

**CARACTERIZACIÓN DE LOS MERCADOS A LOS QUE ACCEDE LA
PRODUCCIÓN DE CAFÉS ESPECIALES**

JUAN PABLO CRIOLLO MUÑOZ

**UNIVERSIDAD DE NARIÑO
FACULTAD DE CIENCIAS AGRÍCOLAS
PROGRAMA DE INGENIERÍA AGROFORESTAL
SAN JUAN DE PASTO - COLOMBIA**

2019

**CARACTERIZACIÓN DE LOS MERCADOS A LOS QUE ACCEDE LA
PRODUCCIÓN DE CAFÉS ESPECIALES**

JUAN PABLO CRIOLLO MUÑOZ

Tesis de grado presentada como requisito parcial para optar el título

INGENIERO AGROFORESTAL

Presidente

CARLOS NELSON RIVADENEIRA MIRANDA, I.A, M.Sc.

Jurados

HUGO FERNEY LEONEL I.F. PhD

ÁLVARO JOSÉ CASTILLO MARÍN, I.A, M.Sc.

.

UNIVERSIDAD DE NARIÑO

FACULTAD DE CIENCIAS AGRÍCOLAS

PROGRAMA DE INGENIERÍA AGROFORESTAL

SAN JUAN DE PASTO - COLOMBIA

2019

NOTA DE RESPONSABILIDAD

“Las ideas y conclusiones aportadas en la Tesis de grado son de responsabilidad exclusiva de sus autores”

Artículo 1 del acuerdo No. 324 de Octubre 11 de 1996, emanado del Honorable Consejo Académico de la Universidad de Nariño.

NOTA DE ACEPTACIÓN

CARLOS NELSON RIVADENEIRA

PRESIDENTE

HUGO FERNEY LEONEL

JURADO

ALVARO JOSÉ CASTILLO MARÍN

JURADO

San Juan de Pasto, Abril de 2019

AGRADECIMIENTOS

El autor expresa sus agradecimientos a:

Carlos Rivadeneira mi presidente de Tesis por la dirección, apoyo y orientación en el desarrollo de este trabajo.

Hugo Ferney jurado de tesis por su disposición, apoyo, colaboración y asesoramiento durante la ejecución de esta investigación.

Álvaro Castillo Marín jurado de tesis por el asesoramiento y recomendaciones realizadas durante el desarrollo del trabajo.

Edgar Mauricio Ortiz Botina, presidente delegado por el tiempo, colaboración, asesoramiento y atención prestada

La Facultad de Ciencias Agrícolas de la Universidad de Nariño y Catholic Relief Services (CRS), por su apoyo logístico y financiero para el desarrollo de este proyecto; a todo el equipo de trabajo por su esfuerzo, dedicación y compromiso.

DEDICATORIA

A Dios por darme la salud y permitirme culminar esta etapa de mi vida.

A mis padres Patricia Muñoz y Arturo Criollo por apoyarme en todo momento, por su confianza, e inmenso amor y sobre todo paciencia

A mi hermano David Criollo por su apoyo incondicional

A mi hija Isabella Criollo por ser el principal motivo para seguir adelante y ser una mejor persona

TABLA DE CONTENIDO

RESUMEN	8
ABSTRACT.....	9
INTRODUCCIÓN	10
MATERIALES Y MÉTODOS.....	11
RESULTADOS Y DISCUSIÓN	15
CONCLUSIONES	23
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	24

Caracterización de los mercados a los que accede la producción de cafés especiales

Characterization of markets accessed by the production of special coffees

Juan Pablo Criollo Muñoz.¹ ; Carlos Nelson Rivadeneira Miranda.²

¹ Estudiante Ing. Agroforestal, Universidad de Nariño, San Juan de Pasto, Colombia, jota9411@hotmail.com.

² Docente, I.A, MsC, Universidad de Nariño, San Juan de Pasto, Colombia, carlosri2005@yahoo.es

RESUMEN

El café ha sido un importante factor para el desarrollo en varios países .En el caso de Colombia el sector cafetero se constituye en una fuente de capital social y estratégico, además ha sido vital para el crecimiento económico, la generación u obtención de empleo y el desarrollo regional. Este estudio se realizó en tres departamentos de Colombia: Huila, Cauca y Nariño, donde se visitaron seis fincas productoras de café especial y seis fincas productoras de café no especial, con el objeto de caracterizar los mercados a los que accede la producción de cafés especiales y en describir los beneficios que otorgan los cafés especiales a las familias cafeteras , mediante una comparación entre los recursos utilizados, frecuencias de uso y preferencias de los productores en ambos tipos de fincas; para ello, se diseñó una encuesta y entrevista semiestructurada, que contemplaba las variables: Producción de café , Ingresos de la comercialización de café especial , Presencia de asociaciones de caficultores , Comercialización del café y Beneficios de la comercialización de café ; las variables se categorizaron para realizar un análisis de frecuencias y comparación entre fincas. Se determinó que las fincas productoras de cafés especiales accedieron a mercados internacionales principalmente con Japón, Suiza e Inglaterra, los cuales buscan una producción de café de buena calidad. Se concluyó que la producción de cafés especiales brinda a los caficultores varios beneficios, especialmente económicos, mejorando los ingresos familiares, infraestructura y las condiciones de vida.

Palabras clave: Beneficios; comercialización; café especial.

ABSTRACT

Coffee has been an important factor for development in several countries. In the case of Colombia's coffee sector is a source of social and strategic capital, has also been vital for economic growth, generating or obtaining employment and regional development. This study was conducted in three departments of Colombia: Huila, Cauca and Nariño, where six farms producing specialty coffee six farms producing no special coffee were visited in order to characterize the markets that accesses the production of specialty coffees and describe the benefits granted specialty coffee to coffee families through a comparison between the resources used, frequency of use and preferences of producers in both types of farms; for it, a survey and semi-structured interview, which was designed watched variables: Coffee Production, Revenue marketing of specialty coffee, coffee growers associations Presence, Marketing Benefits of coffee and coffee marketing; variables were categorized to perform a frequency analysis and comparison between farms. It was determined that farms producing specialty coffees agreed to international markets mainly with Japan, Switzerland and England, which seek a production of good quality coffee. It was concluded that the production of specialty coffee growers provides several benefits, especially economic, improving household incomes, infrastructure and living conditions.

