

**FORTALECIMIENTO DE LA COMPETITIVIDAD DE CAFÉ ESPECIAL EN EL
MUNICIPIO DE CALDONO-CAUCA**

**DIANA ELIZABETH ARCINIEGAS TULCAN
PAOLA YULIANA TRUJILLO PAZ**

**UNIVERSIDAD DEL CAUCA
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESPECIALIZACIÓN EN GERENCIA EN PROYECTOS
POPAYAN
2015**

**FORTALECIMIENTO DE LA COMPETITIVIDAD DE CAFÉ ESPECIAL EN EL
MUNICIPIO DE CALDONO-CAUCA**

**DIANA ELIZABETH ARCINIEGAS TULCAN
PAOLA YULIANA TRUJILLO PAZ**

**Trabajo de grado para optar al título de Especialista en Gerencia de
Proyectos**

Director de Tesis: Mg. MARTHA SANCLEMENTE

**UNIVERSIDAD DEL CAUCA
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESPECIALIZACIÓN EN GERENCIA EN PROYECTOS
POPAYAN
2015**

Nota de Aceptación

Jurado

Popayán, 31/01/2015

CONTENIDO

1. INTRODUCCIÓN	9
2. INFORMACIÓN GENERAL DEL PROYECTO	9
3. CONTRIBUCIÓN DEL PROYECTO A LA POLÍTICA PÚBLICA	10
3.1 CONTRIBUCIÓN AL PLAN NACIONAL DE DESARROLLO	10
3.2 CONTRIBUCIÓN AL PLAN DE DESARROLLO DEPARTAMENTAL	10
3.3 CONTRIBUCIÓN AL PLAN DE DESARROLLO MUNICIPAL	11
4. IDENTIFICACIÓN DE PROBLEMA O NECESIDAD	11
4.1 DEFINICIÓN DEL PROBLEMA CENTRAL	11
4.2 MAGNITUD ACTUAL	17
4.3 CAUSAS QUE GENERAN EL PROBLEMA	18
4.4 EFECTOS GENERADOS POR EL PROBLEMA	19
4.5 ÁRBOL DE PROBLEMAS	20
4.6 ÁRBOL DE OBJETIVOS	21
5. ANÁLISIS DE PARTICIPANTES	22
5.1 Tipo de concertación realizada entre los participantes	24
6. POBLACIÓN AFECTADA Y OBJETIVO POR EL PROBLEMA	25
7. OBJETIVOS	26
6.1 Objetivo general	26
6.2 Objetivos específicos	27
6.3 Marco Lógico	29
8. ALTERNATIVAS DE SOLUCIÓN	31
7.1 RESUMEN DE LA ALTERNATIVA PRESENTADA	31
9. DURACIÓN DEL PROYECTO	32
10. ESTUDIO DE MERCADO	32
9.1 OFERTA	32
9.2 DEMANDA	40
9.3 DETALLE DE ESTUDIO OFERTA/DEMANDA CAFÉ ESPECIAL	46
9.4 DETALLE DE ESTUDIO OFERTA/DEMANDA CAFÉ ESTANDAR	46
11. CAPACIDAD Y BENEFICIARIOS	58
11 LOCALIZACIÓN	58
12 ANÁLISIS DE RIESGOS	59
13. BENEFICIOS DEL PROYECTO	61
13.1 BENEFICIOS SOCIALES	61

13.2	BENEFICIOS AMBIENTALES	61
13.3	BENEFICIOS ECONÓMICOS	61
14.	INDICADORES	61
16.	EVALUACION FINANCIERA DEL PROYECTO	63
16.1	COSTO TOTAL DEL PROYECTO.....	63
16.2	CALCULO DE BENEFICIOS INGRESOS Y/O BENEFICIOS DEL PROYECTO.....	65
	BIBLIOGRAFIA	68
	ANEXOS	69

LISTADO DE TABLAS

Tabla 1 Cifras de Avance en Renovación Cafetales.....	16
Tabla 2 Relevancia de Caldono sobre el país	17
Tabla 3. Análisis de participantes	24
Tabla 4. Clasificación Demográfica de la Población	26
Tabla 5. Indicadores que miden el objetivo general.....	27
Tabla 6. Marco lógico.....	30
Tabla 7. Tipos de café en el mundo	33
Tabla 8. Producción de café en el mundo	35
Tabla 9. Clasificación de cafés especiales.....	38
Tabla 10. Consumo Mundial de Café (Miles de sacos de 60 Kg de café Verde)	41
Tabla 11. Oferta/Demanda café especial en Caldono.....	46
Tabla 12. Oferta/Demanda café estándar en Caldono.....	47
Tabla 13 Búsqueda relevante en Google	52
Tabla 14. Descripción de riesgos del proyecto	60
Tabla 15. Rubros Presupuesto.....	64
Tabla 16. Fuentes de financiación	65
Tabla 17. Beneficios e Ingresos	65
Tabla 18. Flujos de fondos.....	66

LISTADO DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Datos del Municipio de Caldono 2013.....	18
Ilustración 2. Árbol de problemas	20
Ilustración 3. Árbol de Objetivos.....	21
Ilustración 4. Consumo de café en las zonas importadoras 2010/11	42
Ilustración 5. Consumo doméstico de países productores de café (año cafetero 2010/2011, Miles de sacos)	43
Ilustración 6. Fuente: Retail Index Café Nielsen año móvil JJ 2013.....	44
Ilustración 7. Mercado mundial del café por tipo	44
Ilustración 8. División Política – Localización geográfica del municipio de Caldono	59
Ilustración 9. VPN vs TIR	66

1. INTRODUCCIÓN

*“La caficultura no es solo un cultivo, es una pasión y una forma de vida”
Carlos Arturo Trujillo-caficultor caucano-*

El panorama a futuro tendrá como característica especial una caficultura más competitiva, enmarcada dentro de condiciones de sostenibilidad social y ambiental, optimización de recursos, mejor calidad del producto y buenas prácticas agrícolas. A corto y largo plazo nuestros productores tendrán nuevos retos y deberán adaptarse rápidamente a unas condiciones de mercado variables, pero no podrán hacerlo solos, es importante contar con un respaldo por parte del gobierno quien deberá brindar las opciones de financiación para sacar adelante estas mejoras. Además, a través de sus instituciones podrá implementar políticas que sirvan como herramientas para fortalecer el desarrollo económico que el sector cafetero requiere. Mediante la ejecución de este trabajo se quiere construir eslabones de educación en buenas prácticas agrícolas y una adecuada administración de los recursos provenientes de las cosechas, es así como el proyecto incidirá en mejores ingresos de los caficultores de Caldono, Cauca

2. INFORMACIÓN GENERAL DEL PROYECTO

Fortalecimiento de la competitividad de café especial producido en el municipio de Caldono-Cauca

Datos del Formulador

- Nombre: Paola Yuliana
- Apellidos: Trujillo Paz
- Identificación: 1.058.816.533
- Teléfonos: 3116143253

- Email:ptrujillo36@gmail.com

- Nombre: Diana Elizabeth
- Apellidos: Arciniegas Tulcán
- Identificación: 1.130.622.285
- Teléfonos: 3157753081
- Entidad: ASOCAFEP
- Email:darciniegast26@gmail.com

3. CONTRIBUCIÓN DEL PROYECTO A LA POLÍTICA PÚBLICA

3.1 CONTRIBUCIÓN AL PLAN NACIONAL DE DESARROLLO

Plan Nacional De Desarrollo 2010-2014 “Prosperidad para Todos”

- **Pilar:** Crecimiento sostenible y competitividad
- **Objetivo:** Locomotoras para el crecimiento y la generación de empleo
- **Programa:** Agricultura y desarrollo rural (Competitividad de la producción agropecuaria)
- **Indicadores de seguimiento al Plan Nacional de Desarrollo:** Agropecuario
Nuevos beneficiarios de ATI alianzas productivas
- **Unidad de medida:** Beneficiarios
- **Meta:** 38460

3.2 CONTRIBUCIÓN AL PLAN DE DESARROLLO DEPARTAMENTAL

Plan De Desarrollo Departamental 2012-2015 “Cauca Todas Las Oportunidades”

- **Objetivo:** Mejorar la productividad del sector agrario.
- **Componente:** Componente agropecuario

- **Programa:** Programa de alianzas productivas y comerciales.
- **Meta:** Producción cafetera fortalecida, con el apoyo del departamento.

El proyecto soporta y busca contribuir a la generación de ingresos mediante el desarrollo de apuestas productivas sostenibles y competitivas.

3.3 CONTRIBUCIÓN AL PLAN DE DESARROLLO MUNICIPAL

Plan De Desarrollo Municipal 2012-2015 “Unidos Sembramos Futuro y Construimos Desarrollo”

- **Programa:** Programa y desarrollo agropecuario.
- **Subprograma:** Potencializar las líneas productivas como fuente de la economía local
- **Meta:** 3200 productores con asistencia técnica cafetera preferente a la población pobre extrema UNIDOS.

4. IDENTIFICACIÓN DE PROBLEMA O NECESIDAD

4.1 DEFINICIÓN DEL PROBLEMA CENTRAL

En términos de las cuentas nacionales, la participación de la producción del café del Cauca respecto a Colombia, viene tomando relativamente una mayor importancia. El Departamento pasó de tener una producción de 181 mil millones de pesos en 2009, con una participación del 7,66% en la producción nacional de café, a 190 mil millones de pesos en 2012, con lo que alcanzó el 8,01 % de la producción en el país.

Para el Cauca, lo anterior tiene su explicación en el aumento que ha presentado las áreas cultivadas en la región: de tener 73,34 a 91,61 miles de

hectáreas cultivadas, lo que representa una variación de 24,91 % de 2010 a 2013. El municipio de Caldono tiene un área total de 11.871 hectáreas de las cuales 4555 estas cultivadas en café (38,37%) (SICA, 2014)

En términos de comercio exterior, el café es uno de los productos que más se exporta en el Cauca. En los últimos cuatro años alcanzó su mayor valor en dólares FOB (medición a puerto de carga convenido), en US\$108.015.610,26 en 2011, presentando una disminución bastante alta el año siguiente, cuyo valor exportado fue de US\$63.675.005,06, es decir que tuvo una variación negativa de -41,05%, y hasta noviembre de 2013 alcanzó un incremento del 32,51 %, ubicándose en US\$84.375.817,86 del total exportado (Moreno, 2014).

A pesar de estas cifras alentadoras la realidad para los pequeños¹ y medianos caficultores en el municipio de Caldono no es tan fácil, el modelo mediante el cual la mayoría de los campesinos comercializa su café es deficiente, en especial los pequeños productores enfrentan los más grandes retos desde una perspectiva de sostenibilidad económica y tienen el menor poder de negociación, a continuación se refieren factores que contribuyen a dicha deficiencia: el pago de nómina en época de cosecha es casi inmediato, los pequeños y medianos caficultores poseen un capital limitado, por tanto es muy difícil prever un plan de contingencia para suplir este gasto en consecuencia el caficultor se ve obligado a vender sus primeros lotes de café verde, debido a que no puede esperar los 10 días en promedio que demoraría un buen secado del producto; cuando el caficultor desarrolla un proceso de secado lleva su producto a la agencia de compra más cercana, allí no hay distinción entre café todos son aglomerados en una misma pila, es una

¹ Los pequeños caficultores son aquellos que poseen entre 0 y 2,1 hectáreas productivas de café. Medianos caficultores entre más de 2,1 y 6,9 hectáreas productivas de café.

situación muy triste para aquel que se esforzó por sacar un café de buena calidad, porque su producto será pagado a igual precio que un café corriente y si tal vez el caficultor opta por llevar su producto a la ciudad incurre en gastos de transporte los cuales serán altos, finalmente no se cuenta con información de primera mano sobre lo que está sucediendo en el mercado, aunque algunos de los caficultores tienen servicios de mensajería instantánea donde les informan semanalmente el precio del café, no están exentos de las especulaciones de los compradores que suben o bajan los precios de acuerdo a su conveniencia.

En torno a la caficultura se ha entrelazado una malla social que tiene un gran peso sobre las zonas cafeteras, debido a que es la principal fuente de ingresos para más de 560 mil productores, cuyas familias están compuestas por cerca de 2,7 millones de personas el 25% de la población rural colombiana (Banco de la República, 2012). El ministerio de Agricultura y desarrollo Rural indicó que el café aporta el 33% del empleo rural y es la actividad que más contribuye con la redistribución del ingreso en el campo. El municipio de Caldono tiene 5225 caficultores y esta actividad agrícola es la fuente dinamizadora de la economía.

En 2012 el valor de la cosecha en Colombia llegó a \$3,4 billones, distribuidos en 21 de los 32 departamentos del país, una cantidad de dinero importante que se inyecta de manera directa en la dinamización de la economía regional. Sin embargo, el proceso de migración del campo a la ciudad es uno de los factores que ha impactado la caficultura en Colombia, según Leibovich (Leibovich, 2005): “la dinámica poblacional en las áreas rurales en Colombia, se caracteriza por bajos crecimientos de su población. El fenómeno migratorio explica una parte importante de este hecho”. Es común encontrar padres campesinos recalando a sus hijos que las condiciones de vida en el

campo son muy duras, que no sigan su ejemplo y apenas puedan salir a las ciudades para “ser alguien en la vida”, por tanto la mayoría de jóvenes campesinos crece con el sueño de irse a la ciudad, imaginan que solo esa puede ser la opción para vivir confortablemente y mejorar su situación económica, son pocas las personas que retornan a sus comunidades después de terminar sus carreras universitarias ya que no ven en el campo y específicamente para el caso de estudio en el café una forma de vida rentable. Esto ha incidido de manera directa en un bajo relevo generacional de caficultores, además, en la escasez de mano de obra por la que atraviesan algunos municipios cafeteros en época de cosecha. La gran mayoría de municipios con problemas de escasez relativa de mano de obra están ubicados en lo que se conoce como región central específicamente en los departamentos de Caldas, Risaralda y Quindío, mientras que los departamentos de Nariño, Huila y Cauca presentan las abundancias relativas más significativas tanto en 1993 como en 2005 (Leibovich, 2005). Los departamentos productores de café son 21, un hecho que contrasta con las cifras de disponibilidad de mano de obra es la creciente importancia del café en otras regiones, en consecuencia el desplazamiento del eje cafetero hacia el sur occidente del país en los departamentos de: Huila, Tolima, Cauca, Valle del Cauca y Nariño, donde se concentra el 48,17% de área sembrada en café y el 51,83% se encuentra distribuido en los 16 departamentos restantes. Las estrategias que ha implementado la FNC no han sido suficientes para fomentar un sentido de arraigo por parte de los jóvenes hacia la caficultura, se reconocen grandes esfuerzos en la implementación de programas tales como Mujer Rural y Jóvenes Rurales los cuales buscan desarrollar competencias en tres dimensiones: personal, comunitaria y empresarial. De esta manera los jóvenes y mujeres rurales podrán cimentar mejor sus conocimientos y tendrán mejores herramientas para elaborar sus proyectos de vida. Por lo anterior es necesario se asuman nuevos retos para la

caficultura en este tema particular, encaminados a cambios que permitan una optimización en la mano de obra disponible, que satisfaga una demanda futura la cual estará caracterizada por crecimiento en la productividad, derivada de las estrategias de renovación de cultivos y que muy seguramente no estará correspondida por un aumento en la oferta laboral.

La lenta transición hacia la adopción de nuevas tecnologías fue uno de los factores que repercutió en la baja productividad de los cafetales. Hasta el año 2000 los cultivadores seguían inmersos en una caficultura tradicional y con cafetales no resistentes a la roya. A finales del siglo XX el 40% de la estructura del parque cafetero estaba envejecido, pues los cafetales se encontraban en edades superiores a los 9 años y el 30% correspondían a cultivos tradicionales con escasa productividad y 30% correspondía a cultivos tradicionales².

