


| | | |
|---|------------------------------------|--|
|  GOBERNACION DE ANTIOQUIA REPUBLICA DE COLOMBIA | ACTA DE REUNIÓN No. ____ | Código: FO-M9-P2-01 |
| | | Versión: 02 |
| | | Fecha de aprobación: 02/Dic/2008 |
| | | Página 1 de 4 |

| | |
|--|--|
| Tipo de Reunión: Reunión de empalme cafés especiales de Antioquia | |
| Organismo, Dependencia o Proceso: Secretaría de Productividad y Competitividad | Fecha de Elaboración: 2/12/2015 |
| Asistentes, Organismo: Jaime Ignacio Velilla Castrillón, Secretaría de productividad y competitividad Yenny Velasquez Álzate, Secretaría de productividad y competitividad Mauricio Tobón Carmona, Secretaría de productividad y competitividad Luis Jaime Osorio, Comisión de empalme Rodrigo Echeverry, Comisión de empalme Llaneda Martiner, Comisión de empalme Carlos G. Arango, Comisión de empalme Martha Elena Saldarriaga, Comisión de empalme Miguel Echeverri, Comisión de empalme Yenifer Bravo Marín, Secretaría de productividad y competitividad Johan Sebastián Sánchez Rincón, Secretaría de productividad y competitividad | Ausentes, Organismo: |

1. Orden de día.

- Palabras del secretario de Productividad y Competitividad Jaime Ignacio Velilla Castrillón
- Palabras de la gerente de Cafés especiales de Antioquia Yenny Velasquez Álzate
- Presentación del proyecto por parte de la gerente de cafés especiales de Antioquia Yenny Velasquez Álzate

2. Desarrollo de la reunión

Presentación y bienvenida por parte del secretario de productividad y competitividad a la comisión de empalme.

Palabras de bienvenida de la gerente de cafés especiales y presentación por parte del equipo de trabajo de la gerencia de cafés especiales de Antioquia presente en la reunión.

Explicación de toda la cadena productiva del café por parte de la gerente de cafés especiales a la comisión de empalme.

Lo productores alcanzan a recibir entre el 20 y 25% de la riqueza de la cadena de valor del café. Es el segundo commodity más grande después del petróleo pero es el más volátil de todos. Dentro de la mesa de trabajo se encuentran muestras de café pergamino que es como se comercializa en Colombia (Es el que saca el productor, el que le compran a este) y una muestra de café tostado que es como lo compra el mundo y como debería comprarlo el consumidor.

En la compra del productor, Colombia se diferencia por algo que se llama garantía de compra, solo ocurre en este país y consiste en que siempre que el productor lleve su café al punto de compra, allí se lo van a pagar al precio del día. El precio del café pergamino se compone de dos partes, la tasa de cambio dólar/peso y el contrato c (Suaves lavados Colombianos) de la bolsa de Nueva York.

Fondo Nacional de Café se compone de dos partes un parafiscal (6 centavos por libra de café) y de los fondos de recursos públicos del gobierno. Este fondo es el que permite que exista la garantía de compra.

A pesar de esta garantía de compra, el hecho de que el café sea un commodity hace que su precio sea muy volátil y muy bajo, ha estado a 3 dólares la libra, ahora está en 1,50 dólares la libra. Sin embargo, Colombia tiene una prima, que significa que solo porque el café sea colombiano tiene un precio mayor de 8 centavos de dólar la libra.

Un pequeño caficultor (corresponde al 95% de los caficultores) produce 80 arrobas de café por hectárea. Esto hace que el negocio no sea rentable, primero por los precios elevados de los insumos, especialmente el fertilizante y la mano de obra escasa que hace que, por ejemplo, este año se pierda entre 10 y 15% de la producción de café. El resto de producciones son grandes empresas que producen 300 arrobas por hectárea, que puede hacer más rentable el negocio del café. Aproximadamente el 60% de los ingresos corresponden a costos.

Desde 5 dólares la libra el negocio del café puede ser viable, precio mínimo que alcanza un café especial, a 1,50 dólares la libra este negocio no es rentable y la volatilidad lo hace mucho peor para las pequeñas familias de 1 o 2 hectáreas.

Si Doña Carmen que cosechó 45,50 dólares la libra o doña Silvia que alcanzó 31,50 dólares la libra, alcanzan estos precios por qué no una familia que hace las cosas bien y produce un café de calidad.

Surge una duda muy importante, el papel de federación nacional de cafeteros y las cooperativas, la respuesta fue que fueron los actores más importantes dentro del proyecto.