Key words: Benefits; commercialization; special coffee.

INTRODUCCIÓN

El concepto de mercado comúnmente se refiere al lugar donde se compra y venden bienes. Sin embargo, en economía el significado es más amplio ya que se refiere a cualquier acuerdo para que compradores y vendedores de una mercancía determinada hagan negocios entre sí, estando en condiciones de fijar el precio (Moya y Paniagua, 2012). El mercado puede ser un lugar específico en donde se reúnen vendedores y compradores, como en el caso de los mercados de productos agrícolas; o bien, pueden ser grupos de gente dispersos por todo el mundo, pero están relacionados a través de internet, el teléfono o de otro medio de comunicación con el fin de adquirir o vender un producto (Orjuela y Sandoval, 2002).

La concepción de mercado es entonces la evolución de un conjunto de movimientos a la alza y a la baja que se dan en torno a los intercambios de mercancías específicas o servicios y además en función del tiempo o lugar. En función de un área geográfica, se puede hablar de mercados locales, regionales, nacionales e internacionales (Nadal, 2010).

El café ha sido un importante factor para el desarrollo de varios países como México, Colombia y Brasil y es prácticamente, el mayor generador de riqueza y empleo en las zonas rurales (Gómez, 2007). En el caso de Colombia el sector cafetero se constituye en una fuente de capital social y estratégico, además ha sido vital para el crecimiento económico, la generación u obtención de empleo y el desarrollo regional, además el café tiene una importancia decisiva y estratégica en el desarrollo rural, en particular porque los ingresos del café son el único medio económico de muchas familias que viven en zonas rurales (Apraiz y Bastidas 2013).

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 está dispuestos a pagar los consumidores debe representar un beneficio para el productor (Cardona, 2012). Los cafés especiales, poseen un sabor en taza diferente que brinda al consumidor una experiencia muy especial para su paladar, debido a que en la evaluación de taza posee un carácter distintivo, con una puntuación superior o igual a 80 (SCAA, 2017).

El consumo de cafés especiales en el mundo y la demanda de este producto han brindado una satisfacción excepcional al consumidor no sólo por el sabor y la preparación, sino por el concepto de sostenibilidad al cual se asocian además son también una tendencia, pues se han convertido en sellos de confianza para el consumidor, así como la historia detrás de la producción (Federación Nacional de Cafeteros, 2016).

Colombia cuenta con las condiciones agroclimatológicas aptas para el desarrollo del cultivo de cafés especiales, destacándose por producir el café más suave del mundo, garantizando su calidad, procedencia, factores naturales y humanos como la biodiversidad, procesos y tradiciones con los cuales los caficultores producen el café en sus fincas, algunas de estas características de los cafés especiales de Colombia hacen parte del paquete de exigencias de los consumidores que buscan suavidad, calidad de la infusión y aroma en la bebida a nivel internacional (Quiroga, 2016). En consideración a lo anterior, en el presente estudio se caracterizó los mercados a los que acceden los cafés especiales y se describió los beneficios que otorgan los cafés especiales a las familias cafeteras.

MATERIALES Y MÉTODOS

Localización. El estudio se llevó a cabo en tres departamentos (Tabla 1): Nariño, Huila y Cauca; donde se visitaron 12 fincas, de las cuales seis se las catalogan como productoras de cafés especiales y seis productoras de café no especial.

Tabla 1. Localización y características de fincas visitadas productoras de cafés especiales y no especiales, departamentos de Huila, Cauca y Nariño, 2017.

Tipos de café	Departamento	Municipio	Finca	Ubicación		Altura msnm
				N	W	
Cafés especiales	Huila	Pitalito	Los Nogales	1°45'35,9"	76°9'50,5"	1684
		Oporapa	Alcatraz	2°3'20,5"	75°59'23,6"	1734
	Cauca	Cajibío	Esmeralda	2° 44' 10,3"	76° 31' 4"	1771
		El Tambo	La Palma	2°25' 50,8"	76°45' 13,8"	1717
	Nariño	Consacá	El Cairo	1°12'05,5"	77°25'52,0"	2171
		Nariño	Hato Viejo		1°19'30,6"	77°19'13,3"

Cafés no especiales	Nariño	Sandoná	Villa María	1°15'31,7"	77°27'58,9"	1910
		Consacá	La Cariñosa	1°10'25,2"	77°26'14,4"	1850
		Consacá	Villa María ²	1°11'25,4"	77°27'33,7"	1655
		Consacá	Botón de Oro	1°11'51,5"	77°26'45,2"	2190
		Buesaso	La Gallinacera	1°20'23,0"	77°09'19,5"	2092
		Buesaso	El Bado	1°19'42,4"	77°08'55,3"	2059

Selección de la muestra. Se consideró la existencia de información previa, línea base obtenida por Catholic Relief Services (CRS), la cual permitió realizar la identificación de la muestra objeto de estudio, con el fin de que facilitaran el desarrollo de la investigación, seis fincas productoras con características de café especial y seis productoras de café no especial. En cuanto a la selección de las fincas de café especial, se tuvo en cuenta las características de Specialty Coffee Association of America (SCAA, 2017), quien especifica que un café especial es aquel que en evaluación de taza posee un carácter distintivo, con una puntuación superior o igual a 80.

Recolección de información. El levantamiento de información se realizó por medio de una encuesta semiestructurada y una entrevista, la cual fue realizada a los caficultores en los departamentos de Nariño, Huila y Cauca.