Modificar los esquemas e introducir en nuevos conceptos a los cultivadores del grano no fue nada fácil, sobre todo porque en algunos casos eran personas que llevan muchos años de experiencia y argumentaban que “así lo han hecho siempre y nada les ha salido mal, por tanto no ven ninguna razón para cambiar”. Las creencias de los caficultores estaban muy arraigadas a una conservación del café caturra y arábigo, ya que pensaban que no había ninguna variedad que lo pudiera superar en taza, calidad y productividad. A pesar que para el año 2005 el Centro Nacional de Investigaciones del café CENICAFE desarrolló una segunda variedad resistente a la roya llamada variedad Colombia, no tuvo mucha aceptación en su lanzamiento, es así, como solo a través del tiempo y a los programas de integración de esta nueva variedad se sustituyó en gran medida las variedades tradicionales. El gobierno nacional y el Fondo Nacional del Café brindaron opciones de financiación, en la cual cubrían el pago del 40% del

crédito y el pago de los intereses de la deuda, esto repercutió de manera directa en la renovación de los cafetales envejecidos, la cifras de avance en la renovación de cafetales son muy significativas, a continuación se presentan para el año 2013 (SICA, 2014):

Descripción			Colombia	Caldono
Cafetales resistentes	tecnificados	jóvenes	52%	80,93%
Cafetales susceptibles	tecnificados	jóvenes	25%	
Tecnificado envejecido			18%	15,16%
Cultivos tradicionales			5%	3,9%

Tabla 1 Cifras de Avance en Renovación Cafetales

Habría que decir también que aparte de las mencionadas mejoras en las variedades de café existentes, CENICAFE ha incursionado en los últimos años en nuevas técnicas de beneficio, secado y adopción de programas rigurosos de fertilización. Entre los principales avances de beneficio se encuentran: la tecnología Belcosub que permite un ahorro del 95% del agua requerida en el beneficio húmedo (tradicional), por ende una disminución en el vertimiento de aguas residuales; en el año 2012 se entregó la tecnología ECOMILL, que permite una fermentación y posterior lavado del café empleando entre 0,3 y 0,5 Litros de agua por kilogramo de café pergamino seco. En cuanto a las técnicas de secado se introdujo la figura de los secadores mecánicos de café (silos), optimizan tiempos de secado para altas cantidades de café. Sin embargo, el uso de estas tecnologías es poco asequible para pequeños y medianos caficultores debido a sus altos costos de adquisición, ya que los diseños de esta tecnologías son suministrados a empresas privadas sin costo alguno y posteriormente estas cobran cifras exorbitantes por los equipos, tal es el caso del ECOMILL cuyo valor en el mercado oscila entre \$25 y \$30 millones. En cuanto a la adopción de nuevas

técnicas en fertilización se ha estandarizado que una planta de café necesita 200 gramos de abono y el caficultor puede distribuir esa cantidad a lo largo del año, los costos de los fertilizantes son muy altos y para la gran mayoría de pequeños y medianos caficultores se hace imposible poder abonar con la cantidad sugerida, además las asesorías técnicas se brindan por parte de la FNC pero la oferta de técnicos no es suficiente para demanda de agricultores.

4.2 MAGNITUD ACTUAL

De acuerdo con estadísticas generados por SICA en el 2013 el municipio de Caldono conto con 5225 caficultores, es decir tienen una superficie aproximada de 70000 hectáreas sembrados, de las cuales 4555 corresponden a café para un total de 22775000 de árboles, llegando a una producción de 60 (arrobas/hectárea) y una utilidad de 15400 (\$/arroba), el peso de la actividad cafetera de Caldono es significativa, es por ello que se crea la necesidad de nuevas técnicas de cultivo para los pequeños y medianos caficultores en pro de mejorar la calidad del café para obtener mayores beneficios en el precio de arroba, en el siguiente cuadro se aprecia la relevancia que tiene el municipio de Caldono sobre el país.

Año	Descripción	Caldono
2013	Caficultores	5225
	Hectáreas	4555
	No. Árboles (mill)	22775
	Producción miles de @	729
	Precio Cosecha (bill)	51016
	Costo Recolección (bill)	13665

Tabla 2 Relevancia de Caldono sobre el país

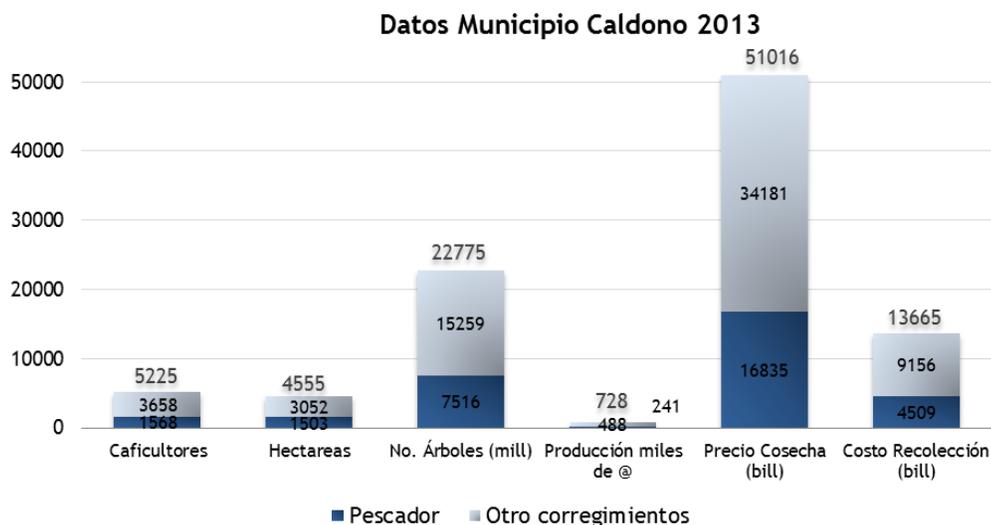


Ilustración 1. Datos del Municipio de Caldono 2013

4.3 CAUSAS QUE GENERAN EL PROBLEMA

1. Causa Directa

- 1.1 Deficientes conocimientos para manejo del cultivo del café de manera sostenible.
- 1.2 Deficientes incentivos económicos a la calidad por parte de agentes comerciales.
- 1.3 Carencia del recurso humano para administración de los recursos financieros y logísticos del proyecto.

2. Causa Indirecta

- 2.1 Deficiencia en conocimientos sobre administración del negocio, técnicas de manejo en cultivo de café, cosecha y post-cosecha.
- 2.2 Deficiencia en buenas prácticas Deficiencia de líderes locales en la Caficultura agrícolas.

2.3 Deficiencia en la aplicación de los procesos de análisis físico del café pergamino seco.

2.4 Altos costos de insumos locales.

2.5 Bajo conocimiento en tácticas de comercialización y mercadeo del producto.

4.4 EFECTOS GENERADOS POR EL PROBLEMA

1. Efecto Directo

1.1 Baja calidad de producto

1.2 Desmotivación del caficultor en mejorar las técnicas de manejo de producto.

1.3 Dificultad para cumplir con el plan operativo del proyecto en forma eficaz y eficiente.

2. Efecto Indirecto

2.1 Dificultad del caficultor para determinar costos de producción y por ende margen de ganancia.

2.2 Reducción de calidad en producto final y por consiguiente menor margen de utilidad.

2.3 Falta de organización de pequeños y medianos caficultores.

2.4 Baja credibilidad en la clasificación de su producción que hacen los agentes de compra.

2.5 Deficiencia en la fertilización de los cultivos.

2.6 Reducción en el margen de ganancia del cultivo

4.5 ÁRBOL DE PROBLEMAS

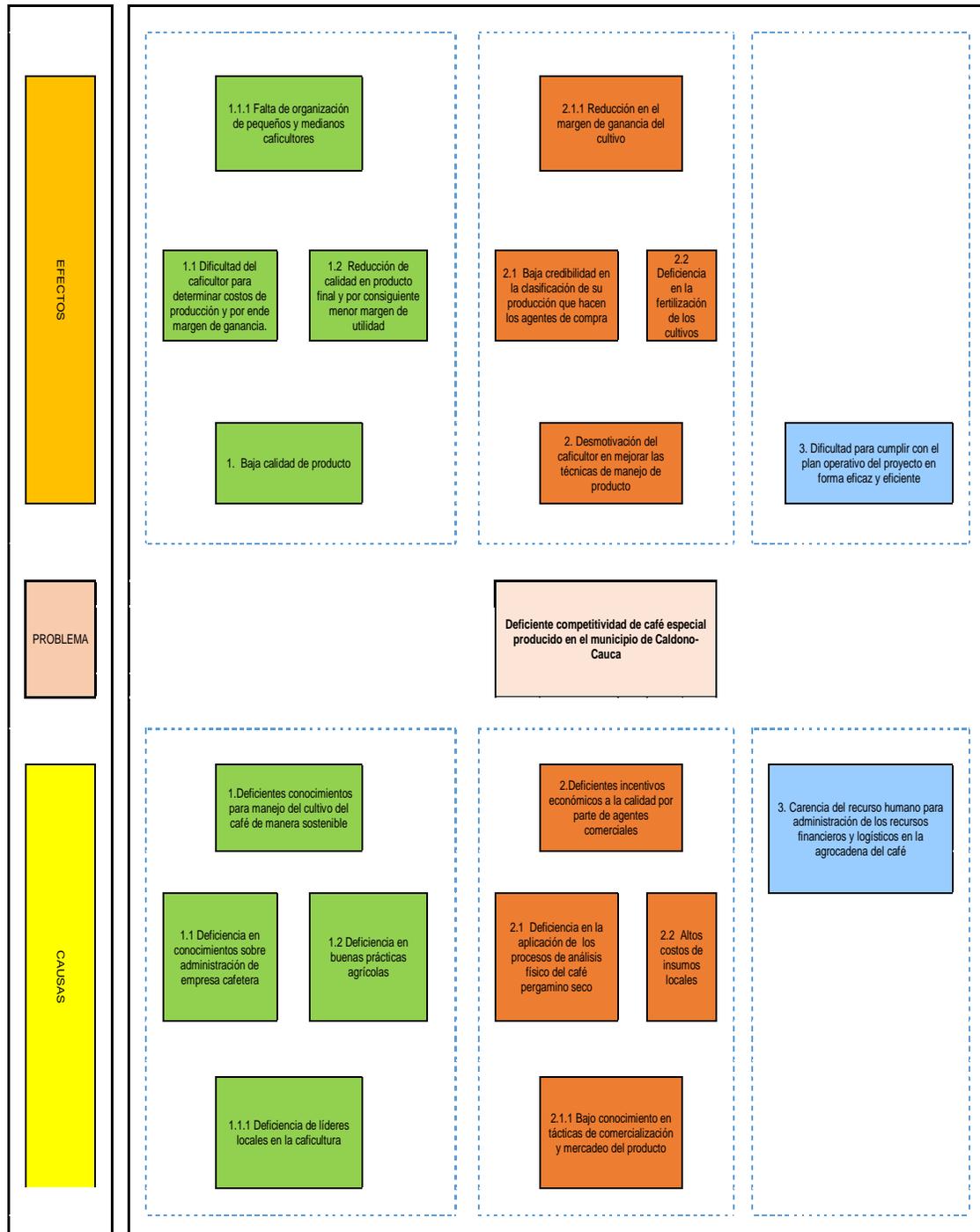


Ilustración 2. Árbol de problemas

4.6 ÁRBOL DE OBJETIVOS

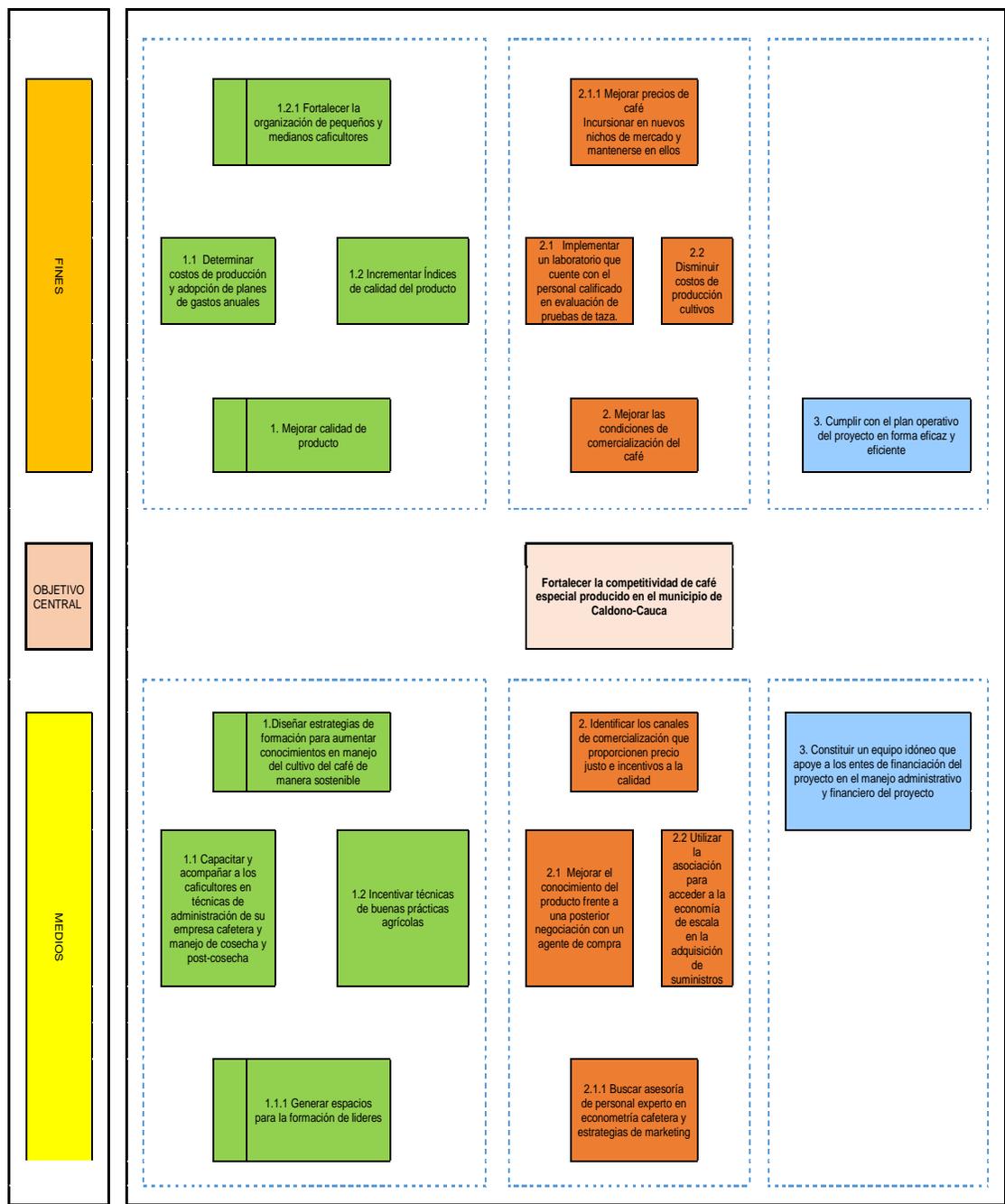


Ilustración 3. Árbol de Objetivos

5. ANALISIS DE PARTICIPANTES

Las entidades participantes serán: Alcaldía de Caldono, Federación Nacional de Cafeteros del Cauca y Ejercito Nacional, a continuación se describe la participación de las mencionadas entidades:

Actor	Entidad	Posición	Descripción
Municipal	Caldono	Cooperante	Alcaldía Municipal de Caldono, Cauca participa en el proyecto en pro de la integración de los Caficultores del municipio a través de la contribución en la construcción de la escuela del Caficultor y con la logística en las diferentes capacitaciones en todas las fases del proyecto, la construcción de la escuela será un lugar donde los caficultores puedan unificar sus ideas para la implementación de buenas prácticas para el cultivo del café, realizar capacitaciones técnicas, administrativas y lúdicas, beneficiando la calidad de vida de los caficultores y sus familias. Estas acciones van alineadas con el Plan de Desarrollo Municipal de Caldono, en el Programa Estratégico de Producción y Desarrollo Agropecuario fomentando el agro para desarrollar una economía competitiva en producción cafetera.

Actor	Entidad	Posición	Descripción
Departamental	Cauca	Cooperante	La Federación Nacional de Cafeteros del Cauca participa como cooperante en el proyecto, buscando la permanente transformación de la caficultura en el municipio de Caldono, el propósito de la Federación es impulsar el bienestar de las familias cafeteras abarcando el área productiva, social y ambiental. El Comité Cauca, está conformado por un Comité Departamental y 28 Comités Municipales, divididos en 6 circunscripciones, bajo la Dirección Ejecutiva del Ingeniero Gerardo Montenegro Paz
Municipal	Caldono	Beneficiario	Los caficultores Caldoneses están representados por 5225 con características de pequeños y medianos productores de café, provenientes de diferentes corregimientos y veredas, el objetivo de los caficultores es incrementar la productividad del café e ingresar a nichos de comercialización de café especial. El objetivo se logra a través del apoyo de recursos del Gobierno Nacional y Regional para obtener programas de educación, capacitación e infraestructura, toda esta serie de acciones permitirán mejorar los

Actor	Entidad	Posición	Descripción
			ingresos y por ende una mejora en la calidad de vida de los caficultores y sus familias.
Nacional	Ministerio De Defensa Nacional - Ejercito	Beneficiario	El Ejército Nacional conduce operaciones militares orientadas a defender la soberanía, la independencia y la integridad territorial, proteger a la población civil, los recursos privados y estatales para contribuir a generar un ambiente de paz, seguridad y desarrollo, que garantice el orden constitucional de la nación. En este proyecto la participación del ejército tiene como finalidad fortalecer la participación con la comunidad y rescatar la confianza en la seguridad ciudadana en zonas rurales dedicadas al agro.

