

ESTABLECIMIENTO DE LOS FACTORES QUE INCIDEN EN LA COMPETITIVIDAD DEL CULTIVO DE CAFÉ EN LAS FINCAS DE LA VEREDA ALTO ORIENTE DEL MUNICIPIO DE TELLO - HUILA

Yeidi Tatiana Gaona Amaya¹
Wendy Yurany Rubiano Cubillos²

Resumen

Colombia es uno de los países más destacados a nivel mundial, en cuanto a producción de café. El producto que el país exporta posee distinciones en términos de calidad que lo colocan en una posición de prestigio. A partir de esta premisa, este estudio pretende describir los factores que son vitales en el logro de la calidad del producto, con fines de lograr que sea competitivo en el mercado internacional (considerando que es una de las principales fuentes económicas del país), tomando como población a los cafeteros de la vereda Alto Oriente del municipio de Tello, en el departamento del Huila. Por medio de una metodología descriptiva, y con instrumentos de recolección basados en cuestionarios realizados directamente a la población, se determinaron ocho factores básicos que afectan directamente la competitividad del café en el mercado. De estos se destacan factores locativos como la infraestructura donde se cultiva el producto, los costos de producción y las condiciones de seguridad de trabajo en las plantaciones. Sin embargo, se detectaron factores negativos como la poca cooperación de los gremios en cuanto a la mejora de los cultivos de la vereda, y la variación de los precios de venta, producto de inconvenientes externos como el estado de las vías o la temporada de cosecha de grandes productores como el Brasil.

Palabras clave: Producción, café, productividad, competitividad

Abstract

Colombia is one of the most prominent countries worldwide, in terms of coffee production. The product that the country exports has distinctions in terms of quality that place it in a prestigious position. From this premise, this study aims to describe the factors that are vital in achieving product quality, in order to make it competitive in the international market (considering that it is one of the main economic sources of the country), taking as a population the coffee growers from the Alto Oriente village of the municipality of Tello, in the department of Huila. Through a descriptive methodology, and with collection instruments based on questionnaires made directly to the population, eight basic factors that directly affect the competitiveness of coffee in the market were determined. These include locative factors such as the infrastructure where the product is grown, production costs and the safety work condition in the plantations. However, negative factors were detected such as the lack of cooperation of the unions regarding the improvement of the crops on the village, and the sales prices variation, due to external problems such as the roads conditions or the harvest season from big producers like Brazil.

Keywords: Production, coffee, productivity, competitiveness

¹Estudiante de Administración de Empresas de la Universidad Surcolombiana email: tatigals@hotmail.com

Introducción

Colombia cuenta con una importante producción de café, el cual se caracteriza por tener unos atributos sobresalientes en lo que se refiere a calidad, lo que les ha permitido obtener la distinción de cafés especiales.

La actividad cafetera es uno de los ejes esenciales para el desarrollo económico del país, si se tiene en cuenta que cerca del 25% de la población rural del país es cafetera y aporta 22% del PIB agrícola al cierre de 2017 (FNC, 2018).

La competitividad del cultivo de café subyace en los factores de producción que se encuentran disponibles en las regiones, los cuales hacen que la producción pueda ser rentable y sostenible; brindando una estabilidad económica tanto para los productores como a los demás actores involucrados en la cadena. (Bracamonte, 2007)

Es esto por lo que la presente investigación se enfoca en el estudio de los factores que pueden incidir en la competitividad del cultivo de café en las fincas de la zona vereda del Alto Oriente del municipio de Tello- Huila, haciendo uso de diferentes instrumentos para la recolección de información, para luego procesarla y generar unas conclusiones para el sector evaluado.

En esta propuesta se busca alcanzar los siguientes objetivos, Indicar los factores de competitividad del cultivo de café en las fincas de la vereda Alto Oriente del municipio de Tello – Huila, analizar los actores actuales que se desarrollan frente a la competitividad en los cultivos de café en las fincas. describir los factores actuales de competitividad que se mantienen en los cultivos de café y diseñar una estrategia para mejorar los factores de competitividad del cultivo de café en las fincas de la vereda Alto Oriente.