Variables evaluadas. Se seleccionaron dimensiones compuestas por variables que se consideraron determinantes en la caracterización de los mercados de cafés especiales y en la descripción de los beneficios que otorgan los cafés especiales a las familias cafeteras, las variables evaluadas fueron:

Producción de café

Ingresos de la comercialización de café especial

Presencia de asociaciones de caficultores

Comercialización del café

Beneficios de la comercialización de café.

Categorización de la información. Consistió en agrupar, ordenar y caracterizar resultados de campo (Behar, 2008); puesto que las variables que se trabajó son nominales o variables que describen una cualidad y variables discretas que son expresadas mediante un valor numérico, tomando pautas para cada variable

Producción de café

Según Figueroa *et al.* (2015), la producción de café es una importante fuente monetaria para las familias caficultoras, además esta producción tiene una importancia crucial para la economía de muchos países en desarrollo como es el caso de Colombia.

De acuerdo a Monje (2011), para el análisis de datos es necesario llevar a cabo una labor de codificación de esta información con el fin de facilitar su procesamiento, lo cual consiste en asignar números de identificación a las respuestas u observaciones de los distintos sujetos; o de traducir datos verbales a categorías o formas numéricas. Con respecto a lo anterior, se realizó una categorización de los datos obtenidos en campo tomando como criterio principal la producción evaluada en Kg al año de cada una de las fincas productoras de café. Se utilizaron tres (3) categorías para agrupar los resultados

Categoría I: Producción menor a 5000 kg / año

Categoría II: Producción entre 5000 kg y 8000 kg /año

Categoría III: Producción mayor a 8000 kg/año

Ingresos de la comercialización de café

García (2006), resalta que la sostenibilidad a largo plazo de cualquier actividad económica depende de la capacidad para maximizar los ingresos. Se tomó como base la propuesta de Monje (2011), afirmando que para facilitar el análisis de datos, es necesario asignar categorías o números de identificación a las observaciones de los sujetos estudiados, por lo tanto, se utilizaron tres (3) categorías para agrupar los resultados tomando en cuenta como criterio principal los ingresos anuales de cada finca productora de café:

Categoría I: Ingresos Menores a 30 millones de pesos

Categoría II: Ingresos entre 30 y 50 millones de pesos

Categoría III: Ingresos Mayores a 50 millones de pesos

Presencia de cooperativas de caficultores

Según La Federación Nacional de Cafeteros de Colombia, (2016) las cooperativas cumplen un papel fundamental para garantizar la transparencia en el mercado del café. De acuerdo a Hernández (2012), en una población se estudian dos o más características simultáneamente, por lo tanto, a cada uno de ellos se le pueden asociar su correspondiente rango o número de ranking. Con respecto a lo anterior para la clasificación de los datos obtenidos de cada finca evaluada, se tomó como medida los valores de 0 y 1, donde cero (0) indica que la finca productora de café pertenece a una cooperativa y el valor de uno (1) señala que la finca productora de café no pertenece a ninguna cooperativa.

Comercialización del café

Se tomó como base el estudio de Hernández (2012), el cual propone ordenar los datos recolectados de acuerdo a una determinada escala, llegando a unos coeficientes de relación que midan el grado de asociación entre ellas, los cuales están basados en rangos u órdenes de observación. Para la clasificación de los datos sobre la comercialización de la producción de café de cada finca, se tomó como medida los rangos o valores de 0 y 1, donde el valor cero (0) indica si la producción de café es comercializada a un mercado internacional y (1) indica que la producción de café no se comercializa a mercados internacionales.

Beneficios de la comercialización de café. Con respecto a lo anterior se tuvo como base el estudio de Aguilera y Castillo (2011), los cuales proponen la escala de Likert, que consiste en clasificar información cualitativa mediante preguntas referentes a actitudes. Se establecen generalmente rangos, los cuales el sujeto señala o responde la categoría si está de acuerdo o en desacuerdo. Para la construcción de esta escala se tuvo en cuenta cinco parámetros con respecto a la opinión de los caficultores sobre si la comercialización del café tiene beneficios para ellos y sus familias, los cuales estarán asignados por las siguientes categorías:

- Muy de acuerdo en que la comercialización de café beneficia a los caficultores
- De acuerdo en que la comercialización de café beneficia a los caficultores
- Indiferente

En desacuerdo en que la comercialización de café beneficia a los caficultores

Muy en desacuerdo en que la comercialización de café beneficia a los caficultores

Descripción de resultados. Se realizó un análisis de frecuencias para determinar los valores con mayor reincidencia tanto en las fincas productoras de café especial como en las productoras de café corriente. En cuanto al uso de herramientas, se utilizó principalmente paquetes informáticos como Excel versión 2016 e IBM SPSS STATISTICS 23 para la generación de tablas y gráficas de frecuencia.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Producción de café

Se identificaron que cuatro fincas productoras de café especial (Hato Viejo, El Cairo, Alcatraz y Los nogales) recibieron una categoría II, mientras que dos fincas (La palma y La esmeralda) recibieron la categoría I, es decir el 67 % de fincas productoras de café especial contaron con una producción de café entre los 5000 a los 8000 kg al año y el 33% de fincas productoras adquirieron una producción menor a 5000 kg al año. En cuanto a fincas productoras de café corriente, cinco de las fincas (La Gallinacera, Villa María, La Cariñosa, Villa María 2, Botón de Oro) correspondieron a la categoría II, mientras que una finca (El Bado) a la categoría I, indicando que el 83% de estas fincas obtuvieron una producción de café entre los 5000 a los 8000 kg al año, y solo el 17% de las fincas consiguió una producción de café menor a los 5000kg al año.

Cabe resaltar que según Pérez (2014), la producción de café tiene una gran importancia social y económica, debido a que es uno de los principales ingresos económicos de muchas familias campesinas, además de generar oportunidades de empleo para la población; así también Muñoz (2015), manifestó que la producción cafetera se considera una actividad agrícola idónea para reducir la pobreza y mejorar los niveles de calidad de vida a más de 500 mil familias en Colombia.