Tabla 3. Análisis de participantes

5.1 Tipo de concertación realizada entre los participantes

La idea de formular un proyecto de esta magnitud surge de las experiencias y vivencias de un grupo de jóvenes caficultores, quienes han tenido la oportunidad de conocer a fondo la problemática que aqueja a las comunidades que dependen económicamente del fruto del café. Esta iniciativa será ejecutada mediante una alianza estratégica FEDECAFE-Estado-Sociedad Civil, este último componente

representado en agricultores que desarrollan sus proyectos de vida entorno al árbol del café.

Aprovechando la localización y dotación de recursos naturales que caracteriza a la región la alianza estratégica busca fortalecer la competitividad de café especial en la población de Caldono y le apunta a la construcción de la infraestructura de la Escuela del Café, lugar que permitirá la unificación de ideas y participación en capacitaciones para la mejora de calidad en el grano de Café, todas estas oportunidades dan como resultado mejores ingresos económicos para los Caficultores y sus familias.

Todos los participantes se comprometerán con actividades que confieren de acuerdo a sus competencias y se lograra reflejar una imagen de bienestar social en Caldono, bienestar que va alineado con la propuesta con el PLAN DE DESARROLLO MUNICIPAL CALDONO 2012-2015 “Unidos sembramos futuro y construcción desarrollo” y con el PLAN NACIONAL DE DESARROLLO 2010-2014 “Prosperidad para todos” de acuerdo al capítulo III. Crecimiento Sostenible y Competitividad, en el numeral *B. Competitividad y crecimiento de la productividad* es este eje se destaca la los sectores agropecuario, minero-energético e infraestructura, adicional también se encuentra alineado con el numeral C. Locomotoras para el crecimiento y la generación de empleo, en este eje el sector agropecuario también se encuentra presente con la incidencia en las condiciones de vida de la población rural, y por su importancia como proveedor de alimentos para la población e insumos para la industria. Así mismo, es un sector clave para el éxito de las políticas e iniciativas del gobierno que buscan la restitución de tierras y la reparación a las víctimas del desplazamiento forzado por causa de violencia.

6. POBLACIÓN AFECTADA Y OBJETIVO POR EL PROBLEMA

Para el objeto del proyecto la población meta corresponde a 5225 caficultores (Reporte de SICA año 2013), población que será capacitada en buenas prácticas agrícolas que puedan incursionar en nuevos mercados de café especial. Los 1000 caficultores pertenecen al municipio de Caldono – Cauca. Municipio que se encuentra ubicado en la zona Andina, en la vertiente occidental de la cordillera central a los 2° 48” y 3° 19” Latitud norte – 76° 05” y 76° 50” Longitud oeste y en el sector oriental del departamento del Cauca. Su área es de 373.98 Km2. Limita por el Este con los municipios de Jambaló y Silvia al Oeste con los Municipios de Morales y Piendamó, al Sur con los Municipios de Silvia y Piendamó y al Norte con los Municipios de Santander de Quilichao y Buenos Aires. Su cabecera municipal se sitúa al nor-orienté del Departamento del Cauca a una distancia de 67 kilómetros de la ciudad de Popayán y a 92 Kilómetros de la ciudad de Cali. (PBOT-2005), A continuación se muestra la clasificación demográfica de la población de acuerdo a la información de SICA:

Clasificación	Detalle	Número de personas
Género	Hombre	700
Genero	Mujer	300

Tabla 4. Clasificación Demográfica de la Población

7. OBJETIVOS

6.1 Objetivo general

Fortalecer la competitividad de café especial producido en el municipio de Caldono-Cauca.

Los Indicadores que miden el objetivo general del proyecto es:

Indicador	Unidad de Medida	Meta
Producción por hectárea	Tonelada	2.28
Incremento Utilidad por arroba	Porcentaje	4.1

Tabla 5. Indicadores que miden el objetivo general

6.2 Objetivos específicos

- Diseñar estrategias de formación para aumentar conocimientos en manejo del cultivo del café de manera sostenible.

(Relacionado con la causa directa 1)

- Identificar los canales de comercialización y promover vínculos que garanticen mayores ventajas competitivas para las partes.

(Relacionado con la causa directa 2)

- Constituir un equipo idóneo que apoye a los entes de financiación del proyecto en el manejo administrativo y financiero del mismo.

(Relacionado con la causa directa 3)

- Capacitar y acompañar a los caficultores en técnicas de administración de su empresa cafetera y manejo de cosecha y post-cosecha.

(Relacionado con la causa Indirecta 1.1)

- Incentivar técnicas de buenas prácticas agrícolas.

(Relacionado con la causa Indirecta 1.2)

- Generar espacios para la formación de líderes.

(Relacionado con la causa Indirecta 1.1.1)

- Mejorar el conocimiento del producto frente a una posterior negociación con un agente de compra.

(Relacionado con la causa Indirecta 2.1)

- Utilizar la asociación para acceder a la economía de escala en la adquisición de suministros.

(Relacionado con la causa Indirecta 2.2)

- Buscar asesoría de personal experto en econometría cafetera y estrategias de marketing.

(Relacionado con la causa Indirecta 2.1.1)

6.3 Marco Lógico

Marco lógico del proyecto

MARCO LÓGICO
SPONSORS DEL PROYECTO: Paola Yuliana Trujillo Paz y Diana Elizabeth Arciniegas Tulcan
PROBLEMA CENTRAL. La caficultura en el municipio de Caldono es la actividad económica más importante para pequeños y medianos caficultores, en los últimos años la situación económica se ha deteriorado puesto que los costos de producción son altos y los márgenes de ganancia son mínimos, lo cual no permite una sostener un estado de bienestar y sostenibilidad para el caficultor y sus familias
Describa la situación existente con relación al problema o necesidad: El municipio de Caldono cuenta con 5225 pequeños y medianos caficultores, los cuales se ven afectado por ciertos factores que no permiten el desarrollo pleno en su calidad de vida y en sus cultivos, para ello es necesario aumentar la preparación en el manejo de cosecha y pos-cosecha, trabajo asociativo para eliminar los proveedores intermediarios, ayuda de personal experto en comportamiento económico y marketing para ingresar a nuevos nichos de mercado, fortalecimiento en la formación de líderes que promuevan un desarrollo integral en sus comunidades
Indicadores iniciales ¿Cuál es la magnitud del problema actualmente? Precio de café (\$/arroba):70000, Hectareas sembradas: 4555, Producción (arrobas/hectarea):160, Número de árboles:22.775.000, Utilidad por arroba(\$/año):28.493
Objetivo general Fortalecer la competitividad de café especial producido en el municipio de Caldono Cauca

CAUSA DIRECTAS	EFEECTO DIRECTO	No. OBJETIVO	OBJETIVO	PRODUCTO	No. DE ACTIVIDAD	ACTIVIDADES
Deficientes conocimientos para manejo del cultivo del café de manera sostenible	Baja Calidad de producto	1	Diseñar estrategias de formación orientadas a mejoramiento de calidad de cafés especiales	Una escuela de capacitación para implementación de buenas prácticas en manejo de cafés especiales en operación	1	Diagnóstico y caracterización de la población, estructuración de contenidos y planes de capacitación
					2	Jornadas de sensibilización y capacitación para la adopción de un modelo que permita mejorar la competitividad de cafés especiales
					3	Construcción de la planta física de la Escuela de capacitación en café y dotación de capacidades habilitantes para la misma
Deficientes incentivos económicos a la calidad por parte de agentes comerciales	Desmotivación del caficultor en mejorar las técnicas de manejo de producto	2	Identificar los canales de comercialización y promover vínculos garanticen mayores ventajas competitivas para las partes	Conformación un área de mercadeo	4	Estrategia de marketing
					5	Control y seguimiento de calidad de café para que exista una mejora continua.
Carencia del recurso humano para administración de los recursos financieros y logísticos del proyecto.	Dificultad para cumplir con el plan operativo del proyecto en forma eficaz y eficiente	3	Constituir un equipo idóneo que apoye a los entes de financiación del proyecto en el manejo administrativo y financiero del mismo.	Contratación de 8 profesionales para la ejecución del proyecto	6	Contratar los profesionales del área de administración, finanzas y coordinadores de área

Tabla 6. Marco lógico

8. ALTERNATIVAS DE SOLUCIÓN

Implementación de un modelo de desarrollo integral para caficultores productores de cafés especiales en el municipio de Caldonó, Cauca.

7.1 RESUMEN DE LA ALTERNATIVA PRESENTADA

El proyecto tendrá tres ejes principales sobre los cuales se desarrollaran las estrategias de mejora, se exponen a continuación:

- **Costos de producción:** Uno de los factores que tiene un gran impacto sobre la economía de los pequeños y medianos caficultores son los altos costos en los insumos empleados en el proceso de producción, mediante este proyecto se pretende implementar estrategias que permita la compra al por mayor de los insumos de buena calidad y la eliminación de proveedores intermediarios, esto contribuirá a minimizar los costos y maximizar los beneficios para aquellos caficultores.
- **Comercialización:** La comercialización del café es uno de los principales problemas que enfrentan actualmente los caficultores. Los pequeños y medianos productores se encuentran en desventaja ante el mercado, por diferentes causas, una de ellas y quizá la más relevante es la participación como entes individuales. El proyecto pretende demostrar que la organización de los caficultores permite cambiar esta situación, además la incursión en nuevos nichos de mercado como los cafés especiales los cuales permiten incorporar valor agregado al producto, y la asesoría de personal experto en comportamientos económicos y marketing que permitirá la venta del producto a mejores precios y un posicionamiento del café Caldonó.
- **Educación:** En la búsqueda integral de nuestros caficultores con sus familias se pretende capacitar en adquirir una disciplina y una metodología de trabajo en equipo para que las condiciones socioeconómicas mejoren y evitar la

migración de los jóvenes a la ciudad y el abandono del campo. Los jóvenes y niños deben desarrollar identidad y amor por su región, buscando mantener la sostenibilidad a través de la conservación del medio ambiente y su entorno social.

9. DURACIÓN DEL PROYECTO

Se tiene previsto el horizonte del proyecto para 5 años

10. ESTUDIO DE MERCADO

9.1 OFERTA

De acuerdo con la información de la Organización Internacional del Café (International Coffee Organization, ICO), en 2011 había 70 países productores de café en el mundo. No obstante, cerca del 55% era producido sólo por tres: Brasil, Vietnam y Colombia.

Existen dos tipos de café que pueden distinguirse: Arábica y Robusta. El primero es originario de Etiopía y el segundo de África Occidental. ICO divide la producción de café en cuatro grupos, dependiendo del tipo de café predominante en el país.

Grupo	Países productores
Arábicas Suaves Colombianos (Colombian mild arabicas)	Colombia, Kenia, Tanzania
Otros Arábicas Suaves (Other mild arabicas)	Bolivia, Burundi, Costa Rica, Cuba, República Dominicana, Ecuador, El Salvador, Guatemala, Haití, Honduras, India, Jamaica, Malawi, México, Nicaragua, Panamá, Papua Nueva Guinea, Perú, Ruanda, Venezuela, Zambia y Zimbawe

Grupo	Países productores
Arábicas naturales brasileños y otros arábicas naturales (Brazilian and other natural arabicas)	Brasil, Etiopía, Paraguay, Timor-Leste, Yemen
Robustas (Robustas)	Angola, Benín, Camerún, República Africana Central del Congo, Costa de Marfil, República Democrática del Congo, Guinea Ecuatorial, Gabón, Gana, Guinea, Indonesia, Liberia, Madagascar, Nigeria, Filipinas, Sierra Leona, Sri Lanka, Tailandia, Togo, Trinidad y Tobago, Uganda, Vietnam

Tabla 7. Tipos de café en el mundo

El café fue durante la década de los 70's el producto insignia de exportación y reconocimiento para nuestro país, gracias a su denominación como café suave. Esta época fue llamada Bonanza cafetera y se vivió con mayor fuerza en los departamentos de: Antioquia, Caldas, Risaralda y Quindío. A finales de los 80's el mercado cafetero se desestabilizó, ya que Colombia no supo aprovechar las oportunidades y superar las desventajas tras el rompimiento del pacto de países cafeteros. Desde entonces la economía cafetera ha dependido en alguna medida de factores externos como las condiciones ambientales que afectan los cafetales del Brasil o las enfermedades que atacan los cultivos en Centroamérica. Sin embargo, lo que generó la gran crisis del café se debió a que Colombia no estuvo preparada para afrontar los cambios del mercado.

Hasta 1989 el mercado internacional del café estuvo controlado por el pacto cafetero o Acuerdo internacional del café. Para esta época Colombia era el segundo productor de café en el mundo ya que gozaba de las condiciones proteccionistas

que caracterizaban el pacto. Tras el rompimiento de este, en nuestro país el precio del café descendió a niveles nunca antes registrados y las exportaciones bajaron. La década de los 90's estuvo influenciada por dos factores: la aparición de Vietnam como un competidor fuerte, pues paso de producir 1,4 millones de sacos en el año cafetero 1990/1991 (1,02%) a 11,6 millones de sacos en 1999/2000 (9,70%) y el aumento de extensión de cultivos en Brasil hacia zonas con menos afectación climática, sus producciones aumentaron e implementaron un modelo empresarial, fue así como se mantuvo en el primer lugar en la participación de producción mundial, paso de producir 24,13 millones de sacos en el año cafetero 1990/1991 (26,82%) a 35,25 millones en 1999/2000 (27,12%) . Conviene decir que al comparar la situación de estos dos países y Colombia, encontramos que nuestro país disminuyó su aporte a la producción mundial ya que paso de 12,34 millones de sacos en 1990/1991 (13,72%) a 10,89 millones de sacos en 1999/2000 (8,38%).

El aumento en la producción produjo una sobreoferta en el mercado, ya que el consumo aparente mundial de café para el año cafetero 1999/2000 fue de 100 millones de sacos y la oferta fue de 130 millones de sacos, lo cual suscitó un descenso en el precio del grano. Con este panorama poco alentador inició el siglo XXI. Para contrarrestar el efecto del desbalance frente al consumo, los países productores crearon la Asociación de países productores de café (APPC), con la cual pretendían regular la oferta de café mediante un sistema de retención de inventarios y de este modo subiría la cotización del producto en el mercado. Esta estrategia no dio resultado puesto que no se cumplieron las metas establecidas, los precios bajaron aún más y los inventarios de los países importadores aumentaron ostensiblemente. El deterioro de la economía de los productores era evidente, cada vez sus ingresos era menos en comparación con los gastos que debían asumir para la manutención de sus cultivos. Esto conllevó a que el Banco Mundial y la Organización internacional del café sugirieran medidas para impulsar de nuevo la economía de los caficultores, algunas de ellas fueron: incentivar una diversificación de cultivos que permitiera a los caficultores no depender solamente del precio del

café; promover el consumo mediante propuestas de mejor calidad y el abordaje de nuevos mercados que estarían dispuestos a pagar un mejor precio por cafés sostenibles (responsabilidad con el medio ambiente y responsabilidad social) e impulsar acciones que permitieran una eliminación de obstáculos al comercio del café como los aranceles.

Entre los años 2005 y 2008 se incrementó el consumo aparente mundial, paso de 115 millones de sacos a 130 millones. Lo cual generó un déficit en el balance mundial cafetero, ya que la producción mundial oscilo entre 80 millones de sacos y 128 millones para este mismo periodo, lo cual disminuyó la diferencia entre la oferta y la demanda.

Año cafetero	2004/05	2005/06	2006/07	2007/08	2008/09	2009/10	2010/11
Mundo	113,3	117,4	127,1	127,8	126,7	128,7	131,1
Arábicas	71,5	74,6	77,3	80,1	75,8	77,8	80,8
Brasil	27,8	28,4	29,1	30,3	32,2	32,5	33,6
Colombia	11,6	12,6	12,6	12,5	8,7	9,0	9,2
Otros América	20,8	23,1	23,1	24,2	22,8	21,8	23,2
África	7,4	6,7	8,3	8,7	7,6	9,6	10,3
Asia y el Pacífico	3,9	3,9	4,2	4,4	4,4	4,9	4,4
Robustas	41,8	42,8	49,7	47,7	50,9	50,8	50,4
Brasil	8,3	9,3	10,2	10,7	10,6	10,9	12,7
Otros América Latina	0,4	0,5	0,5	0,4	0,4	0,4	0,3
Vietnam	14,4	13,8	19,3	16,5	18,5	18,0	18,5
Indonesia	7,4	7,2	6,4	6,9	8,1	8,6	6,8
Otros Asia y el Pacífico	4,7	5,5	5,4	5,3	5,5	6,2	4,9
Costa de Marfil	2,3	2,0	2,8	2,6	2,4	1,9	2,2
Uganda	2,1	1,7	2,2	2,6	2,6	2,4	2,2
Otros África	2,2	2,8	2,9	2,7	2,8	2,4	2,8

Tabla 8. Producción de café en el mundo (Banco de la República, 2012)

A partir del 2010 el mercado se ha visto influenciado por: los fenómenos climatológicos que han afectado a Centro y Suramérica, impactando directamente en una disminución de la producción de los llamados cafés suaves y la crisis financiera en Estados Unidos, que estuvo acompañada de una fluctuación constante en el precio del dólar, su apreciación frente a otras monedas. En el 2011

la cotización del café alcanzó un máximo de USD\$231 por libra, equivalente a un incremento de 42%, con una posterior caída en 2012 de 26%.

