociales, sino que puede hacer todo aquello que no le haya sido expresamente prohibido.
- Salvo algunas excepciones, todas las decisiones que se tomen se hacen con la mitad más uno de los accionistas. No es necesario seguir las mayorías cualificadas del Código de Comercio.
- Se pueden pactar por estatutos restricciones a la negociación de acciones, siempre que la vigencia de la restricción no dure más de 10 años, prorrogables por igual término.
- Los Estatutos Sociales pueden prever causales de exclusión de accionistas.

Esta sugerencia fue aprobada por sus representantes en unanimidad, para esto se contó con la acompañamiento jurídico de la Cámara de Comercio de Pasto; de acuerdo al artículo 3° de esta ley, la naturaleza de la S.A.S. es de una sociedad de capitales cuya naturaleza será siempre comercial, independientemente de las actividades previstas en su objeto social y para efectos tributarios, la sociedad por acciones simplificada se regirá por las reglas aplicables a las sociedades anónimas.

1.2.2 Estructura orgánica de la sociedad. Aunque aun no esta implementada se sugirió a los miembros de esta organización el organigrama que esta detallado en el Anexo No 2.

1.2.3 Número de integrantes de Alianza café Nariño S.A.S. Como protagonistas de este proyecto se cuenta con 2224 familias caficultoras que decidieron pertenecer a esta alianza, los cuales representan a más de 6700 personas que se ubican a lo largo y ancho de la región cafetera del departamento, estos caficultores se encuentran organizados en 10 asociaciones de pequeños caficultores las cuales se las puede apreciar en el siguiente cuadro:

Cuadro 1. Número de integrantes de las diferentes asociaciones

ALIANZA CAFÉ NARIÑO SAS

NOMBRE/REPRESENTANTE LEGAL	MUNICIPIO	ORGANIZACIÓN	INTEGRANTES
FRANCO ULISES ROSERO ERAZO	CHACHAGUI	FUNFADES	46
CLAUDIA ANDREA MUÑOZ RIVAS	LA UNION	FUNDACION PARA EL DESARROLLO Y EL AMBIENTE "FUDENA"	800
HERNANDO CHINDOY CHINDOY	EL TABLON DE GOMEZ	PUEBLO INGA APONTE	270
MOISES ENRIQUEZ MARTINEZ	SANDONA	GRUPO ASOCITATIVO DULCE CAFÉ	58
MARLENY DELGADO GAVIRIA	LA UNION	ASOCIACION CAMPESINA PROGRESOS DEL MAÑANA	100
GABRIEL ANTONIO REY	LA UNION	COOPERATIVA MULTIACTIVA DE CAFETEROS DE NARIÑO LTDA. "COOMERCIACAFE"	120
RAMIRO MADROÑERO	COLON (GENOVA)	CAFÉ MONTE AGUA	157
MARIA ELSA ROJAS YELA	LOS ANDES (SOTOMAYOR)	ASOCIACION AGROPROYECCION LA LOMA ASOLOMA	23
CARLOS ALBERTO ORTEGA	ALBAN	ASOCIACION DE CAFETEROS DE NARIÑO "ASOCANAR"	50
EDUARDO SALAS	EL TAMBO, LA FLORIDA Y EL PEÑOL	ASOCIACION DE PEQUEÑOS CAFETEROS DE LOS MUNICIPIOS DEL EL TAMBO, LA FLORIDA Y EL PEÑOL "ASOCAFE"	600
Total Integrantes SAS			2.224,00

1.2.4 Estructura de capitales de alianza café Nariño S.A.S. El capital accionario para la sociedad se describe a continuación, este capital es con el que se dio inicio a esta organización.

Cuadro 2. Capitales de Alianza café Nariño S.A.S.

SOCIO	NO. ACCIONES SUSCRITAS	CAPTAL SUSCRITO (\$)	CAPITAL PAGADO (\$)	A PAGAR DENTRO DE DOS AÑOS (\$)
Asociación de productores de cafés especiales MONTE DE AGUA	5	5.000.000,00	2.000.000,00	3.000.000,00
Fundación para el desarrollo y el ambiente natural FUDENA	5	5.000.000,00	2.000.000,00	3.000.000,00
Grupo Asociativo DULCE CAFÉ	5	5.000.000,00	2.000.000,00	3.000.000,00
Asociación campesina Progresos del Mañana con las madres beneficiarias del programa Familias en Acción Plan Colombia	5	5.000.000,00	2.000.000,00	3.000.000,00
Cooperativa Multiactiva de Cafeteros de Nariño Ltda. COOMERCIACAFÉ LTDA	5	5.000.000,00	2.000.000,00	3.000.000,00
Asociación Agroproyección la Loma Sotomayor ASOLOMA	5	5.000.000,00	2.000.000,00	3.000.000,00
Asociación de Cafeteros de Nariño ASOCANAR	5	5.000.000,00	2.000.000,00	3.000.000,00
Resguardo Indígena de Aponte	5	5.000.000,00	2.000.000,00	3.000.000,00
ASOCAFE	5	5.000.000,00	2.000.000,00	3.000.000,00
CHACHAGUI	5	5.000.000,00	2.000.000,00	3.000.000,00

Capital Autorizado: \$ 1,500,000,000,00

Capítulo II, Artículo II

Con esta estructura a partir del 2 de Junio de 2010 nace “Alianza Café Nariño SAS”; la Alianza que nace el dos de junio de 2010 es una empresa creada por diez (10) asociaciones de productores de café que involucra a 2224 familias caficultoras asociadas, todos con una alta tradición y cultura cafetera, donde el café es una forma de vida. La Alianza tiene su radio de acción en diez municipios

del departamento en donde se asientan cada una de las 10 asociaciones; nace del afán del gobierno departamental de coadyuvar a mejorar las condiciones de vida de los caficultores nariñenses; hoy en día, la SAS tiene vida propia y espera, en el corto plazo, consolidar su proyecto bandera: “Colocación de cafés especiales en el mercado local, nacional e internacional

Hoy en día el proyecto avanza en cada uno de los municipios del departamento en donde se asientan las 10 asociaciones, inmersas en **Alianza Café Nariño SAS**, empresa creada por ellas y para ellas, todas con una alta tradición y cultura cafetera, en donde el café es una forma de vida; prueba de ello es que el caficultor nariñense ha soportado las más difíciles situaciones y no ha abandonado su cultivo; muy por el contrario, en torno al cultivo del café el productor ha cimentado su futuro y ha logrado un efecto muy positivo en la zona cafetera del radio de acción de las asociaciones en la medida que el caficultor no ha tenido que desplazarse hacia otro tipo de cultivos en vista de que la asociatividad y la expectativa de mejorar las condiciones hacen que se dediquen todos los esfuerzos a producir un café especial y fortalecer las asociaciones que participan en este proceso de posicionar los cafés procesados en el mercado local y nacional. Es lógico suponer que si el intento gubernamental no surte los efectos esperados, la situación puede cambiar radicalmente. Debemos recordar que los 40 municipios cafeteros del departamento y, especialmente los del radio de acción en donde operan las asociaciones que nos ocupan, son municipios que experimentan y afrontan graves problemas: altas tasas de desempleo, incipientes vías de comunicación, falta de canales de comunicación, altas tasas de deserción escolar, presencia de actores armados, etc. Si las condiciones del mercado del café cambian y logramos que el mayor porcentaje del negocio del café vaya a manos de los caficultores, de sus asociaciones y de las comunidades, seguramente estaremos contrarrestando esta amenaza (recordemos que con el sistema de comercialización actual del café, tan solo el 7% de los recursos que genera la industria, se queda en manos de los caficultores).

Creada **Alianza Café de Nariño S.A.S** se participó en la feria de cafés especiales exoespeciales, que se efectuó en la Ciudad de San Juan de Pasto entre los días 9 y 11 de septiembre de 2010, este evento se realizó con el propósito de fomentar el reconocimiento de los cafés especiales de Colombia entre compradores de todo el mundo, brindando un espacio para el encuentro de los productos, las empresas certificadoras, los organismos no gubernamentales, académicos, comercializadores, sector público e industriales, que hacen parte de este sector; para esto **Alianza café Nariño S.A.S**, contó con 74 microlotes de sus socios y 9 stands para la exhibición del café, esto como parte de la estrategia de comercialización que se profundizara mas adelante. **(ver figura No 3)**

1.3 ALIADOS DEL PROCESO

1.3.1 Gobernación de Nariño. Otro de los grandes actores y aliados de este proceso es la Gobernación del departamento de Nariño, que a través del acompañamiento de la gerencia Norte ha implementado una serie de actividades que han sido un preámbulo del inicio de la consolidación de las pequeñas asociaciones de cafeteros, dadas las condiciones excepcionales del café de Nariño y la necesidad de continuar e implementar nuevas campañas promocionales en el ámbito local, nacional e internacional se creó la necesidad de que el café de Nariño tenga su propio símbolo y su propio slogan; el contar con estas herramientas le permitirán al café de Nariño lograr un posicionamiento claro y sin ambigüedades en el mercado de los cafés especiales. En este proceso de diseño del símbolo y slogan participó la comunidad en general, los especialistas en el tema y las personas vinculadas al tema del café; este procedimiento, aparte de lograr el objetivo es una motivación y, a la vez, una promoción más para nuestro producto insigne.

En este orden de ideas se realizó una convocatoria con la participación de 41 proponentes. **(Ver figura 4)** El día 10 de diciembre de 2009 se cerraron las inscripciones y el 14 del mismo mes se hizo la selección de los primeros cinco (5) diseños que, a criterio del jurado calificador, eran los merecedores de la distinción. Dentro de las cinco propuestas, la ganadora fue la presentada por el Sr. Luis Adrian Ponce con la propuesta *“Café Nariño ... De Colombia el mejor”*; **(ver figura 5)** en acto solemne realizado en el Club Colombia de la ciudad de Pasto se hizo la premiación de la convocatoria y la entrega oficial del premio al primer puesto de \$ 2.500.000.00 aportado por la Gobernación de Nariño y menciones especiales a los segundo, tercer, cuarto y quinto puesto así como un reconocimiento en efectivo, aportado por el proyecto Semilla, al segundo y tercer puesto.

En otros de los procesos que la Gobernación ha sido fundamental su acompañamiento y apoyo financiero es el de la denominación de origen café de Nariño, que nació a partir de la creación del logotipo y eslogan que representa de ahora en adelante al café del departamento, la denominación de origen es una indicación geográfica constituida por la denominación de un país o zona geográfica determinada utilizada para designar un producto originario de esta región y cuya calidad y reputación se deban exclusivamente al medio geográfico en el cual se produce.¹

Se utilizan también para poner en evidencia cualidades específicas que se deben a factores humanos característicos del lugar de origen de los productos, como los conocimientos y técnicas tradicionales de fabricación. Por lugar de origen se entiende un pueblo o una ciudad, una región o un país.

¹ Artículo 201 de la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina

En el caso del café que se comercialice en cualquier lugar del mundo como café colombiano, debe haber sido producido en nuestro país, por esta razón quien pretenda usar esta denominación para vender cafés de otros orígenes, deberá afrontar las sanciones que las leyes establecen por el uso fraudulento.

Es por esto que con el acompañamiento de la Gobernación de Nariño, y ha petición de los productores nariñenses, se solicitó ante la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC) la declaración de protección de la denominación origen del café de Nariño. Así se encuentra radicado en la Gaceta de la Propiedad Industrial No. 607 de 31 de Agosto de 2.009 (Págs. 683-725), de la cual la Federación Nacional de Cafeteros realizó una oposición férrea a esta denominación argumentando que “no existe un claro pronunciamiento que justifique la unión del nombre o lugar geográfico con el producto...”, mas sin embargo En el resumen ejecutivo (Pág. 687, Gaceta de la SIC No. 607) se establece claramente que: “la región a proteger será el departamento de Nariño que tipifica una zona geográfica determinada, la cual, según los estudios realizados por la misma Federación Nacional de Cafeteros, se caracteriza por poseer una oferta ambiental, unas condiciones agro-ecológicas excepcionales a las cuales se suman las de sus suelos, que permiten producir un café con unas características fisicoquímicas y sensoriales especiales, como resultado de las variedades que se cultivan, de los procesos de producción y beneficio que se aplican, todo lo cual se refleja en una exclusiva calidad de taza”, después de una clara y concreta respuesta a esta oposición que se realizó ante la Superintendencia de Industria y Comercio se realizó el pasado mes de Julio de 2010 en la Gaceta Industrial la marca de certificación Café de Nariño No 618 (**ver figura 6**).

Actualmente se esta trabajando un proyecto macro que beneficiara a 6000 familias de caficultores donde se canalizaran recursos a través de un proyecto presentado por la Alianza Café de Nariño S.A.S en conjunto con la Gobernación de Nariño ante el gobierno nacional.

1.3.2 ADEL Nariño-Proyecto Semilla. La AGENCIA DE DESARROLLO LOCAL juega un papel fundamental en la potencialización de los sectores productivos del departamento, en la construcción del futuro e identidad territorial, en la consolidación de estrategias compartidas para el desarrollo sostenible La ADEL es, en síntesis, el mejor instrumento que tiene el territorio para construir las condiciones e insertarse y enfrentarse a la globalización, es por esto que dentro de una estrategia de Promoción de cafés especiales de alta calidad, el proyecto Semilla II en alianza con la Gobernación de Nariño posicionó el café de Nariño ante clientes institucionales y empresarios del nivel central.

Nueve grupos asociativos y organizaciones cafeteras de Nariño, dieron a conocer el café del Departamento, durante el evento denominado: “Café de Nariño, el mejor de Colombia”, que se llevó a cabo en Bogotá entre el 24 y 26 de febrero.

Al lanzamiento del certamen, llevado a cabo en el salón Santa Fe de hotel Sheraton, asistieron cerca de 120 personas entre empresarios, exportadores, embajadores y personalidades del Gobierno Nacional y de Cooperación Internacional. **(Ver figura 7)**

El evento promocionó el café de Nariño mediante degustaciones, actividades de barismo y cumplió con la pretensión de posicionar el consumo de cafés especiales de las organizaciones de productores rurales de Nariño con instituciones, tiendas especializadas, cadenas de restaurantes, supermercados y empresas; a través de diferentes citas en rueda de negocios que se efectuaron los días 25 y 26 de febrero en la Casa Delegada de la Gobernación de Nariño. **(Ver figura 8)**, con serias expectativas de concretarse.

1.3.3 Industrias QUANTI K Ltda. Industrias QuantiK Ltda. En cabeza de Diego Vargas, es una empresa del sector Industrial que ha venido acumulando experiencia por más de diez años, principalmente en la Investigación, Diseño, Desarrollo, Fabricación y Comercialización de equipos e instrumentos para laboratorios de Control de Calidad de Café, de acuerdo a esta experiencia la participación de Industrias Quantik a sido fundamental para la consolidación de la Alianza café de Nariño S.A.S, ejemplo de esta participación fue la elaboración de talleres de tostión en la ciudad de Pasto y Sandoná en el mes de diciembre de 2009.

Desde que Industrias QuantiK Ltda. fue fundada, inició un proceso de fortalecimiento que les ha permitido consolidarse como una empresa cuya misión es servir de herramienta para el desarrollo tecnológico del país a través de la aplicación de nuevas tecnologías, con talento humano comprometido y capacitado que procure su desarrollo. Infraestructura técnica, altamente calificada, garantiza el soporte técnico, mantenimiento, comercialización y suministro de partes originales durante la vida útil de los equipos.

Durante este tiempo Industrias QuantiK Ltda. ha establecido relaciones comerciales con empresas del gremio cafetero a tal punto de contar con clientes muy importantes tanto en Colombia como en el exterior, donde actualmente se esta realizando acercamientos comerciales con estos clientes para consolidar un acuerdo comercial.