¿Por qué la federación no se había percatado y empezado a trabajar en cafés especiales desde antes?, la respuesta fue que la federación apenas está empezando a cambiar la institucionalidad y visión de la empresa.

Dado que otros departamentos producen café de Calidad y lo reconocen como el mejor, surgió la duda de por qué en Antioquia no. Dado esto se empieza con la idea del proyecto.

Se inicia con la presentación traída por la gerente de Cafés especiales. Este modelo es construido para las familias cafeteras, porque el café es un negocio de familia, es una labor familiar. Destacando el rol importante de la mujer que selecciona los mejores granos y la importancia de enamorar a los jóvenes del café, para disminuir la edad promedio que actualmente es 57 años en Antioquia, la más alta del país.

En educación cafetera se tienen tres componentes, asistencia técnica con los extensionistas, nueva generación cafetera y escuela café de Antioquia, se hizo investigación con la universidad Nacional de Colombia, Sede Medellín, y comercialización.

Para entender el modelo es importante entender el papel de los aliados del proyecto:

| | | |
|---|--|--|
|  GOBERNACION DE ANTIOQUIA REPUBLICA DE COLOMBIA | Código: FO-M9-P2-01 | |
| | Versión: 02 | |
| | Fecha de aprobación: 02/Dic/2008 | |
| | Página 2 de 4 | |

ACTA DE REUNIÓN

No. ____

Federación Nacional de Cafeteros (Comité de cafeteros de Antioquia), 4 cooperativas de Antioquia (Salgar, Occidente, Antioquia, de los Andes), Universidad Nacional, UPB y EAFIT y aliados internacionales (SCAA, SCAE, CQI) y red de compradores. Con los aliados se hacen convenios de asociación y no contratos porque da mayor maniobrabilidad a la gobernación de Antioquia, permite tener mayor poder sobre las decisiones que se toman en cada actividad.

Con el primer concurso se levantó el primer mapa de calidades de Antioquia, participaron más de 2.800 familias. Con esto se levantaron los núcleos. Un núcleo se constituye de hasta 250 familias por extensionista y hasta tres veredas colindantes. Con estos núcleos se intervinieron 60 municipios (11 de alcaldías aliadas y el resto con los extensionistas del proyecto). Los extensionistas del proyecto se diferencian de la federación porque se concentran en calidad más que en productividad. Y estos extensionistas eran exclusivos de su núcleo. Sus cafés se perfilan y el extensionista le explica las características positivas y negativas de su café. El problema del negocio de los cafés especiales es falta de conocimiento y el extensionista se concentra en explicar a los caficultores "tocándoles el bolsillo" para que lo entiendan todo mejor y como se benefician de la calidad.

En total se atendieron 6.205 familias a través de todos los núcleos, que se traducen en más de 28 mil registros. Se formaba en clasificación de cereza, apúntele a la calidad, análisis físico y sensorial, pérdidas en lote, tolva y despulpado, manejo integrado de la roya, a qué sabe su café que es fundamental porque los caficultores toman café comercial en vez de tomar su propio café.

En segundo lugar en educación se encuentra la Escuela Café de Antioquia, que es un componente de transferencia de conocimiento. En el proyecto se desarrollaron 10 protocolos de fermentación que hacen parte de Buenas Prácticas de Beneficio. Esto ayudo a que los jóvenes aprendieran y ahora experimentan con las tres fermentaciones, suaves lavados colombianos, honeys que se seca con el mucilago y naturales que se seca la cereza completa, estas dos últimas son de otros países y por tanto el equipo de trabajo tuvo que aprender de expertos internacionales. La Escuela Café de Antioquia tuvo como aliados fundamentales el SENA, especialmente La Salada que cuenta con todos los equipos necesarios para el curso. También se trabajó con la SCAA y su CQI (Coffee Quality Institute) para certificar catadores Q grader que es la más alta distinción en los catadores, este CQI es el único que certifica internacionalmente, cuando se empezó habían 12 Q graders en Antioquia, ya hay más de 45 personas certificadas. En Barismo el aliado fundamental fue la SCAE.

Los cursos masivos de nivel básico se realizan con el SENA, los niveles más avanzados y certificaciones internacionales se trabajó con los aliados internacionales.

Los temas de Escuela Café de Antioquia son catación, Barismo, Tostiön, Comercialización que consiste en Desarrollo de marca, como comercializar micro lotes de alta calidad y estructuración de futuros y coberturas. Buenas Prácticas Agrícolas, Buenas Prácticas de Beneficio y turismo experiencial cafetero. 7.104 personas capacitadas en total, de estos 445 personas se capacitaron en certificaciones internacionales.