Como indican los resultados (Figura 1), se observa que las fincas productoras de café no especial tienen una mayor producción en comparación con las fincas de café especial; esto

puede ser atribuido a lo expresado por Piñeros (2016), el cual afirma que pese a que el sector cafetero colombiano es tan importante para la economía, representa una agricultura débil que está ligada a una producción de café de baja calidad. Se evidencia que algunos productores se han dedicado a una producción a gran escala, sin importar la calidad, con el fin de buscar ganancias en la cantidad producida.

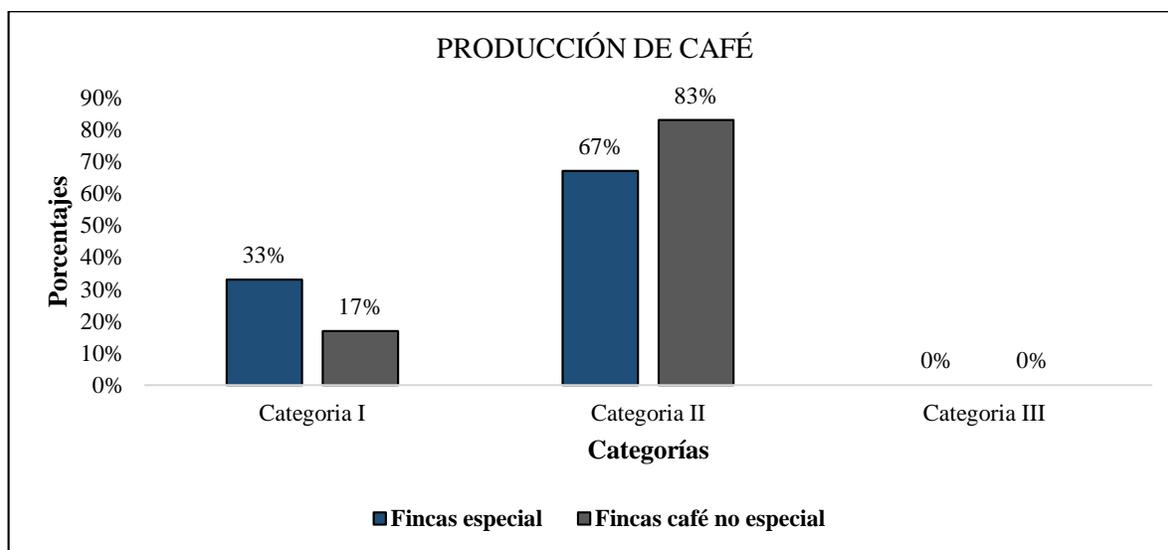


Figura 1. Producción evaluada en Kg al año de las fincas productoras de café en los departamentos de Cauca, Huila y Nariño, 2017.

Sin embargo Ospina (2017), manifiesta que a pesar de que la producción de cafés especiales es baja y su mercado es pequeño, en los últimos años han tenido un crecimiento considerable, además esta producción es premiada por su buena calidad con sobrepuestos y primas considerables para los caficultores. Cabe resaltar que la función de Colombia en el mercado de café, no es producir en cantidad cafés de baja calidad, sus factores de producción la llevan a que ofrezca cafés diferenciados de alta calidad.

Ingresos de la comercialización de café

Se observó que tres fincas (El Cairo, Alcatraz, Los Nogales) recibieron la categoría III, indicando que el 50% de las fincas productoras de café especial tuvieron ingresos mayores a los 50 millones de pesos por la comercialización de su café, mientras que tres fincas (La Palma, La Esmeralda y Hato Viejo) obtuvieron la categoría II, demostrando que el otro 50%

de las fincas productoras de café especial tuvieron ingresos entre los 30 y 50 millones de pesos por la comercialización del café. Por otro lado, en el caso de las fincas de café no especial, cuatro fincas (El Bado, La Gallinacera, La Cariñosa, Villa María) adquirieron la categoría I, señalando que el 67% de estas fincas tuvieron ingresos menores a los 30 millones de pesos y dos fincas (Villa María 2, Botón de oro) recibieron la categoría II, señalando que el 33% de estas fincas alcanzaron ingresos entre los 30 y 50 millones de pesos.

Los resultados (Figura 2), muestran que las fincas de café especial presentaron ingresos mayores a los 30 millones de pesos, en comparación con los ingresos de las fincas de café no especial las cuales obtuvieron ingresos menores o iguales a los 30 millones de pesos, esto se debe a que los cafés especiales tienen una mejor calidad en comparación con los cafés corrientes, por esta razón, los mercados están dispuestos a pagar un mejor precio y los productores reciben mayores ingresos.