El presente estudio permite avanzar en el conocimiento de los sistemas productivos de café en una zona productora como lo es el norte del Huila y comprender mejor la problemática

de los productores, sus limitaciones y ventajas competitivas, para así determinar correctivos y alternativas de producción, orientadas a lograr mayores índices de rentabilidad que los haga más competitivos en el ámbito nacional e internacional, sin perder de vista los criterios de sostenibilidad.

En su realización, esta investigación afrontó problemas de diferente índole, relacionados principalmente con la natural desconfianza de nuestros pequeños agroempresarios cuando se trata de aportar datos de índole económico y con la ausencia total de registros que permitan puntualizar la información solicitada, lo cual hizo que la mayoría de los datos se hayan extraído de la memoria de los entrevistados.

Materiales y métodos

Se trata de una investigación de tipo descriptiva la cual se sustenta en trabajo de campo realizado a través de la aplicación de cuestionarios a los productores, quienes hacen parte de la asociación de cafeteros de la vereda Alto Oriente del municipio de Tello.

Resultados y discusión

La caracterización de las fincas dedicadas a la producción de café se realizó con base en los cuestionarios diligenciados por los productores. 35 fincas fueron encuestadas, las cuales se ubican en el norte del departamento del Huila, con una altitud aproximada de 1700 msnm y un clima templado, teniendo como ventaja competitiva la variedad de recursos naturales para el establecimiento y desarrollo del cultivo. De acuerdo con lo establecido por la Federación Nacional de Cafeteros (FNC, 2008) las temperaturas óptimas para el cultivo se encuentran entre los 18 °C y los 22.5 °C, las cuales coinciden con las temperaturas de la región.

Los resultados del estudio arrojaron que el 94% de las fincas son cultivadas por sus propietarios, mientras que el 6% restante se cultivan a medias con otro productor, lo que beneficia al caficultor

a la hora de cosechar sus propias tierras y hacerlo de la mejor manera posible.

El número de plantas sembradas por finca se ubica entre los siguientes rangos: menos de 10000 (54%), de 10000 a 18000 (34%) y más de 18000 (12%). Según lo expresa la Federación Nacional de Cafeteros (FNC, 2008), de los 518 mil caficultores existentes en Colombia, el 94% tienen menos de 5 hectáreas de cultivo de café.

Sobre el manejo del cultivo, las actividades de riego no son efectuadas por la mayoría de los cultivadores (97%) los cuales aducen que el clima les favorece, y no hay necesidad de su implementación, mientras que el 3% restante lo realizan cuando se presentan tiempos de sequía. Según la revista técnica agropecuaria difundida por la Federación Nacional de Cafeteros (FNC, 2008), el riego es fundamental para el rendimiento del café en cereza, donde se destaca la importancia de la lluvia en el cultivo, la cual, en diversos lugares se da por temporadas y en ocasiones no resulta suficiente para el cultivo en sus diversas etapas, por lo que es necesario la implementación de este por medios artificiales.

En cuanto a la fertilización, ésta solo se realiza con abonos químicos, por cuanto se considera que son los más efectivos y mediatos, desconociendo en muchas ocasiones las bondades de los abonos orgánicos.

El 77% hace esta labor cada 4 meses, teniendo como referencia la temporada climática, debido a que se tiene la percepción que, de no abonar en época de verano, se perderá el insumo y por ende la efectividad en la planta. El 11% fertiliza cada 6 meses, el 9% cada 5 y el 3% cada 3 meses. El tipo de fertilizante formulado desde fábrica es el utilizado por la mayoría (63%), el

fertilizante de un solo elemento lo utilizan un 11% de los productores y el 26% restante mezclan los dos anteriores para mejorar la efectividad de su cafetal.

