

**Facultad de Ciencia Económicas y
Administrativas**

**Diana Carolina López González
Martha Yamile Montero Castillo**
Comercio Internacional

**OPORTUNIDADES DE
MERCADO PARA LA
EXPORTACIÓN DE
CAFÉ ESPECIAL DE
SANDONÁ NARIÑO.**

Tutor: Rafael Antonio Muñoz A.

TRABAJO FINAL





Diana Carolina López González & Martha Yamile Montero Castillo



Tabla de contenido

INTRODUCCIÓN	4
1. ESTUDIOS PRELIMINARES	5
1.1. Planteamiento del Problema.....	5
1.2. Objetivos del Proyecto	9
1.2.1. Objetivo General	9
1.2.2. Objetivos Específicos.....	10
1.3. Marco Conceptual.....	11
1.3.1. Antecedentes de la Solución del Problema	12
1.3.2. Marco Teórico	13
1.4. Justificación.....	14
2. METODOLOGÍA.....	15
2.1. Fuentes de información secundarias.....	15
2.2. Definición y justificación del tipo de estudio.....	16
3. CAPITULO 1	17
4. CAPITULO 2	23
5. CAPITULO 3	26
*BIBLIOGRAFÍA.....	30
*ANEXOS.....	33

INTRODUCCIÓN

El café es una de las bebidas primarias de consumo en los países del mundo, en sus diferentes presentaciones. Es una bebida muy versátil, que se puede adaptar a cualquier gusto del consumidor, claro está; los compradores cada vez son más exigentes, requieren un café de alta calidad, con buena acidez, que sea especial, de hecho, algunos les encanta que cuenten una historia social detrás él.

El trabajo que presentamos se centra en realizar una caracterización del café especial de Sandoná Nariño, describiendo la situación actual en la región dando a conocer el potencial, la calidad y las oportunidades de comercialización internacional que puede tener el productor.

Además, se presentarán las falencias que el sector padece actualmente, lo cual ha afectado la oportunidad de comercialización tanto a nivel nacional como internacional de un producto que es tendencia de consumo. Finalmente, se desarrollarán los objetivos que se pretenden con el presente trabajo.

1. ESTUDIOS PRELIMINARES

1.1. Planteamiento del Problema

Colombia es uno de los países productores de café más importantes del mundo. El Café de Colombia es sin duda un café sobresaliente, debido a diversos factores correspondientes a la latitud y altitud de la tierra, sus suelos, el origen botánico de la especie y variedades que se producen, el clima caracterizado por el doble paso de la Zona de Convergencia Intertropical, la cambiante topografía, la luminosidad, rango favorable de temperaturas, una adecuada cantidad y distribución de las lluvias durante el año, dan al café atributos únicos de calidad como fragancia, aroma, sabor, acidez, cuerpo y una variedad exquisita de notas, entre otros. (Federación Nacional de Cafeteros, 2010)

El café colombiano mantiene un lugar de privilegio en la industria global, una disponibilidad permanente dada por una temporada de cosecha principal y otra de mitad de año (mitaca), es algo que los compradores internacionales valoran especialmente. (Al Grano, 2015)

La unión de los productores colombianos de café en torno a su Federación Nacional de Cafeteros, es el resultado del esmero de más de 560 mil familias que lo cultivan, recolectan a mano, despulpan, fermentan, lavan y secan al sol (lo que preserva y potencia su calidad intrínseca, de la especie Arábica). (Federación Nacional de Cafeteros, 2015)

Colombia se ha convertido en el país productor más avanzado e innovador en materia de Denominación de Origen Protegida (DOP) regionales, pues ha logrado cuatro a la fecha: Cauca, Nariño, Huila y Santander, algunas de estas regiones con capacidad de producir café “especial”, nombrado así por ser considerado por los consumidores con alguna característica que lo diferencia de los cafés convencionales, por lo cual están dispuestos a pagar un precio superior. Ningún otro país productor tiene tantas DOPs. (Al Grano, 2015)

La producción de café especial marca la tendencia en las regiones productoras de café, ya que representa una solución a la actual crisis cafetera que afronta Colombia desde el año 2018 dada por los precios internacionales del grano.

El sector cafetero colombiano ha tenido marcados altibajos por cuenta de la volatilidad en los precios internacionales del grano. Los datos más recientes de la Federación Nacional de Cafeteros (Fedecafé) indican que: i) la producción sumó 13.8 millones de sacos al término del año cafetero 2017-2018 (reduciéndose un -3.3% anual); ii) el valor de la cosecha bordeó los \$6.5 billones (0.7% del PIB); y iii) el precio interno repuntó a niveles de \$800.000/carga en octubre de 2018 (vs. \$735.000/carga promedio en lo corrido del año a octubre de 2018), esto se traduce en una baja rentabilidad. (Clavijo.2018)

En efecto, la caída del precio del café en la bolsa de Nueva York, explicada por las noticias de una cosecha récord en el Brasil para el año cafetero 2018/19 y una devaluación extraordinaria del real frente al dólar, amplificada por ventas masivas de contratos por parte de fondos especulativos, llevó el precio de los cafés suaves por debajo del dólar en septiembre pasado.