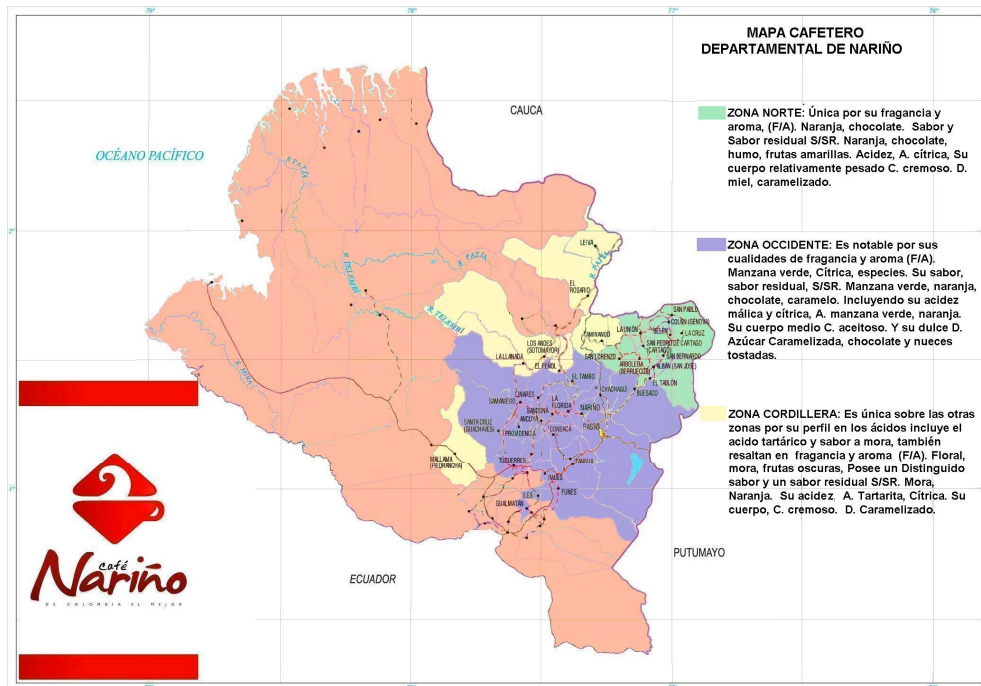
2. SITUACION ACTUAL DEL SECTOR CAFETERO EN EL DEPARTAMENTO DE NARIÑO

2.1 CARACTERÍSTICAS

De acuerdo a datos de la federación Nacional de Cafeteros la zona cafetera del departamento de Nariño se encuentra muy cerca de la línea ecuatorial (1° 16' a 1° 37' latitud norte y 77° 09' a 77° 28' longitud oeste), esto permite a los cafetales recibir mayor radiación solar, por la incidencia perpendicular de los rayos solares sobre la zona cafetera. La cercanía a la línea ecuatorial permite cultivar café hasta los 2.300 m.s.n.m considerando al café de Nariño como un café especial de altura.

La temperatura aproximada de esta zona esta entre de 18 a 24 °C, con variaciones de 15 °C entre el día y la noche. Según el estudio elaborado por Federación de Cafeteros en 1.975, los suelos de la zona cafetera de Nariño son suelos derivados de cenizas volcánicas (Unidades, Doña Juana, Sandoná y el Tambo) rocas metamórficas (Unidades Quiña), rocas sedimentarias (unidad la Loma) y rocas ígneas (Unidades Tambillo, Ancuya, Vergel y Mayo). Estos suelos derivados de cenizas volcánicas, son considerados de alta productividad ya que proveen en un gran porcentaje los nutrientes básicos para la producción de café con excelente calidad, gracias a estas características en algunas fincas no necesitan abonar sus cafetales con gran cantidad de abonos químicos obteniéndose cafés de buena calidad, los cuales se podrían considerar como cafés orgánicos.

Figura 1. La zona cafetera en el departamento de Nariño



Fuente: Este estudio

La zona cafetera esta ubicada en la cuenca interandina y se divide en dos zonas diferenciadas geográficamente y ubicadas al Norte y Occidente del Departamento. La zona Occidental se localiza en la parte baja, del lado Occidental del volcán Galeras entre 1° 12" y 1° 29" de latitud al Oeste de Greenwich, conformada por las hoyas hidrográficas de lo ríos Guaitara y Pacual.

La mayor parte de la zona norte esta comprendida entre las cuencas de los ríos Juanambú y Mayo de los 1° 28" de latitud Norte y 36° 57" a 77° 12" de longitud oeste de Greenwich

2.2 CARACTERÍSTICAS DEL CAFICULTOR NARIÑENSE

En el departamento de acuerdo a cifras de la Federación Nacional de Cafeteros existen 36.456 productores², los cuales en promedio tienen menos de una hectárea de café, es decir que en Nariño tenemos productores de café completamente minifundistas caracterizados por cultivar café de una manera tal que tratan a su cultivo como a un hijo más, lo que permite obtener un grano de alta calidad, sin embargo aquí se genera una gran paradoja, a pesar de que el caficultor de Nariño produce un café de condiciones especiales es el cafetero más empobrecido del País, debido a que solo se le permite participar en el actual

² Copyright Federación Nacional de Cafeteros Marzo 13 de 2011

esquema de comercialización que veremos mas adelante del 7 por ciento de las utilidades que el negocio del café produce. Esto también se debe a que la organización que actualmente los representa no es justa en cuestión de las políticas de precio que se le otorga al café de Nariño, tanto es así que los sobreprecios que en el exterior actualmente logra el café de Nariño cuando llegan al País se distribuyen a nivel nacional, queriendo decir que este sobreprecio que gana el café de Nariño se distribuye en servicios entre las mas de 500.000 familias cafeteras de nuestro País.

Esto ha hecho que el caficultor del departamento sobreviva con menos de un salario mínimo mensual, logrando que el cafetero siga viviendo en condiciones de pobreza llevándolo a mantener el cultivo de café mas por tradición que por negocio en el mejor de los casos, ya que en zonas de cordillera se incremento la siembra de cultivos ilícitos debido ha esta situación porque el caficultor escasamente obtiene una utilidad para sostener su núcleo familiar.

- **Cifras de la caficultura en Nariño**

En el departamento de Nariño lugar donde se produce el café mas suave del mundo entero existen 33.500 hectáreas con café de las cuales 1800 hectáreas tienen un nivel de tecnificación tradicional que es la típica sin trazo o típica con densidad menor a 2500 árboles, 5600 hectáreas presentan tecnificación envejecida que son Cultivos al sol mayores a 9 años, o cultivos a la sombra total o parcial mayores a 12 años y 26100 hectáreas tecnificadas que son Cultivos al sol menores o iguales a 9 años, o cultivos a la sombra total o parcial menores o iguales a 12 años, el mayor porcentaje de estas hectáreas son de tipo especial debido a condiciones naturales como son suelos volcánicos, aguas limpias y practicas como el secado al sol y no en secadora, es decir no permite que el café surja tipo silo. Entre las prioridades y metas de inversión también se destaca la de concluir el proyecto de Denominación de Origen del café de Nariño y su implementación.

La mayor parte de las 33.500 hectáreas como se especifica anteriormente son tecnificadas entre 1998 y 2006, en Nariño se renovaron 13.431 hectáreas de café mediante el programa de competitividad. En Nariño se han sembrado 4.636 hectáreas de café intercalado con maíz desde 2003 y 1.744 hectáreas de fríjol, desde el 2004. Entre las prioridades del sector en el departamento se destaca la meta de renovar 1.060 hectáreas adicionales de café por año³.

De 64 municipios que tiene el Departamento de Nariño actualmente 41 producen el grano, y la participación en el parque cafetero nacional es del 3.06%; hasta el

³ Red de Información Cafetera, Bogotá-Pasto julio 30 de 2007 El 10° encuentro descentralizado por los 80 años de la Federación Comité Directivo de la Federación se reúne en Chachagüí, Nariño

mes de julio de 2007 la inversión para generar competitividad de el café producido en Nariño ya que su participación a nivel Nacional en producción es un tanto baja.

Nariño por parte de la FNC cuenta con dos cooperativas de caficultores que son las del Norte y Occidente a través de ellas se comercializaron en 2009 9,5 millones de kg. de café pergamino seco (C.P.S.), que equivale al 60% de la oferta de café del departamento. Este volumen se adquirió con recursos de la línea de financiamiento del Fondo Nacional del Café (FoNC) y se entregó a la Federación para su exportación a nichos de mercado de cafés especiales. De esta manera, el 100% del café adquirido por las cooperativas fue entregado a Almacafé y a través de esta institución fue puesto a disposición del FoNC para su exportación.

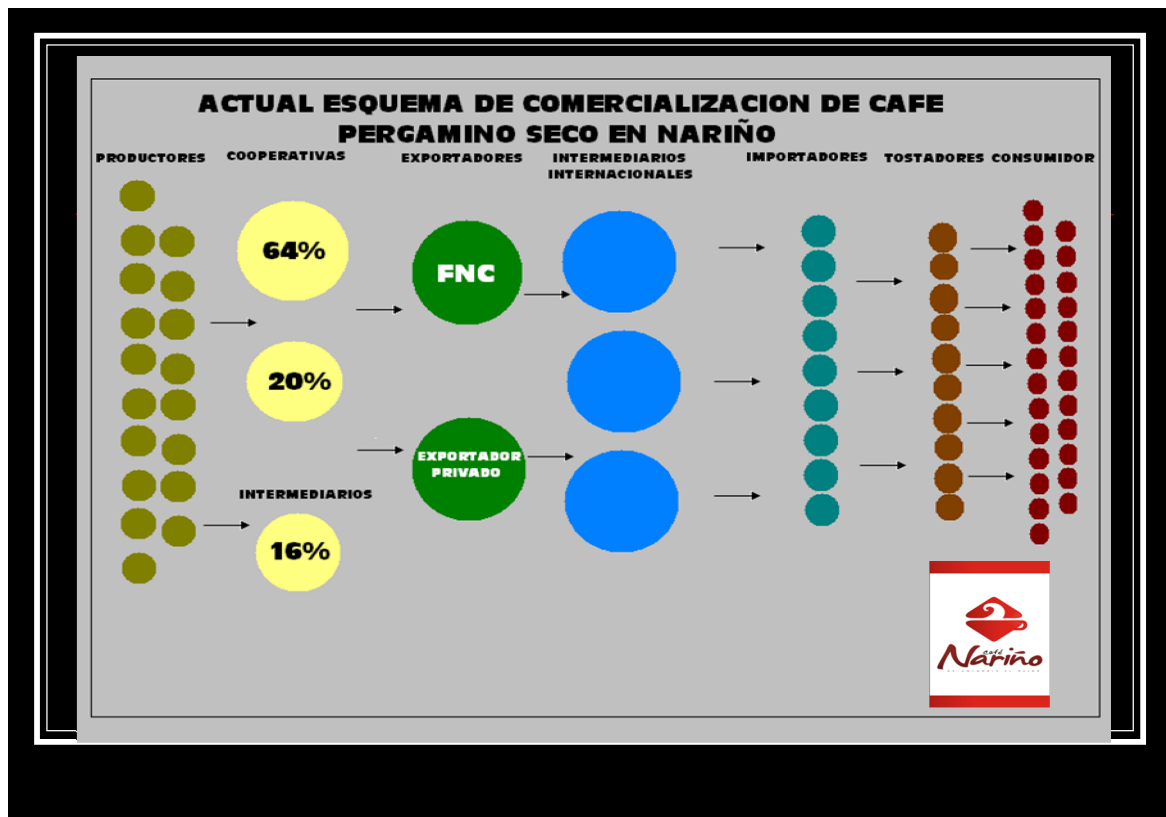
En Nariño se están desarrollando dos programas de cafés especiales apoyados por la Federación, que son Nespresso y Regional Nariño; el año pasado compró 9.5 millones de kg. de cafés especiales y entregó en la región sobreprecios por 11.000 millones de pesos.⁴

El café de Nariño es café de altura, cultivado a más de 1700 metros sobre el nivel del mar (5577 pies). Se cosecha a mano, se seca al sol y se escoge pacientemente para así obtener el tamaño y cuerpo uniforme que caracteriza al mejor café del mundo. El producto se destaca por una alta acidez, un inconfundible aroma y la suavidad propia del café colombiano⁵.

⁴ Informe de gestión Comité departamental de cafeteros de Nariño – Año 2009

⁵ Red de Información Cafetera, Bogotá-Pasto julio 30 de 2007 **El 10° encuentro descentralizado por los 80 años de la Federación Comité Directivo de la Federación se reúne en Chachagüí, Nariño**

Figura 2. Actual esquema de comercialización del café de Nariño



Fuente: Este estudio.

Como se puede observar en el cuadro anterior el sistema de comercialización del café de Nariño, es deficiente ya en este esquema son los grandes intermediarios los que se quedan con las mayores utilidades generadas por la comercialización del café, dejando al caficultor relegado a recibir simplemente las migajas del negocio.

2.3 MATRIZ DE EVALUACION DE FACTORES

Cuadro 3. Matriz de evaluación de factores externos (MEFE).

MATRIZ DE EVALUACION DE FACTORES EXTERNOS			
FACTORES DE ÉXITO	PESO	CALIFICACION	PONDERADO
OPORTUNIDADES			
Especialidad en el tipo de grano, producido en el Departamento de Nariño.	0,14	3	0,42
Apoyo logístico y financiero de la Gobernación y la agencia de desarrollo local.	0,14	4	0,56
Apoyo técnico de instituciones como el SENA y ACIDI VOCA	0,09	3	0,27
Aumento de la demanda mundial de café especiales	0,12	1	0,12
Diez organizaciones de pequeños caficultores completamente comprometidos y motivados.	0,12	1	0,12
AMENAZAS			
Fuerte entrada de la competencia en el mercado (Huila y Santander)	0,1	3	0,3
Constante variación de los precios de cafés especiales	0,08	3	0,24
Escasa cultura de consumo en cafés especiales, en el mercado interno.	0,06	2	0,12
Bajo consumo per cápita de café en general	0,1	4	0,4
Disminución del apoyo gubernamental a las organizaciones	0,05	4	0,2
TOTAL	1		2,75

El total ponderado de la matriz **MEFE** de 2.75 indica que las organizaciones cafeteras dentro de nuestro departamento., poseen oportunidades que le han permitido darse a conocer en cuanto a la calidad del grano nariñense durante los últimos cuatro años, esto se debe en parte a la respuesta que las organizaciones

pueden hacer frente a las amenazas del entorno, como por ejemplo la entrada constante de competidores al mercado de cafés especiales.

Cuadro 4. Matriz de evaluación de factores internos (MEFI).

MATRIZ DE EVALUACION DE FACTORES INTERNOS			
FACTORES DE ÉXITO	PESO	CALIFICACION	PONDERADO
FORTALEZAS			
Asociaciones totalmente conocedoras de toda la cadena productiva del grano especial.	0,1	4	0,4
Margen de utilidad aceptable, lo que permite llegar al mercado con un producto totalmente competitivo.	0,15	3	0,45
El café de Nariño posee buen nombre (Good Wil) a nivel internacional.	0,17	4	0,68
Asesoramiento continuo a las organizaciones participantes del proyecto.	0,09	3	0,27
Producción totalmente minifundista	0,12	3	0,36
DEBILIDADES			
Desorganización dentro de la estructura administrativa interna de cada una de las organizaciones.	0,09	2	0,18
Escaso conocimiento en cuanto al manejo de las curvas de tostión.	0,06	1	0,06
Infraestructura inadecuada	0,08	3	0,24
Capacidad financiera deficiente	0,09	1	0,09
Lenta rotación de inventarios de las organizaciones que actualmente comercializan el producto.	0,05	2	0,1
TOTAL	1		2,83

A través de la matriz **MEFI** obtuvimos un valor de 2.83 valor ubicado por encima de la media, lo que nos dice que la nuestro producto a través de las asociaciones es fuerte, debemos realizar un esfuerzo por seguir las estrategias que conlleven a

mejorar en las áreas donde presenta más debilidad, además realizar un análisis sectorial del café tipo especial comercializado por las organizaciones productoras del grano.

Cuadro 5. Matriz debilidades oportunidades fortalezas y amenazas (DOFA).