En el año 2012 Colombia ocupó el tercer lugar en la participación mundial de producción de café a 7 puntos porcentuales del segundo productor Vietnam. Poco a poco la caficultura ha ido perdiendo importancia en la economía Colombiana, según Cano Sanz: la participación del café pergamino en el PIB del sector agropecuario, pasó de representar cerca del 25.0% hacia finales de la década del setenta, a un poco más de 6.0% en el año 2012. En el PIB total, la participación del café cayó a 0.6% en 2011, desde un 3.0% registrado a comienzos de la década de 1980. La economía Colombiana cambió, ya no es un país netamente agrícola el auge de la minería ha ido en ascenso y la dinamización de otros sectores le han ganado terreno al café.

Hay que mencionar que después de la caída del pacto de cuotas en 1989 algunos productores siguieron la estrategia de: “aumentar la calidad del grano como vía para posicionar un tipo de mercado diferente a través de la priorización de una o varias cualidades del café. Éste es el mercado de los cafés especiales” (Piedrahita Arcila, 2011, p. 7). Los cafés especiales o diferenciados hacen alusión a “aquellos cafés que se distinguen de los *commodities* por su origen distintivo, procesamiento definido, o características excepcionales como gusto superior o cero defectos” (Lewin, Giovannucci y Varangis, 2004, p. 99) y la FNC considera que:

Un café se considera especial cuando es percibido y valorado por los consumidores por alguna característica que lo diferencia de los cafés convencionales, por lo cual están dispuestos a pagar un precio superior. Para que ese café sea efectivamente especial, el mayor valor que están dispuestos a pagar los consumidores debe representar un beneficio para el productor (FNC, 2012).

Con la comercialización del café especial cobraron importancia actores poco reconocidos en la cadena de comercialización del café, como fue el caso de los

pequeños productores y los comerciantes minoristas. Los cafés especiales que se comercializan hoy corresponden a:

Categoría	Descripción	Subcategoría	Descripción
Cafés de origen	Tienen características únicas en cuanto a sabor y aroma, las cuales varían dependiendo del punto geográfico al cual pertenecen.	Regional	Aquellos que provienen de una región específica
		Exótico	Características de sabor único que se cultiva en condiciones microclimáticas, agroecológicas y socioculturales delimitadas geográficamente.
		De Finca o "Estate Coffee"	Son los provenientes de una finca que tenga producciones mayores a 500 sacos (de 60 kilos) por año que cumplen con los más rigurosos estándares de calidad.
Cafés Sostenibles	Los productores de este tipo de café tienen sus procesos orientados a la protección del medio ambiente y a la conservación de la biodiversidad, razón por la cual producir este tipo de café involucra procesos de	Amigables con el medio ambiente	
		Con contenido Social	Giran en torno a un proyecto productivo, tales como: la certificación FLO (Fair-trade labeling Organization).
		Café Orgánico	Son los que se cultivan sin la utilización de agroquímicos (fertilizantes y pesticidas). Son comercializados con una certificación expedida por una firma especializada, la cual se encarga de inspeccionar las prácticas del cultivo, su proceso de trilla, almacenamiento y transporte.

Categoría	Descripción	Subcategoría	Descripción
	certificación y/o cumplimiento de códigos de conducta.	Bueno por dentro o "Good Inside"	Estos caficultores cumplen la certificación UTZ, es decir que implementan buenas Prácticas Agrícolas y tienen un adecuado manejo administrativo de las fincas. Por otro lado está el cumplimiento de códigos de conducta, los cuales son definidos por entidades y clientes internacionales involucrados con el café. Los códigos que más se implementan en Colombia son: Conservation International, Nespresso AAA, CAFÉ Practices y 4C
Cafés de Preparación	Tienen una apariencia especial por su tamaño y forma, algunos de ellos son preparados según las necesidades específicas de un cliente, generando valor agregado para este	Caracol	Son cafés cultivados en zonas de altura. Se seleccionan aquellos granos en forma de caracol, los cuales producen una taza única de alta acidez.
		Supremo	Se ofrecen de acuerdo con una clasificación granulométrica (tamaño de grano). Estos son: Europa, Extra Supremo y Premium.
		Premium	Son los cafés que resultan de una cuidadosa selección realizada por solicitud del cliente, siguiendo un protocolo definido.

Tabla 9. Clasificación de cafés especiales (Banco de la República, 2012)

En términos de las cuentas nacionales, la participación de la producción del café del Cauca respecto a Colombia, viene tomando relativamente una mayor importancia. El Departamento pasó de tener una producción de 181 mil millones de pesos en 2009, con una participación del 7,66% en la producción nacional de café, a 190 mil millones de pesos en 2012, con lo que alcanzó el 8,01 por ciento de la producción en el país.

Para el Cauca, lo anterior tiene su explicación en el aumento que ha presentado las áreas cultivadas en la región: de tener 73,34 a 91,61 miles de hectáreas cultivadas, lo que representa una variación de 24,91 % de 2010 a 2013. El municipio de Caldono tiene un área total de 11.871 hectáreas de las cuales 4555 estas cultivadas en café (38,37%).

En términos de comercio exterior, el café es uno de los productos que más se exporta en el Cauca. En los últimos cuatro años alcanzó su mayor valor en dólares FOB (medición a puerto de carga convenido), en US\$108.015.610,26 en 2011, presentando una disminución bastante alta el año siguiente, cuyo valor exportado fue de US\$63.675.005,06, es decir que tuvo una variación negativa de -41,05%, y hasta noviembre de 2013 alcanzó un incremento del 32,51 %, ubicándose en US\$84.375.817,86 del total exportado (Moreno, 2014). La denominación de café especial de origen fue una de las metas alcanzadas por el café Caucaño en el año 2013, esta denominación permite la incursión en nuevos nichos de mercado y una remuneración directa al caficultor, con respecto a las cifras que permiten tener un panorama respecto a este mercado se puede decir que la Federación Nacional de Cafeteros reportó un total de 1.155.000 sacos de cafés especiales exportados en el 2013, superando sus propios récords.

De acuerdo con la agremiación el resultado es como parte de su estrategia de valor agregado, que incluye la operación de Buencafé y de la marca Juan Valdez®.

Las ventas externas del Fondo Nacional del Café llegaron a un 64% de las

exportaciones totales, lo que se traduce en mejores precios para los productores de café del país frente a la comercialización de café verde estándar.

La cifra de exportación de cafés especiales es 16,2% superior con respecto a los 993.820 sacos de 60 kilos de cafés especiales exportados en 2012 y 12,1% superior con respecto a 1.030.317 sacos exportados en 2011, año que había marcado el mejor registro previo.

En cuanto a las primas pagadas a los productores de cafés especiales, uno de los principales beneficios de la producción de este tipo de cafés (lo que además les ayuda a sortear mejor los ciclos de bajos precios del café estándar), al cierre de 2013 el acumulado desde el lanzamiento del programa en 2006 fue de US\$154 millones.

9.2 DEMANDA

De acuerdo con las cifras de ICO el consumo mundial de café en el año 2009/10 fue de 129,7 millones de sacos. 68,9 millones de sacos (53,12%) fueron demandados por países importadores miembros de la OIC; 22,5 millones de sacos (17,35%) fueron consumidos por los países no miembros, y 38,3 millones de sacos (29,53%) correspondieron a consumo interno de los países productores.

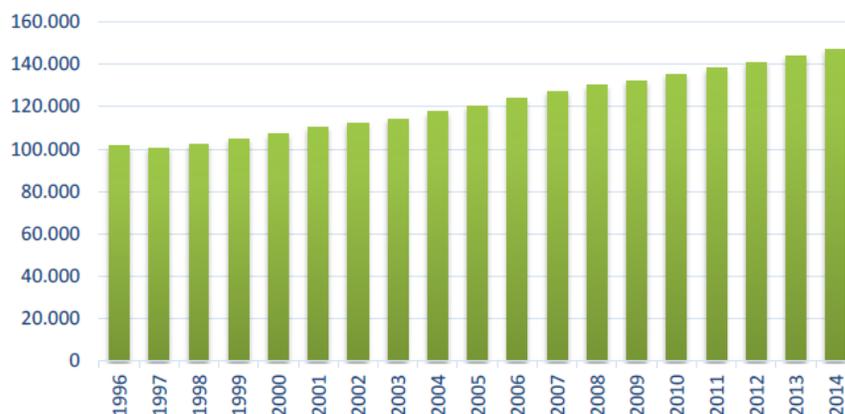


Tabla 10. Consumo Mundial de Café (Miles de sacos de 60 Kg de café Verde) (FEDECAFE, 2014)

Considerando el año cafetero 2010/2011 y según cifras de ICO el consumo de café ascendió a 130,9 millones de sacos y la distribución fue la siguiente: 69,4 millones de sacos importados y consumidos por países miembros de ICO; 20,5 millones de sacos por países no miembros de ICO y 41 millones de sacos destinados a consumo interno de los países productores (ICO, 2011, p. 8). Desde 1980, el consumo de café ha aumentado en un promedio de 1,2% anual. Específicamente, en los países no miembros del OIC, desde comienzo de este siglo la demanda en estos ha correspondido al 6% anual (ITC, 2011).

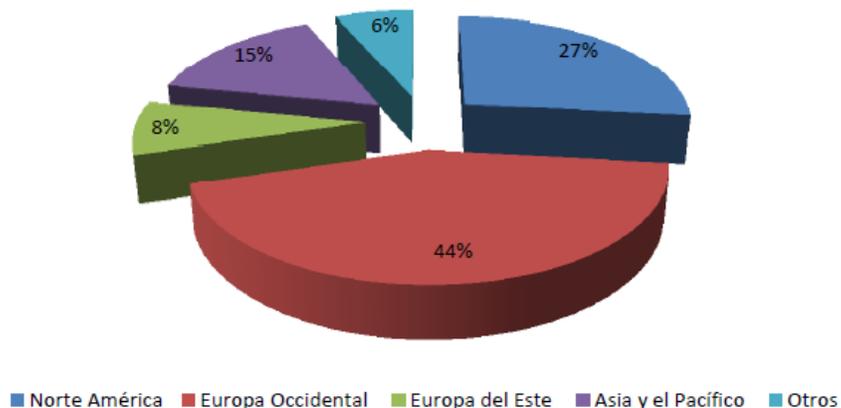


Ilustración 4. Consumo de café en las zonas importadoras 2010/11 (Banco de la República, 2012)

En el año cafetero 2010-2011 la zona que reportó las mayores cantidades consumidas fue Europa occidental (44%), seguida de Norteamérica (27%), y Asia y el Pacífico (15%).

Con respecto al consumo interno, en el año cafetero 2010/2011 el consumo doméstico en los países productores, correspondió a 41,01 millones de sacos. Esto representó un crecimiento del 6,61% con respecto al año cafetero 2009/2010 y aproximadamente un 58%, si se compara con los 26 millones de sacos consumidos entre 2000/2001. América Latina es la región del mundo que más café produce y también la que más café consume.

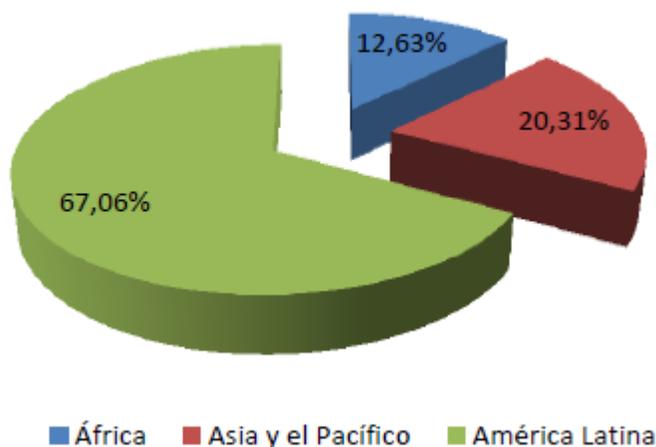


Ilustración 5. Consumo doméstico de países productores de café (año cafetero 2010/2011, Miles de sacos) (Banco de la República, 2012)

El consumo de café en Colombia ha aumentado en los últimos tres años, esto debido a una penetración del 83% en hogares, Macro categoría de más de un billón de pesos (millón de millones), la apetencia en el consumo de cafés de más de \$25.000 el kilo , 1,5% participación del segmento de cafés Superior y Premium y un acelerado crecimiento del consumo fuera del hogar (HORECA, Office Coffee service).

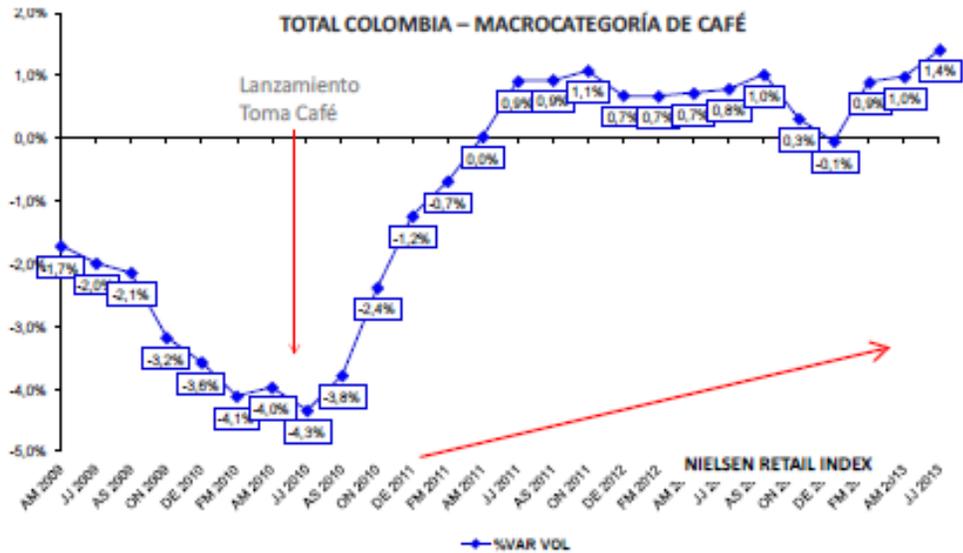


Ilustración 6. Macro categoría de café (FEDECAFE, 2014)

El café especial o tipo gourmet representa el 8% del mercado mundial y cuenta con un gran potencial de crecimiento en el cual Colombia puede participar activamente, Proexport Colombia tiene identificados al menos 50 mercados en los que hay oportunidades de negocios para los exportadores colombianos de cafés especiales, tanto en países de las Américas, como Europeos, Asiáticos y Africanos.

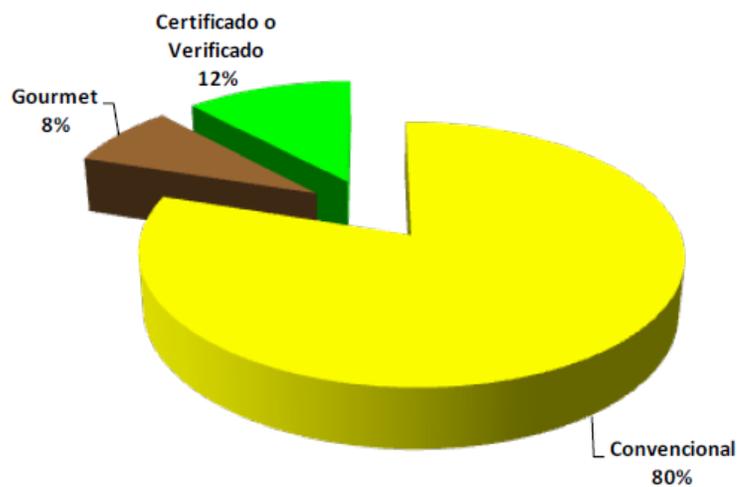


Ilustración 7. Mercado mundial del café por tipo (FEDECAFE, 2014)

Entre los principales importadores durante 2012, según un informe de Trademap, están Estados Unidos, Alemania, Francia, Italia, Japón, Canadá, Bélgica y Reino Unido, que además son algunos de los primeros destinos de las exportaciones colombianas, de acuerdo con información del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, con datos del Dane.

Estos siguen ofreciendo posibilidades de crecimiento. En Estados Unidos, por ejemplo, las importaciones de café durante 2012 ascendieron a US\$7.202 millones y la participación de Colombia fue del 14,2%.

El caso de Alemania, el principal consumidor de la Unión Europea, fue similar. En total importó US\$5.016,2 millones ese año, de los cuales solo el 2,8% correspondieron a productos colombianos.

“Además, hay nuevos mercados a los que Colombia aún no exporta o a donde las exportaciones no han sido representativas y que están demandando el producto como son India, Emiratos Árabes Unidos, Taiwán, Turquía, Austria, Eslovaquia, República Checa, Islandia, Uruguay y Triángulo Norte”, explicó Lacouture.