Pese a que el diferencial del café colombiano se ha mantenido en el rango de 15-21 centavos por libra y a que la tasa de cambio peso-dólar se ha estabilizado entre \$2.800 y \$3.200, el precio interno llegó a estar por debajo de \$700.000/carga, precio que, de mantenerse el resto del año, generaría importantes pérdidas a los caficultores colombianos que salen a vender su cosecha principal. (Federación Nacional de Cafeteros,2018)

Por su parte, la Gerencia Comercial sigue enfocada en exportar y apoyar la comercialización de cafés de valor agregado, que se traducen en primas para los caficultores. A la fecha, 54% del café exportado por la FNC (Federación Nacional de Cafeteros) es

especial, lo que incluye sostenibles (certificados y/o verificados) con primas importantes sobre el precio estándar. (Vélez R, 2018)

En Nariño existen aproximadamente 39.000 hectáreas de café cultivadas con un promedio de 0.95 Ha. (Minifundio) por caficultor y una producción entre 38 y 40 millones de kilos de café anuales, de los cuales el 90% se exporta como café especial. Eso hace de Nariño la cuna de cafés especiales no solo de Colombia, sino del mundo. Razón por la cual en el departamento están los clústeres de cafés especiales más grandes del mundo: Nespresso, filial de Nestlé, con 7.400 caficultores inmersos en ese programa de cafés especiales.

Las multinacionales más exigentes del mundo como Nespresso, Starbucks, Mitsubishi, Illy Café y otras, compran directamente el café en Nariño. La sobrevivencia de la caficultura en el mundo está en los cafés especiales, que solo se consiguen en el Huila, Cauca y Nariño. El Huila tiene solo 17 municipios que producen cafés especiales, En todo Nariño se produce cafés especiales, o sea en sus 41 municipios cafeteros. (Obando A, 2019).

En el departamento de Nariño existen 64 municipios, en su mayoría productores de café. Uno de estos municipios es Sandoná, un pueblo sobresaliente en su producción de café y artesanías.

El Café de Sandoná es 100% arábico, sembrado a altas alturas, recolectado selectivamente y procesado por la vía húmeda en las parcelas cafeteras de los productores.

El Café de Sandoná se produce en alturas que alcanzan hasta los 2,300 metros sobre el nivel del mar, esto hace que la planta de café, al reaccionar ante las menores temperaturas, se proteja desarrollando un metabolismo más lento, protegiéndose así de un entorno que considera adverso. De esta manera se favorece el desarrollo de ciertos grupos de moléculas, como las proteínas y los azúcares, tanto por su cantidad como por su tipo específico. Esta particularidad está asociada con el sabor dulce característico del “CAFÉ DE SANDONA”, que le atribuye y un perfil de taza especial caracterizado por su alta acidez, cuerpo medio,

notas dulces, con una taza limpia, suave y de aroma muy pronunciado. (“Café sandoneño”, 2014)

La producción de café en Sandoná y varios municipios, ha ganado así un valor agregado que ha hecho clientes propios, razón por la cual se espera sea sacado de la bolsa de valores, donde el precio internacional tiene a los caficultores en aprietos.

Por otra parte, la Federación Nacional de Cafeteros reportó que el año pasado las exportaciones de café colombiano hacia el Reino Unido fueron del orden de 283.745 sacos de 60 kilogramos

Aunque aún el mercado británico no es el principal comprador de café colombiano, los envíos de café verde e industrializado de 2018 tuvieron como principales destinos Norteamérica, con 6,7 millones de sacos; Europa, con 3,6 millones y Asia y Oceanía, con 2,2 millones. Los países a donde más se exportó café el año pasado fueron Estados Unidos, con 5,7 millones de sacos; Japón, con 1,07 millones y Alemania, con 1,02 millones. (Villán D, 2019).

Es por esto que se debe avanzar en la apertura de nuevos mercados y Sandoná, especialmente, se perfila como una región de gran potencial para la exportación de café especial.

1.2. Objetivos del Proyecto

1.2.1. Objetivo General

Identificar los mercados potenciales para la exportación de café especial de Sandoná –Nariño

1.2.2. Objetivos Específicos

1. Caracterizar el comportamiento de consumo de los cafés especiales en Colombia y a nivel internacional.
2. Categorizar las debilidades del sector de café especial en la cadena de comercialización.
3. Identificar las barreras arancelarias y no arancelarias a los principales importadores de café especial.

1.3.Marco Conceptual

Café especial: Son aquellos valorados 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.