FORTALEZAS	DEBILIDADES
Buen Nombre a nivel internacional	Infraestructura inadecuada
Apoyo logístico y financiero de la Gobernación de Nariño	Limitaciones en el área financiera
Capacidad de gestión.	No existe una continua de actualización de conocimientos para los asociados en cuanto a BPM y BPA.
Presentación de la denominación origen café de Nariño en la superintendencia de industria y comercio.	Limitaciones en la ficha técnica de las organizaciones y su producto.
El protocolo de tostión es acorde a las exigencias del mercado.	Desorganización en los procesos administrativos de las asociaciones.
Estructura organizacional adecuada	Falta de equipos en el área de tostión y empaque de las asociaciones.
Crecimiento de la comercialización del café especial durante los últimos tres años	Escases de mantenimiento de equipos utilizados durante el proceso de transformación del grano.
Cuenta con un grupo asesor visible frente a las organizaciones	Lenta rotación de inventarios de las organizaciones que actualmente comercializan el producto
Numero de Socios	Falta de recursos propios para colocación
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
Disponibilidad de producto, durante todo el año.	Fuerte entrada de la competencia en el mercado
Aumento de la demanda mundial de café especiales	La ubicación de la organizaciones hace que seas susceptibles

	a robos
Capacidad de fomentar y desarrollar programas en convenio con otras instituciones.	Revaluación del peso frente al dólar estadounidense.
Diez organizaciones de pequeños caficultores completamente comprometidos y motivados.	Fuerte impacto de roya y broca en los cultivos
Alianzas estratégicas con entidades del orden nacional como departamental.	Constante variación de los precios
Auge de la comercialización de productos a través de internet.	Reevaluación del peso frente al dólar
	Incremento desmesurado de los insumos agrícolas

2.4 PROPUESTA DE LAS ESTRATEGIAS (FO, FA, DO, DA)

Estas propuestas surgen de la matriz DOFA que podemos observar en el cuadro anterior.

ESTRATEGIAS FO (FORTALEZAS - OPORTUNIDADES)

- Creación de una marca de certificación para el café comercializado por las organizaciones cafeteras del departamento de Nariño.
- Búsqueda de nuevos convenios con entidades interesadas en el producto comercializado
- Fortalecer la asistencia técnica dirigida al caficultor.
- Establecer puntos de acopio del grano en tres zonas de la región.
- Montar Puntos de venta de café especial tostado molido y empacado en la ciudad de Pasto.
- Fortalecer el incremento de la comercialización del café a través de la creación de una pagina Web.

ESTRATEGIAS FA (FORTALEZAS - AMENAZAS)

- Buscar una nueva sede para el funcionamiento de la sede principal de la Alianza Café de Nariño S.A.S.
- Incrementar los estándares de calidad del producto comercializado.
- Establecer el organigrama de la Sociedad.
- Buscar asistencia técnica en convenio con SENA y la Epsagro CORSEAGROCOL.

ESTRATEGIAS DO (DEBILIDADES - OPORTUNIDADES)

- Establecer un protocolo de productos y servicios de la Alianza café de Nariño S.A.S.
- Con el apoyo del laboratorio de calidades de la Gobernación e industrias Quantik realizar talleres de catación y tostión del grano.
- Desarrollar un área que se dedique exclusivamente al acopio y comercialización de cafés especiales.
- Gestionar recursos a través de la elaboración de proyectos ante el gobierno departamental y nacional.

ESTRATEGIAS DA (DEBILIDADES - AMENAZAS)

- Sistematizar en su totalidad todos los procesos de la Alianza café Nariño S.A.S y de cada una de las 10 asociaciones pertenecientes a esta.
- Enfocarse solo en la comercialización de cafés 100% especiales.
- Gestionar recursos ante el gobierno nacional con el propósito de ser canalizados en la prevención de las plagas que atacan el café.
- Establecer una tabla de precios constante que busque un precio justo por el café producido por la alianza.
- Aprobar la emisión de un paquete de acciones al cual tendrán acceso empresas que estén vinculadas al proceso cafetero.

3. CARACTERÍSTICAS FÍSICO, QUÍMICAS Y ORGANOLÉPTICAS DEL CAFÉ DE NARIÑO

La calidad de café colombiano ha sido apreciada y mundialmente reconocida por los países consumidores, como una de las mejores dentro de los cafés especiales, la cual, está determinada genéticamente e influenciada por muchos factores, como las condiciones de cultivo, el clima, el suelo, los cuidados fitosanitarios, las prácticas agronómicas en general, así como por la calidad de la cosecha, el control durante el proceso de beneficio, la torrefacción y la preparación de la bebida. Uno de los pilares fundamentales que ha hecho posible la conservación de los mercados y fidelidad de los clientes en el exterior es la calidad del café ya que ésta genera confianza en las expectativas en cuanto a las características físicas, químicas y organolépticas del producto requerido.

En ese orden de ideas se realizó un tipo de investigación que permitiera la identificación física, química y organoléptica en el mapa geográfico, como un paso significativo para determinar procesos de comercialización con la tendencia a la exportación futura, de nichos de mercado exigentes y concretos en el mundo del café.

La cadena de comercialización del café, es un proceso que se desarrolla desde la determinación de los sistemas de producción, condiciones de mercadeo, hasta el conocimiento de las tendencias gustativas de los consumidores finales.

El estudio exploratorio físico, químico y organoléptico del café pergamino (*coffea arabica*) en el departamento de Nariño, pretende involucrar técnicamente a 12124 caficultores, los cuales 3224 cafeteros hacen parte de Alianza Café Nariño S.A.S, estos determinados metodológicamente a través de un análisis de variables, acorde con las pretensiones de la investigación que vincula la evaluación de variables físicas como el factor de rendimiento, porcentaje de pasillas, granulometría y variables sensoriales que definirán un perfil sensorial, para esto se contó con la ayuda financiera y logística de la Gobernación de Nariño a través del laboratorio de cafés especiales.

En cuanto a este estudio de características físico, químico y organolépticas, se obtuvieron los siguientes resultados:

3.1 PARA LA ZONA NORTE (Ver punto 2.1.1)

- a) La merma en trilla está en un promedio de 18.04% inferior al promedio Nacional 19.05%.

3.1.1 Factor de rendimiento de excelsos tipo exportación:

- a) El rendimiento promedio de excelso tipo exportación (malla 14), está en 87.53 de café pergamino/ 70 Kg. de café Excelso, el promedio nacional está en 92.40.
- b) El rendimiento promedio de excelso tipo Europa (malla 15), está en 91.50 kg. De café pergamino/ 70 kg. De café excelso.
- c) El rendimiento promedio de excelso extra (malla 16), está en 103.12 kg. De café pergamino/ 70 Kg. de café excelso.
- d) El rendimiento promedio de excelso Supremo (malla 17), está en 148.49 kg. de café pergamino/ 70 kg. de café excelso.
- e) El rendimiento promedio de excelso Premium (malla 18), está en 328.09 kg. de café pergamino/ 70 kg. de cafe excelso.

3.1.2 Porcentajes de pasillas:

- a) Los contenidos de pasilla de G1 están en un promedio del 0.33%,
- b) El G2 están en un promedio del 1.71%.
- c) La broca está en un promedio de 0.42%.
- d) El promedio total de pasilla está en el 2.5% por debajo del promedio general Nacional que es de 5.5%.

3.1.3 Porcentajes de café según tabla de la SCAA:

- a) EL 0.74% del café analizado esta dentro de los cafés excepcionales.
- b) El 40.26% del café analizado está dentro de los cafés especiales.
- c) El 33.64% está clasificado como café comercial, taza limpia, calidad media, idóneo para el mercado internacional.
- d) El 0.86% es catalogado como en café de baja acidez poco dulce, cuerpo bajo, denominado estándar.

3.1.4 Café con problemas de secado

- a) El 9.93% del las nuestras que se recolectaron tuvieron problemas de secado.

3.1.5 Café con defecto en taza

- a) El 14.57% café con problemas de taza (defecto en taza).
- b) El 11.69% de las muestras analizadas tuvieron fermento siendo este el defecto que mas predomina.
- c) El 1.34% de las muestras analizadas tuvieron problemas de vinagre.
- d) EL 0.22% tuvieron como defecto reposo.
- e) EL 1.11% tuvieron como defecto moho.
- f) EL 0.11% de las muestras analizadas de café tuvieron problemas de contaminación.
- g) El 13.03% de las muestras analizadas tienen problemas de fermentación.

3.1.6 Según rangos de altitud

- a) De las muestras analizadas el 7.19% se encuentran a más de 2.000 mts de altura.
- b) El 35.31% en un rango de altura de 1800 a 2000 mts.
- c) El 44.93% en un rango de altura de 1500 a 1799 mts.
- d) El 9.41% el rango de altitud es menor a 1500 mts.
 - Según las muestras analizadas el 16.60% se encuentra en zona marginal de producción.

3.1.7 Porcentajes de variedad

- a) EL 77.48% es de la variedad caturra.
- b) El 18.07% es de la variedad Colombia.
- c) El 1.58% es una mezcla entre caturra, Colombia y otras.
- d) El 0.31% es de la variedad catimoro.
- e) El 2.56% no se tiene informaron de la variedad.

3.1.8 Relación detallada de los municipios, muestras y porcentajes

Cuadro 6. Municipios – muestras zona Norte

MUNICIPIO	MUESTRAS OBJETIVO	MUESTRAS ANALIZADAS	%
LA UNION	330	289	87.5
SAN LORENZO	271	260	95.9
ARBOLEDA	80	77	96.2
TAMINANGO	128	104	81.2
LEIVA	3	17	100
EL ROSARIO	6	13	100
COLON GENOVA	146	21	14.3
SAN PABLO	69	47	68.1
ALBAN	65	52	80.0
EL TABLON	51	24	47.0
CARTAGO	43	18	41.8
SAN BERNARDO	22	12	54.5
LA CRUZ	2	12	100
TOTAL	1216	946	77.7

El siguiente cuadro nos resume el comportamiento de las muestras analizadas con respecto a las características sensoriales de las mismas:

Cuadro 7. Tabla general del análisis sensorial zona Norte

9.0_10.0	8.0_8.9	7.0_7.9	6.0_6.9	> A 6	NO.X.H
0,74%	40,26%	33,64%	0,86%	14,57%	9,93%

PORCENTAJE	CARACTERISTICAS
0,74%	CAFÉ SOBRESALIENTE EXCEPCIONAL
40,26%	CAFÉS ESPECIALES
33,64%	CAFÉ COMERCIAL, TAZA LIMPIA
0,86%	CAFÉ ESTÁNDAR
14,57%	CAFÉS DEFECTUOSOS
9,93	NO.X.H

3.2 PARA LA ZONA OCCIDENTE (Ver punto 2.1.1)

3.2.1 Factor de rendimiento de excelsos tipo exportación:

- a) El rendimiento promedio de excelso tipo exportación (malla 14), está en 88.11 de café pergamino/ 70 Kg. de café Excelso, el promedio nacional está en 92.40.
- b) El rendimiento promedio de excelso Europa (malla 15), está en 90.95 Kg. De café pergamino/ 70 Kg. De café excelso.
- c) El rendimiento promedio de excelso extra (malla 16), está en 100.51 Kg. De café pergamino/ 70 Kg. de café excelso.
- d) El rendimiento promedio de excelso Supremo (malla 17), está en 130.59 Kg. de café pergamino/ 70 Kg. de café excelso.
- e) El rendimiento promedio de excelso Premium (malla 18), está en 244.07 kg. de café pergamino/ 70 Kg. de café excelso.

- f) La merma en trilla está en un promedio de 17.65% inferior al promedio Nacional 19.05%.

3.2.2 Porcentajes de pasilla:

- a) Los contenidos de pasilla de G1 están en un promedio del 0.39%,
- b) El G2 están en un promedio del 1.21%.
- c) La broca está en un promedio de 0.44%.
- d) El promedio total de pasilla está en el 2.04% por debajo del promedio general que es de 5.5%.

3.2.3 Análisis sensorial:

- a) EL 0.83% del café analizado esta dentro de los cafés excepcionales.
- b) El 32.38% del café analizado está dentro de los cafés especiales.
- c) El 35.95% está clasificado como café comercial, taza limpia, calidad media, idóneo para el mercado internacional.
- d) El 0% es catalogado como en café de baja acidez poco dulce, cuerpo bajo, denominado estándar.
- e) El 13.91% del las muestras que se recolectaron tuvieron problemas de secado.
- f) El 19.71 café con problemas de taza (defecto en taza).
- g) El 13.06% de las nuestras analizadas tuvieron fermento siendo este el defecto que mas predomina.
- h) El 1.43% de las muestras analizadas tuvieron problemas de vinagre.
- i) El 14.49% de las muestras analizadas tienen problemas de fermentación.
- j) El 0.71% de las muestras analizadas tuvieron problemas de fenol.
- k) El 0.24% de las muestras analizadas tuvieron problemas de químico
- l) El 0.48% de las muestras analizadas tuvieron problemas de contaminación
- m) El 1.19% de las muestras analizadas tuvieron problemas de reposo.

n) El 2.61% de las muestras analizadas tuvieron problemas de moho.

3.2.4 Rangos de altura:

- a) De las muestras analizadas el 10.35% se encuentran a más de 2.000 mts de altura.
- b) El 42.07% en un rango de altura de 1800 a 2000 mts.
- c) El 37.63% en un rango de altura de 1500 a 1799 mts.
- d) El 2.53% el rango de altitud es menor a 1500 mts.
- e) EL 7.39% no tuvieron la información de altura.
- f) Según las muestras analizadas el 12.88% se encuentra en zona marginal de producción.

3.2.5 Variedad:

- a) EL 71.04% es de la variedad caturra.
- b) El 2.33% es de la variedad castilla.
- c) El 9.73% es de la variedad Colombia.
- d) El 8.25% es una mezcla entre caturra, Colombia y otras.
- e) El 1.48% es de la variedad común.
- f) El 1.06% es de la variedad supremo.
- g) El 1.06% es de la variedad típica.
- h) El 5.07% no se tiene información de la variedad.

3.2.6 Relación detallada de los municipios, muestras y porcentajes

Cuadro 8. Municipios – muestras occidente zona occidente

MUNICIPIO	MUESTRAS OBJETIVO	MUESTRAS ANALIZADAS	%
ANCUYA	19	24	100
BUESACO	115	104	90.4
LINARES	36	16	44.4
SOTOMAYOR	41	50	100
SAMANIEGO	68	44	64.7
CHACHAGUI	15	15	100
CONSACA	60	52	86.6
EL TAMBO	66	52	78.7
LA FLORIDA	74	52	70.2
LA LLANADA	0	10	100
SANDONA	72	54	75.0
TOTAL	566	473	83.56

El siguiente cuadro nos resume el comportamiento de las muestras analizadas con respecto a las características sensoriales de las mismas:

Cuadro 9. Tabla general análisis sensorial zona occidente

9.0_10.0	8.0_8.9	7.0_7.9	6.0_6.9	> A 6	POR H
0,83%	32,38%	35,95%	0,00%	16,90%	13,91%

PORCENTAJE	CARACTERISTICAS
0,83%	CAFÉ SOBRESALIENTE EXCEPCIONAL
32,38%	CAFÉS ESPECIALES
35,95%	CAFÉ COMERCIAL, TAZA LIMPIA
0,00%	CAFÉ ESTÁNDAR
16,90%	CAFÉS DEFECTUOSOS
13,91%	NO ANALIZADAS POR HUMEDAD

De acuerdo al estudio anterior se ha creado el mapa del perfil del café del departamento de Nariño el cual se lo puede apreciar en la **figura Número 9** del presente informe.

3.3 PROTOCOLO ANALISIS DE CALIDADES CAFES FINOS DE NARIÑO

Para comercializar un café de calidad y de especialidad es necesario establecer un protocolo de análisis de calidades de este tipo de café, por esta razón este estudio considero pertinente implementar este protocolo con la ayuda del laboratorio de calidades de la Gobernación de Nariño y sus catadores Q grader a continuación podremos observar este proceso.

3.3.1 Análisis físico (ver figura 10):

✓ Recepción y pesaje:

La operación comienza cuando el operario recepciona el café pergamino en la planta, se pesa en la báscula, posteriormente el operario toma el dato del peso que indica la balanza y se baja el producto de la báscula.

✓ **Muestreo:**

El muestreo se realiza con una sonda de análisis, la sonda de muestreo se inserta en el empaque atravesando el bulto.



- ✓ La muestra recolectada de todos los bultos, se analiza visualmente que el café pergamino seco tenga el color y olor característico.
- ✓ Dicha muestra se homogeniza mecánicamente o mediante el método de cuarteo

3.3.2 Análisis De café pergamino seco

- ✓ Se pesan 300 gr. para toma de humedad.
- ✓ Si la muestra esta en la norma de humedad (10% y 12 %). Se prosigue.
- ✓ Se pesan 250gr para el análisis físico y 500 gr de contramuestra
Con su ficha de identificación y/o trazabilidad del producto

3.3.3 Trilla:



- ✓ Se trilla 250 gr que consiste en la eliminación del cisco del café (endocarpio), para dejar la almendra total la cual se pesa.
- ✓ De esta forma obtendremos un porcentaje (%) de merma que varia de acuerdo a la oferta ambiental de cada región.

