



El rol de la Denominación de Origen en la estrategia de Diferenciación y Protección del Café de Colombia

Marcela Jaramillo

Federación Nacional de Cafeteros de
Colombia

Mérida, Noviembre 2007

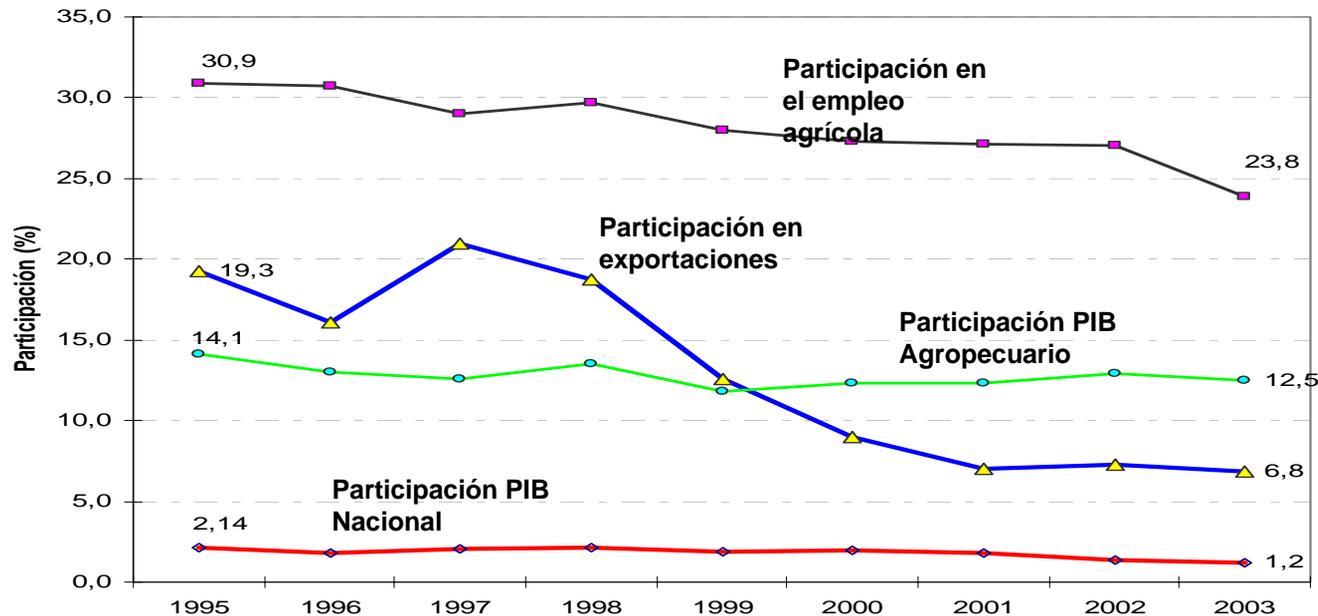


La Federación Nacional de Cafeteros de Colombia (FNC)

- La Federación Nacional de Cafeteros de Colombia fue fundada en 1927 por los caficultores Colombianos.
- La FNC es una ONG que representa los intereses de 560,000 caficultores a través de un sistema democrático de representación.
- La FNC se dedica a mejorar el nivel de vida en los municipios cafeteros, y a proteger y promover el café de Colombia en el mundo.

Su labor es de gran importancia social y económica

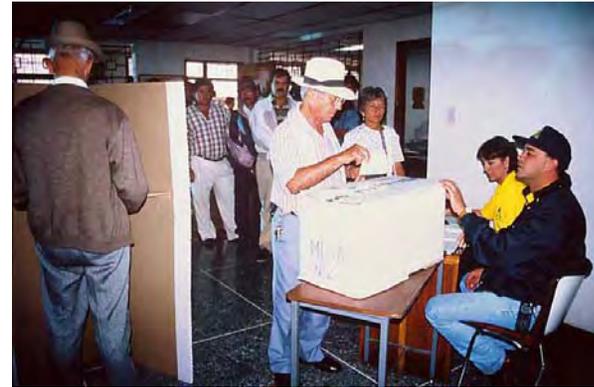
- 1.000.000 de empleos directos e indirectos
- 2.000.000 de personas que dependen del café
- 566.000 caficultores
- 559 municipios cafeteros



Fuente: DANE, CEGA, BANREP, Federacafé

FNC: Organización Gremial

A través de elecciones democráticas, los caficultores eligen a sus representantes en las diferentes instancias de la institucionalidad cafetera.