DOPs. (Denominación de Origen Protegida): es el nombre de una región, de un lugar determinado o, en casos excepcionales, de un país, que sirve para designar un producto agrícola o un producto alimenticio.

Clústeres: Se refiere a “un grupo geográficamente próximo de compañías interconectadas e instituciones asociadas, en un campo particular, vinculadas por características comunes y complementarias, incluyendo empresas de productos finales o servicios, proveedores, instituciones financieras y empresas de industrias conexas”.

Arábigo: Es una especie de arbustos de la familia Rubiaceae, que abarcan casi el 60% de la producción mundial de café.

Taza especial: es el tipo de cafés con un puntaje mayor de taza de 80 sobre 100.

1.3.1. Antecedentes de la Solución del Problema

Para Calpa y Moncayo quienes realizaron un estudio orientado al futuro del cultivo del café nariñense. Dicho estudio les permitió obtener información relevante sobre los factores que limitan o potencializan el cultivo, identificando las variables clave para estructurar los escenarios futuros para el café en el territorio nariñense. Teniendo en cuenta las condiciones del territorio nariñense, se ha buscado diferenciación en el producto, para alcanzar ventaja comparativa y competitiva. (Silva Calpa & Trejos Moncayo, 2016)

Generalmente se cree que la "adición de valor" es la clave para aumentar el impacto de los productos básicos en el desarrollo exportaciones en países en desarrollo. En la industria del café, sin embargo, el valor agregado a través de un procesamiento adicional de café antes de la exportación puede no ser económicamente viable a gran escala. Los elementos disuasivos para tostar, moler y empaquetar el café en los países productores son numerosos. En cambio, se puede agregar valor al café en los países de origen al mejorar la calidad y confiabilidad de las exportaciones de café verde en grano, y al cumplir con ciertos estándares ambientales y sociales. (International Trade Centre, 2012)

Para la internacionalización del café, uno de los referentes más importantes es el precio y sus causas en el sector. Este estudio examina la relación entre el precio internacional y el precio al por menor del café en las cinco ciudades principales de Colombia. Para ello se realizan pruebas de cointegración, de causalidad a la Granger y funciones de impulso-respuesta. Lo cual permite evidenciar que esta relación tiene una causalidad unidireccional del precio internacional a los precios del café al por menor. (Estrada, Cifuentes & César., 2016)

1.3.2. Marco Teórico

Se puede decir que el comercio internacional tiene sus raíces en el modelo de (La Ventaja Absoluta) de Adam Smith, que hace referencia a que un país siempre tiene ventaja absoluta sobre otro por sus condiciones naturales o por cómo se ha desarrollado de su economía. (Legiscomex, 2006). Para la aplicación de esta teoría al presente trabajo, se remonta a la calidad, a la alta productividad, y a la eficiencia que ha tenido el cultivo del café para la economía colombiana, siendo así unos de los productos de exportación más importante, colocando al país en el 3 puesto en el ranking de producción a nivel mundial; con 13,6 millones de sacos. (Clavijo S, 2018).

Adicionalmente, el Modelo de la Ventaja Comparativa de David Ricardo. Los costes son relativos. El intercambio es posible y mutuamente beneficioso. Se trata de especialización en Ventaja comparativa. (D. Garcia,2018), con respecto en este modelo, en el país tenemos la fortuna de contar con un café especial con altas tazas de calidad, que lo hace altamente competitivo para abarcar mercados potenciales que les atrae este tipo de productos únicos, que permite mejorar el costo y le da al producto una alta ventaja comparativa respecto a otros países productores.

Finalmente, la principal premisa de esta teoría, propuesta en las primeras décadas de 1900 por los economistas suecos Eli Heckscher y Bertil Ohlin, tiene que ver con la noción de que cada país será más eficiente en la producción de aquellos productos cuya materia prima es abundante en su territorio. (Quiroz L, 2012), Colombia debido a su ubicación geográfica, cuenta con alta producción de café en diferentes regiones, abarcando así zonas estratégicas que facilitan la venta nacional e internacional, dando una buena respuesta económica al país.

1.4. Justificación

La gran demanda de café especial es hoy la señal positiva del mercado, su exportación a precios buenos y sostenibles, se convierte en la solución y recuperación del sector económico más importante de Colombia. Las regiones con potencial de producción de café especial se han convertido en el foco principal de multinacionales extranjeras que se interesan en invertir y comprar el grano colombiano. Este escenario, sin duda, trae un gran beneficio a las empresas productoras de café, a las familias recolectoras y a todo el sector económico en Colombia ya que, de esta manera, y en miras de la salida del café especial de la bolsa de Nueva York, las afectaciones por caídas del precio internacional no serían tan graves como las registradas en la actual crisis cafetera. Por otra parte, el gobierno de Colombia implementó otro salvavidas llamado “Fondo cafetero para la estabilización de precios”, con el fin de mantener a flote este sector económico tan importante.