3.3.4 Análisis granulométrico:



- ✓ La almendra total pasa a un juego de mallas puestas de mayor a menor (18-17-16-15-14-13-12-0).
- ✓ Se zarandea mecánica o manualmente por un tiempo de 2 minutos.
- ✓ Se pesa lo retenido en cada malla y se determina porcentajes.

3.3.5 Análisis visual de almendra (despasillado):

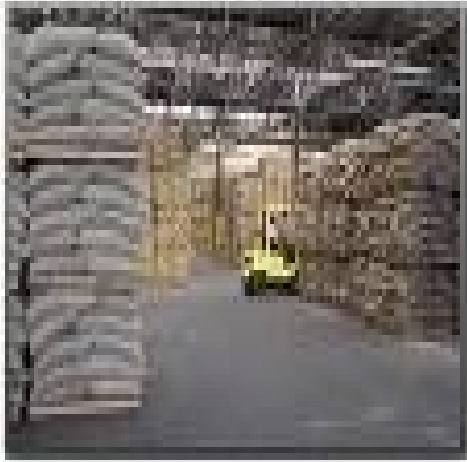
- ✓ Sobre una superficie de color opaca (negra) se coloca la muestra y se procede a la clasificación de acuerdo a la tabla de defectos físicos que se este utilizando (Federación Nacional De Cafeteros De Colombia).
- ✓ Se agrupa los defectos según su clasificación.
- ✓ Se pesan y se determina sus porcentajes.
- ✓ El resultado del peso de los granos defectuosos se resta del peso de la almendra retenida desde la malla No 13 hasta la 18.
- ✓ Se aplica formula de factor de rendimiento.

70 x 250 gr = 17500/ peso de almendra sana.

Utilizaremos como estándar de calidad física el café retenido por la malla 14, siendo esta la base para la tosti3n.

3.3.6 Almacenamiento:

Su almacenamiento se debe hacer bajo condiciones especiales:



- ✓ El empaque debe ser de material natural como (fique o yute)
- ✓ Es necesario que se utilicen estibas, y el producto debe estar a una distancia de 20 cm del piso
- ✓ Igualmente la distancia entre la pared y el producto debe ser de 20 cm
- ✓ La distancia entre el producto y el techo debe ser de 20 cm
- ✓ El lugar donde se almacena debe ser fresco, con buena ventilación y debe estar libre de productos que puedan contaminar el café

3.3.7 La torrefacción del café

El tueste del café es la transformación de las propiedades químicas y físicas de los granos de café verde a productos de café torrefacto.

La torrefacción es la operación en la cual son formados, bajo la acción del calor, los principios aromáticos que no existen previamente, en la semilla del café.

Consiste en calentar los granos a una temperatura que provoque modificaciones químicas, físicas y físico-químicas que hace que de éstos se pueda obtener una infusión cuyas cualidades sean percibidas satisfactoriamente.

En este proceso el calor tiene que ser aplicado rápida y uniformemente manteniendo los granos en movimiento. Si las temperaturas son muy altas el café se quema o queda “carbonizado”. Con insuficiente calor no se tuesta o piroliza.

Ambas condiciones producen mal bouquet en la bebida. Si los granos no se agitan continuamente no hay uniformidad en el tueste y la calidad del café se vera afectada.

3.3.7.1 Sucesión de operaciones en la torrefacción:

- Almacenamiento
- Limpieza
- Pesado
- Mezclas
- Torrefacción
- Enfriado

- Molido
- Pesado
- Empacado

3.3.7.2 Operaciones preliminares al tostado:

- Limpieza

Esta incluye el eliminar materias extrañas mezcladas con los granos como fragmentos de cáscara o pergamino, piedras, polvo, clavos, etc. La misma puede efectuarse mediante el desempolvado, despedrado y con la separación magnética de metales. Existen equipos para estos propósitos tales como: separadores neumáticos, tamices vibrantes (zarandas) e imanes.

- Mezclas de café

Las mezclas de café pueden hacerse antes o después del tueste esta se harán con café de muy alta calidad.

Cuadro 10. Cambios que ocurren en el café a distintos grados de calor durante el tostado.

Temperatura	Cambio
200-250 °C	Temperatura de inicio de tostación
100-140 °C (212 °F)	Coloración verde a amarilla, olor a pan tostado y desprendimiento de vapor de agua.
140-160 °C (284-318 °F)	Coloración castaño que pasa de pardo claro a oscuro.
160-170 °C (320 °F)	Despide olor a semillas tostadas sin apreciarse el aroma característico.
180-220 °C (356 °F)	El aroma característico del café comienza a desarrollarse. Desprendimiento de CO y CO ₂ . Los gases de combustión aparecen en volutas color blanco azuladas. Los granos adquieren una coloración color marrón y el volumen aumenta.
220-230 °C (428-452 °F)	El aroma es más abundante y el color más oscuro. Hay un aumento mayor en volumen, los granos crepitan y presentan una exudación brillante en la superficie.
240 °C (452 °F)	El desprendimiento del humo aumenta, los granos se ennegrecen y pierden el brillo; el volumen deja de aumentar.

+250 °C (572 °F)	Granos negros y desmenuzables bajo ligera presión, desaparece el aroma por completo. El café se carboniza.
------------------	--

3.3.7.3 Duración de la torrefacción:

De 12 a 15 minutos a 210-230 °C (410-446 °F)

Reacciones principales de la torrefacción

- Deshidratación
- Hidrólisis
- Desmólisis
- Catálisis

3.3.7.4 Modificaciones a los granos de café durante el tostado:

Durante el tostado de los granos ocurren una serie de modificaciones físicas y mecánicas. Algunas de éstas son las siguientes:

a. Pérdida de peso.

- Ocurre por la evaporación de agua, reducción por calor de los carbohidratos y eliminación de la película plateada.
- Esta pérdida puede ser de un 13 a un 20% del peso del café almendra, a mayor grado de tueste mayor la pérdida.

b. Aumento en volumen

c. Color de los granos

- Correlativo al tipo de café
- Depende de la intensidad y duración de la torrefacción.
- Los cafés tostados a baja temperatura no tienen un color muy acentuado y en sabor no desarrolla. En estos casos el gusto de los consumidores se impone.

- La fase de enfriamiento puede provocar modificaciones en el color.
- El café está bien tostado mientras menor es la diferencia entre el color de la superficie y su interior.

d. Textura interna

- Los cambios son provocados por la expansión de gases.
- Pueden aparecer grietas o fisuras en los granos.

3.4 ANÁLISIS SENSORIAL (Ver Figura 11)

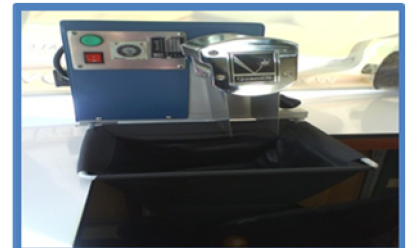
Para evaluar las muestras se utilizo los protocolos y formatos de la Specialty Coffee Association of Americca (SCAA) que es la asociación de comercio para la industria del café especial en América, y la normatividad de la federación nacional de cafeteros de Colombia para evaluar el análisis físico que presenta el catador.

Las variables para se toman en cuenta son: variables físicas (humedad, factor de rendimiento en trilla, pasilla, granulometría); y variables sensoriales (aroma, fragancia, sabor, acidez, cuerpo, dulzor, uniformidad, balance, sabor residual).

3.4.1 Preparación De La Muestra Para Catación

Después de obtener la muestra de café pergamino a analizar, previamente homogenizada, se procede a realizar el siguiente procedimiento con el fin de obtener una bebida con todas sus cualidades organolépticas susceptibles de ser percibidas por los órganos de los sentidos.

3.4.2 Trillar 250 gramos de café pergamino por un tiempo de 1.5 minutos.



3.4.3 Despasillar la muestra. Eliminación de pasilla de manos.



3.4.4 Tostado de la muestra: Se estabiliza la tostadora antes de tostar la muestra; verificando que su temperatura se encuentre entre los 200 °C y 250 °C, se tuestan 150 gramos cuidadosamente hasta que alcancen un color castaño ligero o mediano, el tiempo de tuestión no debe ser mayor a 12 minutos ni menor a 5 minutos. Inmediatamente se tueste el café, vacían los granos en la placa perforadora y se introduce aire a presión a través de la cama de granos caliente para ser enfriados mediante la utilización del equipo extractor de aire. El tueste debe ser de ligero a medio (58 en la gama de colores Astron para café en grano y 63 para café molido)



3.4.5 Molienda. El café utilizado en este sistema de infusión debe ser molido a un grado medio, lo cual brinda un nivel de extracción ideal para balancear todos los componentes de sabor que contiene el café. La muestra debe ser molida inmediatamente antes de ser catada, no más de 15 minutos antes de ser mezclada con el agua. Si esto no es posible, la muestra debe ser cubierta o tapada y mezclada con el agua en no mas de 30 minutos después de haber sido molida. Con el objeto de limpiar el molino, se muele previamente una fracción de la muestra (50 g) y se desecha. Luego se muele el resto de la muestra individualmente y se coloca en su respectiva taza, asegurando que cada taza represente una cantidad entera y consistente de la muestra.



3.4.6 Dosificación de las muestras. Para preparar la infusión de la bebida de café se requiere entre 5 al 7 % según el sistema de preparación empleado, por debajo del 5 % se hará muy difícil reconocer las características del gusto del café, dará un sabor a aguado y sobre el 8 % en adelante será tan concentrada la bebida que cualquier juicio será imposible.

3.4.7 Adición del agua. Debido a que una taza de café es 99% agua, la importancia de la calidad del agua no se puede subestimar. No se debe utilizar agua destilada. Además se debe quitar todos los químicos que hayan sido añadidos por tratamientos de agua particularmente cloros. De acuerdo con el volumen del recipiente escogido (tamaño del pocillo o jarra), determine la cantidad y muestra que se necesita de la molienda, con una aproximación de 0.1 g, correspondiente a una



porción de 7.0 +/- 0.1 g de café por cada 100 ml de agua. Coloque la porción de muestra medida dentro de un pocillo o jarra, agregue agua caliente (temperatura entre 85 – 90°C) a la taza, hasta el volumen determinado (capacidad máxima) constante para todas las muestras.

3.4.8 Rompimiento de taza. Después de agregar el agua, la espuma se deja intacta por lo menos 3 minutos, pero no más de 5 minutos. Después se rompe la costra y se remueve el café con una cuchara con el fin de asegurar que todas las partículas hagan contacto con el agua y se hundan al fondo de la taza. Aquellas partículas que no se hundan al fondo son extraídas con la cuchara y se descartan. Con esta metodología, no se usa filtración para no interferir con la extracción natural del sabor del café.

3.4.9 Degustación. Utilizando una cuchara especial de catación se la coloca frente a la boca y se hace un sorbido fuerte de tal manera que cubra tanta área como sea posible, especialmente la lengua y el paladar superior, lo cual nos ayudara a la percepción de la 4 sensaciones básicas (dulce, salado, agrio y amargo) y su interacción entre ellas lo cual nos da como resultado una completa modulación del sabor.

3.5 DESCRIPTORES SENSORIALES

- **FRAGANCIA.** Se muele una muestra de 16.1 gramos x pasillo para preparar tres, se huele cada taza con el café seco y molido el carácter de la fragancia indica la naturaleza del sabor. Esencias dulces nos llevan a sabores ácidos y esencias fuertes nos llevan a sabores marcados.
- **AROMA.** Se verta agua casi hirviendo sobre el café recién molido y se deja reposar entre 3 y 5 minutos. Las partículas del café forman una costra en la superficie de la bebida, cuando esta capa se rompe los gases se forman como resultado de la elevada temperatura que se debe absorber vigorosamente por la nariz, esto nos permite detectar el carácter aromático de la muestra que va de fructuoso, a herbal, a floral.
- **SABOR.** El sorbido fuerte, es la técnica que asegura la entrada del oxígeno al paladar como un rocío general en toda la cavidad bucal lo cual nos ayudará a la percepción de las cuatro sensaciones básicas (dulce, salado, ácido. Amargo) y su interrelación entre ellas lo cual nos permite como resultado una total modulación del sabor.
- **SABOR RESIDUAL.** Para su evaluación es necesario tragar una pequeña porción del líquido después de haber estado en la boca al tragar se debe hacer una acción de bombeo con la laringe para que los vapores salgan a la cavidad bucal y nasal.

- **ACIDEZ.** Esta cualidad es propia de la especie Coffea Arábica beneficiada por vía húmeda, se aprecia por el sentido del gusto en la parte lateral de la lengua. Se la conoce a menudo con el término brillante cuando es favorable o agria cuando es desfavorable. Y es una de las características notables en el café de Nariño.
- **CUERPO.** Esta variable del café está asociada a los sólidos solubles presentes en la bebida se basa en la sensación táctil del líquido en la boca y se lo percibe entre la lengua y el paladar.
- **UNIFORMIDAD.** Se refiere a la consistencia del sabor en todas las tazas de una determinada muestra.
- **BALANCE.** Es la correlación del sabor residual, la acidez y el cuerpo que se pueden complementar y contrastar
- **TAZA LIMPIA.** Se refiere a la falta de impresiones negativas, es la transparencia en la taza con características inherentes al producto.
- **DULZOR.** Es la plenitud agradable del sabor dulce presente en el café, que es el resultado de la presencia de ciertos carbohidratos.
- **PUNTAJE CATADOR.** Es la sensación integrada que refleja la calificación percibida por el catador individualmente.

3.6 ESCALA DE EVALUACIÓN (SCAA)

La materia prima que utilizaremos para la comercialización debe estar como mínimo en 80 puntos en la escala de la SCAA

- **9.0__10.0 sobresaliente, exótico, excepcional, los mejores cafés del mundo**
- **8.0_8.9 muy bueno, buen sabor, acidez y balance**
- 7.0_7.9 café clasificado como café comercial, grado para intercambiar en el mercado internacional, taza limpia, calidad media
- 6.0_6.9 café de mas bajo nivel que el café comercial, mala calidad, con poco dulce y acidez
- > a 6 café que tiene defecto, con mal sabor, con sabor como a saco, o amargo o sobre fermentado

4. CONDICIONES DE LOS MERCADOS CONSUMIDORES DEL GRANO PARA LA INTRODUCCIÓN DEL CAFÉ TIPO FINO

Cuadro 11. Partidas arancelarias

Código		Cuadro No 7. Descripción partida arancelaria	Tarifa
09.01		Café, incluso tostado o descafeinado; cáscara y cascarilla de café; sucedáneos del café que contengan café en cualquier proporción.	
	11.00.00	Café sin tostar - Sin descafeinar	Excluido
	12.00.00	Café sin tostar - Descafeinado	7%
	21.10.00	Café tostado - Sin descafeinar - En grano	7%
	21.20.00	Café tostado - Sin descafeinar - Molido	7%
	22.00.00	Café tostado descafeinado	7%
	90.00.00	Los demás	7%

Para el comienzo de de este proyecto se contara con el apoyo, comercial y financiero de la multinacional **CAFÉ GLOBAL QUEST (ver anexo no 3)** con sede en Nevada Estados Unidos de América, donde tomamos como referencia el siguiente marco legal. Las exportaciones de café se regirán por lo dispuesto en el presente reglamento. Las exportaciones que correspondan a las partidas arancelarias mencionadas anteriormente deberán cumplir adicionalmente con los siguientes requisitos:

4.1 REQUISITOS

A continuación se muestra los requisitos Y documentos que se deben presentar para la exportación de café a mercados internacionales, toda exportación parte con la identificación de la partida arancelaria. También tenemos el pedimento de exportación el certificado de origen, el documento de transporte entre otros y finalizando con el requerimiento de estar en las bases de datos de la Food and Drug Administration (FDA).

Vale la pena decir que debido a que Alianza Café Nariño S.A.S., esta inmerso en la actualidad en el proceso de exportación es pertinente conocer todos estos requisitos ya que este estudio como documento quedara a disposición de la empresa, debido a esto se detallada a continuación la documentación requerida y pasos a seguir

- Determinación de la fracción arancelaria 09 01 11 00

Para Estados Unidos y Canadá el café verde está libre de arancel, es decir no paga impuestos al comercio exterior.