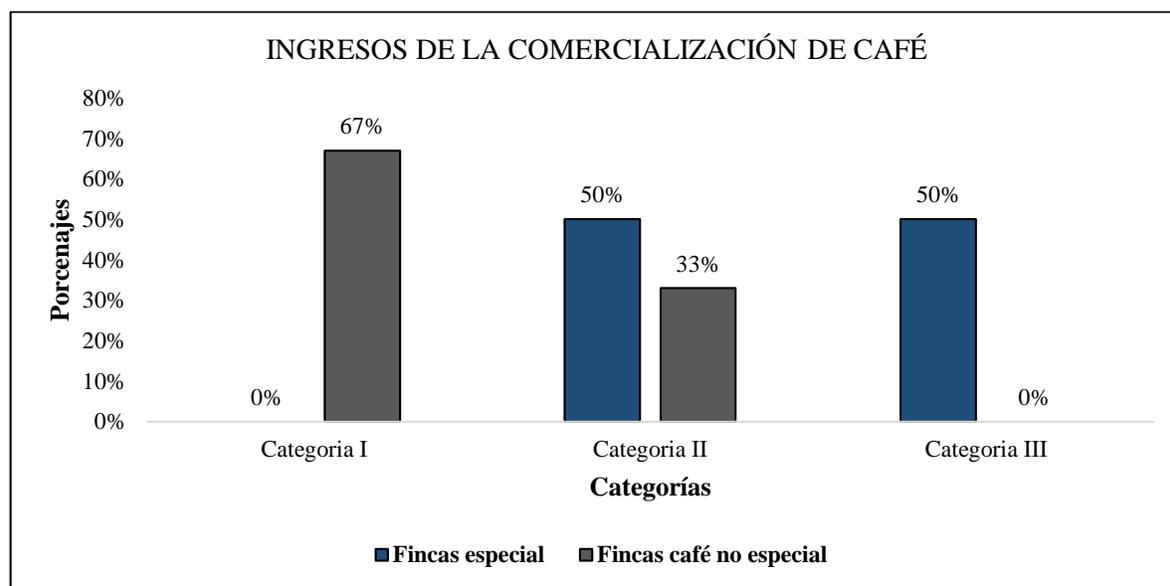


Figura 2. Ingresos de la comercialización de café de las fincas productoras en los departamentos de Cauca, Huila y Nariño, 2017.

Según Raad (2018), la mayoría de los compradores de café de especialidad pagan primas basadas en la calidad. En algunos casos, es bastante simple: todos los cafés con un puntaje

de taza de 80 sobre 100 es un café de grado especial, los cuales reciben precios más altos. Por ejemplo, un productor podría recibir US \$30/Lb por un café de buena calidad o especial. Otras compañías ofrecen primas que aumentan en proporción al puntaje de la taza, hasta que los granos alcanzan el codiciado puntaje de 90.

Con respecto al precio del café corriente, están por debajo de los \$700.000 pesos la carga de 125 kilos, es decir se empezó a cotizar por debajo de un dólar, la caída a US\$0,96 Lb, el cual es el nivel más bajo de los últimos 13 años (El Tiempo, 2018).

Presencia de cooperativas

Se encontró que el 100% de las fincas de café especial pertenecen a una cooperativa, igualmente el 100% de las fincas de café no especial también pertenecen o hacen parte de una cooperativa.

Con respecto a los anteriores resultados (Figura 3), se observó que todas las fincas tienen beneficios por hacer parte de una cooperativa como por ejemplo ofrecer constantemente programas, servicios y capacitaciones para los asociados, con el objetivo de mejorar su calidad de vida, también tienen estrategias para asegurar a todos los productores la compra de su cosecha de café.

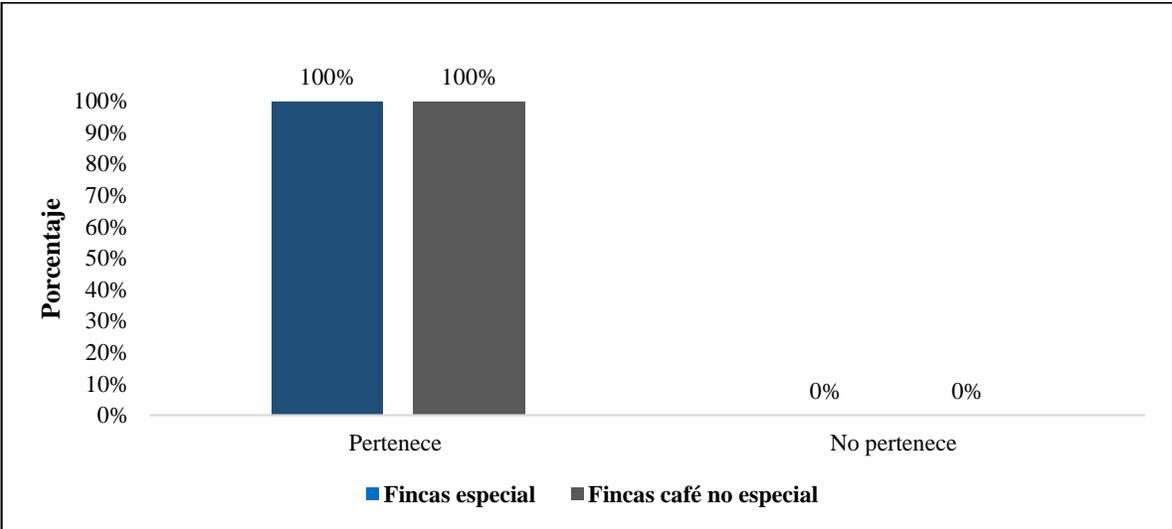


Figura 3. Presencia de cooperativas en fincas productoras de café en los departamentos de Cauca, Huila y Nariño, 2017

Estos resultados (Figura 3) concuerdan con los reportes de La Federación Nacional de Cafeteros (2015), indicando que las cooperativas de caficultores, juegan un papel fundamental en el engranaje de la institucionalidad cafetera: garantizando a los asociados la garantía de compra de la producción de café, el cual es uno de los servicios más valorados por los caficultores, entendida ésta como la compra permanente, cerca de los sitios de producción, con pago de contado y al mejor precio posible, procuran cada día ser la mejor opción para los caficultores en la comercialización de café.

Comercialización del café

El 100% de las fincas productoras de cafés especiales comercializaron su producción a un mercado internacional, en cuanto a fincas de café no especial, el 100% no destinaron su producción a un mercado internacional. Estos resultados se relacionan con los aportes de Cardona (2012), el cual manifiesta que los cafés especiales son aquellos que conservan una consistencia en sus características físicas (forma, tamaño, humedad, apariencia y defectos), sensoriales (olfativas, visuales y gustativas), prácticas culturales (recolección, lavado, secado) y en sus procesos finales (tostión, molienda y preparación); características que los distinguen y los diferencian de los cafés catalogados como corrientes y por las cuales los mercados internacionales están dispuestos a pagar un buen precio (Figura 4).