Considerando la cantidad de fertilizante utilizado por planta, respecto a la práctica de análisis de suelo, el 72% de los productores lo realizan con el fin de fertilizar de acuerdo a los requerimientos de la planta y de esa forma obtener una economía en los insumos, mientras el 28% restante nunca han realizado un análisis de suelos para saber qué componentes necesitan la tierra para aumentar su productividad.

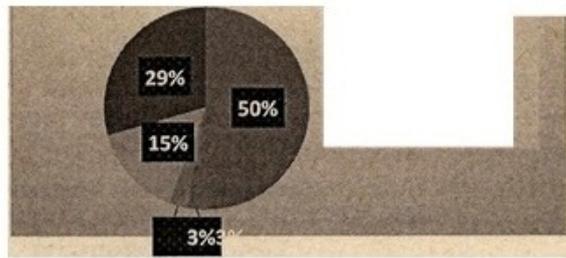
Una de las enfermedades con presencia en la zona es la Roya con un índice del 50%, razón por la cual fue necesario cambiar la variedad que se estaba manejando, que para este caso consistió en sustituir la variedad Caturra por la variedad Colombia. Adicional a ellos se encuentra la llaga macana con un 3% y llaga negra con un 3%, el 5% de los cafetales presentan todas estas enfermedades y el 29% restante ninguna de estas ellas.

El control de enfermedades se realiza con productos químicos como Lorsban, Malzote, Alto100, Malatión, Cloruro De Potasio y Cal viva. Estos productos son aplicados por el tiempo necesario y se repite la dosis para prevenir y tener control sobre las reapariciones. Otras enfermedades se controlan con métodos manuales y renovación del cultivo. Los empaques de estos agroquímicos se manejan de la siguiente forma: el 54% son quemados, el 20% son reutilizados (para la reutilización pasan por un proceso de lavado y secado con el fin de utilizarlos sin peligro), el 14% los recoge la volqueta del municipio, el 9% los tiran al campo abierto y el 3% los entierran.

Porcentaje de/ tipo de enfermedades que presentan el cultivo de café en las fincas de la vereda Alto Oriente del municipio de Tello - Huila.

Enfermedades del café

- Roya
- Llaga macana
- Llaga negra
- Todas la anteriores
- No presenta



Fuente: Elaboración propia.

Las plagas que hacen presencia en los cafetales son la Broca con un 43%, Palomilla y Minador de hoja con un 3% cada una, y el 46% de los cultivos, presentan todas las anteriores. Estas plagas son controladas por un método manual conocido como el ReRe, la cual consiste en la selección del producto dañado en las plantas del cafeto y la renovación del cultivo. Esta renovación se hace cuando el cultivo de café se considera viejo y poco productivo, lo que en algunos casos sucede después de los 5 años o más.

El rendimiento promedio de café cereza por planta es menor a 4 kilogramos para el 69% de los productores y el restante 31% de 4 a 7 kilogramos; todo esto sujeto a que cada año existe la cosecha principal pero también se presenta una secundaria llamada "mitaca", la cual se distingue de la primera por ser menos abundante.

Respecto a los factores que se identifican como responsables de la pérdida del café entre los caficultores encuentra el cambio climático con un 86%, seguido de sobre maduración y daños sanitarios con un 14% de afectación.

Los cafeteros utilizan los siguiente medios para la comercialización del producto: el 74% de hacen uso de vehículos automotores y el 26% restante hacen uso de animales para transportar el producto.

Según la FNC (2012), Colombia posee una problemática debido a las malas condiciones de las vías terciarias, lo cual impacta de primera mano a los cafeteros. La zona objeto de estudio no tiene vías de acceso en buenas condiciones para transportar el café, pero no llega

a ser una problemática de gran índole para su comercialización.