- Factura Comercial se presenta en original y seis copias, debe incluir la siguiente información:
 - Nombre y dirección del vendedor o embarcador
 - Nombre y dirección del comprador
 - Descripción detallada de la mercancía
 - Cantidad, peso y medidas del embarque
 - Precio de la mercancía enviada, especificando tipo de divisa
 - Condiciones de venta (incoterm)
- Pedimento de Exportación, es emitido por el agente aduanal o de carga, es un documento oficial que permite a la empresa exportadora comprobar sus exportaciones a efectos fiscales ante la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SCHP) y es importante para la devolución o acreditación del IVA. Este documento deberá ir acompañado de la factura o cualquier documento que exprese el valor comercial del producto.
- Certificado de Origen, es un documento donde el exportador manifiesta formalmente que un producto es originario del país o de la región. El certificado de origen es muy importante cuando se quiere aprovechar las garantías del trato arancelario preferencial, que se ha establecido entre dos países o naciones que integran una región, se puede decir que este documento es el que determinara en gran parte el precio del “Café de Nariño” por parte de la alianza se soportara este certificado con la “huella digital del café” la cual es el análisis de calidades del café y el comprobante de la trazabilidad del mismo.
- Documento de Transporte, (emitido por el transportista o agente de carga), es el título de consignación que expide la compañía transportista, en el que se indica la mercancía que se ha embarcado, el destino determinado y las condiciones en que se encuentra. Este titulo se incluye en la documentación que se envía al importador. El transporte utilizado para enviar los productos hortofrutícolas al mercado de la Unión Europea es el

aéreo (Guía aérea / airway Bill) o marítimo (Conocimiento de embarque/ Bill of lading), dependiendo la negociación que se realice con el importador

- Lista de Empaque, es emitida por el exportador, permite identificar las mercancías y saber lo que contiene cada caja y a su vez anotar en éstas, en forma clara y legible, los números y las marcas que las identifiquen, junto con la descripción de la mercancía contenida.
- Certificado Fitosanitario Internacional, es una constancia destinada a facilitar el comercio internacional y que garantiza la sanidad de los productos. Asegura que el embarque de la exportación ha sido debidamente inspeccionado y se encuentra libre de plagas agrícolas de importancia. Este documento lo emite la Secretaría de Agricultura Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (SAGARPA), a través de la Comisión Nacional de Sanidad Agropecuaria (CONASAG).
- Estar registrado en la Food and Drug Administration (FDA)

4.2 LEY DE PREFERENCIAS ARANCELARIAS ANDINAS Y DE ERRADICACIÓN DE DROGAS – ATPDEA

La Ley de Preferencias Arancelarias Andinas y de Erradicación de Drogas (ATPDEA), renueva y amplía los beneficios unilateralmente otorgados por el gobierno de Estados Unidos a Bolivia, Colombia, Ecuador y Perú mediante la Ley de Preferencias Comerciales Andinas (ATPA), que venció en diciembre 4 de 2001. Esta ley cubre al 90% de las exportaciones a los EE.UU donde esta incluido el café, actualmente la esta ley caducó lo que significa que sus beneficios en este momento no se están aplicando para la exportación de café, el gobierno nacional con el propósito de no afectar las exportaciones nacionales ha asumido el costo del arancel a través de BANCOLDEX, se espera que se solucione esta situación de la manera mas adecuada, y así beneficiar a nuestro pequeños caficultores.

4.3 RESOLUCIÓN NUMERO 5 DE 2002 –COMITÉ NACIONAL DE CAFETEROS

Como órgano rector la Federación Nacional de Cafeteros y el comité nacional de cafeteros, establecieron los requisitos mínimos para exportación de café a través de la resolución No 05 de 2002, y esta será la que por supuesto regirá a Alianza café Nariño S.A.S, al momento que decida exportar su primer contenedor de café excelso, en este estudio analizaremos cada uno de sus artículos.

ARTICULO 1º.

Establecerse como requisitos mínimos de calidad para la exportación de café verde en almendra los siguientes:

- **Excelso de Exportación.**

Compuesto de grano grande, principalmente plano, parejo, retenido por encima de malla catorce (14), con tolerancia del uno punto cinco (1.5) por ciento (%) inferior a esa malla, pero retenido por la malla doce (12), de esmerado beneficio y debidamente seleccionado. En todo caso este café debe tener por lo menos un cincuenta (50) por ciento (%) de granos retenidos sobre la malla quince (15), de acuerdo con lo previsto en las normas de la Green Coffee Association of New York City, Inc, es importante esta información para el presente estudio ya que se debe tener en cuenta la cantidad de café de este tipo que podemos exportar, gracias a los resultados de las características físico, químicas y organolépticas del café de Nariño, incluida en este informe podemos decir que del 100% del café que produce el departamento el 87.81% se considera como excelso de exportación, lo cual nos permite tener una alta capacidad de respuesta frente a las exigencias del mercado.

- **Caracol**

Comprende el café excelso de la clase conocida con este nombre, de tamaño grande, mediano y pequeño, retenido por la malla doce (12), debidamente seleccionado. Con tolerancia de hasta diez (10) por ciento (%) de grano plano, este tipo de café Alianza café de Nariño lo puede comercializar en el mercado local con una nueva línea de producto, esto con el propósito de generarle a la empresa una entrada adicional a la ya establecida con el café especial.

- **Humedad**

No debe sobrepasar del doce (12) por ciento (%), medida en equipos basados en la constante dieléctrica del café, calibrados previamente según método de estufa ISO 6673 a ciento cinco (105) grados centígrados, con peso de la muestra no inferior a cuatrocientos (400) gramos.

- **Defectos**

Para los tipos de café de exportación, la clasificación de defectos se hace según la tabla de la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia así:

- * Defectos del primer grupo son los siguientes: negros llenos, parciales o secos, vinagres enteros o parciales, reposados amarillos o carmelitas y ámbar o mantequilla.
- * Defectos del segundo grupo son los siguientes: flojo, cardenillo, decolorado (veteado y blanqueado), mordido o cortado, picado por insectos, sobresecados o quemados, partido, malformado o deformado, inmaduro, aplastado, flotador o balsudo, averanado o arrugado.

- * Procedimiento de Análisis: Se analizaràn quinientos (500) gramos de muestra de café verde en almendra para la clasificación de los defectos, admitiéndose el siguiente límite máximo:
- * Hasta setenta y dos (72) granos defectuosos por quinientos (500) gramos de muestra, sin exceder de doce (12) granos del primer grupo.

Debido a que la empresa se especializara en comercializar cafés de alta calidad el tipo de café que posean estos defectos no se utilizaran dentro de la comercialización del grano.

4.3.1 Compensación por grano brocado. Con respecto a este punto se debe tener mucho cuidado en el manejo de esta compensación ya que si por alguna razón no se cumple con la misma en el momento de realizar la exportación la Federación a través de ALMACAFE Buenaventura podría rechazar la mercancía y esto redundaría en pérdidas económicas para la compañía a continuación la descripción.

Se autoriza la presencia de granos ligeramente brocados por encima de los límites anteriores de la siguiente manera:

- Defínase como “grano ligeramente brocado” aquel que presente una sola perforación y no tenga daño visible –como zonas oscuras alrededor de ella- y que además no presente orificio de salida.
- Autorizase que hasta diez (10) granos de los defectos de los clasificados en el primer grupo sean reemplazados por su equivalente en granos ligeramente brocados. Con el propósito de calificar la calidad del café de exportación, establècese una equivalencia de diez (10) granos ligeramente brocados por cada grano defectuoso del primer grupo que se deduzca de los límites máximos establecidos para una muestra de quinientos (500) gramos de café verde en almendra.
- Autorizase que hasta veinte (20) granos de los defectos de los clasificados en el segundo grupo sean reemplazados por su equivalente en granos ligeramente brocados. Con el propósito de calificar la calidad del café de exportación, establècese una equivalencia de dos (2) granos ligeramente brocados por cada grano defectuoso del segundo grupo que se deduzca de los límites máximos establecidos para una muestra de quinientos (500) gramos de café verde en almendra.
- La muestra de quinientos (500) gramos de café verde en almendra podrá tener hasta dos (2) granos del primer grupo, hasta cuarenta (40) granos del segundo grupo y hasta ciento cuarenta (140) granos ligeramente brocados.
- Los granos del primer grupo que estén perforados por broca seguirán formando parte del primer grupo, prevaleciendo el defecto mayor o sea negro, vinagre, reposado, ámbar o mantequillo.

- Granos que tengan más de un orificio de broca o mayor daño (mancha oscura), seguirán siendo cuantificados como granos defectuosos del segundo grupo.

4.3.2 Infestación. Como el café verde que será exportado por la Alianza va al mercado de los EE.UU., debe estar libre de todo insecto vivo. En la eventualidad de tener grano perforado por insectos, se aplicarán los procedimientos y tolerancias aplicadas por la FDA (Foods and Drugs Administración), , o por la ISO (International Standardization Organization), si se tiene un nivel crítico de probabilidad especificado en el contrato.

4.3.3 Olor. El café deberá tener su olor característico. En caso que el mismo presente un claro olor extraño o algún signo que implique una contaminación del producto, el café no será exportable.

4.3.4 Color. El café deberá tener una apariencia uniforme en color; en caso que presente mezcla de colores no se autoriza su exportación.

4.3.5 Prueba de taza. El café deberá tener sabor y aroma característico, debiendo estar libre de sabores defectuosos como fermento, producto químico, moho, etc.

4.3.6 Marcaciones adicionales. El exportador y su cliente final pueden acordar libremente las condiciones en el tamaño de los granos y en el contenido de defectos en el café de exportación, siempre que cumplan con las condiciones mínimas establecidas en los numerales anteriores. Estas condiciones no serán verificadas en los controles de calidad salvo cuando los sacos estén marcados y se manifieste expresamente que se trata de café Premium, Supremo, Extra o Maragogipe, como se definen a continuación.

4.3.7 Premium. Compuesto de grano grande, principalmente plano, parejo, retenido por encima de malla dieciocho (18), con tolerancia del (5) por ciento (%) inferior a esa malla, pero retenido por la malla catorce (14), de esmerado beneficio y debidamente seleccionado.

4.3.8 Supremo. Compuesto de grano grande, principalmente plano, parejo, retenido por encima de malla diecisiete (17), con tolerancia del (5) por ciento (%) inferior a esa malla, pero retenido por la malla catorce (14), de esmerado beneficio y debidamente seleccionado.

4.3.9 Extra. Compuesto de grano grande, principalmente plano, parejo, retenido por encima de malla dieciséis (16), con tolerancia del (5) por ciento (%) inferior a esa malla, pero retenido por la malla catorce (14), de esmerado beneficio y debidamente seleccionado.

4.3.10 Maragogipe. Comprende la calidad o variedad conocida con este nombre, de tamaño grande, mediano o pequeño, sin caracol, retenido por la malla diecisiete (17) con tolerancia del (5) por ciento (%) inferior a esa malla, pero retenido por la malla catorce (14), de esmerado beneficio y debidamente seleccionado.

4.3.11 Café de Nariño especial. Este no está definido en la norma pero es el tipo de café que será comercializado, el cual cumple con todas las características y exigencias de la Federación Nacional de cafeteros y los mercados internacionales, este café está definido de la siguiente manera:

Compuesto de grano grande, principalmente plano, parejo, retenido por encima de malla catorce (14), con tolerancia del uno punto cinco (1.5) por ciento (%) inferior a esa malla, pero retenido por la malla doce (12) y que en su prueba de taza de una puntuación de 80 puntos en adelante de acuerdo a la escala de la Asociación de cafés especiales de América (SCAA).

ARTICULO 2º

La presente Resolución rige a partir de la fecha de su expedición y deroga las disposiciones que le sean contrarias, y en especial las contenidas en la Resolución del Comité Nacional No.2 de 2002.

4.4 PROCEDIMIENTO PARA EXPORTACIONES DE CAFÉ

La totalidad de café que se declare en cada documento de exportación debe corresponder a un solo país de destino, mes de embarque, a la misma fecha de anuncio de venta, y al mismo precio mínimo de reintegro, y por lo tanto deberá tener el mismo valor unitario de la contribución cafetera.

1. La Federación Nacional de Cafeteros de Colombia establecerá las condiciones que faciliten la incorporación de más de una contribución cafetera en el documento de exportación, las aplicará e informará los mecanismos de adopción a los exportadores de café, siempre y cuando dicha incorporación permita la oportuna causación y pago de las transferencias a que se refiere el artículo 20 de la Ley 9ª de 1991.

2. Los exportadores de café que no puedan presentar factura comercial o proforma con la solicitud de autorización de embarque presentarán copia legible del(los) certificado(s) de repeso(s) expedido(s) por la Federación Nacional de Cafeteros, en lugar de la copia de la factura comercial

3. En las aduanas en las que opere la Empresa Puertos de Colombia, o quien haga sus veces, se entregará al funcionario respectivo de dicha empresa, como

constancia de que el embarque está autorizado, fotocopia del formulario de autorización de embarque.

4. Para efectos de verificación del visto bueno otorgado por la Federación Nacional de Cafeteros, el administrador de aduana, en coordinación con el jefe de la división de exportaciones de la Dirección General de Aduanas, deberá establecer un mecanismo que permita llevar y garantizar un control adecuado y actualizado para el registro de firmas de las personas designadas por la Federación Nacional de Cafeteros para expedir certificados de repeso y para otorgar el visto bueno. El control se llevará a nivel nacional y regional.

Al otorgar el visto bueno, la Federación Nacional de Cafeteros certifica que el exportador ha cumplido con los siguientes requisitos:

1. Pago de la contribución cafetera
2. Verificación de la fecha de anuncio de venta
3. Verificación del precio mínimo de reintegro
4. Cumplimiento de la retención, cuando la hubiere
5. Verificación del peso
6. Cumplimiento de los requisitos de calidad
4. Los exportadores de café deberán estar debidamente inscritos ante el INCOMEX o la entidad que haga sus veces.

Como apoyo a este proceso se estableció la matriz de costos, tiempos y movimientos para Alianza Café Nariño S.A.S, la cual plantea todo el costeo por kilogramo y saco de café de 60 kilogramos desde la ciudad de Pasto hasta el puerto de Buenaventura, utilizando el Icoterm FOB, con base a esta matriz se realizó el primer contrato de exportación de café especial con la empresa norteamericana Café Global Quest.

Disposiciones finales

1. Para agotar las existencias de formularios adquiridos bajo el régimen anterior de exportación (documento único de exportación), los exportadores podrán cambiarlos en las oficinas de aduana por los nuevos formularios, en número y cantidad proporcional, según los precios anteriores y los nuevos que se fijen para estos formularios.
2. Los trámites de exportación iniciados con el procedimiento anterior a la vigencia del presente reglamento concluirán bajo la regulación de las normas anteriores. Sin embargo, el exportador que tenga registro previo vigente podrá acogerse al nuevo sistema dejando sin utilizar dicho registro.
3. Para los restantes regímenes de exportación, diferentes al de exportación definitiva, seguirán aplicándose los procedimientos vigentes antes de la expedición del presente reglamento.

4. Esta resolución rige a partir del 1º de septiembre de 1990 y deroga, salvo en lo relativo a las exportaciones de café, las normas que le sean contrarias, en especial el reglamento general de aduanas 335 de 1980.

4.4.1 Control al transporte y exportación de café. ARTÍCULO 337º. Contribución y retención cafetera. De conformidad con los artículos 19 y 21 de la Ley 9ª de 1991, la exportación de cualquier tipo de café sólo podrá realizarse una vez se haya pagado la contribución cafetera respectiva y efectuado la retención vigente, cuando ella opere.

Cuando la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia realice embarques de café bajo la modalidad de consignación o depósito en el exterior, la contribución cafetera se liquidará y pagará una vez se presente la declaración de exportación definitiva.

ARTÍCULO 338º síntesis cada articulo. Control de las autoridades. La policía fiscal y aduanera, la Policía Nacional y las Fuerzas Militares, en apoyo de las autoridades aduaneras, realizarán operaciones de prevención, control y patrullaje, tendientes al control del transporte y exportación del café en todo el territorio aduanero nacional.