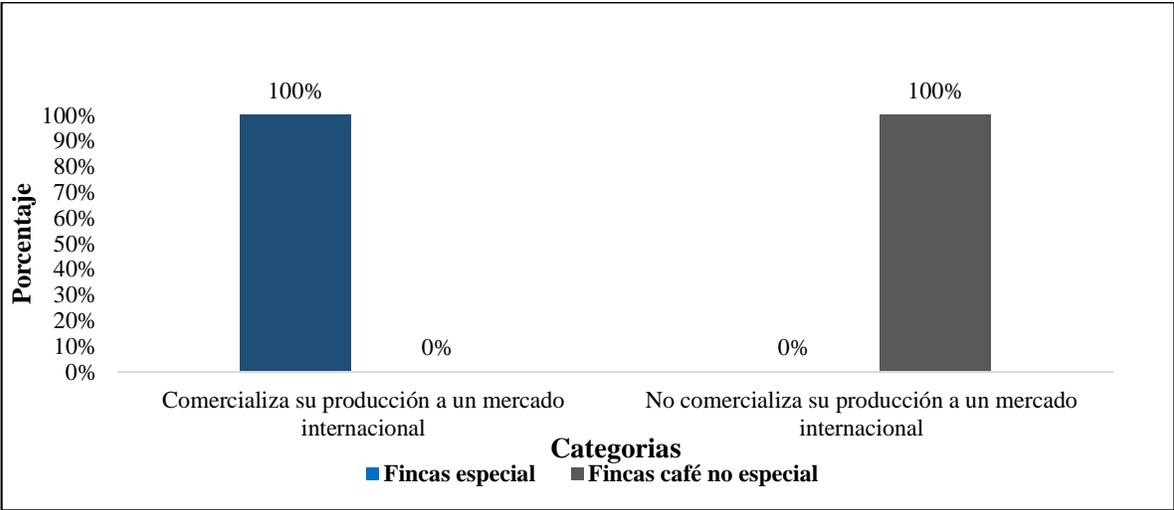


Figura 4. Comercialización de las fincas productoras de café en los departamentos de Cauca, Huila y Nariño, 2017

Las diferentes regiones productoras de café especial en Colombia ofrecen diversos perfiles de taza de alta calidad que se adaptan a los gustos de consumidores sofisticados de todo el mundo. Con respecto a lo anterior, los principales mercados a los que accedieron los cafés especiales fueron los siguientes:

Las fincas productoras de cafés especiales (La Palma, La Esmeralda) del departamento del Cauca y una finca del departamento de Nariño (Hato Viejo) comercializaron su producción al mercado Suizo, a través del programa de Nespresso AAA, el cual hace parte de la compañía Nestlé, enfocado en mejorar las condiciones de vida de los productores de café, enmarcando en sus componentes temáticos unos altos grados de eficiencia y productividad.

Por otro lado está comprometido con sus clientes para asegurar el suministro a largo plazo de café con alta calidad y para asegurar que su café sea producido respetando al caficultor y al medio ambiente, por esta razón, las fincas que están asociadas a este programa deben tener el certificado Raint Forest, que hace parte de la categoría de cafés sostenibles, que consisten en tener un compromiso con la protección del medio ambiente, a través de la producción limpia y la conservación de sus zonas. También promueven el desarrollo social de las familias cafeteras que los producen, Los clientes los prefieren porque cuidan la naturaleza y promueven el mercado justo con los países en vía de desarrollo (Cardona, 2012).

Por otra parte una de las fincas productoras de café especial (Alcatraz) del departamento de Huila y una finca del departamento de Nariño (El Cairo) comercializaron su producción a la compañía Caravela coffee originaria de Londres, Inglaterra, esta compañía busca entregar calidad y excelencia de la producción del café colombiano en todo el mundo, construyendo relaciones de beneficio mutuo entre los productores sobresalientes y consumidores del grano, compartiendo a su vez conocimiento.

El programa busca que los caficultores que hagan parte del mismo, reciban importantes beneficios en cuanto a mejoramiento de infraestructura, calidad de vida y productividad, pero además, reconocer públicamente el esfuerzo que hacen los productores en Colombia por producir café de altísima calidad (Diario del Huila, 2016). Cabe resaltar estas fincas tienen

la categoría de Café de Origen, los cuales provienen de un país, región o finca, con un sinnúmero de cualidades únicas, debido a que crecen en sitios especiales, y que son vendidos al consumidor final sin ser mezclados con cafés de otras calidades o con cafés de otros orígenes (SCAE, 2013).

Así mismo una finca productora de café especial (Los Nogales) del departamento del Huila, comercializó su producción con la empresa Maruyama Coffee, empresa tostadora japonesa, siendo uno de los principales mercados para el café colombiano, no únicamente por el volumen y las oportunidades de crecimiento económico para el productor de café, sino también por ser un mercado de valor agregado, tomando en cuenta la buena calidad del café (Federación Nacional de Cafeteros, 2015).

Los mercados internacionales exigen un café de alta calidad, con un puntaje de taza de 80 a 100, el cual es catalogado como un café de grado especial y los que están por debajo de estos puntajes son categorizados como cafés por debajo de la calidad especial, lo cual se evalúa mediante pruebas sensoriales. De acuerdo a la Asociación Americana de Cafés Especiales de América SCAA (2015) la siguiente tabla indica una referencia para la clasificación del café según su puntaje.

Tabla 2. Clasificación del café según su puntaje.

Clasificación de Calidad y Calificación Total		
90-100	Excepcional	Especial.
85-89,99	Excelente	
80-84,99	Muy bueno	
<80,0	Debajo de la calidad especial	No es especial.

Con respecto a lo anterior, las fincas de cafés especiales cuentan con una producción de café de alta calidad, debido a que según la clasificación de calidad de taza tienen un puntaje por encima de 80 puntos. Sin embargo, las fincas productoras de café no especial, no cuentan con una producción de buena calidad, porque según la prueba de taza, su clasificación es

menor a los 80 puntos. Además no pueden comercializar internacionalmente su producción, debido a que su calidad no es aceptada por los mercados internacionales.