En cuanto al número de jornales contratados anualmente por los productores, el 94% contrata menos de 250, el 3% entre 250 a 300 y más de 300 el 3%; siendo este el mayor costo variable que deben asumir los caficultores según la FNC (2008).

La mano de obra contratada es en un 89% del género masculino, debido a que representa una ventaja por un mejor rendimiento que obtiene en la recolección del café y su transporte hasta el lugar de lavado; el 11% de mano de obra restante es de género femenino, la cual se ocupa principalmente para la alimentación de los trabajadores.

Esto teniendo en cuenta que el 83% de los jornales se contratan como jornales libres, lo cual implica que se incluye la alimentación para generar comodidad entre los jornaleros al poder recibir los alimentos en el lugar de trabajo. La otra modalidad de contrato de mano de obra la representan los jornales grabados (17%), los cuales favorecen aquellas personas que tiene el lugar de alimentación cerca o porque trabajan por la cantidad de café seleccionado.

El nivel educativo de los jornaleros es la siguiente: el 57% tienen formación hasta básica primaria, el 9% bachilleres, los cuales buscan un medio para generar recursos durante el período de vacaciones o de receso, con un 3% se encuentran las personas con ningún nivel de estudios y por último se encuentran los llamados "andariegos" que representan el 31% de la mano de obra, de los cuales los caficultores desconocen completamente

el nivel educativo que poseen.

El valor de los jornales se ubica en los siguientes rangos: menos de \$25000 (3%), de \$25000 a \$30000 (83%) y más de \$30000 (13%) son aquellos que se contratan según la cantidad de café recolectado.

Existen tres formas de vender el café según su proceso, definidas como pergamino fresco (fermentado, lavado y mojado), pergamino seco y la pasilla. Los cafeteros en su mayoría prefieren vender el café casi en su totalidad en estado seco, porque genera más rentabilidad y su precio se ajusta al del mercado nacional.

En algunos casos, como afirman ellos, venden pequeñas cantidades de café pergamino fresco por necesidades que se presentan a último momento y requieren recursos económicos para cubrirlas.

En su mayoría, los productores venden muy poco café pasilla, aunque en algunas cosechas estos niveles son altos debido a problemas climáticos que afectan el fruto en el cultivo.

El intermediario es el principal comprador del producto según el estudio con un porcentaje del 51%, mientras que el 49% restante vende su producto en la Cooperativa CADEFIHUILA, ya que, por lo general, obtienen algunos beneficios como asociados.

Los principales motivos que inclinan al productor a vender el café ya sea al intermediario o a la cooperativa son los siguientes:

El precio representa un 54%, siendo el principal motivo. Por lo general, el intermediario no requiere que el café sea de excelente calidad, a diferencia de la cooperativa, que si lo exige. El 49% restante se inclina por una de las dos opciones obedeciendo a motivos personales tales como atención, localización, pago oportuno, entre otros.

En cuanto a las variaciones de precio del producto,

se tiene como principal motivo la oferta del producto con un 74%, mientras que el tiempo de cosecha y la calidad representa el 26% sobre la variación del precio. Según los cafeteros, cuando los países grandes en producción de café, como Brasil, se encuentran en receso de cosecha, en los demás países productores, como Colombia, aumenta el precio del producto.

Algunas de las problemáticas a las que se ve sometido el productor al momento de comercializar el producto son los elevados costos del transporte, ya que un 17% de ellos opina que este constituye una barrera para poder comercializar el café en un lugar diferente al centro poblado más cercano.

Otro de los problemas lo representa el precio del producto con un 26%, dado que la diferencia en los precios que se ofrecen al productor no es significativa. (Chavarría y Sepúlveda, 2001) La falta de liderazgo, la inseguridad y las malas condiciones de las vías constituyen el problema más importante con un 31%, y el 26% restante comenta no tener problemas para comercializar su producto.

