

La crisis del sector cafetero en la economía colombiana y las estrategias de agregación de valor para superarla (1989-2018)

The crisis of the coffee sector in the Colombian economy and value-adding strategies to overcome it (1989-2018)

Ernesto Rincón Posada

Asesor(es): Claudia Milena Pico Bonilla Msc. PhD.

Grupo de Investigación Economía, Negocios y Desarrollo Internacional

Tipo de documento: [Artículo de investigación](#)

Junio 2021

Resumen

La actividad cafetera para Colombia mostró un serio declive desde finales de la década de los 80 con la caída del pacto internacional de cuotas de producción del grano, cuyos lineamientos le habían dado a Colombia la hegemonía en producción por más de 29 años. La ruptura del pacto dio vía libre al comercio sin restricción y posicionó a países como Brasil y Vietnam como principales competidores para el café colombiano.

Ante este panorama, la Federación Nacional de Cafeteros se concentró en la creación de estrategias de agregación de valor y diferenciación de producto con cafés especiales y con denominación de origen. Además, se produjo el lanzamiento de la marca Juan Valdez que se propuso como una de las estrategias para la recuperación del mercado del café colombiano en el mundo. Este artículo busca analizar la efectividad del lanzamiento de la marca Juan Valdez y de otras estrategias de agregación de valor a partir del año 2002 momento en el cual se da apertura a la primera tienda de la marca como estrategia para la reactivación del sector cafetero colombiano.

Abstract

Since the end of the 1980s, the Colombian coffee business showed a serious decline with the fall of the international agreement on grain production, whose guidelines had given Colombia the hegemony in production for more than 29 years. The breaking of the pact was followed by unrestricted trade and led countries such as Brazil and Vietnam to be the main competitors for Colombian coffee.

Against this background, the National Federation of Coffee Growers focused on creating strategies for adding value and product differentiation with special coffee and designation of origin. In addition, the Juan Valdez brand was launched and, was proposed as one of the strategies for the recovery of the Colombian coffee market in the world. This project seeks to analyze the effectiveness of the launch of the Juan Valdez brand and other value-adding strategies as of 2002 when the brand's first store was opened as a strategy for the reactivation of the Colombian coffee sector.

Palabras clave: Crisis cafetera, Agregación de valor, Juan Valdez.

Keywords: Coffee crisis, value-adding, Juan Valdez.

REFERENCIAS

- Andrews Donald. (1993). Test for parameter instability and structural change with unknown change point. *Econometrica*, pp 821-856.
- Arias, Cristian J,(2017).La producción cafetera y su impacto en el crecimiento económico del departamento del Huila, Colombia. Universidad Autónoma de Manizales.
- Arias D., Daniela Alejandra (2015). Juan Valdez: Resurgimiento de una marca. Universidad del Rosario.
- Bejarano A., Jesús Antonio (1980). Los estudios sobre la historia del café en Colombia. Universidad Nacional de Colombia.
- CEPAL Subsede Mexico (1999). El terremoto de enero 1999 en Colombia: impacto socioeconómico del desastre en la zona del eje cafetero.
- Chow, Gregory (1960). Test of equality between sets of coefficients in two linear regressions, *Econometrica* (3), pp. 591-605.
- Eustat (2020). Clasificación uniforme para el comercio internacional, revisión 4. Instituto Vasco de Estadística.
- Federación Nacional de Cafeteros (01 de Junio de 2021).Estructura. <https://federaciondecafeteros.org/wp/federacion/estructura/>
- Gómez Posada, Susana. (2019). Historia de la crisis cafetera: De la primera bonanza de 1870 a la crisis del café de 2019. *Revista Que Café*.
- Jiménez, D. (2012). Falleció Profesor Yarumo. *Revista EcoGuía*. Volumen 24.
- Junguito, R. y Pizano, D. (1991). Producción de café en Colombia. Bogotá. Fedesarrollo y fondo cultural cafetero
- Machado, Absalón. (2001). El café en Colombia a principios del siglo XX. Editorial Punta de Lanza.
- Perez, J. (1995). Tratamiento del cambio estructural: el método de estimación paramétrica ponderada. Universidad Autónoma de Madrid.
- Procafecol S.A. (2015). Informe de gestión Juan Valdez 2014. Procafecol S.A.
- Procafecol S.A. (2019). Boletín trimestral de accionistas cuarto trimestre 2019. Procafecol S.A.
- Proter, Michel E. (1986). *Competition in global industries*.Harvard Business School Press.

- Ramírez Bacca, Renzo. (2010). Estudios e histografía del café en Colombia, 1970-2008. Una revisión crítica. Editorial Bogotá.
- Rauch, James E. (June 1999) "Networks Versus Markets in International Trade," *Journal of International Economics* 48(1), pp. 7-35.
- Sanmiguel, Edis M. (2013). Generación de valor agregado a cafés especiales producidos en el sur de Santander. Universidad Libre.
- Silva, Gabriel. (2008). Juan Valdez: la estrategia detrás de la marca. Ediciones Bogotá.
- Silva, Gabriel. (2012). Ensayos sobre economía cafetera, Federación Nacional de Cafeteros.