Igualmente Ospina (2017), afirma que en Colombia, el conocimiento sobre el café de especialidad, para algunos caficultores es muy bajo, debido a que las políticas económicas implementadas sobre la industria cafetera aún están dirigidas hacia la exportación de la mejor producción y por lo tanto la comercialización y el consumo interno está destinado a la producción de café de la peor calidad de café (pasilla).

Beneficios de la comercialización de café. El 100% de los caficultores de las fincas productoras de cafés especiales, al igual que los caficultores de las fincas de café no especial estuvieron muy de acuerdo en que la comercialización del café les brindó beneficios económicos.

Con respecto a los anteriores resultados (Figura 5), tanto los caficultores de cafés especiales, como los caficultores de cafés corrientes (no especiales), han sido beneficiados con la comercialización de sus respectivas producciones, pero los cafés especiales generan más ganancias a las familias caficultoras, mejorando las condiciones de las fincas, como la infraestructura o la adquisición de nuevas tecnologías, las cuales pueden mejorar aún más la calidad del café y aumentar la producción, mejorando así la calidad de vida.

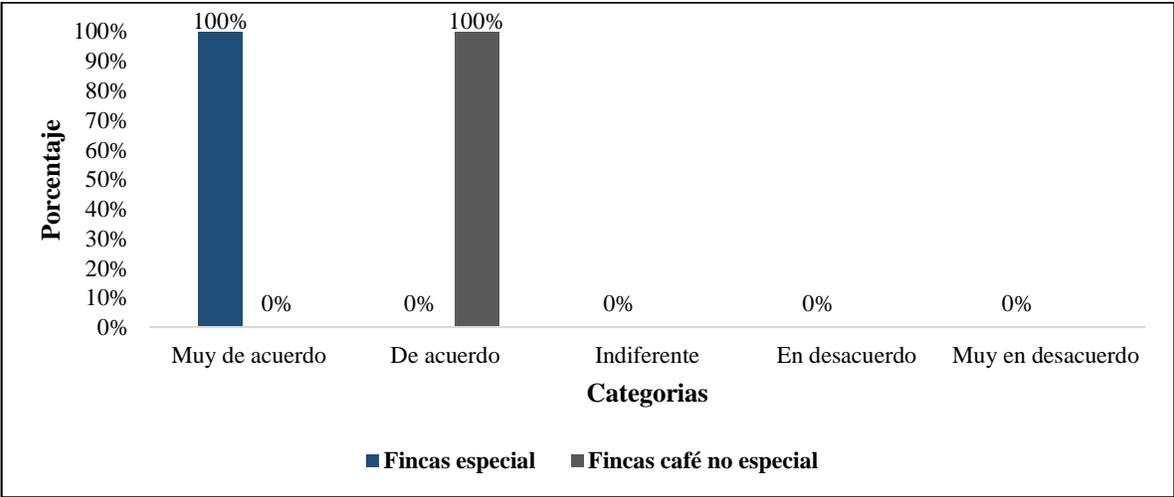


Figura 5. Opiniones de los caficultores sobre los beneficios de la comercialización del café en los departamentos de Cauca, Huila y Nariño, 2017.

De igual manera CENICAFÉ (2012), confirma que los beneficios de los cafés de alta calidad son sostenibles en el tiempo y los incentivos son reflejados en la inversión en mantenimiento de vías terciarias, comunicación y puntos de apoyo para las familias cafeteras, atención básica sanitaria, educación y vivienda.

Los resultados anteriores confirman lo reportado por Trujillo y Rengifo (2015), los cuales manifiestan que el café especial de Colombia ha conseguido diferentes reconocimientos a nivel mundial debido a su calidad y a su suavidad, lo cual ha generado un reconocimiento y por ende el sobreprecio por estos cafés, elevando los beneficios de los caficultores.

CONCLUSIONES

Las fincas productoras de cafés especiales accedieron a mercados internacionales principalmente con Japón, Suiza e Inglaterra, los cuales buscan una producción de café de buena calidad, la cual es recompensada con sobreprecios y primas considerables para los caficultores. A diferencia de las fincas productoras de cafés no especiales las cuales no pudieron acceder a ningún mercado internacional, debido a que su producción no tuvo una calidad aceptable.

Se observó que a pesar de que las fincas de café corriente tuvieron más producción que las fincas de cafés especial, obtuvieron menos ingresos, en comparación con los de las fincas de café especial, este comportamiento se presenta debido a que muchos productores se han dedicado a producir café a gran escala, sin importar que su producción sea de buena calidad

Los ingresos de la producción de cafés especiales brindan beneficios a los caficultores, no solo en el mejoramiento de la infraestructura de sus fincas, o en la adquisición de nuevas tecnologías, sino también en mejorar el bienestar del caficultor, y el de familia, gracias a que los mercados a los que accede producción no solo están interesados en la calidad del café, sino también en mejorar las condiciones de vida de los productores, además de capacitarlos para que las fincas sean sostenibles, cuidando los recursos vitales como el agua,

y la biodiversidad, impulsando y mejorando el sector cafetero de Colombia a nivel internacional.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Aguilera, J. & Castillo, A. (2011). Guía técnica para la construcción de escalas de actitud. Colombia: Universidad de la Sabana. 6p.

Apraez, C. & Bastidas, E. (2013). Plan estratégico para el sector productivo de cafés especiales en el municipio de Chachagui, departamento de Nariño, para el periodo comprendido entre 2013- 2014. San Juan de Pasto, Colombia: Universidad de Nariño. 101p.

Behar, E. (2008). Metodología de la investigación. Cali: Ediciones Shalom. Universidad del Valle. 94 p.

Cardona, F. 2012. Cafés especiales: situación actual y aplicación del programa de calidad de café Nespresso AAA en el municipio de Jardín Antioquia. Caldas. Antioquia: Corporación Universitaria Lasallista. Facultad de Ciencias Administrativas y Agropecuarias. 51p.