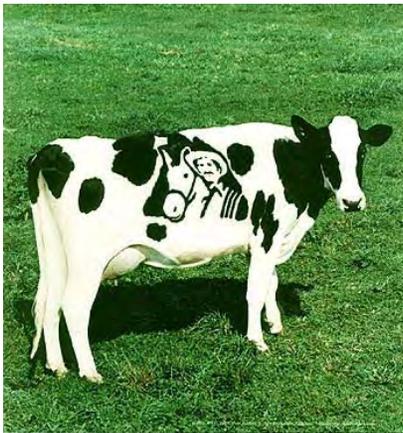
El Congreso Nacional de Cafeteros elige al Gerente General de la FNC, y lo autoriza para representar los intereses de los cafeteros.

Como representante legítima de los cafeteros colombianos, FNC es responsable de la protección y promoción del origen colombia

Asistencia Técnica



Control de Calidad



La crème de la crème.



Promoción y Publicidad

R&D



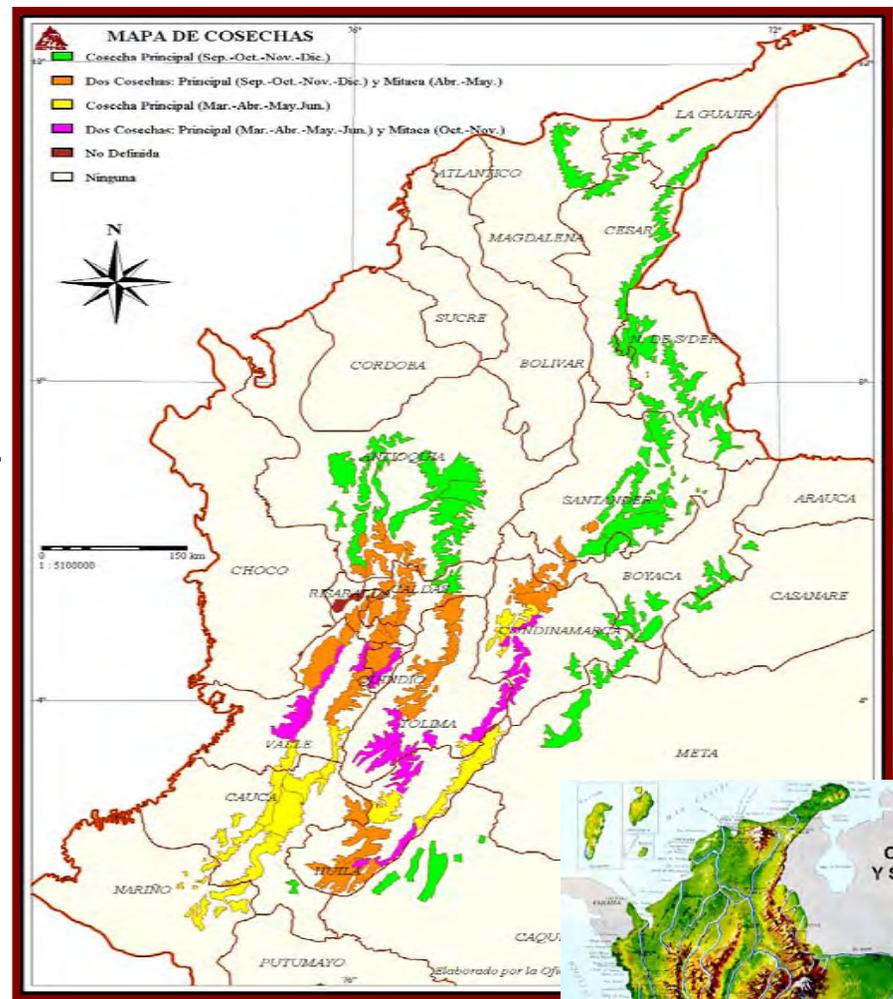
El Café Colombiano...