El potencial también está condicionado al consumo mundial de café, que según cálculos de la International Coffee Organization (ICO) fue de 136 millones de sacos en 2012, con una proyección de crecimiento para los próximos 8 años de mínimo 20 millones de sacos (PROCOLOMBIA, 2014).

En los países importadores, generalmente las compañías torrefactoras segmentan el mercado de acuerdo con el tipo de comprador: minorista e institucional. En el primer caso se comercializa, principalmente, a través de tiendas de comestibles y supermercados 5 (corresponde principalmente al consumo de los hogares). Para atender al mercado institucional (restaurantes, cafés, bares, hospitales, oficinas y máquinas expendedoras), se realiza mediante dispenseros.

9.3 DETALLE DE ESTUDIO OFERTA/DEMANDA CAFÉ ESPECIAL

El café especial es aquello valorado por los consumidores por sus atributos consistentes, verificables y sostenibles, por los cuales están dispuestos a pagar precios superiores, que redunden en un mejor ingreso y un mayor bienestar de los productores. A continuación en la tabla 11 se presenta la oferta que tiene Caldono de café especial y la demanda a nivel mundial de este tipo de café:

Año	Oferta Caldono [Ton]	Demanda mundial [Ton]	Déficit [Ton]
2011	63.0	45000.0	-44937.0
2012	64.3	57960.0	-57895.7
2013	66.0	55620.0	-55554.0
2014	68.0	69300.0	-69232.0
2015	76.0	82467.0	-82391.0
2016	152.0	98135.0	-97983.0
2017	261.0	116781.0	-116520.0
2018	391.0	138970.0	-138579.0
2019	653.0	165374.0	-164721.0

Tabla 11. Oferta/Demanda café especial en Caldono

9.4 DETALLE DE ESTUDIO OFERTA/DEMANDA CAFÉ ESTANDAR

El café estándar es aquel que no supera una puntuación SCAA mayor a 86 puntos. A continuación en la tabla 12 se presenta la oferta que tiene Caldono de café estándar y la demanda a nivel mundial de este tipo de café:

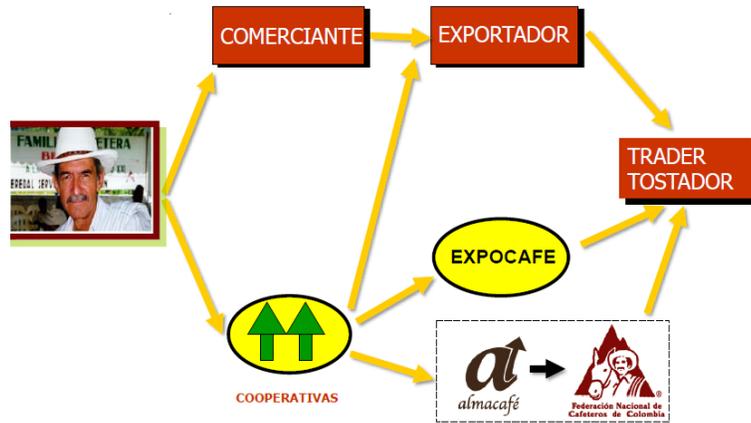
Año	Oferta Caldono [Ton]	Demanda mundial [Ton]	Déficit [Ton]
2011	537.0	534000.0	-533463.0
2012	545.0	459180.0	-458635.0
2013	554.0	595620.0	-595066.0
2014	579.0	732000.0	-731421.0
2015	1011.0	780000.0	-778989.0
2016	1370.0	840000.0	-838630.0
2017	1479.0	900000.0	-898521.0
2018	1566.0	990000.0	-988434.0
2019	1522.0	1080000.0	-1078478.0

Tabla 12. Oferta/Demanda café estándar en Caldono

1. Tendencias de consumo a nivel mundial:

- Consumidores más especializados que demandan altos niveles de calidad y productos tipo Premium.
- Incremento en el número de tiendas especializadas de café.
- Cafés certificados y sostenibles (conciencia ambiental y social).
- Expansión de la cultura barista.
- Innovaciones constantes en empaques y presentaciones (cápsulas o POD´S).
- Producto con una historia para contar (cafés de género).

2. Canales de distribución:



3. Propuesta de marketing digital²:

I. Objetivos del proyecto

Objetivo general

Fortalecer, desde una estrategia de marketing digital la comercialización de cafés especiales a nivel nacional e internacional utilizando internet como medio de comunicación y negocios.

Indicadores:

- Plataforma tecnológica web de Cafés especiales implementada
- Número de fincas de la región aprovechando usando la plataforma tecnológica web Cauca para inversionistas

² Propuesta diseñada por David Meneses, Gerente empresa CITE

- Número de visitas a la plataforma web de Cafés especiales
- Estrategia de marketing de contenidos implementada en la plataforma web de Cafés especiales
- Posicionamiento de la plataforma de cafés especiales en los sistemas avanzados de publicidad de Facebook, YouTube y Google+ durante nueve meses.
- Porcentaje de disponibilidad de la plataforma tecnológica web en internet.

Objetivos específicos

- Fortalecer el sector Cafetero a través de internet para generar ventas e inversión en el departamento del Cauca
- Mostrar los productos cafeteros que se producen en el departamento del Cauca haciendo uso de las TIC a través del marketing digital.

II. INDICADORES DEL PROYECTO

Para garantizar el cumplimiento del proyecto en su totalidad, se tienen en cuenta ciertos indicadores del producto e indicadores de gestión. Los cuales se ejecutan durante la implementación del proyecto.

Indicadores del Producto

- Para poder lograr el objetivo de Fortalecer el sector Cafetero a través de internet para generar ventas e inversión en el departamento del Cauca, se establece un indicador a nivel de producto de la plataforma implementada y

posicionada en 50 sitios web especializados en Agro e inversionistas a nivel mundial.

- Para cumplir con el objetivo de Mostrar los productos cafeteros que se producen en el departamento del Cauca haciendo uso de las TIC a través del marketing digital, se establece el indicador de producto: Comunidades de Cafés especiales en las redes sociales más importantes como Facebook, Pinterest, Youtube con más de 20.000 seguidores registrados.

Indicadores de Gestión del proyecto

Dentro de los indicadores de gestión se encuentran:

- Una Plataforma tecnológica web de Cafés especiales implementada
- 40 fincas de la región aprovechando usando la plataforma tecnológica web Cauca para inversionistas
- Número de visitas a la plataforma de cafés especiales de 20.000 visitas. con un porcentaje de disponibilidad en internet de la plataforma Cauca.travel del 99,99%.
- Una estrategia de marketing de contenidos implementada en la plataforma web de Cafés especiales
- Impacto a nivel global de la plataforma tecnológica web generando 50.000 interacciones de los usuarios de las comunidades en redes sociales y 4 países impactados con la estrategia de marketing digital.

Metas del proyecto según sus objetivos

- Implementación y puesta en marcha de la Plataforma de Cafés especiales con un diseño enfocado al usuario, que permita interacción a nivel nacional e internacional.
- 40 fincas de la región aprovechando usando la plataforma tecnológica web Cauca para inversionistas
- Plataforma de cafés especiales de 20.000 visitas. con un porcentaje de disponibilidad en internet de la plataforma Cauca.travel del 99,99%.
- Una estrategia de marketing de contenidos implementada en la plataforma web de Cafés especiales
- 50.000 interacciones de los usuarios de las comunidades en redes sociales.
- 99.99% De disponibilidad de la plataforma Cauca para inversionistas y Cauca.travel en internet.
- Posicionamiento de la plataforma en 50 sitios web de Agro e inversiones y negocios a nivel mundial.

Solo a través de la implementación de estrategias de marketing digital, se logra captar la atención de personas a través de internet para generar un flujo de visitantes a la plataforma y que se puedan mostrar los cafés especiales producidos en la región, interconectada con otras plataformas sociales como Google, Facebook, YouTube, entre otras redes sociales, herramientas y estrategias detrás

de ellas. A través de las cuales recibe apalancamiento para llegar a las personas que se desea.

El objetivo de la implementación de esta plataforma es generar transacciones en la región, incentivar la inversión, competencia empresarial entre cafeteros, al mismo tiempo que ofrece visibilidad a los productos de las fincas beneficiadas por el proyecto. Con la ventaja que está disponible para los usuarios las 24 horas del día, los 365 días del año, teniendo la opción de acceder a un centro de información completa de cafés especiales de la región.

Palabra clave	Prom búsquedas mensuales	Competencia	Oferta Sugerida
colombian coffee	2900	Media	COL\$4,745
colombian coffee beans	170	Alta	COL\$4,743
colombian coffee shop	20	Media	-
where to buy colombian coffee	20	Alta	COL\$266
speciality coffee	170	Media	COL\$6,191
special coffee	170	Media	COL\$5,406
how to import coffee from colombia	20	Alta	COL\$3,569
import coffee to us	30	Media	-
coffee importers	390	Media	COL\$6,500
coffee import	50	Baja	COL\$9,300
colombian export coffee		Media	COL\$29,500

Tabla 13 Búsqueda relevante en Google

El anterior cuadro muestra resultados de búsquedas más relevantes en google, directamente relacionadas con la plataforma web y el objetivo del proyecto.

III. Características del producto

En el mundo, el marketing digital es actualmente lo más utilizado por la mayoría de empresas en Norteamérica y en Europa, estas técnicas de mercadeo en medios digitales están siendo utilizadas por la mayoría de profesionales, empresarios y personas en general que desean vender productos o servicios con una alta rentabilidad y con una baja inversión respecto a los medios tradicionales de publicidad. Aunque no son medios excluyentes, más bien complementarios, son de gran ayuda para las pequeñas y medianas empresas, ya que no se necesita de una gran inversión para realizar ventas a través de ellos, porque el modelo de negocios que internet propone está enfocado a la adquisición, conversión y retención de clientes. Es decir se basa generar un retorno de la inversión en primera instancia a las empresas beneficiadas por el proyecto.

IV. Diseño del sitio, enfocado a los usuarios

La plataforma web estará enfocada a usuarios que deseen comprar cafés especiales de diferentes países, por lo cual estará la plataforma en varios idiomas según los países a los que se desea llegar.

La plataforma cuenta con fotos, vídeos, botones e interfaces para mostrar los productos de las fincas, información sobre ofertas o promociones de manera

actualizada, información del clima, cantidad de producción. De igual forma, se integra con las redes sociales más utilizadas, permitiendo una difusión más rápida y efectiva de los productos de la región. Así mismo, cuenta con geo localización para que los inversionistas o compradores las ubiquen, sepan condiciones de clima y se puedan tomar decisiones de compra.

V. Estrategias de posicionamiento por medio de motores de búsqueda

Debido a que los motores de búsqueda, se han convertido en las principales fuentes de información en Internet, al momento de encontrar un producto, servicio, información, etc. Es necesario involucrar este tipo de sistemas como aliados estratégicos de la plataforma tecnológica web. Uno de esos sistemas se llama Google Adwords TM disponible en <http://adwords.Google.com>, que consiste en el programa de publicidad proporcionado por Google y que es catalogado como el más efectivo, y con mejores retornos de inversión en el mundo.

Este sistema está basado en responder, resolver y proporcionar información, según las necesidades de las personas que desean buscar algo en Internet a través de Google y que buscan por medio de “palabras claves”. Al integrar este servicio con la plataforma web, implica que población directamente beneficiada estaría presente en cada resultado relacionado con los productos o servicios que ofrezcan. De esa manera, las empresas beneficiadas por este proyecto estarían encontrando a sus clientes potenciales, interesados en comprar sus productos o servicios de una manera más rápida y efectiva.

Otra de las grandes ventajas es que se puede utilizar otras plataformas muy conocidas y utilizadas por los usuarios de internet como YouTube, Gmail, Wikipedia, Slideshare, MSN, Blogs, etc., y colocar anuncios relacionados a los productos y

servicios que ofrecen las empresas beneficiadas, garantizando un tráfico calificado hacia el sitio, de igual forma se realiza en la parte de turismo.

Esta publicidad tiene muchas ventajas porque permite tener un mayor alcance y a su vez, información en tiempo real de como los usuarios buscan los productos y servicios, sin importar en que parte del mundo se encuentren, para llegar de forma efectiva y eficaz a ellos.

VI. Estrategias para aumentar la viralidad de la plataforma

No cabe duda que las redes sociales son plataformas indispensables para la comunicación de los usuarios de internet actualmente, por tal razón, las empresas tienen la necesidad de tener presencia en estas redes, el inconveniente que se presenta es que desconocen la dinámica y las posibilidades que brindan estas plataformas para sacar el mayor provecho de ellas, una de las herramientas más efectivas, son los programas de publicidad que están basados en una serie de conceptos como profiling, segmentación por datos demográficos, publicidad de costo por clic, etc.

Este servicio consiste en brindarle a la región, las empresas y negocios beneficiados, el manejo de dichas redes sociales y a su vez, direccionar a los usuarios hacia la plataforma web, basados en criterios que permitan ofrecer los productos de acuerdo a las características de los usuarios, y de esa manera dar a conocer los productos y servicios que tienen a su disposición e interés. Uno de los programas más importantes a utilizar es el de Facebook por ser la red social de mayor penetración en el mundo, y cuyo programa está disponible en: <http://www.Facebook.com/advertising/>

Otra de las funciones consiste en la implementación de estrategias de comunicación que permitan interactuar a los usuarios con las empresas, al mismo tiempo en la plataforma web, referenciándolas en las redes sociales como: Foursquare, Instagram, YouTube, entre otras. Realizando un trabajo de interacción entre los usuarios y los productos de las empresas.

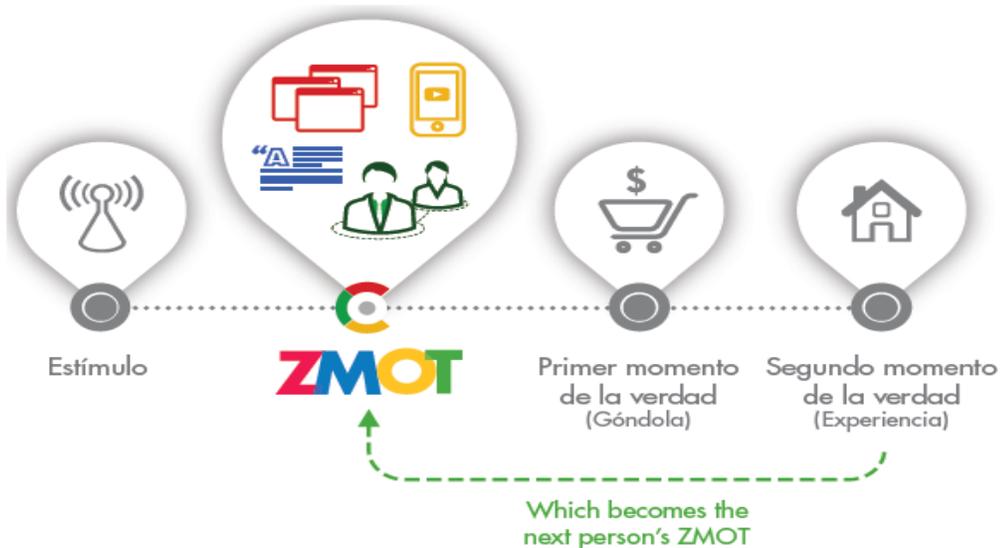
VII. Estrategias mixtas de posicionamiento y viralidad (offline - online)

Éste servicio consiste en utilizar herramientas que permita fácilmente a los usuarios llegar a la plataforma web, otorgándoles información interesante, basado en conceptos como marketing experiencial, bloggin, video marketing, códigos QR, aplicaciones web y móviles, entre otros. Que estarán tanto en formato digital, como de manera impresa, contando con la colaboración y participación del departamento del Cauca en general y las empresas beneficiadas.

VIII. Marketing Experiencial

“El marketing da un nuevo giro. El cliente ya no elige un producto o servicio solo por la ecuación Costo / Beneficio, sino por la vivencia que ofrece antes de la compra y durante su consumo”, Bernd Schmit, esta es una de la nuevas tendencias, donde al ejecutarla, las fincas beneficiadas en el proyecto pueden rentabilizar sus negocios mucho más rápido que con muchas otras técnicas, por lo tanto se le brinda a los usuarios una experiencia real y documentada de la plataforma tecnológica web.

Nuevo modelo mental



IX. Servicio Email Marketing

El Email marketing consiste en el envío estratégico de correos electrónicos con el fin de atraer solo personas interesadas en sus productos/servicios convirtiéndolas en clientes y compradores recurrentes. Cómo funciona el Email marketing:



11. CAPACIDAD Y BENEFICIARIOS

Para el objeto del proyecto el número de beneficiarios en buenas prácticas agrícolas serán 1000 caficultores del municipio de Caldono-Cauca, la capacidad generada será de 2.5 toneladas.