CENICAFÉ. (2012). Sistemas de producción de café en Colombia. Recuperado de http://www.federaciondecafeteros.org/algranofnces/index.php/comments/servicio_de_extension_fortaleza_cafetera_frente_a_otros_sectores_agricolas/.

Diario del Huila. (2016). Siembra y Cosecha' buscará potencializar café especial en el Huila. Recuperado de <https://www.diariodelhuila.com/economia/%E2%80%98siembra-y-cosecha%E2%80%99-buscar-potencializar-cafe-especial-en-el-huila-cdgint20160428092838142>

El Tiempo. (2018). Precio interno de carga de café nada que levanta cabeza. Recuperado de <https://www.eltiempo.com/economia/sectores/precio-interno-de-carga-de-cafe-no-mejora-336704>

Federación Nacional de Cafeteros de Colombia - FNC. (2016). Que son los cafés especiales. Recuperado de

https://www.federaciondefcafeteros.org/clientes/es/nuestro_cafe/cafes_especiales/que_son/

Federación Nacional de Cafeteros de Colombia – FNC. (2015). Cooperativas de caficultores, una pieza clave de la institucionalidad cafetera. Recuperado de https://www.federaciondefcafeteros.org/pergaminofnc/index.php/comments/cooperativas_de_caficultores_una_pieza_clave_de_la_institucionalidad_cafete.

Federación Nacional De Cafeteros De Colombia – FNC. (2015). El trabajo conjunto entre Productores y FNC rinde frutos en Japón. Recuperado de https://www.federaciondefcafeteros.org/pergaminofnc/index.php/comments/el_trabajo_conjunto_entre_productores_y_fnc_rinde_frutos_en_japon.

Federación Nacional de Cafeteros de Colombia – FNC. (2015). Nuestros cafés especiales. Recuperado de

https://www.federaciondefcafeteros.org/clientes/es/nuestra_propuesta_de_valor/portafolio_de_productos/nuestro_cafe_especial/

Federación Nacional de Cafeteros de Colombia – FNC.(2016). Cooperativas de caficultores. Recuperado de

https://www.federaciondefcafeteros.org/particulares/es/que_hacemos/cooperativas_de_caficultores/

Figuroa, E.; Pérez, F.; Montoya, L. (2015). La producción y el consumo del café. México: ECORFAN. 184p.

García, C. (2006). Factores determinantes de la sostenibilidad del crecimiento empresarial. *Pecunia*, (3), 21-44.

Gómez, M. (2007). La actividad cafetalera en México y perspectivas para el café mexicano. Ciudad Universitaria, México D.F.: Universidad Autónoma de México. Facultad de Economía. 115p.

Hernández, Z. (2012). Métodos de análisis de datos. España: Universidad de la Rioja. Servicio de publicaciones. 176p.

Monje, C. (2011). Metodología de la investigación cuantitativa y cualitativa, guía didáctica. Neiva. Colombia: Universidad Sur Colombiana. Facultad de Ciencias Sociales y Humanas. 2017p.

Moya, M. & Paniagua, J. (2012). Fundamentos de la economía. Ciudad Universitaria, Coyoacán. México: Universidad Autónoma de México. 186p.

Muñoz, G. (2015). Acuerdo para la prosperidad cafetera 2010-105. Federación Nacional de Cafeteros. Recuperado de: [https://www.federaciondefcafeteros.org/static/files/Editorial Acuerdo Prosperidad Cafetera 10 15.pdf](https://www.federaciondefcafeteros.org/static/files/Editorial_Acuerdo_Prospertidad_Cafetera_10_15.pdf).

Nadal, A. (2010). El concepto de mercado. Ciudad de México: Universidad Nacional Autónoma de México. Instituto de Investigaciones Sociales. 23p.

Orjuela, S. & Sandoval, P. (2002). Guía de estudio de mercado para la evaluación de proyectos. Santiago de Chile: Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas. Universidad de Chile. 149p.

Ospina, A. (2017). La industria de los cafés de especialidad. Relación entre certificaciones de calidad o especialidad, y los ingresos de los caficultores en Colombia. . Bogotá. Colombia: Universidad del Rosario. 40p.

Pérez, J. (2014). Economía cafetera y desarrollo económico en Colombia. Universidad Jorge Tadeo Lozano. Bogotá. Colombia: Facultad de Ciencias Sociales. Programa de Relaciones Internacionales.592 p

Piñeros, C. (2016). El sector cafetero colombiano como economía periférica en el sistema mundial de WALLERSTEIN entre los años 2000-2014. Bogotá. Colombia: Universidad Militar Nueva Granada. 52p.

Quiroga, A. (2016). Selección de zonas aptas para sembrar café como oportunidad en el post-conflicto colombiano. Universidad de Manizales. Recuperado de http://ridum.umanizales.edu.co:8080/xmlui/bitstream/handle/6789/2868/Quiroga_Mosquera_Audberto_2016.pdf?sequence=1

Speciality Coffee Association of Europe - SCAE. (2013). Cafés especiales. Recuperado de en: <http://scae.com/>

Specialty Coffee Association of America - SCAA. (2015). Protocols cupping specialty coffee. Recuperado de <https://www.scaa.org/PDF/resources/cupping-protocols.pdf>

Specialty Coffee Association of America- SCAA. (2017). ¿Qué es un café especial? Recuperado de <https://www.cafecontibio.com/es/que-es-un-cafe-especial/>

Raad, T. (2018). Café Especial Vs Café Comercial: Rendimiento, Calidad & Precios. Recuperado de https://www.perfectdailygrind.com/2018/07/cafe-especial-vs-cafe-comercial-rendimiento-calidad-precios/?fbclid=IwAR32GK6dd_JHvtq_z1wU28VCAKmmuBH968e5hGGnuAXw_n-xIIwWz8VLRGY.

Trujillo, J. & Rengifo, S. (2015). Análisis del posicionamiento estratégico del café del Huila y el desarrollo de los cafés especiales. Bogotá, Colombia: Universidad del Rosario.. 49p.