- Proviene exclusivamente de la especie Arábica
- Cultivado en las montañas colombianas por cafeteros que a lo largo de los años han perfeccionado sus técnicas de recolección manual y beneficio húmedo.
- Los cuidadosos procesos de selección, clasificación y trilla, resultan en un producto de calidad reconocida que se caracteriza por una taza suave, limpia, con acidez y cuerpo medio / alto, aroma pronunciado y completo.

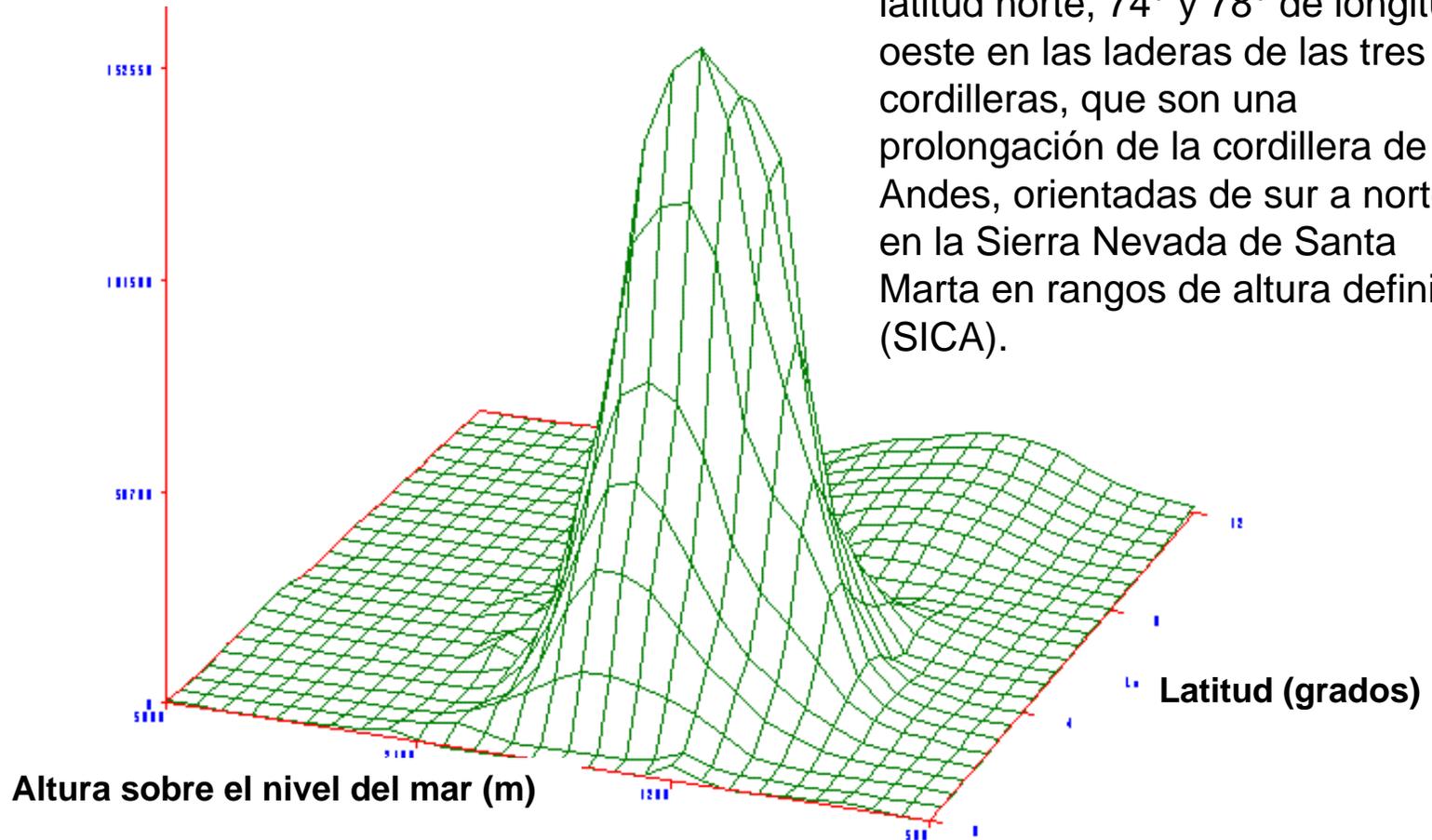


- El relieve montañoso origina condiciones muy particulares de lluvia con cantidades que fluctúan entre 1200 y 4000 mm por año.