La necesidad de abrir nuevos mercados y aumentar las exportaciones ofreciendo un café con valor agregado y con un alto margen de producción, reactivaría el sector en términos de empleo y supervivencia de familias y empresas caficultoras.

Este proyecto pretende identificar los mercados potenciales para la exportación de café especial y así contribuir a la inversión, el sostenimiento y el incremento de una de las actividades económicas más importantes de Colombia y para ello se identificarán las regiones productoras de café especial con un especial énfasis en la producción cafetera de Sandoná Nariño, también se identificarán las falencias en las cadenas productivas de café con el fin de optimizar su producción y asegurar la sostenibilidad de los precios.

2. METODOLOGÍA

2.1. Fuentes de información secundarias.

Se ha desarrollado el proyecto bajo fuentes secundarias de donde se recolectará información confiable como es Procolombia que es la entidad encargada de promover el turismo, la inversión extranjera, las exportaciones no minero energéticas y a imagen de Colombia, de allí se obtienen datos estadísticos y noticias actuales sobre el comportamiento económico de las exportaciones de café. También, se obtiene información de la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia, esta información es publicada en su portal de internet y en algunos periódicos nacionales, dando paso a una revisión y análisis documental como técnica. Finalmente, se complementa con conocimiento y observación propia y la opinión de expertos en el tema.

2.2. Definición y justificación del tipo de estudio.

Se realizará un estudio descriptivo que evalúe e identifique las características de los mercados potenciales para exportar café especial de Sandoná Nariño, es decir, se estudiará el comportamiento económico y social de los posibles países en donde el producto tendría gran demanda por su valor agregado y de esta manera abrir un canal de exportación de economía estable para Colombia.

Actualmente, los compradores potenciales están marcados por una tendencia de consumo donde una taza de café es la excusa perfecta para desenvolverse desde el ámbito laboral hasta lo personal permitiendo tener una experiencia socialmente innovadora que le permite relacionarse mejor. Adicionalmente, estas tendencias están marcadas por el interés de conocer la historia detrás del grano, lo cual resalta el trabajo generacional que realizan los campesinos cafeteros para que cada taza lleve la esencia de su labor.

Finalmente, gracias a la diversificación del consumo de café se ha logrado que sea un producto de mayor acceso y reconocimiento económico, lo cual genera un plus adicional en toda la cadena de valor, es decir, llegar a esos mercados donde se valore todo el trabajo detrás de toda una cosecha de calidad de exportación.

3. CAPITULO 1

Caracterización del comportamiento de consumo de los cafés especiales en Colombia y a nivel Internacional.

El café arábigo y robusta son los principales tipos de café vendidos a nivel mundial, destacándose el café arábigo por su mayor aceptación en el mercado mundial. En Colombia principalmente se cultiva este último, el cual produce una bebida suave, atractiva y de mejor precio (FEDERACIÓN NACIONAL DE CAFETEROS & CENTRO NACIONAL DE INVESTIGACIONES DE CAFÉ, 2004).

De acuerdo con la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia, los cafés especiales colombianos, son aquellos valorados por los consumidores por sus atributos consistentes, verificables y sostenibles, por los cuales están dispuestos a pagar precios superiores. Estos atributos están enfocados en su sabor, aroma, lugar de origen, suavidad y calidad de la infusión que los diferencia de los tradicionales.

Los cafés especiales se dividen en tres grandes categorías: cafés de preparación, sostenibles y de origen. Los cafés de preparación son especiales por su apariencia física, tamaño y forma. Los cafés sostenibles o de “Mercado Justo” involucran procesos de certificación y cumplimiento de códigos de conducta; empresas certificadoras establecen la normatividad ambiental, social y administrativa asociados a la producción de café. Finalmente, están los de origen, que son especiales porque provienen de una región o finca con cualidades únicas, y se venden sin mezclas de acuerdo a la calificación de taza que alcancen con catadores certificados (Agronegocios, 2015).

Además, este sector tiene dos subsectores, cafés especiales (café tostado y café verde) y derivados de café. La canasta exportadora del sector está compuesta por cafés sin tostar sin descafeinar, café soluble liofilizado y extractos y concentrados de café. Por su parte, entre los derivados de café se encuentran aquellos productos en los que se procesa el grano para

obtener un producto nuevo, como es el caso de los dulces, snacks y demás (Colombia Productiva, 2019).

Además, con el paso del tiempo, los consumidores de esta bebida han desarrollado nuevas tendencias que han creado nuevas necesidades de consumo. Grant (2020), refiere que los *millennials* están más preocupados por su bienestar personal que cualquier otra, lo que se ha extendido a sus hábitos de consumo de café, y muchos buscan cambiar la leche tradicional por alternativas vegetales o a base de nueces, así como opciones descafeinadas. También, debido al cambio de estilo de vida de la sociedad, las redes sociales que impulsan el marketing y el mayor poder adquisitivo de los jóvenes, en la mayoría de casos estos cafés especiales se consumen fuera de casa, y esta generación está dispuesta a gastar más por una bebida que sea innovadora que brinde una experiencia para los sentidos.