Se compraron varios equipos, uno es el centro de entrenamiento de barismo, que en estos momentos está en el SENA y sirve para tener mayor cobertura en la capacitación. Adicionalmente se están adquiriendo laboratorios móviles para formación en parques y ciudadelas educativas y también en las instituciones educativas. Son comprados por la federación de cafeteros y ellos son los que los administran, los extensionistas hacen la convocatoria y el SENA apoya con los profesionales de formación.

Por último en Educación, la Nueva Generación Cafetera, la parte de relevo generacional del proyecto. Pasar que los jóvenes no se interesaran por el café a tener baristas y catadores certificados. Se hicieron tres campamentos. En los dos primeros campamentos participaron 1.000 jóvenes de los 94 municipios cafeteros. Asistieron no solo los jóvenes sino también medios nacionales e internacionales. Los medios internacionales más importantes de cafés especiales. Además los aliados internacionales participaron y contribuyeron con aprendizaje para los jóvenes. En el tercer campamento se hizo un proceso democrático donde se seleccionaron 12 representantes, un principal y un suplente por cada una de las 6 circunscripciones del departamento de Antioquia. Estos 12 representantes tuvieron la oportunidad de reunirse con el comité departamental de cafeteros que se selecciona de la misma manera y tiene el mismo número de representantes. Además con estos jóvenes se desarrolló un programa comercial de sostenibilidad económica para los jóvenes.


Se presentó a los miembros de la comisión de empalme un video resumen de qué es y por qué se conformó la Nueva Generación Cafetera, cómo se realizaron los campamentos y testimonios de los jóvenes participantes en estos campamentos.

Se generaron inquietudes respecto a la producción de cafés especiales. Se desmintió el mito de que se requieren ciertos tipos de cultivos adicionales para que un café especial y se aclaró que esto es gracias a procesos de fermentación dependiendo de la ubicación de las fincas. Cada finca tiene su microclima que cambia las características del café y la altura también juega un papel fundamental en la calidad del café.

Se presenta la inquietud de los intermediarios como un problema para los pequeños productores. La respuesta es que es muy difícil, porque los intermediarios son necesarios, estos ahorran muchos trámites, además que ningún pequeño caficultor tiene la capacidad de llenar un contenedor y para exportar se requieren de una gran cantidad de licencias y seguros. Los medianos y grandes caficultores tal vez puedan hacerlo pero siguen teniendo muchas dificultades y procesos.

Esto llevó a preguntarse sobre los orígenes de los cafés especiales. En cuanto a esto existe una pirámide de calidades. En la cima se encuentran los exóticos, cafés de mejor taza (88 puntos en adelante) que son cafés de concurso y de 30-40 dólares la libra. Antioquia se encuentra en la base y los exóticos de concurso han ayudado a catapultar Antioquia como origen. En la mitad de esta pirámide se encuentra, entre otros, Huila, que, dada su calidad, reciben entre 10 y 15 centavos de prima, adicionales a la prima por ser colombiano. En el momento que Antioquia gana posicionamiento las primas van subiendo, pero esto es un efecto de mercado. Aquí se tocó nuevamente de la garantía de compra como ejemplo de que en otros países se pagan menos a pesar de tener mayores primas por que el intermediario pone condiciones.

En investigación se trabajaron en tres líneas, cultivo, fermentación y secado con la Universidad Nacional de Colombia, Sede Medellín (Facultad de ciencias y facultad de ciencias agrarias, 5 grupos de investigación diferentes). Donde hay "más terreno para trabajar" es en fermentación. En cultivo no se puede hacer mucho pues son características dadas, por ejemplo el microclima. En fermentación se probaron varios tipos y se evaluaron en taza para conocer su éxito o fracaso, es decir, los tipos que se comportaron mejor. Por debajo de estas tres líneas se trabajaba también con un modelo estadístico que ayudaba a determinar la correlación entre todas las variables que se estudiaban en las tres líneas. Con cenicafe que es el centro de investigación del café no se pudo trabajar.

| | | |
|--|------------------------------------|-------------------------------------|
|  GOVERNACIÓN DE ANTIOQUIA REPUBLICA DE COLOMBIA | ACTA DE REUNIÓN No. ____ | Código: FO-M9-P2-01 |
| | | Versión: 02 |
| | | Fecha de aprobación: 02/Dic/2008 |
| | | Página 3 de 4 |

Los resultados se presentaron durante todo un día en la granja Esteban Jaramillo, se socializó tanto con caficultores como con el equipo de trabajo.