- El régimen térmico está regulado por la altitud y las temperaturas están dentro del rango óptimo para el crecimiento del café (18 – 22°C) sin llegar a experimentar valores extremos (temperaturas muy altas o heladas) que interfieran con el proceso fotosintético o detengan las funciones de desarrollo normal de las plantaciones.



Área de café (ha)

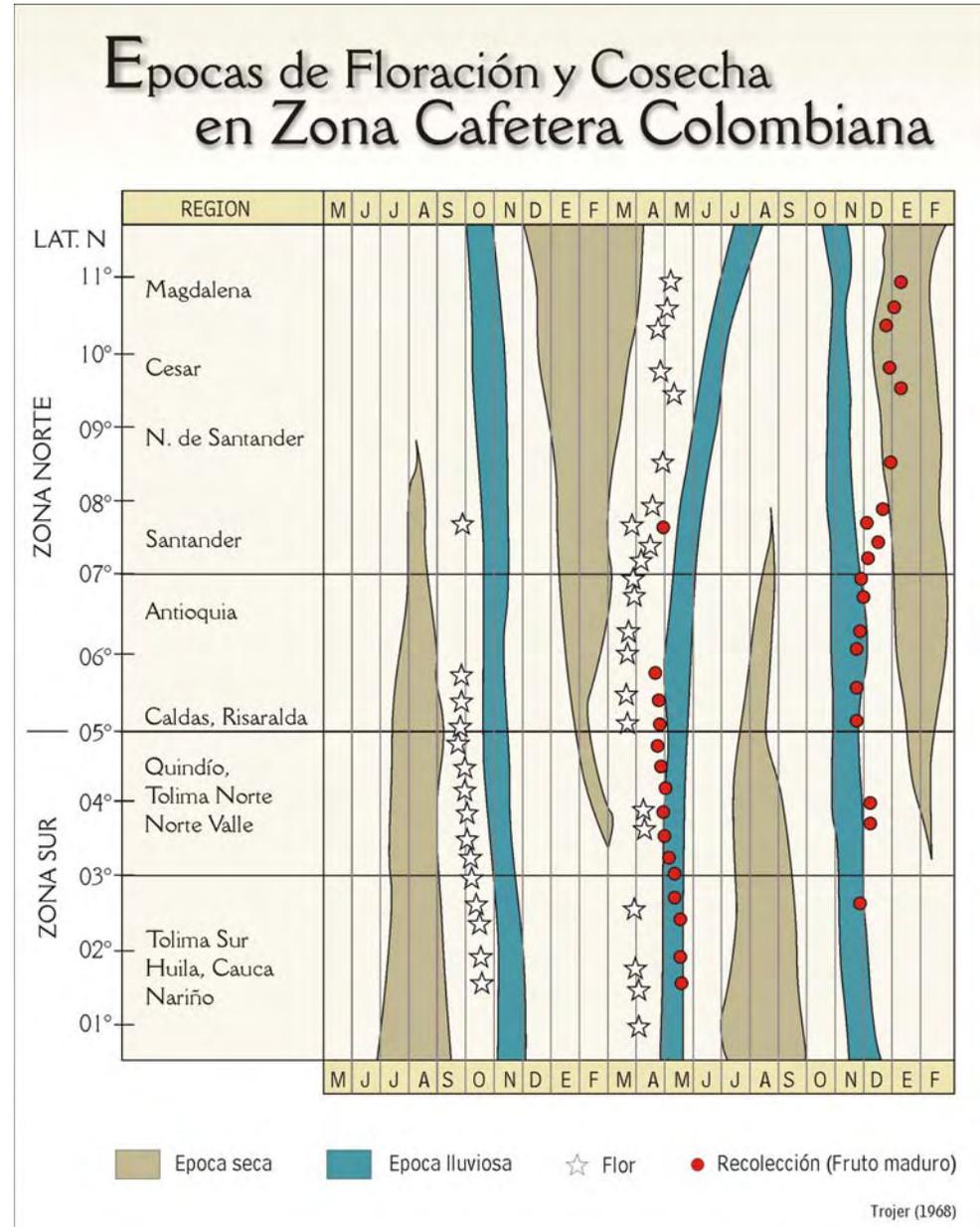


- La zona cafetera colombiana está localizada entre los 1° y 11° de latitud norte, 74° y 78° de longitud oeste en las laderas de las tres cordilleras, que son una prolongación de la cordillera de los Andes, orientadas de sur a norte, y en la Sierra Nevada de Santa Marta en rangos de altura definidos (SICA).