El 49% de los caficultores llevan más de 30 años en el oficio, el 48% de 10 a 30 años y el 3%, menos de 10 años. Esto evidencia que la caficultura hace parte de la tradición y de las prácticas culturales.

Se considera como una ventaja que el 57% de los caficultores asistan a capacitaciones del Sena o del Comité de Cafeteros, mientras que el 43% restante no lo hacen.

Factores de competitividad del cultivo de café que deben presentar las fincas cafeteras

1. Factores de infraestructura.

Según (FNC, 2012) una de las principales problemáticas son las malas condiciones de las vías terciarias para el transporte del café. La competitividad del sector cafetero es medida por

la calidad de las vías que tiene al alcance para que su producto agrícola. sea distribuido lo más fácil posible.

En cuanto a las instalaciones necesarias para la limpieza y selección del café, en esta zona cafetera se evidencia el uso de beneficiaderos, marquesina, trilladora y despulpadora, que muchas veces no se encuentran en buen estado.

2. Contabilidad de costos.

Este factor va ligado con el control que tienen los caficultores sobre su producción agrícola contribuyendo a una base de datos de información económica interna de la producción, con el fin de analizar y tomar decisiones para su debido mejoramiento.

3. Recursos naturales.

Según el diario El País, el departamento del Huila cuenta con 154.980 hectáreas de café, siendo el Huila uno de los departamentos de mayor producción que pertenecen al eje cafetero. El departamento cuenta con recursos suficientes para la producción de café, en la vereda Alto Oriente no tienen control de los desechos y aguas residuales que genera los procesos de producción.

4. Condiciones de vida.

Son las condiciones de habitabilidad que tiene los hogares dedicados a la caficultura, los riesgos de presentar enfermedades, la posibilidad de recibir educación y las necesidades básicas satisfechas que tiene la comunidad para mejorar su calidad de vida.

5. Calidad y diferenciación.

Esto se atribuye a aquellos cafés que tienen un cuidado diferente a lo que se le hace llamar café especial. Por su aroma, sabor y textura, se incluye a la diferenciación de los procesos que están relacionados con el clima, el tipo de suelo, la precipitación y otros factores que favorecen las

características propias de este.

6. Institucionalidad cafetera.

Las organizaciones ayudan a mejorar los procesos del grano de café a la hora de vender dentro y fuera del país, en este caso la Federación Nacional de Cafeteros es una gran oportunidad para convertirse en asociados disfrutando de los beneficios y oportunidades que ofrece el mercado mediante esta.

7. Condiciones de seguridad.

Este producto agrícola está ubicado en las zonas rurales donde era frecuente encontrar grupos al margen de la ley formando inseguridad a la hora de transportar los productos agrícolas, y los comerciantes se trasladaban para ejercer su función y así ayudar a la economía del sector. Actualmente las condiciones de seguridad han mejorado significativamente, lo que hace que los campesinos se sientan seguros a la hora de producir y comercializar el producto.

8. Desempeño económico

El café es un *comoditty* que le genera al país ingresos adicionales aportándole en un 43% al PIB nacional, cuyos ingresos benefician a más de 553 mil familias apoyando directamente a 2,7 millones de personas donde el 95% de las familias cafeteras son responsables por el 69% de la producción nacional.

Conclusiones

La competitividad es un requisito primordial para luchar en el sector cafetero, sin la capacidad de ser competitivo en el mercado de café el sueño de pautar y hacer diferenciarse se encuentra muy lejos de hacerse realidad. Es por esto por lo que la mayoría de las zonas cafeteras buscan, día a día implementar estrategias que los lleven a diferenciarse de sus competidores más fuertes, generando tanto valores agregados como ventajas competitivas que sean difíciles de igualar y, por

ende, seguir siendo mejor que las demás. Es importante resaltar que la competitividad debe de ser analizada desde un punto de vista externo, por sobre uno interno.