ARTÍCULO 339º- Lugares de exportación. Los lugares habilitados para la exportación de café son los siguientes:

Marítimos: Aquellos habilitados a las siguientes sociedades: Sociedad Portuaria Regional de Barranquilla, Sociedad Portuaria Regional de Cartagena, Sociedad Portuaria Regional de Santa Marta, Sociedad Portuaria Regional de Buenaventura, Sociedad Terminal Marítimo Muelles El Bosque y Terminal de Contenedores de Cartagena Contecar S.A.

Aéreos: Por las jurisdicciones aduaneras de las administraciones de impuestos y/o aduanas del Aeropuerto El Dorado de Santafé de Bogotá, Medellín, Cali y Pereira, a través de los aeropuertos internacionales de El Dorado, José María Córdoba, de Rionegro, Alfonso Bonilla Aragón, y Matecaña, respectivamente.

Terrestres: Por los cruces de frontera del puente internacional San Antonio-Cúcuta con Venezuela y Puente Rumichaca con Ecuador.

La Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales, mediante resolución, previo concepto de la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia, podrá restringir o autorizar nuevos sitios por donde se pueda efectuar la exportación de café.

De acuerdo a lo definido en este artículo Nariño posee dos posibles salidas de café hacia el exterior las cuales son, Sociedad Portuaria Regional de Buenaventura por vía marítima y Alfonso Bonilla Aragón vía aérea, en este caso para el primer ejercicio de exportación se utilizará el puerto de Buenaventura.

ARTÍCULO 340°. Provisiones de a bordo para consumo y para llevar. Podrá embarcarse en cada viaje, como provisiones de a bordo para consumo y para llevar, en aeronaves, hasta el equivalente de 50 Kgs. de café tostado y en barcos, hasta el equivalente a 200 Kgs. de café tostado.

Así mismo, los pasajeros podrán llevar hasta el equivalente de 1 Así mismo, los pasajeros podrán llevar hasta el equivalente de 10 Kgs. de café tostado por persona en cada viaje.

ARTÍCULO 341°. Calidad de exportación. Solamente se podrá exportar café que cumpla los requisitos de calidad establecidos por el Comité Nacional de Cafeteros. La Federación Nacional de Cafeteros de Colombia vigilará el cumplimiento de estas medidas.

ARTÍCULO 342°. Transporte de café para su exportación. El transporte de café con destino a la exportación sólo podrá realizarse por las empresas ferroviarias, por las empresas de transporte fluvial y por las empresas de transporte de servicio público de carga por carretera, en vehículos afiliados a éstas, debidamente inscritas o registradas ante las autoridades competentes. También se podrá permitir el transporte en vehículos automotores de carga de servicio particular, cuando los propietarios de los vehículos, lo sean también del café.

En este punto la Alianza esta realizando acercamientos con empresas como TRANSORIENTE LTDA, empresa que cumple con las exigencias de la FNC para el transporte de café en el territorio nacional.

ARTÍCULO 343°. Áreas restringidas. El transporte y distribución de café en las siguientes áreas y regiones del país, sólo podrá efectuarse previa autorización de la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia mediante la expedición de una guía de tránsito.

1. En aguas territoriales colombianas, el transporte en embarcaciones de cabotaje marítimo: Por el Río Magdalena y el Canal del Dique, aguas abajo de Calamar.

2. Por vía terrestre, el transporte en empresas ferroviarias o empresas de transporte público terrestre por carretera:

a) Los departamentos de Guajira, Magdalena, Atlántico, Bolívar, Sucre, Córdoba, Chocó, Putumayo, Arauca y Casanare, en toda su extensión;

b) El departamento de Antioquia desde todo punto al norte de Dabeiba hacia el litoral Atlántico;

c) **En el departamento de Nariño**, desde todo punto al occidente de Túquerres hacia el océano Pacífico; de El Encano hacia el Putumayo; y desde El Pedregal hacia la frontera con Ecuador;

d) Los departamentos de Boyacá, Santander, Norte de Santander y Cesar en el área comprendida entre la frontera con Venezuela y la línea que pasa por la Sierra Nevada del Cocuy, Chitagá, la carretera que de Toledo conduce a Cúcuta pasando por Chinácota, Sardinata, El Salado, Pailitas, Rincón Hondo y La Paz hasta el límite con el departamento de La Guajira, y

e) En los departamentos del Valle del Cauca y el Cauca, en la zona comprendida entre la carretera troncal occidental y el Litoral Pacífico.

ARTÍCULO 344°. Inscripción de lugares para el procesamiento de café. Todas las trilladoras, tostadoras y fábricas de café soluble existentes en el país, deberán inscribirse ante la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia. El Comité Nacional de Cafeteros señalará los requisitos para tal fin.

La Federación Nacional de Cafeteros de Colombia podrá verificar la ubicación y condiciones de las instalaciones, así como la capacidad de almacenamiento y procesamiento de las mismas.

De las diez organizaciones que posee Alianza Café Nariño S.A.S., tres poseen esta certificación, las cuales son Dulce Café de Sandoná, Kusny del resguardo indígena de Aponte y Mestizo de Coomerciacafe de la Unión, con ellas se realiza el proceso de tostión y empaçado con el propósito de comercializarlo en el mercado local, nacional e internacional.

ARTÍCULO 345°. Empaques. Cuando la exportación del café se haga en sacos, la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia debe aprobar previamente el diseño, especificaciones, marcas, contramarcas y números de identificación.

Si el transporte de café hacia el puerto se hace a granel, no se requerirá de ninguna marca en las bolsas o recipientes que contienen el café. Sin embargo, se dejará constancia en la guía de tránsito del número de identificación del lote y de la calidad del café, de tal manera que se pueda verificar el cumplimiento de las condiciones autorizadas para el transporte. Cuando el embalaje a granel se haga en los terminales marítimos y por lo tanto haya necesidad de transportarlo en sacos hasta esos lugares, se autorizarán empaques con capacidad de 70 Kgs. de café, los cuales podrán ser remarcados hasta cinco (5) veces.

ARTÍCULO 346°. Revisión del café. La Federación Nacional de Cafeteros de Colombia o Almacafé S.A., verificará la existencia de todos los lotes de café para exportación, a los cuales les asignará un número de revisión que deberá ser consignado en la guía de tránsito.

ARTÍCULO 347°. Guía de tránsito. Todo cargamento de café para su transporte con destino a la exportación únicamente deberá estar amparado con una guía de tránsito, cuyos formatos serán diseñados y suministrados por la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia, previa aprobación de la Dirección de

Impuestos y Aduanas Nacionales. Esta guía será diligenciada por la misma Federación o por Almacafé S.A.

Adicionalmente, todo tipo de café que circule en las áreas restringidas definidas en el presente decreto, deberá estar amparado por una guía de tránsito.

ARTÍCULO 348°. Expedición de la guía de tránsito. Se podrá negar la expedición de guías de tránsito para movilizar café en las zonas restringidas, si no se justifica plenamente su solicitud o destino.

Igualmente podrá negarse, en el caso de que el solicitante no haya hecho llegar a la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia o a Almacafé S.A., el cumplimiento de cada guía que se haya expedido, con la debida anotación de la llegada del café a su destino.

ARTÍCULO 349°. Vigencia de la guía de tránsito. La guía de tránsito tendrá la vigencia que en ella se precise, la cual deberá estar de acuerdo con el tiempo necesario para el transporte de café a su destino, según lo determine la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia.

En casos de fuerza mayor o caso fortuito, la vigencia de la guía de tránsito será ampliada por el Almacafé más cercano, o en su defecto por el comandante de policía, o por el oficial o suboficial de más alta jerarquía que esté presente. En ausencia de los anteriores, actuarán la alcaldía o los inspectores de policía. La ampliación del término se hará por un lapso de tiempo igual al del retardo sufrido y deberá ser informada inmediatamente por escrito a la oficina de Almacafé que expidió la guía.

ARTÍCULO 350°. Cumplido y autorizaciones de las guías de tránsito. El transportador estará obligado a exhibir el original de la guía a las autoridades que se lo exijan en el transcurso del viaje. La Policía Nacional, las Fuerzas Militares, La Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales y demás autoridades competentes, deberán constatar que la movilización se haga de acuerdo con lo consignado en la guía, y en caso contrario, o en ausencia de una guía vigente, procederá la aprehensión del café, haciendo entrega del mismo a la oficina de Almacafé S.A., más cercana al lugar de los hechos.

El cumplimiento de la guía de tránsito para café de exportación será certificado por las inspecciones cafeteras o en ausencia de éstas, por la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales. Cuando el cumplimiento de las guías de tránsito se realice por la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales, el original de las mismas deberá ser enviado por dicha entidad a la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia, división de comercialización, acompañada por la autorización de embarque o la declaración de exportación donde conste la salida del café del territorio aduanero. El cumplimiento de las guías de tránsito de café no destinado a la exportación será certificado por la oficina de Almacafé más cercano, o la alcaldía del lugar de

destino. En los casos en que la certificación sea hecha por una alcaldía, el original de la guía deberá ser remitido a la oficina de Almacafé que la expidió.

ARTÍCULO 351°. Inspección cafetera-retén cafetero. Las funciones de las inspecciones cafeteras establecidas por la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia, en cada uno de los lugares de embarque, incluirán el recaudo de la contribución cafetera, el control de calidad y el repeso del café con destino a la exportación. Además verificarán, si estuviere vigente, la entrega de la retención cafetera y recibirán los documentos que amparan la movilización del café desde su origen hasta el puerto de embarque.

Una vez registrada la llegada del café en los retenes establecidos por las inspecciones cafeteras, éste quedará bajo control de las autoridades aduaneras.

ARTÍCULO 352°. Trámite de la exportación. (MODIFICADO POR EL ARTICULO 31° DEL DECRETO 1232 DE 2001). Las exportaciones de café sólo podrán efectuarse por quienes se encuentren debidamente registrados para tal efecto ante la dirección general de comercio exterior del Ministerio de Comercio Exterior y se sujetarán además de lo previsto en este capítulo, a las disposiciones contenidas en el presente título.

5. OPORTUNIDADES COMERCIALES PARA EL CAFÉ ORIGEN NARIÑO

Figura 3. Mercado internacional del café especial pergamino seco (CPS)



Como se puede apreciar en el cuadro anterior EEUU presenta un excelente mercado potencial para el café especial de Nariño, debido a que es el País en el mundo con el más alto porcentaje en consumo de café el cual representa el 21.9%, las señales del mercado están llevando a que los productores de café replanteen sus sistemas de producción y comercialización de manera tal que se establezca una relación mas directa entre cliente y productor.

De manera general en EE.UU, el café sigue siendo un producto masivo de alto consumo, tanto así que diariamente en el país del norte se consumen cerca de 2000 millones de tazas de café diarias de acuerdo a un informe especial de Discovery Networks; la nueva tendencia del mercado es incrementar la demanda por café especial, que se diferencian del café por su origen o proceso de producción y están dotados de una calidad superior. Estos cafés deberían llevar a un incremento de precios general para los caficultores. El movimiento de los cafés especiales es relativamente nuevo, nació a comienzos de la década de los

ochenta, como respuesta a consumidores de Estados Unidos que buscaban una bebida de mayor calidad en un mercado donde el producto se encontraba homogeneizado. Este mercado se hace más importante en las tiendas de café o “coffee shops” de alta calidad, cada vez más numerosas, que ofrecen la bebida con particularidades muy marcadas. Es allí donde el consumidor tiene oportunidad de probar los diferentes sabores y fragancias de los distintos cafés y distinguir su origen.

En la actualidad, los cafés especiales son comercializados prácticamente en todo el mundo, aunque el mercado más grande es el norteamericano. Estados Unidos registró ventas de café especial por encima de los 11.05 billones de dólares en 2005, con un crecimiento anual entre el 5 y 10% en este tipo de café, cuyo segmento que registra un mayor crecimiento en el consumo es el de las generaciones jóvenes.⁶

Más del 50% de los estadounidenses mayores de 18 años de edad beben café todos los días. Esto representa más de 150 millones de bebedores diarios. 30 millones de adultos estadounidenses toman café especial todos los días, que incluyen un moka, latte, expreso, café moca, capuchino, congelados o bebidas de café helado.⁷

Cabe resaltar en este punto lo dicho por el Gerente general de la FNC, Luis Genaro Muñoz quien afirma que “Un factor determinante de las buenas perspectivas que tenemos, yace en los fundamentales del mercado internacional del café. En la actualidad debido al constante crecimiento exhibido por el consumo, el balance cafetero mundial es deficitario. Reconocidos analistas del mercado han señalado que el año cafetero 2009/10 que culmina en septiembre de 2010, será deficitario en 8,8 millones de sacos. Cuando se descompone el consumo por tipo de café, encontramos que la demanda mundial de cafés suaves de la cual hace parte la producción colombiana, presentará una tendencia creciente estable que se traducirá en los próximos 10 años, en necesidades adicionales del mercado por 7 millones de sacos. Este comportamiento es el resultante de una tasa de crecimiento anual promedio igual a 1,8% y en cuyo cálculo resultan determinantes las perspectivas de crecimiento del consumo de los cafés suaves especiales. Por tanto, el mercado cuenta con espacio no sólo para absorber la recuperación de la producción en Colombia, sino para demandar mayor cantidad de cafés suaves. También queda claro que debemos continuar la promoción de origen, la profundización de nuestros mercados y la generación de valor.

⁶ Hot Drinks in US, Euromonitor International 2006

⁷ Copyright © 2011 E - Importaciones

Las tendencias de la demanda de café en el mercado de los Estados Unidos, mayor consumidor del mundo, respaldan las perspectivas de crecimiento de la demanda mundial. En efecto, al analizar los resultados recientemente publicados de la “Encuesta Anual de Tendencias de Consumo de Bebidas” de la Asociación Nacional de Café – NCA, comprobamos que en la sociedad norteamericana continúa fuertemente arraigado el consumo de café, pues el 56% de los entrevistados mencionan haber consumido al menos una taza de café el día anterior.

La encuesta también resalta que a pesar de las devastadoras consecuencias de la crisis económica internacional, la demanda se ha mantenido debido a un cambio en los hábitos de consumo de los hogares americanos, que han preferido trasladar el consumo de las tiendas de café a la comodidad del hogar. Cuando se interroga a los entrevistados por la calidad del café que consumen, se encuentra que el 40% del café consumido en ese mercado es café gourmet. Esta tendencia confirma que el café de mayor calidad, continúa siendo una bebida apreciada y un lujo que millones de consumidores no están dispuestos a abandonar a pesar de la difícil situación económica. Estos alentadores indicadores, nos determinan a continuar profundizando en la difusión de buenas prácticas de cultivo, cosecha y beneficio que propicien el aseguramiento de la calidad del café desde la finca.”⁸

La Organización Internacional del Café (OIC) informó que en el mercado cafetero mundial, durante enero del presente año, dominaron los altos precios, determinados por las condiciones climáticas de los países productores; en su informe mensual del mercado, el director de la OIC, el brasileño José Sette, destacó un incremento en los precios de cada uno de los tipos de café que se comercializan: suaves colombianos, otros suaves, naturales brasileños y robustas; a su vez, esta tendencia refleja una merma en los inventarios del mercado.

Ahora, el volumen de producción esperado para el año cafetero 2010/2011 (que va de octubre a septiembre) se calcula en 134,8 millones de sacos, un aumento de 9,5 por ciento con respecto al año cafetero anterior.

El informe Sette destacó el comportamiento de Brasil, pues sus exportaciones aumentaron 9,13 por ciento, con respecto a enero de 2010, al totalizar 2,72 millones de sacos, el mejor dato de los últimos cinco años, la OIC estima que la cosecha brasileña de este año estará entre 41,9 y 44,7 millones de sacos, las exportaciones de todos los países durante diciembre de 2010 sumaron 9,5 millones de sacos, mientras que para el año civil (de enero a diciembre) totalizaron 97,5 millones de sacos, 1,4 por ciento más que el total registrado en 2009.

⁸ Informe sobre las perspectivas del mercado para el café de Colombia, Luis Genaro Muñoz – Junio 4 de 2010

Ahora, ante la escasez de oferta del suave colombiano, esta oportunidad de mercado no la desaprovechó Brasil, que incrementó sus envíos en 8,8 por ciento, al pasar de 30,3 a 33 millones de sacos; otro incremento notable lo registró Perú, con 25,9 por ciento, al pasar de 3.074 a 3.870 millones de sacos.