Café Fresco Todo el Año

Además de las condiciones ideales para la caficultura que provienen de su situación geográfica, Colombia es un origen excepcional ya que está en capacidad de producir café fresco de calidad consistente durante todo el año.

- Hay dos ciclos principales para el crecimiento del árbol de café en Colombia, con una diferencia de 6 meses entre el Norte y el Sur del país, que ocasiona que se presenten dos épocas marcadas de cosecha, una en el primer semestre y la otra en el segundo semestre.



El café hace parte de la herencia y tradición de los Colombianos: *savoir faire* que se transmite de generación en generación de familias cafeteras



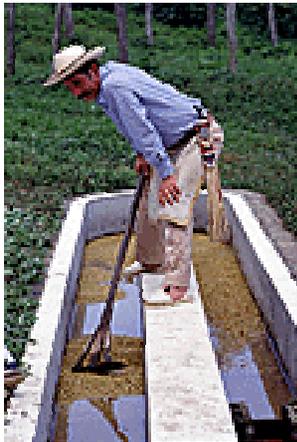
SIEMBRA



RECOLECCIÓN



DESPULPADO



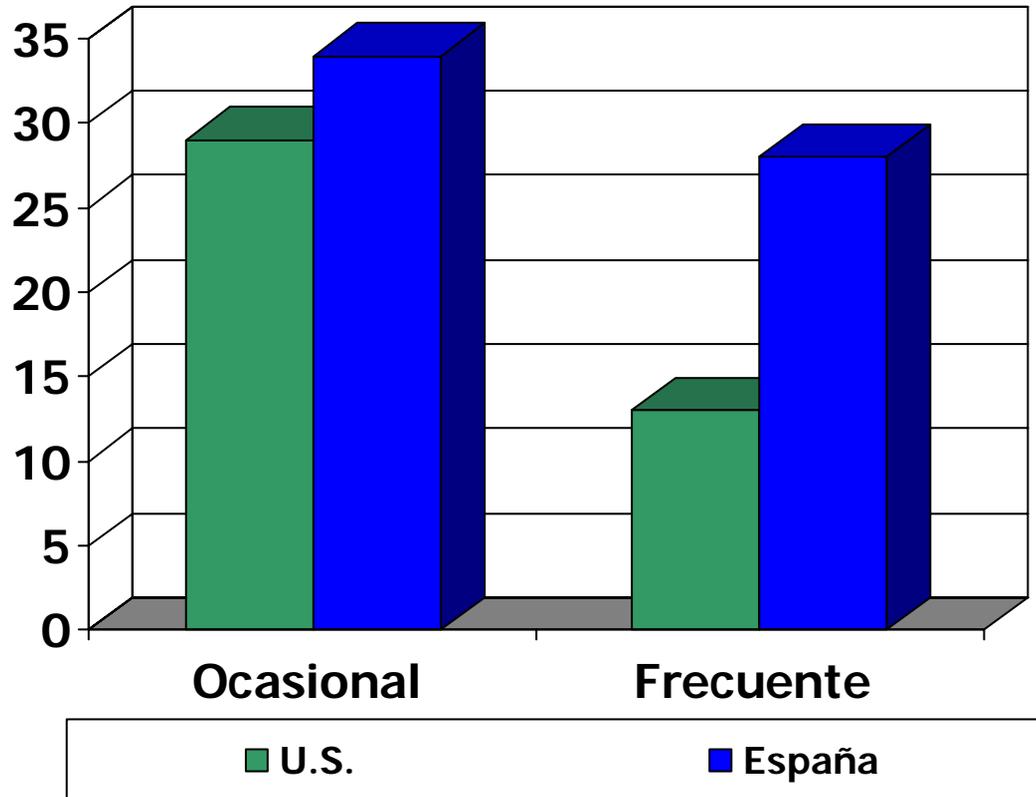
LAVADO



SECADO

Su reputación ha llegado a consumidores alrededor del mundo

Consumo de Café 100% Colombiano



Fuente: KRC



Generando la necesidad de una estrategia de protección

- Marcas:



Distintivas, reconocidas y poderosas. Sin embargo son relevantes solo en ciertos segmentos y no pueden ser usadas para proteger indicaciones geográficas.