También, estas generaciones buscan cada vez más bebidas rápidas que les permitan compartir experiencias agradables y de forma sana, por lo que están recurriendo a tipos de café cómodos y rápidos de preparar pero que tengan tan buen sabor como la popularidad de las bebidas frías a base de café, las bebidas listas para consumir y el café instantáneo de especialidad (Grant, 2020).

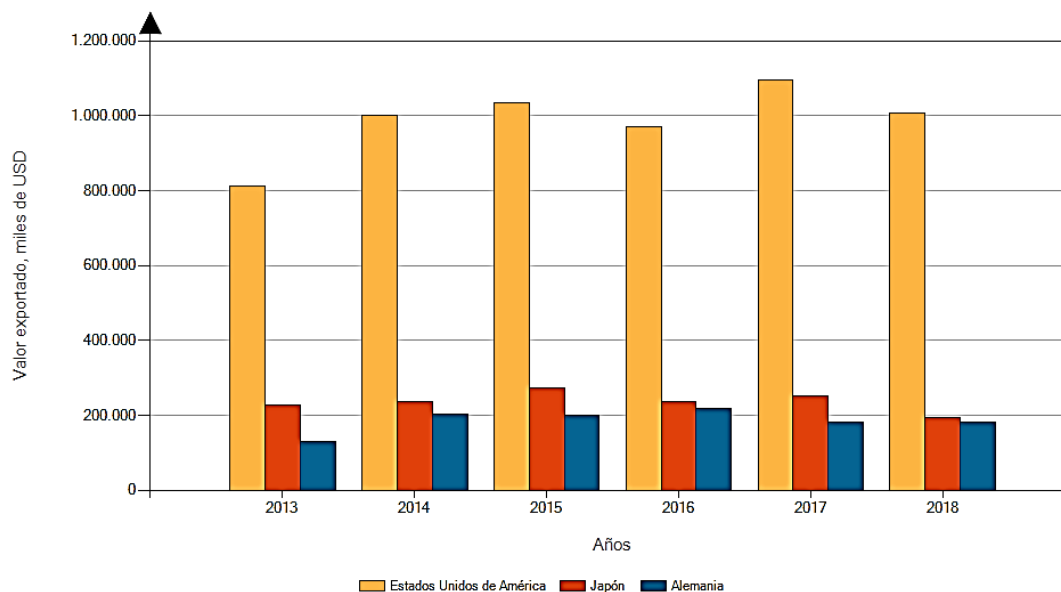
Una de estas tendencias express que ha tomado fuerza son las cápsulas de café especial. Grant (2020) afirma, “Las ventas de las cápsulas han estado creciendo a nivel global un 9% todos los años, en comparación con el índice de crecimiento del 1,6% de la industria cafetera en general. Además, la calificación mínima de estos granos de especialidad es de 80 puntos de 100, lo cual significa que sus sabores, aromas y sensación en la boca son superiores” Rachel Peterson (2020), propietaria de la reconocida Hacienda La Esmeralda en Panamá, afirma: “Las cápsulas son fáciles de preparar y disfrutar, simplemente se llena el tanque de agua, se coloca la cápsula en la máquina y se presiona un botón; todo el proceso puede tardar

menos de un minuto pues las máquinas necesitan alrededor de 25 segundos para calentarse y aproximadamente 20 segundos para la extracción”

Adicionalmente, el crecimiento de las ventas de las cápsulas sigue siendo fuerte, por ejemplo, en Francia y los Países Bajos, representaron más del 30% del café vendido en términos de volumen en 2018. Por su parte, En los EE. UU., es ahora el segundo método de preparación en casa más popular. Es un método que ofrece conveniencia, fresca, accesibilidad y, con creciente frecuencia, cafés de grado especial (Grant, 2020).

En un análisis de las exportaciones desde 2013 al 2018, el café especial de Colombia que es el resultado de obtener un grano verde de calidad sin tostar ni descafeinar, tiene como principal importador a Estados Unidos, Japón y Alemania, siendo el primero el que más influencia tiene en la canasta exportadora de este sector durante los últimos 5 años.

Grafica No. 1. Lista de los mercados importadores para un producto exportado por Colombia. Producto: 090119000 Café sin tostar ni descafeinar: los demás.



Fuente: Elaboración propia con datos de Trade Map

Por otra parte, la Federación Nacional de Cafeteros (FNC) reportó un total de 1.155.000 sacos de cafés especiales exportados en el 2013, superando sus propios récords. 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.