11 LOCALIZACIÓN

El municipio de Caldono – Cauca se encuentra ubicado en la zona Andina, en la vertiente occidental de la cordillera central a los 2° 48” y 3° 19” Latitud norte – 76° 05” y 76° 50” Longitud oeste y en el sector oriental del departamento del Cauca. Su área es de 373.98 Km². Limita por el Este con los municipios de Jambaló y Silvia al Oeste con los Municipios de Morales y Piendamó, al Sur con los Municipios de Silvia y Piendamó y al Norte con los Municipios de Santander de Quilichao y Buenos Aires. Su cabecera municipal se sitúa al nor-oriente del Departamento del Cauca a una

distancia de 67 kilómetros de la ciudad de Popayán y a 92 Kilómetros de la ciudad de Cali. (PBOT-2005).

El territorio está conformado por 86 veredas, 4 corregimiento (Cerro Alto, Pescador y Pital), 6 resguardos indígenas (San Lorenzo de Caldono, Pioyá, Pueblo Nuevo, San Antonio-La Aguada, La Laguna – Siberia, Las Mercedes), el municipio es un territorio multiétnico y pluricultural, está habitado por pueblos indígenas de las etnias Nasa, Misak, población mestiza y una minoría de población afro. El 48% de la población son mujeres, el 52% hombres, el 96% ubicada en zona rural, y el 4% ubicada en zona urbana. Habitan 86 habitantes por km² (Alcaldía de Caldono, 2011)

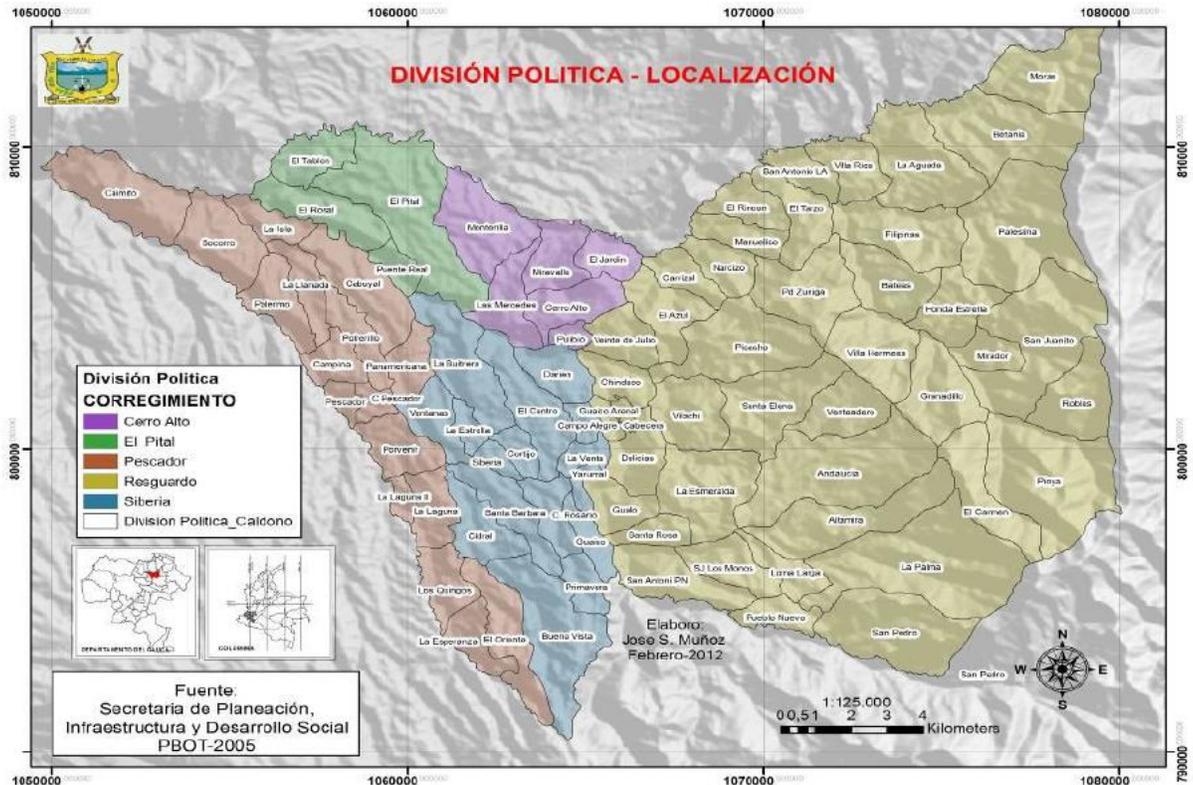


Ilustración 8. División Política – Localización geográfica del municipio de Caldono

12 ANÁLISIS DE RIESGOS

El proyecto propuesto se expone a algunos riesgos que en su mayoría se pueden mitigar y tener control sobre los mismos. En la tabla 14 se describen los posibles impactos.

Objetivo	Descripción del riesgo	Probabilidad	Impacto	Efecto	Estrategias & acciones de mitigación
Diseñar estrategias de formación orientadas a mejoramiento de calidad de cafés especiales	Problemas de orden público que ocasionan el atraso en el cronograma de actividades del proyecto.	Frecuente	Alto	Atraso en plan operativo del proyecto	Diseñar planes de emergencia para garantizar el cumplimiento y ejecución de las actividades del proyecto.
Identificar los canales de comercialización y promover vínculos garanticen mayores ventajas competitivas para las partes	Variación de los precios del producto	Frecuente	Alto	Disminución de los ingresos de los productores	Establecimiento de productos transitorios paralelos que generen flujos complementarios. Aplicar estrategia de econometría cafetera para venta de producto a futuro en bolsa mediante Cooperativa de caficultores
	Afectaciones fitosanitarias de los cultivos	Probable	Alto	Disminución de la producción	Apoyo con asistencia técnica y generación de capacidades en los productores para el manejo integral de las enfermedades y de las plagas
	Efectos climatológicos	Probable	Alto	Disminución de la producción	Mantenimiento de drenajes, fomento Implementación de sistemas de riego
Constituir un equipo idóneo que apoye a los entes de financiación del proyecto en el manejo administrativo y financiero del mismo.	La asignación o parcial o demora en la asignación de los recursos para la ejecución	Ocasional	Alto	Atraso en plan operativo del proyecto	Buscar otras estrategias de financiación a corto plazo

Tabla 14. Descripción de riesgos del proyecto

13. BENEFICIOS DEL PROYECTO

13.1 BENEFICIOS SOCIALES

Los beneficios sociales que aportara el proyecto al municipio se podrán evidenciar paulatinamente en la medida en que los caficultores se capaciten y adopten el modelo propuesto, la metodología planteada pretende que las comunidades implementen practicas autogestionarias y promueve el liderazgo de gestión como base fundamental del trabajo Organizativo

13.2 BENEFICIOS AMBIENTALES

No aplica para el proyecto

13.3 BENEFICIOS ECONÓMICOS

Los beneficios económicos que aportara el proyecto se evalúan de acuerdo a un aumento en la producción y calidad del café, lo cual se lograra a través de la formación de los caficultores incentivando en la mejoría de sus sistemas productivos hasta alcanzar una producción sostenible, esto se traduce en un aumento gradual del ingreso a las familias caficultoras beneficiarias del proyecto.

14. INDICADORES

Entre los indicadores que se tienen previstos para el seguimiento y control de proyecto están:

- ✓ Capacitación Realizada
- ✓ Estudios de caracterización de grupos étnicos elaborados
- ✓ Obras de infraestructura entregadas
- ✓ Toneladas Comercializadas Con Recursos De Los Incentivos A La Comercialización
- ✓ Productores atendidos por el servicio de extensión cafetera
- ✓ Empleos generados en el sector

15. SOSTENIBILIDAD DEL PROYECTO

La sostenibilidad del proyecto se da en tres niveles:

Educación: El proyecto pretende impulsar la capacitación y formación de los caficultores desde una visión integral: manejo de cultivo, cosecha, post cosecha, comercialización y administración de cada una de sus fincas como una empresa cafetera.

Costos de producción: Mediante este proyecto se pretende implementar estrategias Organizacionales que permitan aplicar conceptos de economía de escala y la eliminación de proveedores intermediarios, esto contribuirá a minimizar los costos y maximizar los beneficios para aquellos caficultores. Este nivel va muy de la mano con la educación ya que en la medida en que el caficultor adopte el modelo comprenderá la importancia de trabajar de manera asociada.

Comercialización: El proyecto propende por lograr un precio justo y acorde con la calidad del producto, este precio será un incentivo proporcional al esfuerzo, dedicación y perseverancia de cada caficultor.

Mediante estos tres niveles el proyecto pretende brindar alternativas dignas de trabajo para los pobladores de un municipio que intenta salir adelante pese a la difícil situación de violencia de la cual ha sido víctima. La articulación de

instituciones de orden nacional y municipal propenderá en un esfuerzo mancomunado por mejorar la calidad de vida de los caficultores.

16. EVALUACION FINANCIERA DEL PROYECTO

16.1 COSTO TOTAL DEL PROYECTO

El costo total del proyecto es de ocho mil seiscientos diecinueve millones ochocientos setenta y siete mil ciento veintisiete pesos (\$8.619.877.127), los cuales serán aportados de la siguiente manera: \$ 7.720.657.067,00 por el Ministerio de Agricultura, \$ 592.149.600,00 por parte de la FEDECAFE, \$ 274.701.227,00 por parte de la Alcaldía municipal de Caldono Cauca y los aportes en especie que brindaran los caficultores por valor de \$ 32.369.231,16

El proyecto beneficiara con capacitaciones a 1000 caficultores y tendrá un costo por anual por cada uno de \$813.299,00, en las capacitaciones tendrán acceso a material didáctico, acompañamiento técnico e interacción con diferentes experiencias.

A continuación se presenta una tabla con el presupuesto de inversión para 5 años de duración del proyecto:

No. PRODUCTO	No. ACTIVIDAD	ACTIVIDADES	ITEMS	PRESUPUESTO PROYECTO					TOTAL PRESUPUESTADO
				AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
1	1	Diagnóstico y caracterización de la población, estructuración de contenidos y planes de capacitación	M.O. Calificada	\$ 133.000.000,00	\$ -	\$ 66.854.200,00	\$ -	\$ 75.117.379,12	\$ 274.971.579,12
			Transporte	\$ 38.744.000,00	\$ -	\$ 39.485.600,00	\$ -	\$ 48.913.407,34	\$ 127.143.007,34
			Materiales	\$ 20.916.000,00	\$ -	\$ 23.501.217,60	\$ -	\$ 26.405.968,10	\$ 70.823.185,70
			Otros gastos generales	\$ 26.250.000,00	\$ -	\$ 26.250.000,00	\$ -	\$ 33.140.020,20	\$ 85.640.020,20
			SUBTOTAL	\$ 218.910.000,00	\$ -	\$ 156.091.017,60	\$ -	\$ 183.576.774,75	\$ 558.577.792,35
	2	Jornadas de sensibilización y capacitación para la adopción de un modelo que permita mejorar la competitividad de cafés	M.O. Calificada	\$ 84.000.000,00	\$ 70.490.000,00	\$ 74.719.400,00	\$ 79.202.564,00	\$ 83.954.717,84	\$ 392.366.681,84
			Transporte	\$ 52.704.000,00	\$ 53.788.640,00	\$ 57.016.958,40	\$ 60.436.915,90	\$ 64.063.130,86	\$ 288.008.645,16
			Otros servicios	\$ 2.250.000,00	\$ 6.885.000,00	\$ 7.298.100,00	\$ 7.735.986,00	\$ 8.200.145,16	\$ 32.369.231,16
			Otros gastos generales	\$ 18.900.000,00	\$ 22.896.000,00	\$ 24.269.760,00	\$ 25.725.945,60	\$ 27.269.502,34	\$ 119.061.207,94
			SUBTOTAL	\$ 157.854.000,00	\$ 154.059.640,00	\$ 163.303.218,40	\$ 173.101.411,50	\$ 183.487.496,19	\$ 831.805.766,10
	3	Construcción de la planta física de la Escuela de capacitación en café y dotación de capacidades habilitantes para la misma	Materiales	\$ 20.241.630,00	\$ 21.456.127,80	\$ 22.743.495,47	\$ 24.108.105,20	\$ 25.554.591,51	\$ 114.103.949,97
			Servicios domiciliares	\$ -	\$ 280.000,00	\$ 296.800,00	\$ 314.608,00	\$ 333.484,48	\$ 1.224.892,48
			Terreno	\$ 70.000.000,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 70.000.000,00
			Otros servicios	\$ -	\$ 2.200.000.000,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 2.200.000.000,00
			Maquinaria y equipo	\$ 275.469.800,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 275.469.800,00
Mantenimiento de maquinaria y equipo			\$ -	\$ 3.500.000,00	\$ 3.710.000,00	\$ 3.932.600,00	\$ 4.168.556,00	\$ 15.311.156,00	
SUBTOTAL				\$ 365.711.430,00	\$ 2.225.236.127,80	\$ 26.750.295,47	\$ 28.355.313,20	\$ 30.056.631,99	\$ 2.676.109.798,45
TOTAL PRODUCTO 1				\$ 742.475.430,00	\$ 2.379.295.767,80	\$ 346.144.531,47	\$ 201.456.724,70	\$ 397.120.902,94	\$ 4.066.493.356,90
2	4	Estrategia de marketing	M.O. Calificada	\$ -	\$ -	\$ 168.000.000,00	\$ 178.080.000,00	\$ 188.764.800,00	\$ 534.844.800,00
			M.O. no calificada	\$ -	\$ -	\$ 18.000.000,00	\$ 19.080.000,00	\$ 20.224.800,00	\$ 57.304.800,00
			Otros servicios	\$ -	\$ 110.500.000,00	\$ 117.130.000,00	\$ 124.157.800,00	\$ 131.607.268,00	\$ 483.395.068,00
			Otros gastos generales	\$ -	\$ -	\$ 1.200.000,00	\$ 1.272.000,00	\$ 1.348.320,00	\$ 3.820.320,00
			SUBTOTAL	\$ -	\$ 110.500.000,00	\$ 304.330.000,00	\$ 322.589.800,00	\$ 341.945.188,00	\$ 1.079.364.988,00
	5	Control y seguimiento de calidad de café para que exista una mejora continua.	M.O. Calificada	\$ 96.000.000,00	\$ 101.760.000,00	\$ 107.865.600,00	\$ 114.337.536,00	\$ 121.197.788,16	\$ 541.160.324,16
			Transporte	\$ -	\$ -	\$ 22.022.560,00	\$ 23.343.913,60	\$ 24.744.548,42	\$ 70.111.022,02
			Otros servicios	\$ -	\$ -	\$ 3.505.632,00	\$ 3.715.969,92	\$ 3.938.928,12	\$ 11.160.530,04
			Otros gastos generales	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
			SUBTOTAL	\$ 96.000.000,00	\$ 101.760.000,00	\$ 133.393.792,00	\$ 141.397.419,52	\$ 149.881.264,69	\$ 622.432.476,21
TOTAL PRODUCTO 2				\$ 96.000.000,00	\$ 212.260.000,00	\$ 437.723.792,00	\$ 463.987.219,52	\$ 491.826.452,69	\$ 1.701.797.464,21
3	6	Contratar los profesionales del área de administración, finanzas y coordinadores de área	M.O. Calificada	\$ 352.000.000,00	\$ 470.640.000,00	\$ 498.878.400,00	\$ 528.811.104,00	\$ 560.539.770,24	\$ 2.410.869.274,24
			Otros servicios	\$ -	\$ 53.001.600,00	\$ 56.181.696,00	\$ -	\$ -	\$ 109.183.296,00
			Otros gastos generales	\$ 66.306.747,13	\$ 66.306.747,13	\$ 66.306.747,13	\$ 66.306.747,13	\$ 66.306.747,13	\$ 331.533.735,65
			SUBTOTAL	\$ 352.000.000,00	\$ 523.641.600,00	\$ 555.060.096,00	\$ 528.811.104,00	\$ 560.539.770,24	\$ 2.520.052.570,24
TOTAL PRODUCTO 3 (SIN GASTOS ADMINISTRATIVOS)				\$ 352.000.000,00	\$ 523.641.600,00	\$ 555.060.096,00	\$ 528.811.104,00	\$ 560.539.770,24	\$ 2.520.052.570,24
TOTAL PRODUCTO 3 (CON GASTOS ADMINISTRATIVOS)				\$ 418.306.747,13	\$ 589.948.347,13	\$ 621.366.843,13	\$ 595.117.851,13	\$ 626.846.517,37	\$ 2.851.586.305,89
TOTAL PROYECTO				\$ 1.256.782.177,13	\$ 3.181.504.114,93	\$ 1.405.235.166,60	\$ 1.260.561.795,35	\$ 1.515.793.873,00	\$ 8.619.877.127,01