- Marcas de Certificación/marcas oficiales:

“Colombian” (Para café)

Una alternativa para proteger el origen en ciertas jurisdicciones. Sin embargo, no están necesariamente asociadas con estándares de calidad.

- Su implementación es difícil y costosa.
- No son garantía de protección frente a descriptivos como “mezcla” o “tipo”



Las Indicaciones Geográficas pueden jugar un papel importante en la estrategia de diferenciación y protección

- **Para el consumidor Europeo representan:**
 - **Garantía de origen (26,8%)**
 - **Garantía de calidad (73.9%)**
 - **A Un símbolo geográfico y de método de producción (32%)**
 - **Tradición (16%)**
- **43% de los consumidores Europeos están dispuestos a pagar 10% más por productos bajo Indicación Geográfica.**

Fuente: 1999 & 2002 estudios realizados por la Comisión Europea con una muestra representativa de 16000 ciudadanos de la Unión Europea.



D.O. Café de Colombia



- En Diciembre 2004 La FNC radicó ante el gobierno colombiano la solicitud para reconocer el Café de Colombia como Denominación de Origen
- En Marzo del 2005, el gobierno Colombiano ratificó al Café de Colombia como D.O.
- En Junio del 2005, el Café de Colombia se convirtió en el primer producto de un tercer país a la UE que solicita el reconocimiento como IGP
- En Octubre de 2007 el Café de Colombia fue reconocido por la Comisión Europea como Indicación Geográfica Protegida



Por qué seguir el camino de las Denominaciones de Origen?

- Nuevas generaciones tienen mayor acceso e interés por información sobre los productos que consumen.
- La globalización ha generado un nicho de consumidores más conscientes y exigentes
- El origen es un elemento importante de diferenciación
- Más productos en una sola categoría: El consumidor quiere más opciones con diferentes propuestas de valor
- Las regulaciones alimentarias tienden hacia mayores niveles de trazabilidad

Nuevas generaciones de consumidores demandan mayor información

- Mayor acceso a la información: internet, revistas especializadas, etc.
- Mayor exposición a la diversidad cultural



X(25-38 años):
33% (U.S.) son
consumidores de
café



Y(10-24años): 23% (U.S.) son
consumidores de café

Las marcas comerciales ya nos son suficientes. Estos consumidores buscan tomar decisiones informadas y prácticas sobre los productos que consumen.



La globalización ha generado un nicho de consumidores más conscientes y exigentes

Nuevas tendencias de consumo:

Novedoso/exótico

Fresco

Fair Trade

Orgánico

Ecológico

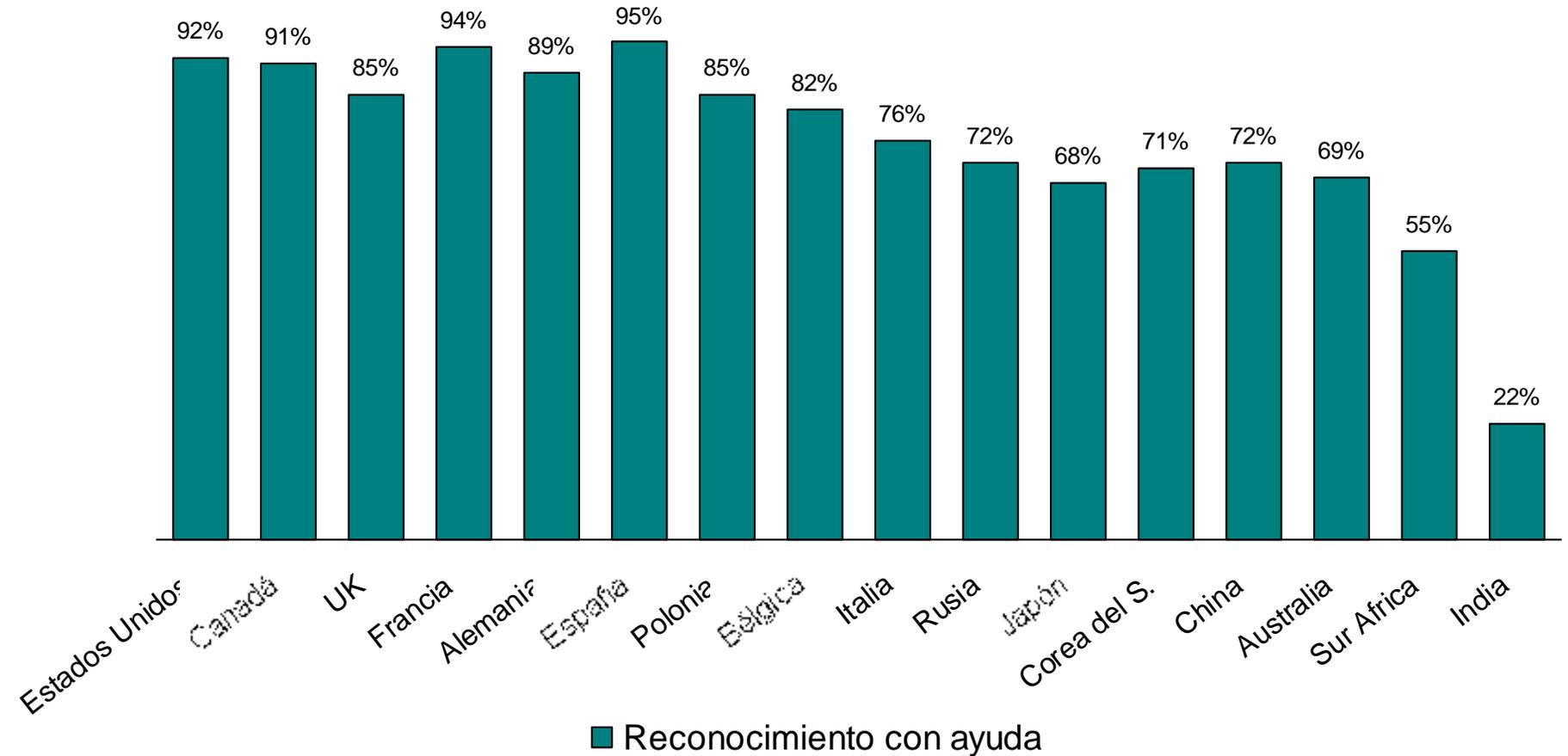
+ información

Trazabilidad

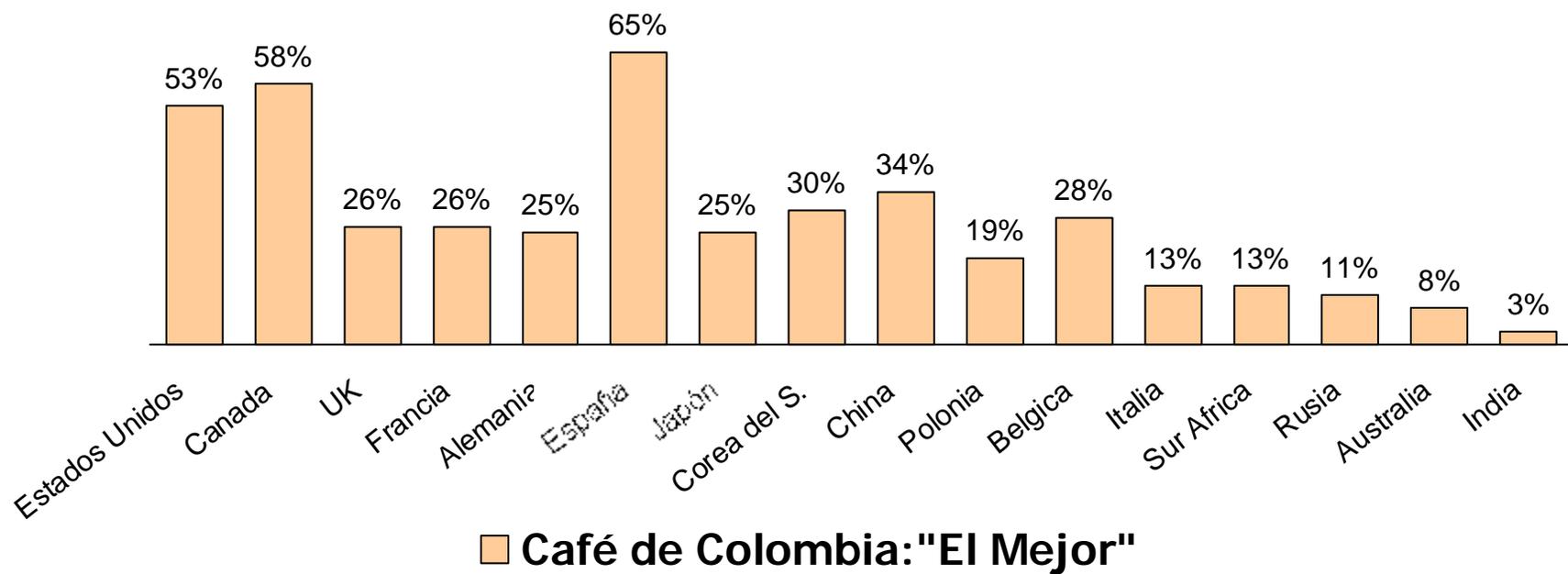


El origen es un elemento importante de diferenciación

Reconocimiento de Colombia como país productor de café



Café de Colombia como “el mejor”



Más productos en una sola categoría: El consumidor quiere más opciones con diferentes propuestas de valor



NESCAFÉ



i.e. Evolución de la categoría de café en el mercado de Estados Unidos



Las regulaciones alimentarias tienden hacia mayores niveles de trazabilidad

➤ La trazabilidad exige al empresario contar con sistemas y procedimientos que le permitan poner a disposición de clientes y autoridades la información sobre el producto y los proveedores que éstos requieran.

- A nivel normativo, la Ley de Bioterrorismo de Estados Unidos exige trazabilidad a los productos para la alimentación humana y animal.
- En el caso europeo, el Reglamento 178/02 de la Comisión Europea, exige que a partir del 1° de enero de 2005 todas las empresas productoras, transformadoras o distribuidoras de alimentos y piensos (alimentos para animales) deben contar con sistemas que aseguren la trazabilidad.



- En Japón, el etiquetado de los productos para la alimentación con información sobre el origen, ingredientes y el método de almacenamiento es obligatorio y está regulado por el Ministerio de Agricultura bajo la ley de JAS (Law Concerning Standardization and Proper Labeling of Agricultural and Forestry Products)
- Adicionalmente, hay exigencias de tipo comercial como Euregap, cuyo programa aporta normativas y establece una referencia global de buenas prácticas Agrícolas.

Algunos Requerimientos básicos

- Identificación del producto/especie
- Descripción del producto