En cuanto a los precios del café en el mercado, los incrementos entre enero del 2010 y el mismo mes del 2011 son de dos dígitos: suaves colombianos (34,9 por ciento), otros suaves (66), naturales brasileros (66,9) y robustas (44,2 por ciento).

Además, el llamado 'compuesto' de la OIC, promedio ponderado de los cuatro subtipos de café, subió 55,6 por ciento durante el período anotado, pues pasó de 126,85 a 197,35 centavos de dólares por libra, este es el promedio más alto registrado desde septiembre de 1994.

Vale la pena destacar que el suave colombiano –que incluye cafés de Tanzania, Colombia y Kenia– ha estado cerca de los tres dólares por libra, caso contrario ha sucedido con la prima del café, pues su comportamiento fue a la baja 'sostenida' durante todo el 2010; inició el año en 48,41 centavos hasta llegar a los 16,11.

Sin embargo, su comportamiento obedeció a los temores de abastecimiento de los países exportadores, especialmente de Colombia.

Acerca del país, el gremio cafetero local ha manifestado su optimismo con respecto a la producción y las exportaciones, mientras se nota mejoría en las condiciones climáticas del país.

1,4 por ciento crecieron las exportaciones en el 2010, totalizando 97'511.000 sacos de 60 kilos; en 2009 fueron 96'165.000.

- **Crece el consumo**

Aunque no se tienen las cifras consolidadas, se estima que para el 2010 el consumo mundial del grano fue de 131 millones de sacos, un millón más que en 2009, y unos 700 mil menos que en 2008.

En general la OIC atribuye este crecimiento a la puesta en marcha de programas de incremento del consumo en los países exportadores, también a otros factores de desarrollo del consumo doméstico.

5.1 AVANCES COMERCIALES

Alianza Café Nariño SAS gracias a la solidez lograda y fundamentada en el proceso de asociatividad ha experimentado, y ha logrado mediante la unión de los esfuerzos individuales de las asociaciones que la conforman, un nivel de

posicionamiento para el café de Nariño que ha forjado una cultura diferente en la población consumidora local. Hoy y gracias a diferentes actividades desarrolladas y que sobre la base de la calidad, el café producido por las asociaciones ha logrado penetrar en canales de comercialización a los cuales no tenían acceso individualmente

Con todas estas buenas perspectivas se logró contactar con la gerente general de la empresa Café Global Quest LLC (<http://cafeglobalquests.com/index.php>) Patricia Hennessey, empresa que esta en Nevada Estados Unidos, con la cual se realizó un contrato comercial, fundamentalmente el contrato reza que, después de ofrecer un precio competitivo para el café que se comercialice a través de la Alianza Café Nariño S.A.S, al caficultor le retornará el 24% de las utilidades netas del negocio. Hoy, la Alianza tiene confirmado el primer negocio: Exportar 3.994 libras de café procesado a un precio de \$ 13.000.00 libra Ex – Work Pasto. Si este intento se logra materializar, en el segundo trimestre del año 2011, Café Global Quests LLC, confirmará el pedido de 2 contenedores de café verde. Con este primer ejercicio de venta, se le podrá comprar al caficultor a \$ 8.500.00 kilo de café pergamino, cuando el precio oficial a la fecha del negocio, no estaba más allá de \$ 6.400.00. Es decir, el sobre precio por calidad de café estaría beneficiando de manera directa a los pequeños productores cafeteros, pasando de un esquema de mercado tradicional con intermediación a fortalecer un mercado directo productores – tostadores.

De igual manera, el café procesado por estas asociaciones ha logrado ser aceptado por hiperbodegas Alkosto. A partir del 3 de diciembre 2010, Alianza Café Nariño S.A.S. comercializa en el mencionado supermercado el café de las Asociaciones Resguardo Indígena de Aponte con su marca Kusny Awanigmanda, Almendra de Oro de la fundación FUNFADES de Chachagüí. Dulce café de Sandona y Café Mestizo de La unión Nariño Coomerciacafé; Se espera una respuesta similar de la Caja de Compensación Familiar COMFANDI de Cali y Almacenes La 14 de la misma ciudad.

En resumen, “Alianza Café Nariño SAS” ha logrado tres aspectos fundamentales en cuanto a comercialización:

Ubicación en Hiperbodegas Alkosto de la ciudad de Pasto, de cinco (5) marcas de café pertenecientes a cinco (5) asociaciones que forman parte de la Alianza y que tienen implementado un proceso industrial que genera valor agregado (trilla, tosti6n, molienda y empaclado). Las marcas ya codificadas en Alkosto son:

Dulce Café de Sandoná

Café Kusny Awanigmanda del Resguardo Indígena de Aponte, El Tablón
Café El Mestizo de Coomerciacafé, La Unión
Café Almendra de Oro de Funfades, Chachaguí
Café Linares de Linares.

Además, la Alianza cuenta en las instalaciones externas de Alkosto con un stand permanente de promoción de estos productos; mediante una impulsadora, se socializa el proyecto, se habla de región y se realizan degustación de los productos. La idea es incrementar los niveles internos de consumo local sobre el argumento de la calidad del café de Nariño.

Firma de un contrato comercial entre Alianza Café Nariño SAS y Café Global Quest de EEUU (Seattle). Este contrato estipula que se negociarán en 2011, dos millones de libras de café (1.000.000 de kilos en café pergamino). La Sra. Patricia Hennessey visitó Nariño, conoció de primera mano a la Alianza y todo lo que ella implica así como tuvo contacto directo con tres de nuestras asociaciones en igual número de municipios. Fundamentalmente y en cuanto a precio lo que el contrato reza es que, además de contar con un precio competitivo y justo para los caficultores asociados a la Alianza, ellos recibirán un 24% adicional por cada kilo de café vendido. Este sobreprecio será trasladado directamente al productor. La gerente de café global ha solicitado un listado de los asociados a la Alianza con su respectivo número de cédula de identificación y número de cuenta para que, en su momento, la bonificación sea consignada en dicha cuenta.

Hoy el contrato es una realidad. Hay un primer negocio definido: Exportación de 3.994 libras de café procesado con destino al mercado de los EEUU y, específicamente, a Café Global Quest. La Alianza tiene el café procesado listo para la exportación. Se siguen en el momento los trámites necesarios exigidos por todo proceso exportador.

Venta de 333 kits de café en presentación especial y como edición limitada para el mercado local. Cada kit cuenta con tres libras de café de excelente calidad (puntajes en taza por encima de 80 puntos). Esto nos ha permitido comprobar que, si al consumidor se le educa y fomenta la cultura del consumo de café de calidad, el consumidor está en disposición de comprar. La venta de 333 kits no superó las dos semanas; este ejercicio implicó generar una utilidad importante para la Alianza y poder comprarle el café pergamino al caficultor a un precio muy por encima del precio oficial vigente en la fecha de la negociación. Hoy estamos iniciando la venta de 333 kits más (Segunda Edición) con destino al mercado local y con la incursión en otras ciudades del país.

CONCLUSIONES

Después de elaborar este informe del estudio para la creación de la Alianza Café Nariño S.A.S., con el propósito de establecer una estrategia de colocación de cafés especiales en el mercado, nacional e internacional, y alcanzado parcialmente los objetivos propuestos en el plan de trabajo se concluye que:

Este estudio permitió diagnosticar, cual es la situación real de las 10 organizaciones que participan en este proceso, información que esta completamente definida la cual nos permitió saber que si estamos preparados para responder a las exigencias propias del mercado al cual va dirigido este producto, así mismo con el apoyo del laboratorio de calidades, y sus dos catadores titulados (Q GRADER), se identifico el perfil del tipo de café que comercializaremos a través de la sociedad Alianza Café Nariño S.A.S, los cuales serán los encargados de certificar el café que se comercializara, ya sea en verde o tostado y molido.

Para lograr el apoyo permanente del Gobierno departamental, la Alianza, a través de la Gerencia para la Zona Norte, presentó para su estudio, el Proyecto de Ordenanza que permita convertir la Cadena del Café en Política Pública, proyecto que fue aprobado por la asamblea departamental a principios del mes de abril de 2001, esto por una parte nos garantizará la permanencia en el tiempo de este proceso sin importar la condición política del gobernante permitiendo la consecución de recursos públicos para el caficultor de Nariño y por otra, la consolidación de la Alianza Café Nariño SAS como empresa sólida y con proyección hacia el futuro.

La Gobernación de Nariño dadas las condiciones y reputación a nivel internacional del café de Nariño, ha solicitado ante la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC) el registro de la marca nominativa y figurativa de Café Nariño, la cual la marca figurativa esta autorizada para su uso y en espera de la marca nominativa "café Nariño", es decir, El logotipo es propiedad de Alianza Café Nariño SAS.

Con respecto al consumidor en el área del mercado al que se va a penetrar, actualmente este presenta una alta tendencia a consumir productos de alta calidad y sobretodo en los EE.UU a los cuales se pretende llegar, como primer paso, con café tipo excelso, que presenta unas condiciones especiales y agradables para el gusto, además cada vez mas esta aumentando el tipo de consumidor de este tipo de café, es decir que el consumidor ya nota la diferencia entre un tipo de café estándar y uno especial.

En cuanto a la exportación de café verde, con este estudio se determino las exigencias de los mercados a los cuales va ir dirigido nuestro producto, exigencias que de acuerdo al tipo de producción del grano en las 10 asociaciones se

determino que cumple con cada una de ellas, en cuanto a la logística del proceso de exportación se la realizara con Quantik de Colombia que será el aliado estratégico de la Alianza.

Además se realizó un análisis de las debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas que actualmente presenta el café de nuestro departamento (Matriz D.O.F.A), lo que permitirá buscar alternativas para solucionar nuestras debilidades como sector y encontrar salidas a las amenazas que existen, utilizando nuestras oportunidades y fortalezas como base para la solución de estas dos variables; también se realizo la matriz de perfil competitivo, con el fin de conocer la competitividad del producto a nivel nacional en relación a otros departamentos.

La consolidación de los avances comerciales logrados y la ejecución del proceso de exportación de 2.000.000 de libras en 2.011 catapultarán a la Alianza como una empresa con futuro para sus asociados y la caficultora del Departamento. El apoyo de la Alianza Café Nariño es permanente con los pequeños caficultores asociados, dado que la consolidación individual da cada una de las 10 asociaciones integrantes de la Alianza garantizan el fortalecimiento de la misma como empresa; concebimos el desarrollo de este proceso desde la base y cimentada en las necesidades de la base, es decir, fortalecer a nivel individual cada una de las Asociaciones con el fin de fortalecer la asociatividad de la Alianza.

RECOMENDACIONES

Para la continuación y el normal desarrollo de este proceso, primero que todo se debe contar con la voluntad y motivación de las asociaciones y cada uno de los caficultores pertenecientes a estas, las cuales son la columna vertebral del proyecto departamental cafetero, y serán los principales gestores de la imagen del café de Nariño a nivel nacional y a nivel global.

Si bien el compromiso de la Gobernación del departamento de Nariño, es indispensable en este proceso, también es importante realizar un acompañamiento integral a los caficultores a través de la Alianza, hasta el momento en que esta sociedad alcance un nivel de independencia tanto técnica, organizativa, financiera, humana y quede en manos de cada uno de los caficultores de la región.

Durante cualquier tipo de negociación de café especial, ya sea café verde, tostado o tostado y molido se debe hacer prevalecer al pequeño caficultor siendo este el mayor beneficiado en cualquier proceso comercial, ya que el objetivo de esta empresa es mejorar la calidad de vida del caficultor vía mejores ingresos.

Tener en cuenta, que cada una de las organizaciones participantes en el proceso, maneja un diferente nivel de tostión para lo cual se recomienda estandarizar este proceso con el apoyo de personas especializadas en temas de tostión como los factores humanos que podemos encontrar en compañías como Quantik de Colombia, también evaluar continuamente el desempeño del proceso de tostión a través del laboratorio de calidades de la Gobernación del departamento; es importante realizar las capacitaciones respectivas que ayuden a fortalecer los conocimientos sobre este tema.

A través de Alianza Café Nariño S.A.S., se podría gestionar recursos con organizaciones de cooperación internacional con la estructuración de proyectos que conlleven a mejorar las actuales condiciones de vida del cafetero.

Capacitar y motivar a la comunidad cafetera sobre nuevas técnicas de producción que les permita la optimización de los recursos y estandarización de procesos para cumplir con las exigencias de grandes números de producción que requieren los mercados nacionales e internacionales.

BIBLIOGRAFIA

BRAVO LOPEZ NICOLAS IGNACIO, Los precios internacionales del grano y sus efectos sobre los municipios cafeteros de Nariño.

CABRERA GAMEZ LIBARDO H, Participación de la cooperativa de caficultores del occidente de Nariño en la comercialización del café.

DICUM GREGORY, anatomía de una industria de los cultivos hasta la ultima gota, the coffe book

ESTATUTO ADUANERO DECRETO 2685/99 RESOLUCION 4240 REGIMEN DE EXPORTACIONES

CORPORACION COLOMBIA INTERNACIONAL. Perfil del producto, Bogotá Colombia

FEDERACION NACIONAL DE CAFETEROS, Juan Valdez. La estrategia detrás de la marca, 2007. 272p.

GERENCIA GENERAL FEDERACIÓN, ensayos sobre economía cafetera, Año 19 No. 22

JARAMILLO ROBLEDO, ALVARO. Clima andino y café en Colombia. Chinchiná, Cenicafé, 2005. 191p. 29964D

RJ CLARKE Y OG VITZTHUMB, Café evolución reciente

SILVA LUJÁN, GABRIEL. ¿Qué nos dejó la crisis cafetera? Ensayos sobre Economía Cafetera. Bogotá, (21): 7-11, Ene-Dic 2005

NETGRAFIA

www.aladi.org

Asociación Latinoamericana De Integración

www.mincomercio.gov.co

Ministerio de comercio, industria y turismo

www.proexport.gov.co

www.presidencia.gov.co

Presidencia de la república

www.dane.gov.co

Departamento nacional de estadísticas

www.dian.gov.co

Dirección de impuestos y aduanas nacionales

<http://www.cafedecolombia.com>

Federación nacional de cafeteros de Colombia

ANEXOS

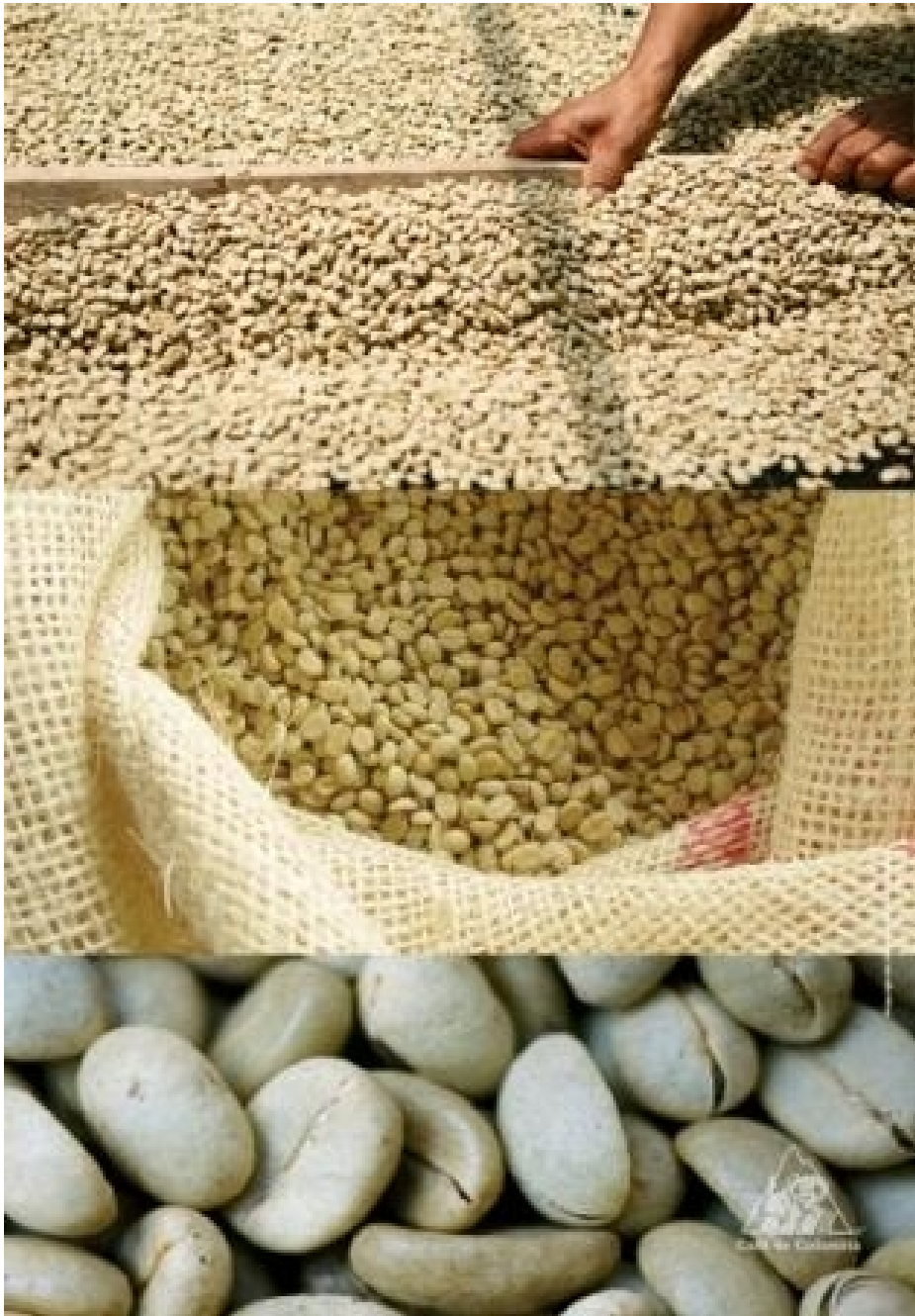
Anexo A. Figuras

TIPO DE PRODUCTO



Fuente: Elaboración Propia – Lanzamiento de la marca café de Nariño Bogotá Febrero de 2010

CAFÉ PERGAMINO SECO (CPS)



Fuente: <http://www.cafedecolombia.com/static/images/Collage%20secado.jpg>

EXPOESPECIALES SEPTIEMBRE 2011



PLEGABLE CONVOCATORIA

Antecedentes

La Gobernación de Nariño y las entidades regionales que trabajan en la cadena productiva del Café, unen sus esfuerzos para garantizar la trazabilidad y la calidad del café de Nariño como principios rectores de todo el proceso de comercialización, de manera que se dé respuesta y se garantice que el producto cuenta con las características químicas y organolépticas que lo caracterizan.