Tabla 15. Rubros Presupuesto

FUENTES DE FINANCIACION	TIPO DE RECURSO		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
	EEFECTIVO	ESPECIE						
FASE INVERSION								
Ministerio de Agricultura	X		\$ 329.364.000,00	\$ 234.778.640,00	\$ 379.906.376,00	\$ 265.069.280,00	\$ 431.410.191,00	\$ 1.640.528.487,00
FEDECAFE	X		\$ -	\$ -	\$ 186.000.000,00	\$ 197.160.000,00	\$ 208.989.600,00	\$ 592.149.600,00
Alcaldía de Caldono	X		\$ 45.150.000,00	\$ 22.896.000,00	\$ 50.519.760,00	\$ 25.725.945,00	\$ 60.409.522,00	\$ 204.701.227,00
Caficultores		X	\$ 2.250.000,00	\$ 6.885.000,00	\$ 7.298.100,00	\$ 7.735.986,00	\$ 8.200.145,00	\$ 32.369.231,00
TOTAL FASE INVERSION			\$ 376.764.000,00	\$ 264.559.640,00	\$ 623.724.236,00	\$ 495.691.211,00	\$ 709.009.458,00	\$ 2.469.748.545,00
FASE OPERACIÓN								
Ministerio de Agricultura	X		\$ 810.018.177,00	\$ 2.916.944.475,00	\$ 781.510.931,00	\$ 764.870.584,00	\$ 806.784.413,00	\$ 6.080.128.580,00
FEDECAFE								\$ -
Alcaldía de Caldono		X	\$ 70.000.000,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 70.000.000,00
Caficultores								\$ -
TOTAL FASE OPERACIÓN			\$ 880.018.177,00	\$ 2.916.944.475,00	\$ 781.510.931,00	\$ 764.870.584,00	\$ 806.784.413,00	\$ 6.150.128.580,00

Tabla 16. Fuentes de financiación

16.2 CALCULO DE BENEFICIOS INGRESOS Y/O BENEFICIOS DEL PROYECTO.

Los ingresos que el proyecto genera, los constituyen las ventas de café especial y ventas de café estándar, los precios del café están calculados según valores de comportamiento histórico. Para el cálculo de los beneficios se tuvo en cuenta las capacitaciones a las que cada caficultor tendrá acceso

Para el cálculo de los beneficios e ingresos se requiere las siguientes consideraciones:

Item	Año 2			Año 3			Año 4			Año 5		
	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total									
Venta Café estandar	215,60	\$ 5.600.000	\$ 1.207.360.000	244	\$ 5.936.000	\$ 1.451.977.653	107	\$ 6.292.160	\$ 673.354.637	244	\$ 6.669.690	\$ 1.631.442.091
Venta Café especial	10,90	\$ 6.400.000	\$ 69.760.000	104	\$ 6.784.000	\$ 710.963.200	198	\$ 7.191.040	\$ 1.428.859.648	214	\$ 7.622.502	\$ 1.631.444.189
Sub Total			\$ 1.277.120.000			\$ 2.162.940.853			\$ 2.102.214.285			\$ 3.262.886.280
Capacitación de Familias Beneficiadas	1000	\$ 1.626.598	\$ 1.626.598.000	1000	\$ 813.299	\$ 813.299.000	1000	\$ 813.299	\$ 813.299.000	1000	\$ 813.299	\$ 813.299.000
Sub Total			\$ 1.626.598.000			\$ 813.299.000			\$ 813.299.000			\$ 813.299.000
Total			\$ 2.903.718.000			\$ 2.976.239.853			\$ 2.915.513.285			\$ 4.076.185.280

Tabla 17. Beneficios e Ingresos

Ítem	2015	2016	2017	2018	2019
Ingresos		\$ 2.903.718.000	\$ 2.976.239.853	\$ 2.915.513.285	\$ 4.076.185.280
Etapa de Inversión y Operación	\$ 1.256.782.177,13	\$ 3.181.504.114,93	\$ 1.405.235.166,60	\$ 1.260.561.795,35	\$ 1.515.793.873,00
Total Flujo de Fondos	\$ (1.256.782.177,13)	\$ (277.786.114,93)	\$ 1.571.004.686,36	\$ 1.654.951.489,21	\$ 2.560.391.406,54

Tabla 18. Flujos de fondos

16.3 Tasa de interés de oportunidad (TIO)

Se considera para el presente proyecto como tasa de oportunidad la que paga un CDT a 360 días, la cual es de: 6 % efectivo anual (Fuente de este indicador Banco de la República – Enero de 2015).

16.4 Tasa Interna de Retorno (TIR)

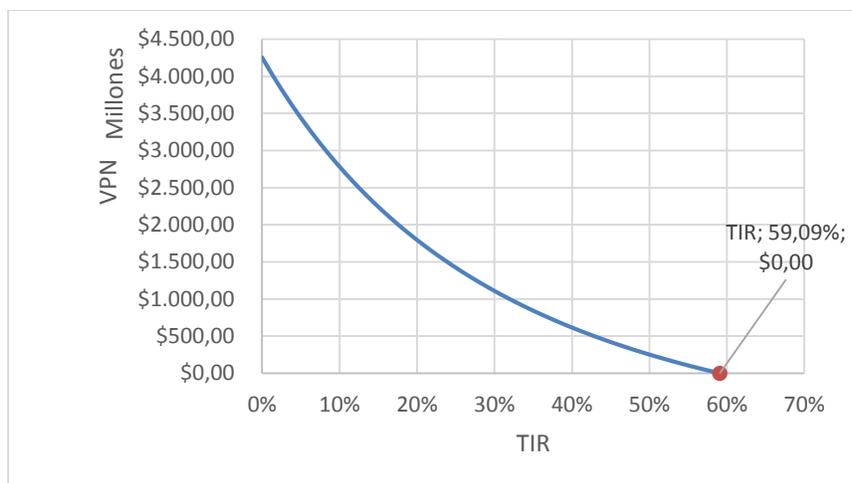


Ilustración 9. VPN vs TIR

La TIR calculada para este proyecto es de 59,09% supera la tasa de interés de oportunidad, por tanto se recomienda la inversión en este proyecto.

$$59,06 \% TIR \geq 6\% TIO$$

16.4 Tasa Interna de Retorno Económica

La TIRE calculada para este proyecto es de 83,51% supera la tasa de interés de oportunidad, por tanto se puede inferir que el proyecto tendrá un alto impacto social.

$$83,51 \% TIRE \geq 6\% TIO$$

16.5 Relación Costo Beneficio:

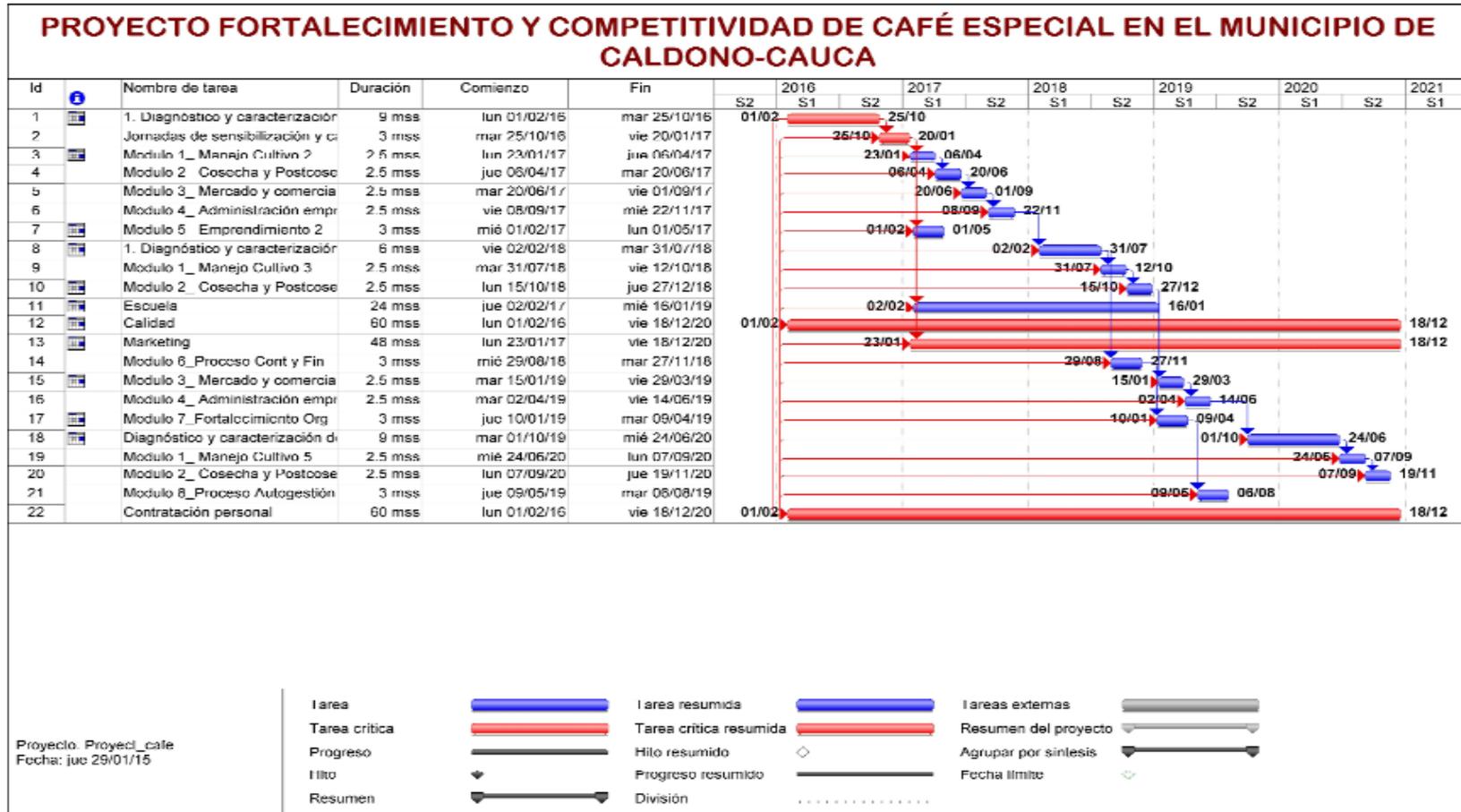
La relación beneficio-costos del 1,45% indica que por cada peso de costos- se obtiene más de 1.45 pesos de beneficio. En consecuencia, si el índice es positivo o cero es viable una inversión en el proyecto.

BIBLIOGRAFIA

- Alcaldía de Caldono. (2011). Ficha Municipal DNP. *Ficha Municipal DNP*. Caldono, Cauca, Colombia.
- Banco de la República. (2012). Borradores de economía, El mercado mundial del café y su impacto en Colombia. En *Borradores de economía, El mercado mundial del café y su impacto en Colombia*. (pág. 15). Bogotá.
- FEDECAFE. (2014). http://federaciondecafeteros.org/particulares/es/quienes_somos/119_estadisticas_historicas/. Obtenido de Federación Nacional de cafeteros.
- Leibovich, J. (2005). *Análisis de los cambios demográficos en los municipios cafeteros y su relación con los cambios en la caficultura colombiana*. FEDECAFE.
- Moreno, J. A. (Febrero de 2014). El café del Cauca y del Valle se exporta a todos los continentes. *Periodico el Pueblo*. Obtenido de <http://elpueblo.com.co/el-cafe-del-cauca-y-del-valle-se-exporta-a-todos-los-continentes/#ixzz2xObrOqFq>.
- PROCOLOMBIA. (2014). *Proexport Colombia y Federación Nacional de Cafeteros firman convenio para impulsar exportaciones de cafés especiales*. Obtenido de PROCOLOMBIA.
- SICA. (2014). Obtenido de SICA.

ANEXOS

ANEXO 1. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES



ANEXO 2. FICHA EBI

Fortalecimiento Competitividad de café especial Caldono, Cauca, Occidente

Código BPIN:

Impreso el 30 de enero de 2015

Datos del Formulador

Tipo de documento:	Cedula de Ciudadania	No. Documento:	1058816533
Nombres:	Paola Yuliana	Apellidos:	Trujillo Paz
Cargo:	Gerente		
Telefonos:	3116143253		
Entidad:	ASOCAFEP		
E-mail:	ptrujillo36@gmail.com		

Módulo de identificación del problema o necesidad

1. Contribución a la política pública

Plan del PND

(2010-2014) Prosperidad para Todos

Programa del PND

13202. Competitividad de la producción agropecuaria

Indicador de seguimiento al PND

Agropecuario Nuevos beneficiarios de ATI alianzas productivas

Unidad de medida

beneficiarios

Meta

38460

Plan de Desarrollo Departamental o Sectorial

El Cauca todas las oportunidades

Programa del Plan desarrollo Departamental o Sectorial

2.6.1.4. Programa alianzas productivas y comerciales

Plan de Desarrollo Distrital o Municipal

Unidos sembramos futuro y construimos desarrollo

Programa del Plan desarrollo Distrital o Municipal

18.3.1. Subprograma: Potencializar las líneas productivas como fuente de la economía local

Módulo de identificación del problema o necesidad

2. Identificación y descripción del problema

Problema Central

Baja competitividad de café especial producido en el municipio de Caldono-Cauca

Descripción de la situación existente

El municipio de Caldono cuenta con 5225 pequeños y medianos caficultores, los cuales se ven afectados por ciertos factores que no permiten el desarrollo pleno en su calidad de vida y en sus cultivos, para ello es necesario aumentar la preparación en el manejo de cosecha y pos-cosecha, trabajo en equipo para eliminar los proveedores intermediarios, ayuda de personal experto en comportamiento económico y marketing para ingresar a nuevos nichos de mercado.

Magnitud actual

Precio de café (\$/arroba):70000, Hectareas sembradas: 4555, Producción (arrobas/hectarea):60, Número de árboles:22.775.000, Utilidad por arroba(\$/arroba):15400

Módulo de identificación del problema o necesidad

2.1 Identificación y descripción del problema

Causas que generan el problema

Tipo: Directa

Deficientes conocimientos para manejo del cultivo del café de manera sostenible

Deficientes incentivos económicos a la calidad por parte de agentes comerciales

Carencia del recurso humano para administración de los recursos financieros y logísticos del proyecto

Tipo: Indirecta

Deficiencia en conocimientos sobre administración del negocio, técnicas de manejo en cultivo de café, cosecha y post-cosecha

Deficiencia en buenas prácticas agrícolas

Deficiencia de líderes locales en la Caficultura

Deficiencia en la aplicación de los procesos de análisis físico del café pergamino seco

Altos costos de insumos locales

Bajo conocimiento en tácticas de comercialización y mercadeo del producto

Efectos generados por el problema

Tipo: Directo

Baja calidad de producto

Desmotivación del caficultor en mejorar las técnicas de manejo de producto

Dificultad para cumplir con el plan operativo del proyecto en forma eficaz y eficiente

Tipo: Indirecto

Dificultad del caficultor para determinar costos de producción y por ende margen de ganancia

Reducción de calidad en producto final y por consiguiente menor margen de utilidad

Falta de organización de pequeños y medianos caficultores

Baja credibilidad en la clasificación de su producción que hacen los agentes de compra

Deficiencia en la fertilización de los cultivos

Reducción en el margen de ganancia del cultivo

Módulo de identificación del problema o necesidad

4. Población afectada y objetivo del problema

Personas Afectadas

Número de personas Afectadas

5525

Fuente de información

SICA

Región	Departamento	Municipio	Centro poblado	Resguardo	Especifica
Occidente	Cauca	Caldono	Corregimiento		Pescador

Personas Objetivo

Número de personas Objetivo

1000

Fuente de información

SICA

Región	Departamento	Municipio	Centro poblado	Resguardo	Especifica
Occidente	Cauca	Caldono	Corregimiento		Pescador

Módulo de identificación del problema o necesidad

4.1 Población afectada y objetivo del problema

Características demográficas de la población

Clasificación	Detalle	Numero de Personas	Fuente de Informacion
---------------	---------	--------------------	-----------------------

Género	Hombre	700	SICA
Género	Mujer	300	SICA
Edad (años)	0 - 6	0	
Edad (años)	7 - 14	0	
Edad (años)	15 - 17	0	
Edad (años)	18 - 26	0	
Edad (años)	27 - 59	0	
Edad (años)	60 en adelante	0	
Grupos Étnicos	Indígenas	0	
Grupos Étnicos	Afrocolombianos	0	
Grupos Étnicos	ROM	0	
Población Vulnerable	Desplazados	0	
Población Vulnerable	Discapacitados	0	
Población Vulnerable	Pobres Extremos	0	

Módulo de identificación del problema o necesidad

5. Objetivo - Propósito

Objetivo General - Propósito

Fortalecer la competitividad de café especial producido en el municipio de Caldono-Cauca

Indicadores que miden el objetivo general

Nombre del Indicador	Unidad de Medida	Meta
Producción por hectarea	Tonelada	2,28

Indicadores que miden el objetivo general

Nombre del Indicador	Unidad de Medida	Meta
Incremento Utilidad por arroba	Porcentaje	4,1

Objetivo Específicos

- Diseñar estrategias de formación para aumentar conocimientos en manejo del cultivo del café de manera sostenible
- Identificar los canales de comercialización y promover vinculos que garanticen mayores ventajas competitivas para las partes
- Constituir un equipo idoneo que apoye a los entes de financiación del proyecto en el manejo administrativo y financiero del mismo
- Capacitar y acompañar a los caficultores en técnicas de administración de su empresa cafetera y manejo de cosecha y post-cosecha
- Incentivar tecnicas de buenas practicas agricolas
- Generar espacios para la formación de líderes
- Mejorar el conocimiento del producto frente a una posterior negociación con un agente de compra
- Utilizar la asociación para acceder a la economía de escala en la adquisicion de suministros
- Buscar asesoría de personal experto en econometria cafetera y estrategias de marketing

Módulo de Preparación de la alternativa de solución

1. Descripción de la alternativa

Alternativa

Implementación de un modelo de desarrollo integral para caficultores productores de cafés especiales

Año inicio: 2015

Año final: 2019

Descripción de la alternativa

El proyecto tendrá tres ejes principales sobre los cuales se desarrollaran las estrategias de mejora, se exponen a continuación:

Costos de producción: Uno de los factores que tiene un gran impacto sobre la economía de los pequeños y medianos caficultores son los altos costos en los insumos empleados en el proceso de producción, mediante este proyecto se pretende implementar estrategias que permita la compra al por mayor de los insumos de buena calidad y la eliminación de proveedores intermediarios, esto contribuirá a minimizar los costos y maximizar los beneficios para aquellos caficultores.