- Número del lote de producción
- Identificación del Proveedor
- Fecha de captura/cosecha/retiro
- Identificación del embarcador



Las DO's representan una oportunidad para enfrentar las nuevas exigencias del mercado

- Los consumidores europeos perciben las IG's como:
 - Garantía de origen: 37%
 - Garantía de calidad: 37%
 - Garantía de lugar y método de producción: 56%
 - Símbolo de tradición: 17%
- Las IG's representan una oportunidad de comercialización para productores de todo el mundo:
 - 43% de los consumidores Europeos (aproximadamente unos 159 millones) se mostraron dispuestos a pagar un 10% extra por productos con indicación geográfica
 - 8% de (aproximadamente unos 29.6 millones) hasta un 20% extra
 - 3% de los consumidores Europeos (aproximadamente 11 millones) hasta un 30% por productos con IGs

Estudio Comisión Europea 1999



Denominaciones de Origen: respuesta a las nuevas tendencias de consumo

- Para los consumidores y reguladores de alimentos, las Denominaciones de Origen son fuente de información y credibilidad. Así mismo, para los productores, se están convirtiendo en fuente de crecimiento y desarrollo.
- La seguridad alimentaria, la salud y el medio ambiente entre otros, son preocupaciones constantes en el mercado actual. Las regulaciones tienden hacia sistemas más estrictos donde las garantías de trazabilidad son esenciales.
- Las nuevas tendencias de consumo han creado un ambiente ideal para el desarrollo de las D.O.'s. La demanda de los consumidores por más y mejor información sobre los productos que consumen, representa una importante oportunidad para el éxito de sistemas que garanticen origen y métodos de producción.



Muchas Gracias

Marcela Jaramillo

Federación Nacional de Cafeteros de
Colombia



marcela.jaramillo@cafedecolombia.com