Luis Genaro Muñoz (2015), gerente de la Federación Nacional de Cafeteros (FNC), afirma: “El desarrollo de este nicho es destacable y los mercados de cafés especiales siguen creciendo tres o cuatro veces más rápido que el convencional, un crecimiento de entre 7% y 10% anual, resaltando los cafés de origen y de todos aquellos con algún reconocimiento, con sellos o certificados, además, se están evidenciando mercados que han sido habituales consumidores de café estándar evolucionando y migrando a los especiales”

Por su parte, en el informe de Gestión 2018 de la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia, se indicó que el enfoque continúa en exportar y apoyar la comercialización de cafés de valor agregado, que se traducen en primas para los caficultores. En 2018, el 52% de

las exportaciones de la FNC fueron de cafés especiales, incluyendo los sostenibles (certificados y/o verificados), con primas importantes sobre el precio estándar.

Camilo Fernández de Soto (2019), presidente de Colombia Productiva, indica: “Las exportaciones de los cafés especiales representan cerca de 16% de las ventas totales de café colombiano. Sin embargo, el consumo per cápita del grano apenas bordea los dos kilogramos anuales, cerca de 1,9 millones de sacos anuales; por lo que incrementar el consumo interno es una medida que permitirá contrarrestar la dependencia del sector sobre los precios internacionales, además de fortalecer su oferta comercial y exportable” (Colombia Productiva, 2019).

Por último, para lograr un constante crecimiento de este nicho, actualmente Colombia cuenta con algunas asociaciones o programas que impulsan este sector entre los cuales está el programa de Cafés especiales de la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia, con el cual se facilita a los productores acceder a estándares sostenibles, códigos de conducta y al mercado de cafés especiales, diferenciación muy atractiva para los consumidores a nivel mundial y por la que están dispuestos a pagar un mayor precio.

También, se encuentra la Asociación Colombiana para la excelencia del Café, asociación sin ánimo de lucro que trabaja por promover, divulgar y fomentar la calidad e imagen de los cafés colombianos de excelencia, así como impulsar la producción y el consumo de cafés de excelencia tanto a nivel local como en el exterior entre profesionales y consumidores.

Por otra parte, está Entreverdes, Asociación de Productores de Café Especiales de Pereira, conformada por 204 familias productoras de café, la cual surge con la intención de fortalecer el trabajo cafetero de cinco asociaciones productoras de café de alta calidad, además de mejorar las condiciones de vida de los productores en el desarrollo social, técnico, económico, cultural, comercial y medioambiental.

Finalmente, tenemos a la Asociación Sur Huilense de Café Especial ASHULCAFE, organización sin ánimo de lucro que fue creada el 18 de julio de 2007 como resultado de la iniciativa conjunta de cafeteros organizados y emprendedores que vieron la necesidad de asociarse para buscar un beneficio mutuo al momento de ofertar y vender su producto estrella “el café”.

4. CAPITULO 2

Categorización de las debilidades del sector de café especial en la cadena de comercialización

La mayoría de productores de café en Sandona Nariño por lo general son campesinos, que toda su experiencia cafetera la han logrado cosecha tras cosecha, involucrando a todos los miembros de su familia en la cadena productiva que requiere de tiempo, dedicación, conocimiento y compromiso; para lograr obtener un producto de excelente calidad. Es clave entender que dedicarse a la producción cafetera significa vivir en incertidumbre, hay muchos factores externos que no se pueden controlar, como por ejemplo las tendencias del mercado y el rendimiento/calidad de la cosecha que son impredecibles, es más fácil tomar medidas para mejorar la calidad y por ende los precios.

Una venta asegurada para el productor es cuando su café es empacado, es catado y categorizado en una excelente taza que da el aval de ser un café especial, hasta que se recibe el pago del mismo.

Pago que no es equitativo, en Sandona es muy claro ver el desmejoramiento de las condiciones de vida de los productores cafeteros, que requieren de alternativas viables para que mejore su actividad económica, hay una necesidad clara de mejoramiento del desarrollo integral, la población que hace parte del sector necesita que abarque dimensiones tanto social, ambiental y económica, para poder garantizar la producción de café de alta calidad.

Es necesario incentivar procesos competitivos, de acompañamiento académico para promover la tecnificación de los pequeños y grandes productores, ellos pueden tener todo el conocimiento basado en su experiencia, pero necesitan poder direccionar y aprovechar esas herramientas y convertirse en unos excelentes empresarios, generando oportunidades de mejoramiento en la comercialización, acordes a las necesidades regionales y nacionales,

buscando un posicionamiento en los mercados internacionales y así poder mejorar la calidad de vida de las familias cafeteras.

Las organizaciones de productores y las instituciones que apoyan el gremio, deben tomar acciones concretas con lo que respecta facilitar apoyo financiero y de formación, para lograr una consolidación detallada de las problemáticas actuales que presenta tanto la producción y la venta del producto terminado, generando mayor credibilidad y respaldo, para que los campesinos le sigan apostando al sector cafetero.