El querer adoptar una posición competitiva en el mercado puede traer tanto ventajas como desventajas. Aunque, en su mayoría, se obtienen ventajas como liderar el mercado cafetero, lograr el nivel de caracterización (tan requerido por todas las fincas cafeteras) e, incluso, ser el preferido por los amantes del café.

La producción del café, para ser reconocida como competitiva, tiene que estar bien enfocada en sus procesos, de lo contrario, se podría invertir millonarias sumas de dinero en la mecanización de este y, en últimas, convertir dichas inversiones en gastos y costos innecesarios.

La producción de café en la vereda Alto Oriente del municipio de Tello se ha manifestado mediante la cultura tradicional. Esta se evidencia por las prácticas agrícolas en el establecimiento, mantenimiento y producción de café, por lo que debe estar mecanizado y tecnificado para que se someta a la competitividad que solicita el mercado cafetero.

Recomendaciones

- Es importante seguir investigando en el sector agrícola, y aún más en el sector cafetero, ya que se considera el sector que más aporta a la economía nacional y genera un alto nivel de empleo.
- La cultura, la tradición y el regionalismo que evidencia la producción de café en cada una de sus actividades son factores claves de la competitividad que ponen la diferencia con otras regiones. Es recomendable que no se abandonen las costumbres, pero hacen falta tecnificación y apoyo que implementen nuevos conocimientos en los cafeteros para mejorar la producción.
- Es necesario que los productores lleven un control de los costos y gastos de la producción

de café. Es recomendable sembrar la iniciativa de la contabilidad de costos a través de formatos aptos para su entendimiento y control interno de la producción cafetera.

Agradecimientos

Se hace un reconocimiento especial a los cafeteros de la vereda Alto Oriente por su disposición para brindar la información solicitada en los cuestionarios. Adicionalmente, a todos aquellos que aportaron de alguna forma u otra para el desarrollo del proyecto.

Referencias Bibliográficas

- Bracamonte, A., Dessens N. y Méndez R. (2007), "La nueva agricultura sonorenses: Historia reciente de un viejo negocio" en *Región y Sociedad*, El Colegio de Sonora, Hermosillo, Vol. XIX (Núm., Especial): 1-22
- Chavarría, H. Sepúlveda, S. y Coronado, D. 2001: Factores económicos y no económicos que determinan la Competitividad de las unidades productivas agroindustriales. ICA. Colombia. Pag 20.
- Escudero, A. 2002. Evaluación de la Competitividad del Sistema Agroalimentario del Tomate de Riñón: producción de la década de los 90 s, Facultad de Economía. PUCE. Quito, Ecuador. Pag 160.
- Federación Nacional de Cafeteros de Colombia, 2008. Gula ambiental para el sector cafetero, Colombia. Segunda Edición. Pag, 58. En: Fernández, Álvaro J. y Gómez H, Paola A. 2014. Factores claves de éxito y la competitividad de las empresas en el valle del cauca. Tesis de grado, Colombia.
<https://www.federaciondefcafeteros.org/static/files/8capitulo6.pdf>
- Lozano, Andrés y Yoshida, Paula. (2010). Índice de competitividad regional cafetero. Colombia. Pag 104.

- Muñoz B, Johanna A. 2011. Análisis de la competitividad del sistema de producción de Iulo (solanum quitoense lam.) en tres municipios de Nariño, Colombia. Pág. 8-10.
- Porter, M. 1991. Towards a Dynamic Theory of Strategy. Strategic Management Journal, 12: 95-117.
- Rojas P., Romero S., Sepulveda S. 2000. ICA. Algunos ejemplos de cómo medir la competitividad. San José de Costa Rica. Pag 49.
- Rojas, P. 1999. ¿Qué es la Competitividad? Cuadernos técnicos del ICA No. 9. Costa Rica.
- Sachs, J. y Vial, J. 2002. Proyecto Andino de Competitividad. Center for International Development, Harvard University. Cambridge. Pag 35.