Se genera la inquietud de que hicieron las otras universidades, UPB trabaja transferencia y gestión del conocimiento en el proyecto y EAFIT con ARTICA en el desarrollo de la plataforma.

Ante la inquietud de ranking de municipios por calidad del café, la respuesta es que en todas partes puede uno encontrar cafés especiales.

Se destacó Urrao, Giraldo, Caicedo, Sabanalarga, entre otros.

Se invirtieron 1.368 millones de pesos en equipos de investigación, que quedarán en la universidad Nacional para continuar las investigaciones y mejorar la competitividad del sector cafetero.

En comercialización se hizo énfasis en el concurso "La mejor taza de café de Antioquia". Para participar el caficultor inscribe 1.000 kilos en el punto de compra. El panel de catación y las cooperativas perfilan los cafés participantes y se descartan los que no cumplen con las características mínimas. Los mejores cafés se guardan en una bodega en Almacafé que garantiza la calidad del café. Este proceso se hace hasta que se llega al top 60, los mejores 60 cafés del departamento. Una vez se tiene ese top 60, se documenta cada una de las familias y un equipo de producción se encarga de grabar un video para ellos. Simultáneamente a esta producción empiezan a llegar los clientes. Estos clientes se registran desde ya en la página web. Se registran unos 150 clientes pero se seleccionan los 40 que cumplen con ciertas características (importancia en el mercado de cafés especiales, empresa de donde vienen, entre otras características). Estos 40 clientes se "encierran" en la granja Esteban Jaramillo en Venecia para que caten los cafés y conozcan las familias. El 25 de febrero se espera que se realice la premiación. Estos 40 clientes con el equipo de catadores hacen un ranking de estos cafés. En la mañana se hace la premiación y en la tarde se hace la subasta.

Se genera la inquietud de si a los ganadores de versiones anteriores se les deja participar, la respuesta es que no se les prohíbe, pero ninguno vuelve a participar porque tienen contratos de exclusividad. No es que se les prohíba, es que ellos deciden no participar.

Se presentó a la comisión de empalme un video sobre el concurso, desde la llegada de los clientes y las visitas que hacen a fincas, las mesas de catación, conocer a las familias caficultoras con los 60 mejores cafés. Los clientes se reúnen con cooperativas y familias. Se hace la ceremonia de premiación y después se hace la subasta.

En comercialización se han hecho más de 6.000 perfilaciones y se está montando un sistema de información con 2.500 familias. Desde este sistema de información, los clientes desde cualquier parte pueden buscar los cafés con las características que ellos desean y pueden ver las familias antioqueñas que la producen. Si está interesado se registra, una de las cuatro cooperativas, valida el registro y una vez validado puede ver más información de la familia y hacer contacto para comprar el café con las características deseadas.

Se mostró el demo del sistema de información. Este sistema cuenta con tres niveles. En el primer nivel el comprador solo puede ver información básica de la familia que produce el café, en el segundo nivel puede conocer más, ver el análisis sensorial y hacer contacto para compra del café.

Toma la palabra la comisión de empalme.

-¿Qué elementos diferentes tienen los compradores de la cuarta versión del concurso la mejor taza café de Antioquia? La respuesta fue ninguna, tiene que haber algún elemento diferenciador para este concurso, respecto a los anteriores. Lo nuevo son los mercados, se ha trabajado con Estados Unidos y con Corea del Sur. En esta cuarta versión nos interesa Japón y se ha desarrollado una estrategia.

-Falta mayor articulación con las demás dependencias de la secretaría por ejemplo con turismo. Sin embargo, se aclaró el trabajo que se ha hecho en turismo experiencial cafetero, tanto en el concurso como en general con los clientes de nuestros cafés.

-Falta mayor articulación con las unidades de emprendimiento para que se creen empresas cafeteras en el departamento, para que haya generación de empleo, se generen productos derivados que generen mayores ingresos para los caficultores que permita impactar más.

Se aclaró que dentro de la política pública hay un concurso de emprendimientos cafeteros que permita apoyar a los emprendedores de los municipios cafeteros. Por ahora, se ha trabajado por ejemplo en Titiribí, con la tienda especializada de café del parque educativo. Además se tiene el sello café de Antioquia que es una certificación calidad y origen. Este sello tiene cuatro categorías; marcas de café tostado, tiendas especializadas, sector HORECA y turismo experiencia cafeteros.