La problemática central de las falencias en la cadena de comercialización determina que, los esquemas actuales lesionan los intereses de los productores cafeteros, puesto que las condiciones de negociación son adversas, dificultando la inserción del café de alta calidad en los mercados internacionales y generando que el mayor porcentaje de las ganancias que este producto ofrece, sean percibidas por otros actores como: intermediarios, empresas exportadoras, trilladoras y tostadores.

Por otra parte, según cifras de Rabobank (2016) el margen de utilidad de la cadena de café en el mundo se reparte

Entre 8 grupos:

- Farmer Price (Precio del productor cafetero) 27 %.
- Transport (Transporte) 2 %.
- Trader. (Exportador) 5 %.
- Weight loss adjustment (Ajuste de la pérdida de peso). 6 %.
- Roaster (Tostador). 15 %.
- Packaging (embalaje) 9 %.
- Advertising and promotion (Publicidad y promoción) 11 %.
- Retailer (Minoristas y tiendas), 25 %.

Grafica No. 2. Estructura del margen de utilidad en la cadena del café.



Fuente. Rabobank (2016)

Como se ve en la figura anterior la distribución del margen de utilidad en la cadena del café para los productores está en el 27 % del total, sin embargo, esta cifra está lejos de la realidad, debido a que intermediarios locales o nacionales se apropian de la mayor parte de la ganancia (20 % aproximadamente); lo que deja a los productores tan solo con alrededor del 7 % de la ganancia total que genera este tipo de producto; ocasionando que el precio final percibido apenas alcance a cubrir los costos de producción, o se presenten pérdidas en el ejercicio (Secretaría de Agricultura y Desarrollo Rural de Nariño, 2017).

Es clara la desigualdad de ganancias para el productor campesino, persona que ha dedicado meses a cuidar su cosecha, a darle buena sombra al fruto, vigilando su cadena productiva en medio de la falta de tecnificación que la mayoría padece, para que su café sea catalogado como café especial y cumplir las expectativas del comprador y por ende del consumidor.

5. CAPITULO 3

Identificación de requisitos para cafés especiales en Europa, Asia y Estados Unidos.

Barreras arancelarias y no arancelarias.

La siguiente tabla muestra los tres países potenciales en la importación de café especial desde Colombia. En esta se encontrarán cifras económicas generales de cada país, así como la comparación de las mismas, las cuales demuestran el potencial adquisitivo y de consumo.

Adicionalmente, se resaltan las barreras no arancelarias que exige cada país para la importación del producto y el número de requisitos a cumplir.

Tabla 1

PAÍS	CIFRAS ECONÓMICAS	BARRERAS ARANCELARIAS	BARRERAS NO ARANCELARIAS
ESTADOS UNIDOS	Población total: 327.167.434 PIB (miles de millones de dólares 2019) 21.439,45 Importación de bienes (millones de USD) 2.612.379 Exportación de bienes (millones de USD) 1.655.992	EXENTO DE ARANCELES	EL PAÍS EXIGE CUARENTA Y CUATRO REQUISITOS PARA LA IMPORTACIÓN DE ESTE PRODUCTO.
JAPÓN	Población total: 126.529.100 PIB (miles de millones de dólares 2019) 5.154,48 Importación de bienes (millones de USD) 748.488 Exportación de bienes (millones de USD) 738.143	EXENTO DE ARANCELES	EL PAÍS EXIGE DIEZ REQUISITOS PARA LA IMPORTACIÓN DE ESTE PRODUCTO.
ALEMANIA	Población total: 82.927.922 PIB (miles de millones	EXENTO DE ARANCELES	EL PAÍS EXIGE QUINCE REQUISITOS PARA

	de dólares 2019) 3.863,34		LA IMPORTACIÓN DE ESTE PRODUCTO.
	Importación de bienes (millones de USD) 1.285.722		
	Exportación de bienes (millones de USD) 1.560.648		

Elaboración propia con datos de Trade Map

Gracias a la Organización Mundial del Comercio (OMC) se ha logrado que la mayoría de obstáculos arancelarios para el café verde hayan sido eliminados, entendiéndose que estos influyen significativamente en el consumo del café, lo cual ha permitido mejorar la economía del sector; siendo Colombia uno de los países más beneficiados ya que es uno de los principales productores y exportadores de café especial a nivel mundial.

Entre los principales importadores de café especial de Colombia, se encuentran Estados Unidos, Japón y Alemania, que gracias a la gran demanda que representa su población en un alto consumo de este tipo de café, el país se ha consolidado como uno de los grandes competidores a nivel mundial.

Sin embargo, cada país cuenta con requisitos especiales para la entrada de este producto a sus mercados, los cuales incluyen exigencias y restricciones generales para la importación, como empaque, etiquetado, embalaje, origen de la materia prima, proceso de producción, prácticas de higiene y análisis microbiológicos.