Comercialización: La comercialización del café es uno de los principales problemas que enfrentan actualmente los caficultores. Los pequeños y medianos productores se encuentran en desventaja ante el mercado, por diferentes causas, una de ellas y quizá la más relevante es la participación como entes individuales. El proyecto pretende demostrar que la organización de los caficultores permite cambiar esta situación, además la incursión en nuevos nichos de mercado como los cafés especiales los cuales permiten incorporar valor agregado al producto, y la asesoría de personal experto en comportamientos económicos y marketing que permitira la venta del producto a mejores precios y un posicionamiento del café Caldon.

Educación: En la búsqueda integral de nuestros caficultores con sus familias se pretende capacitar en adquirir una disciplina y una metodología de trabajo en equipo para que las condiciones socioeconómicas mejoren y evitar la migración de los jóvenes a la ciudad y el abandono del campo. Los jóvenes y niños deben desarrollar identidad y amor por su región, buscando mantener la sostenibilidad a través de la conservación del medio ambiente y su entorno social.

Módulo de Preparación de la alternativa de solución

3. Capacidad y beneficiarios

Alternativa:

Implementación de un modelo de desarrollo integral para caficultores productores de cafés especiales

3.1 Capacidad Generada

Aumento de la productividad por hectarea de café

Unidad de medida

Total Capacidad generada

Tonelada

2,5

3.2 Beneficiarios

Número de beneficiarios

1.000

Módulo de Preparación de la alternativa de solución

4. Localización

Alternativa

Implementación de un modelo de desarrollo integral para caficultores productores de cafes especiales

Geográficamente

Región	Departamento	Municipio	Centro - Poblado	Localización	Resguardo
Occidente	Cauca	Caldono	Corregimiento	La escuela del caficultor operaria desde el corregimiento de Pescador	

Factores que determinan la localización

Cercanía a la población objetivo

Cercanía de fuentes de abastecimiento

Factores ambientales

Módulo de Preparación de la alternativa de solución

5 - Estudio Ambiental

Alternativa

Implementación de un modelo de desarrollo integral para caficultores productores de cafes especiales

Estudios requeridos

Estudio	Se requiere
Licencia Ambiental	NO
Diagnóstico ambiental	NO
Plan de manejo ambiental	NO
Otros permisos ambientales	NO

Módulo de Preparación de la alternativa de solución

7 - Costos del proyecto

Alternativa

Implementación de un modelo de desarrollo integral para caficultores productores de cafes especiales

Relación Objetivos - Productos - Actividades

Objetivos	Productos	Actividades	
Constituir un equipo idoneo que apoye a los entes de financiación del proyecto en el manejo administrativo y financiero del mismo	Contratación de 8 profesionales para la ejecución del proyecto cafes especiales Caldono	Contratar los profesionales del area de administración, finanzas y coordinadores de área	
Diseñar estrategias de formación para aumentar conocimientos en manejo del cultivo del café de manera sostenible	Una escuela de capacitación para implemetación de buenas practicas en manejo de cafes especiales en operación	Construcción de la planta fisica de la Escuela de capacitación en café y dotacion de capacidades habilitantes para la misma	
		Diagnostico y caracterización de la población, estructuración de contenidos y planes de caapcitación	
		Jornadas de sensibilización y capacitación para la adopción de un modelo que permita mejorar la competitividad de cafes especiales	
Identificar los canales de comercialización y promover vinculos que garanticen mayores ventajas competitivas para las partes	Conformación de un área de mercadeo	Control y seguimiento de calidad de café para que exista una mejora continua	

Identificar los canales de comercialización y promover vínculos que garanticen mayores ventajas competitivas para las partes

Conformación de un área de mercadeo

Estrategia de Marketing

Relación Productos

Objetivo: Diseñar estrategias de formación para aumentar conocimientos en manejo del cultivo del café de manera sostenible

Codigo CPC	Nombre del Producto	Unidad	Cantidad
	Una escuela de capacitación para implemetación de buenas practicas en manejo de cafes especiales en operación	unidad	1

Objetivo: Identificar los canales de comercialización y promover vinculos que garanticen mayores ventajas competitivas para las partes

Codigo CPC	Nombre del Producto	Unidad	Cantidad
	Conformación de un área de mercadeo	unidad	1

Objetivo: Constituir un equipo idoneo que apoye a los entes de financiación del proyecto en el manejo administrativo y financiero del mismo

Codigo CPC	Nombre del Producto	Unidad	Cantidad
	Contratación de 8 profesionales para la ejecución del proyecto cafes especiales Caldono	unidad	8

Relación de Actividades

Etapa	Año	Codigo - CIU	Nombre de la Actividad	Ruta Critica	Valor
Inversión	2015		Diagnostico y caracterización de la población, estructuración de contenidos y planes de caapcitación	Si	218,910,000
Inversión	2015		Jornadas de sensibilización y capacitación para la adopción de un modelo que permita mejorar la competitividad de cafes especiales	Si	157,854,000
Inversión	2016		Estrategia de Marketing	Si	110,500,000
Inversión	2016		Jornadas de sensibilización y capacitación para la adopción de un modelo que permita mejorar la competitividad de cafes especiales	Si	154,059,640
Inversión	2017		Diagnostico y caracterización de la población, estructuración de contenidos y planes de caapcitación	Si	156,091,018
Inversión	2017		Estrategia de Marketing	Si	304,330,000
Inversión	2017		Jornadas de sensibilización y capacitación para la adopción de un modelo que permita mejorar la competitividad de cafes especiales	Si	163,303,218
Inversión	2018		Estrategia de Marketing	Si	322,589,800
Inversión	2018		Jornadas de sensibilización y capacitación para la adopción de un modelo que permita mejorar la competitividad de cafes especiales	Si	173,101,411
Inversión	2019		Diagnostico y caracterización de la población, estructuración de contenidos y planes de caapcitación	Si	183,576,774
Inversión	2019		Estrategia de Marketing	Si	341,945,188

Inversión	2019		Jornadas de sensibilización y capacitación para la adopción de un modelo que permita mejorar la competitividad de cafés especiales	Si	183,487,496
Operación	2015		Construcción de la planta física de la Escuela de capacitación en café y dotación de capacidades habilitantes para la misma	Si	365,711,430
Operación	2015		Contratar los profesionales del área de administración, finanzas y coordinadores de área	Si	418,306,747
Operación	2015		Control y seguimiento de calidad de café para que exista una mejora continua	Si	96,000,000
Operación	2016		Construcción de la planta física de la Escuela de capacitación en café y dotación de capacidades habilitantes para la misma	Si	2,225,236,128
Operación	2016		Contratar los profesionales del área de administración, finanzas y coordinadores de área	Si	589,948,347
Operación	2016		Control y seguimiento de calidad de café para que exista una mejora continua	Si	101,760,000
Operación	2017		Construcción de la planta física de la Escuela de capacitación en café y dotación de capacidades habilitantes para la misma	Si	26,750,296
Operación	2017		Contratar los profesionales del área de administración, finanzas y coordinadores de área	Si	621,366,843
Operación	2017		Control y seguimiento de calidad de café para que exista una mejora continua	Si	133,393,792
Operación	2018		Construcción de la planta física de la Escuela de capacitación en café y dotación de capacidades habilitantes para la misma	Si	28,355,313
Operación	2018		Contratar los profesionales del área de administración, finanzas y coordinadores de área	Si	595,117,851
Operación	2018		Control y seguimiento de calidad de café para que exista una mejora continua	Si	141,397,420

Operación	2019		Construcción de la planta física de la Escuela de capacitación en café y dotación de capacidades habilitantes para la misma	Si	30,056,632
Operación	2019		Contratar los profesionales del área de administración, finanzas y coordinadores de área	Si	626,846,517
Operación	2019		Control y seguimiento de calidad de café para que exista una mejora continua	Si	149,881,264
Valor Total					8,619,877,125

Módulo de Preparación de la alternativa de solución

9 - Detalle beneficios e ingresos

Tipo de beneficio o ingreso Venta de café tipo estandar

Tipo	Bien	Descripción	Unidad Medida
Beneficio	Café	Venta de café tipo estandar	Pesos

Año	Cantidad	Valor unitario	Valor total
2015	0,00	0,00	0,00
2016	215,60	5.600.000,00	1.207.360.000,00
2017	244,61	5.936.000,00	1.451.977.653,21
2018	107,01	6.292.160,00	673.354.636,60
2019	244,61	6.669.690,00	1.631.442.188,99

Tipo de beneficio o ingreso Venta de café especial

Tipo	Bien	Descripción	Unidad Medida
Beneficio	Café	Venta de café especial	Pesos

Año	Cantidad	Valor unitario	Valor total
2015	0,00	0,00	0,00
2016	10,90	6.400.000,00	69.760.000,00
2017	104,80	6.784.000,00	710.963.200,00
2018	198,70	7.191.040,00	1.428.859.648,00
2019	214,03	7.622.502,00	1.631.444.103,06

Tipo de beneficio o ingreso Capacitación de caficultores

Tipo	Bien	Descripción	Unidad Medida
Beneficio	Mano de obra no calificada rural	Capacitación de caficultores	Pesos

Año	Cantidad	Valor unitario	Valor total
2015	0,00	0,00	0,00
2016	2.000,00	813.298,00	1.626.596.000,00
2017	1.000,00	813.298,00	813.298.000,00
2018	1.000,00	813.298,00	813.298.000,00
2019	1.000,00	813.298,00	813.298.000,00

9 - Totales beneficios e ingresos

Año	Total Ingresos
-----	----------------

2015	0,00
2016	2.903.716.000,00
2017	2.976.238.853,21
2018	2.915.512.284,60
2019	4.076.184.292,05

Módulo de programación

1 - Selección de alternativa y rubro presupuestal

Alternativa Seleccionada

Implementación de un modelo de desarrollo integral para caficultores productores de cafes especiales

Tipo de Gasto (Programa presupuestal)

0310 divulgación, asistencia técnica y capacitación

Sector (Subprograma presupuestal)

1101 producción y aprovechamiento agrícola

Módulo de programación

2 -Fuentes de financiación

Tipo de entidad

Presupuesto nacional

Nombre de entidad

Ministerio De Agricultura Y Desarrollo Rural -Gestión General

Tipo de recurso

Nación

Año	Valor
2015	329.364.000,00
2016	234.778.640,00
2017	379.906.376,00
2018	265.069.280,00
2019	431.410.191,00

Tipo de entidad

Presupuesto nacional

Nombre de entidad

Ministerio De Agricultura Y Desarrollo Rural -Gestión General

Tipo de recurso

Nación

Año	Valor
2015	810.018.177,00

2016	2.916.944.475,00
2017	781.510.931,00
2018	764.870.584,00
2019	806.784.413,00

Tipo de entidad

Privadas

Nombre de entidad

FEDECAFE

Tipo de recurso

Propios

Año	Valor
2015	0,00
2016	0,00
2017	186.000.000,00
2018	197.160.000,00
2019	208.989.600,00

Tipo de entidad

Municipios

Nombre de entidad

Caldono

Tipo de recurso

Fondo de desarrollo regional

Año	Valor
2015	45.150.000,00
2016	22.896.000,00
2017	50.519.760,00
2018	25.725.945,00
2019	60.409.522,00

Tipo de entidad

Municipios

Nombre de entidad

Caldono

Tipo de recurso

Fondo de desarrollo regional

Año	Valor
2015	70.000.000,00
2016	0,00
2017	0,00
2018	0,00
2019	0,00

Tipo de entidad

Privadas

Nombre de entidad

CAFICULTORES

Tipo de recurso

Propios

Año	Valor
2015	2.250.000,00
2016	6.885.000,00
2017	7.298.100,00
2018	7.735.986,00
2019	8.200.145,00

Costos

Vigencia	Costos de Preinversión	Costos de Inversión	Costos de Operación
2015	0	376,764,000	880,018,177
2016	0	264,559,640	2,916,944,475
2017	0	623,724,236	781,510,931
2018	0	495,691,211	764,870,584
2019	0	709,009,458	806,784,413

Indicadores de producto

Objetivo Diseñar estrategias de formación para aumentar conocimientos en manejo del cultivo del café de manera sostenible

Producto Una escuela de capacitación para implemetación de buenas practicas en manejo de cafes especiales en operación

Código	Indicador	Unidad	Formula
1100P023	Capacitación Realizada	Número	$E - Et1 - Et0$
1100P215	Estudios de caracterización de grupos étnicos elaborados		No. de Estudios
2100P077	Obras de infraestructura entregadas	Número	Sumatoria de Obras entregadas

Objetivo Identificar los canales de comercialización y promover vinculos que garanticen mayores ventajas competitivas para las partes

Producto Conformación de un área de mercadeo

Código	Indicador	Unidad	Formula
1100P054	Toneladas Comercializadas Con Recursos De Los Incentivos A La Comercializacion	Tonelada	$Tt - Tt1 - Tto$
1100P142	Productores atendidos por el servicio de extension cafetera	Número	

Objetivo Constituir un equipo idoneo que apoye a los entes de financiación del proyecto en el manejo administrativo y financiero del mismo

Producto Contratación de 8 profesionales para la ejecución del proyecto cafes especiales Caldono

Código	Indicador	Unidad	Formula
0400P167	Empleos generados en el sector	Número	Sumatoria de empleos generados en el periodo

Indicadores de producto

Metas

Objetivo	Producto	Indicador	2015	2016	2017	2018	2019
Constituir un equipo idoneo que apoye a los entes de financiación del proyecto en el manejo administrativo y financiero del mismo	Contratación de 8 profesionales para la ejecución del proyecto cafes especiales Caldono	Empleos generados en el sector	8	0	0	0	0
		Diseñar estrategias de formación para aumentar conocimientos en manejo del cultivo del café de manera sostenible	Una escuela de capacitación para implementación de buenas practicas en manejo de cafes especiales en operación	Capacitación Realizada	126	180	180
		Estudios de caracterización de grupos étnicos elaborados	1	0	1	0	0

			2015	2016	2017	2018	2019
Diseñar estrategias de formación para aumentar conocimientos en manejo del cultivo del café de manera sostenible	Una escuela de capacitación para implementación de buenas practicas en manejo de cafes especiales en operación	Obras de infraestructura entregadas	0	0	1	0	0
Identificar los canales de comercialización y promover vínculos que garanticen mayores ventajas competitivas para las partes	Conformación de un área de mercadeo	Productores atendidos por el servicio de extensión cafetera	0	0	1,000	1,000	1,000
		Toneladas Comercializadas Con Recursos De Los Incentivos A La Comercialización	68	79	183	382	596

Indicadores de gestión

Metas

Indicador	Unidad	Fórmula	2015	2016	2017	2018	2019
Avance Plan De Accion	Porcent aje	$\frac{\text{Apa Cebafi}}{\text{Cebafp}} * 100$	0,00	0,33	0,33	0,34	0,00
Diagnosticos Generados	Número	$\text{Ndp Diag1} - \text{Diag0}$	1,00	0,00	1,00	0,00	0,00
Porcentaje de la cosecha cafetera cubierta con actividad de reactivación	Porcent aje	$(\text{Cargas de café cubiertas} / \text{cargas de café producidas}) * 100$	0,19	0,23	0,31	0,36	0,44
Productores Beneficiados Con Recursos Del Proyecto	Número		200,00	200,00	200,00	200,00	200,00
Visitas realizadas a predios	Número		2.000,00	2.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00