-¿Qué recomendación da la gerente para que este proceso continúe y mejore en el futuro. (Compromiso Gerente)


-¿Hay algún proceso de integración entre el proyecto de la cámara de comercio de Medellín de fortalecimiento productivo de los cafés y cafés especiales de Antioquia? Inicialmente lo hubo, apoya específicamente en la estrategia clúster, y cafés especiales de Antioquia apoyó en asesorías y proporción de la información. Pero la participación fue mínima porque la cámara tenía un enfoque diferente, más empresarial y menos rural y el proyecto trabaja directamente con los caficultores. El clúster va a otra parte de la cadena productiva que va más directamente con la razón social de la cámara de comercio.

-Tradicionalmente en el país se ha trabajado con la greca como método de preparación ¿Cómo trabajar para mejorar el consumo interno y cambiar a métodos de preparación que aprovechen la calidad de café? Queda como inquietud que las universidades y los centros de investigación trabajen en métodos de preparación diferentes, propios de las características del café colombiano, que pueda reemplazar la greca como método preferido en el país. Adicionalmente hay que trabajar más en productos derivados y torrefacción. En general la industria todavía no se ha desarrollado, hay que empezar y trabajar mucho más en todos estos temas. Los derivados son el negocio adicional de los cafeteros empresariales, pero apenas empiezan a trabajar sobre este tema por lo que hay mucho que descubrir.

-¿Cuál es la línea de este proyecto dentro del plan de desarrollo? Proyecto 2.2.3.4 Antioquia: Origen de Cafés Especiales

-¿Dónde está almacenada la información generada por el proyecto? ARTICA se encarga de la administración del sistema de información, por ahora, por un año, para este sistema de información se comprará un dominio de la página web. La licencia es directamente de la gobernación de Antioquia

Se sirvieron dos tipos de café, uno comercial y uno especial para que sintieran la diferencia. El café especial es un trivarietal, es decir, tres variedades diferentes.

| | | |
|---|------------------------------------|--|
|  GOBERNACION DE ANTIOQUIA REPUBLICA DE COLOMBIA | ACTA DE REUNIÓN No. ____ | Código: FO-M9-P2-01 |
| | | Versión: 02 |
| | | Fecha de aprobación: 02/Dic/2008 |
| | | Página 4 de 4 |


QUEDAN RECURSOS DISPONIBLES PARA LA OPERACIÓN DEL 4 CONCURSO, EL COMITÉ APRUEBA Y DA VISTO PARA LAS ADICIONES PARA TERMINAR EL PROGRAMA DEL 4 CONCURSO DE LA MEJOR TAZA DE CAFÉ, INCLUYENDO LA AUDITORIA.

3. Resumen de los compromisos
 Yenny Velasquez Álzate

| PREGUNTAS ADICIONALES | CONCERTACIÓN RESPUESTA | | |
|---|------------------------|-----------------|----------|
| | FECHA | FORMA | CUMPLIÓ? |
| 1. Relación del personal que labora en el Programa de Cafes Especiales, adicional al Anexo de los instructivos Nombre Nivel Cargo Tipo de vinculación Antigüedad Salario En tipo de vinculación considere los contratistas por prestación de servicios en forma directa y por convenios interadministrativos (Tercerización) Anexo: Listado Personal. | 4 de Dic | Informe Escrito | |
| 2. Cuales son las razones fundamentales que se tuvo para liderar el proceso de Cafes Especiales como caso de Internacionalización | 4 de Dic | Informe Escrito | |
| 3. Cuales son los aliados estrategicos del Programa | 4 de Dic | Informe Escrito | |
| 4. Detallar los convenios que se han tenido en el Programa y sus vigencias | 4 de Dic | | |
| 5. Cuales son los contratistas y/o proveedores del Programa Cafes Especiales | 4 de Dic | Informe Escrito | |
| 6. Detallar los beneficiarios del programa Cafes Especiales | 4 de Dic | Informe Escrito | |
| 7. De donde provienen los recursos del Programa y presupuesto | 4 de Dic | Informe Escrito | |
| 8. Relacionar el Plan Estrategico que se tiene para el futuro | 4 de Dic | Informe Escrito | |
| 9. Relacionar las Bases de datos e investigaciones que desarrollo el programa Cafes Especiales. | 4 de Dic | Informe Escrito | |
| 10. Cuales son las actividades, tiempo, valor y proveedor/aliado para el 4 concurso | 4 de Dic | Informe Escrito | |


 Elaborada por: Johan Sebastián Sánchez Rincón

Revisada y Aprobada por:


 Jaime Ignacio Velilla Castrillón
 Secretario de Productividad y Competitividad


 Carlos E. Arango Arango
 Coordinador del Comité de Empalme