En tal sentido, La Gobernación de Nariño y las entidades regionales aliadas invitan a la Convocatoria Departamental para el diseño que identificará a la región como símbolo de garantía de su calidad y excelencia en la producción de cafés finos nariñenses.

Objetivo de la Convocatoria

Implementar el logo que identifique a la región como símbolo de calidad y excelencia en la producción de cafés finos nariñenses.

Se busca que el logo sea la herramienta de promoción y sensibilización de la calidad y la excelencia del café de Nariño mostrando un alto sentido estético y potencial creativo.

Cesión de Derechos

El logo ganador de este concurso será la imagen oficial del Café de Nariño con calidad y excelencia, tanto para eventos, etiquetas y demás elementos publicitarios que se utilicen por las organizaciones de productores rurales que trabajen con café de alta calidad. Todos los derechos de publicación y divulgación serán cedidos por el autor a la Gobernación de Nariño sin que medie pago o bonificación alguna por su utilización. Gobernación de Nariño se compromete a registrar el crédito respectivo de autoría en todos los impresos o publicaciones.

Legalización

La administración departamental suscribirá el respectivo contrato con el ganador, quien deberá acreditar los requisitos legales exigidos por la oficina Jurídica del Departamento.



TÉRMINOS de REFERENCIA para el CONCURSO de DISEÑO de LOGO y SLOGAN para CERTIFICACIÓN de CALIDAD del CAFÉ de NARIÑO



Bases del Concurso

1. PARTICIPANTES: Diseñadores gráficos, profesionales y técnicos del diseño y demás técnicos que posean conocimiento o tengan relación, en cualquiera de sus manifestaciones, con el café de Nariño.
2. TEMA: El Logo debe versar reflejado sobre temas alusivos al café, resaltando la región, la calidad y la excelencia del producto; igualmente reflejará su carácter original e inédito.
3. TÉCNICA: Se recibirá una propuesta por concursante, elaborada en forma individual o colectiva, en cualquier técnica del diseño gráfico o de las Artes Visuales (Impresión manual, serigráfica, fotográfica, digital) y debe llevar impreso el texto respectivo que apunte a significar que el café de Nariño es "el mejor de los mejores".
4. FORMATO: Dimensiones únicas medio pliego (50 cm x 70 cm), copia en medio magnético en el programa Corel Draw 14 e imagen en JPEG.
5. CONDICIONES ESPECIALES: Las propuestas se deben presentar retableadas sobre madera, triplex, madeflex o MDF, con soporte cuyo espesor no debe exceder los cuatro (4) centímetros. No se admiten obras enmarcadas en vidrio o acrílico.
6. ENTIDAD RESPONSABLE: La Gobernación del Departamento de Nariño
7. REFERENTE CONCEPTUAL: Cada participante obligatoriamente deberá entregar un texto impreso o en medio magnético que sustente el sentido de la obra, en un máximo de un folio y fuente tipo Arial, 12 puntos.
8. IDENTIFICACIÓN DEL PROPONENTE: Las obras deben identificarse con seudónimo, que irá adherido a la parte posterior del retablo. La identificación del concursante debe entregarse en sobre cerrado. La información contenida en el sobre debe contener los siguientes datos: Fotocopia del documento de Identidad/Datos personales: Nombre, dirección, teléfono o correo electrónico/Seudónimo/
9. INHABILIDADES: No podrán concursar los miembros del jurado calificador ni sus parientes hasta el tercer grado de consanguinidad o hasta el segundo de afinidad y las y los funcionarios de la Gobernación de Nariño o sus parientes en las condiciones anteriores.
10. JURADO CALIFICADOR: La Gobernación de Nariño designará como jurados a tres (3) profesionales idóneos en la materia y de reconocido prestigio ético.

Observaciones

La gobernación no se hace responsable del deterioro de las obras presentadas o su daño por caso fortuito, vandalismo o fenómenos naturales. Las obras que no sean premiadas por el jurado calificador deberán ser reclamadas en la gobernación hasta las 6:00 p.m. del día 18 de diciembre de 2.009. Después de esta fecha y hora, esta oficina no se responsabiliza de su custodia.



Apertura y Cierre del Concurso

Se abrirán las Inscripciones desde el 9 de noviembre y se cerrarán el 10 de Diciembre a las 6:00 p.m. Los trabajos se entregarán en las dependencias de la Secretaría General de la Gobernación del Departamento de Nariño, ubicada en la Calle 19 No. 23-78 Oficina No. 205, en la ciudad de Pasto.

Para las obras enviadas de fuera del departamento se considerará como fecha de inscripción la del sello postal del remitente. Quienes participen desde fuera del departamento lo podrán hacer vía correo electrónico a los e-mail: jairorebollo@nt.gobernar.gov.co

Veredicto del Concurso

El fallo del jurado calificador se dará a conocer el 14 de diciembre de 2.009 en acto especial.

Premiación



La organización del concurso otorgará un premio económico único consistente en DOS MILLONES QUINIENTOS MIL PESOS (\$2.500.000); además, concederá dos (2) menciones de honor como estímulo especial a igual número de participantes.



LOGOTIPO Y ESLOGAN CAFÉ DE NARIÑO DE COLOMBIA EL MEJOR



PUBLICACION EN LA GACETA DE LA SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO		GACETA No. 818
SOLICITUDES DE MARCAS DE CERTIFICACION		Página. 429
CAFÉ NARIÑO		
(51) 42	(22) 27/04/2010	
NP 2298	(21) 10 49103	
(73) GOBERNACION DE NARIÑO		
(75) SAN JUAN DE PASTO, NARIÑO, COLOMBIA		
(74) JAIME PABLO BECERRA NARVAEZ		
TIPO MIXTA		
		
SERVICIOS		
SERVICIOS CIENTIFICOS Y TECNOLOGICOS ASI COMO SERVICIOS DE INVESTIGACION Y DISEÑOS RELATIVOS A ELLOS, SERVICIOS DE ANALISIS Y DE INVESTIGACION INDUSTRIAL, SISTEMA DE CALIDAD EN PROCESOS PRODUCTIVOS.		
KEYSTONE COLOMBIA S.A.		
(51) 44	(22) 12/11/2009	
NP 2299	(21) 09 128834	
(73) KEYSTONE COLOMBIA S.A.		
(75) BOGOTÁ D.C., COLOMBIA		
(74) CARLOS HERNAN BAEZ TORRES		
TIPO MIXTA		
		
SERVICIOS		
SERVICIO DE EVALUACIÓN MÉDICA, PARA EL CERTIFICADO DE APTITUD FÍSICA MENTAL Y DE COORDINACIÓN MOTRIZ PARA CONDUCTORES.		

**LANZAMIENTO DE LA MARCA CAFÉ DE NARIÑO – HOTEL SHERATON
BOGOTA FEBRERO DE 2010**



**RUEDA DE NEGOCIOS CAFÉ DE NARIÑO – CASA DE LA GOBERNACIÓN
BOGOTA FEBRERO DE 2010**



ZONA CAFETERA DEL DEPARTAMENTO DE NARIÑO

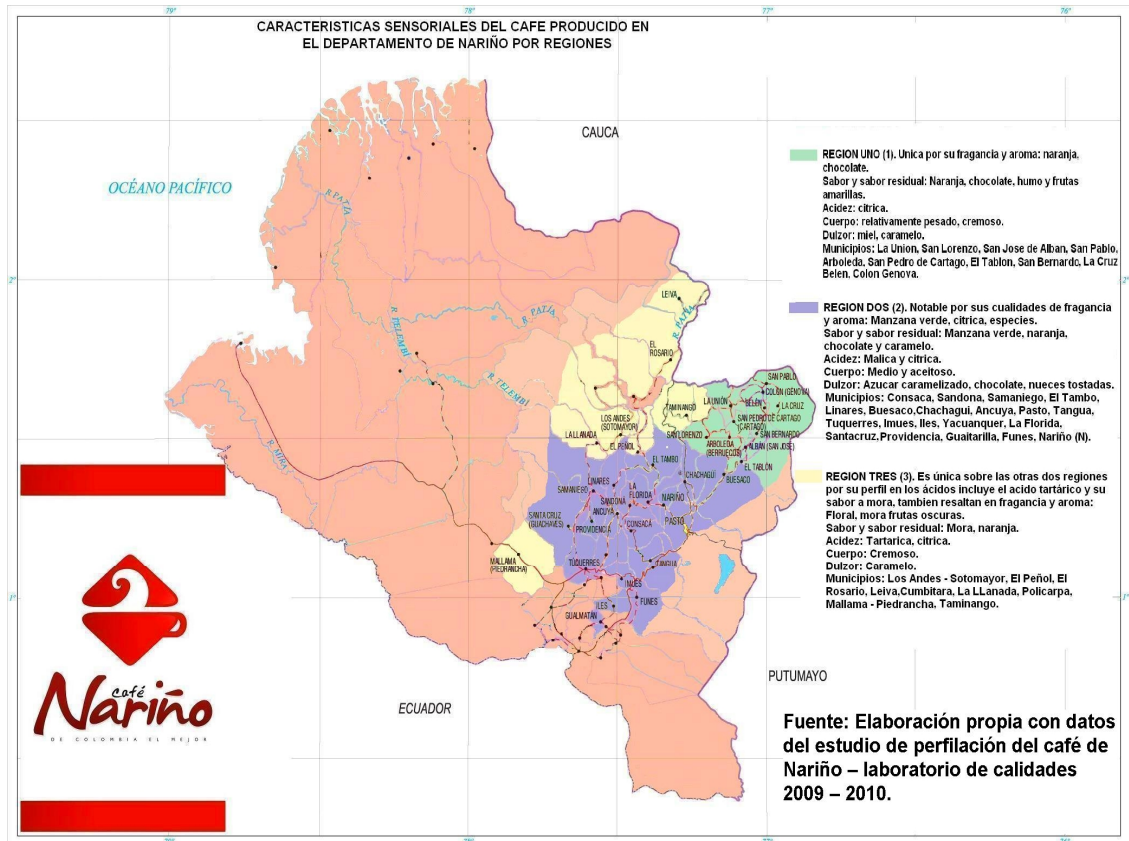
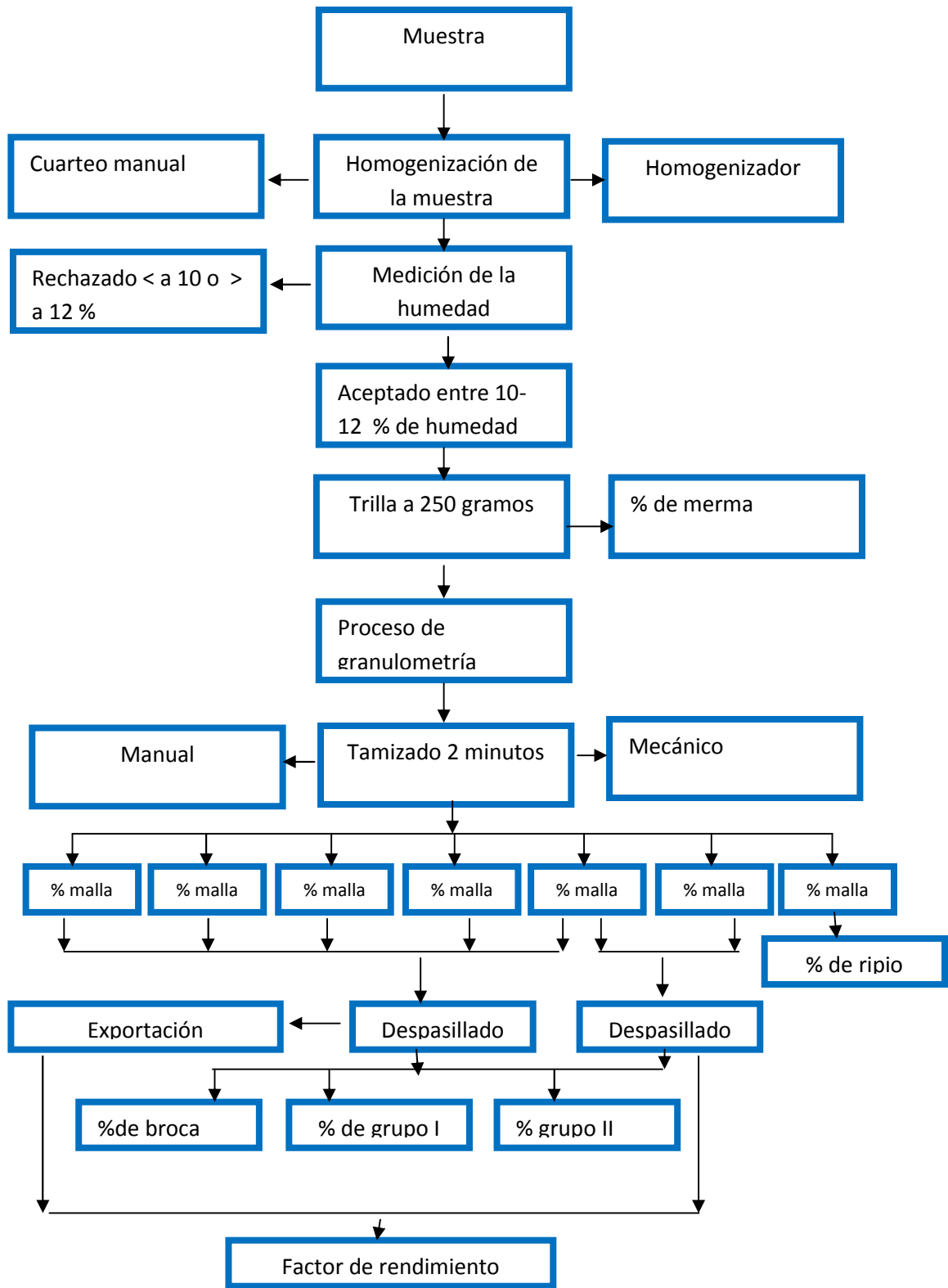


DIAGRAMA DE FLUJO PARA EL ANALISIS FISICO



FLUJOGRAMA DE PREPARACION DE PRUEBA DE TAZA PARA PERGAMINOS Y EXCELSOS