En general, los tres países tienen el mismo nivel de exigencia en cuanto a requerimientos que garanticen la llegada óptima del producto, caracterizándose Estados Unidos en tener mayores barreras de comercialización.

***CONCLUSIONES**

1. En este trabajo se da a conocer el gran potencial de oportunidad de mercado que tiene nuestro país en la producción y desarrollo de café especial, exclusivamente en el Sur Occidente de Nariño región que se ha consolidado en un mercado local y actualmente apunta abarcar una gran demanda a nivel internacional.

2. El café de Sandoná Nariño se ha categorizado por ser de excelente taza lo cual hace que se posicione como un producto de alta calidad, con lo que se espera que los ingresos derivados de una venta exitosa en los posibles países compradores se incrementen hasta en un 50% comparativamente a los precios percibidos actualmente.

3. Las familias cafeteras de Sandoná Nariño han logrado consolidar su experiencia cafetera durante generaciones, logrando cosechar café con calidad de taza de exportación, por lo que se debe generar un fortalecimiento en la formación de cómo mejorar la tecnificación y calidad del proceso de producción que permita la apertura del mercado en la comercialización del café especial.

4. Las oportunidades de exportación a mercados potenciales arrojan un resultado positivo para el ingreso a mercados internacionales, sin dejar de lado la necesidad de fortalecer un modelo operacional que permita aumentar la capacidad socioempresarial, tecnológica y comercial requerida en las organizaciones de productores cafeteros para incrementar el valor agregado al café de alta calidad que producen.

***BIBLIOGRAFÍA**

Cifuentes A, César J & Estrada D, (2016). El precio mundial del café y su efecto en el precio minorista para las cinco principales ciudades de Colombia Revista Finanzas y Política Económica, vol. 8, núm. 2, pp. 379-399

Obando A. (2019). *Los cafés artesanales especiales de Nariño*. “Blog post”. Recuperado de: <http://arturobando.blogspot.com/2019/05/los-cafes-artesanales-especiales-de.html>

Cárdenas Arias. D, Caro Gutiérrez. L & Caro Pedreros. J (2018) Modelo de gestión de información y el conocimiento para el análisis de la cadena productiva del café en el eslabón de comercialización para el municipio de Moniquirá-Boyacá- Colombia. In Vestigium Ire. 12(2),84-103.

Villán D. 24 de febrero de 2019. La Opinión. *Reino Unido huele a café colombiano*. Recuperado de <https://www.laopinion.com.co/economia/reino-unido-huele-cafe-colombiano-171994#OP>

Arias Jiménez F. (2019) El exceso de oferta pesa en los precios del café. Recuperado de <https://www.elcolombiano.com/negocios/agro/asi-va-el-desempeno-de-la-caficultura-ND11565954>

Quiroz, L. (2012) “*Fundamentos del modelo económico H-O (Modelo Heckscher-Ohlin)*” Economía y Finanzas Internacionales. Recuperado de <https://www.lifeder.com/teorias-comercio-internacional>

Clavijo S. (26 de noviembre de 2018). *Panorama cafetero 2018 – 2019*. La Republica. Recuperado de <https://www.larepublica.co/analisis/sergio-clavijo-500041/panorama-cafetero-2018-2019-2797742>

Tasmin G. (2020) Explorando las tendencias de café especial de los millenials. Perfect daily grind. Recuperado de: <https://www.perfectdailygrind.com/2020/02/explorando-las-tendencias-en-cafe-especial-de-los-millennials/>

Agronegocios. (2015). Conozca las categorías que existen en cafés especiales. Recuperado de <https://www.agronegocios.co/agricultura/categorias-en-cafes-especiales-2621742#>

Colombia Productiva. (2019). Fomento a la productividad, calidad y ventas de cafés especiales, entre las acciones de Colombia Productiva para impulsar al sector. Recuperado de: <https://www.colombiaproductiva.com/ptp-comunica/noticias/fomento-a-la-productividad-calidad-y-ventas-de-caf>

EL CAFÉ DE SANDONA - *Café Sandoneño*, tomado de <http://cafedesandona.blogspot.com/p/el-cafe-de-sandona-el-cafe-de-sandona.html>

Federación Nacional de Cafeteros, (2010). El café de Colombia. Recuperado de https://www.cafedecolombia.com/particulares/es/el_cafe_de_colombia

Federación Nacional de Cafeteros, (2015). El café de Colombia. Recuperado de http://www.federaciondefcafeteros.org/clientes/es/sala_de_prensa/detalle/que_hace_unico_al_cafe_de_colombia/

Federación Nacional de Cafeteros & Centro Nacional de Investigaciones de Café. (2004). Variedades de café sembradas en Colombia. (Cap. 01) Recuperado de <https://www.cenicafe.org/es/publications/C1.pdf>

García. D (2018). *Las teorías del comercio internacional* “Blog post” Recuperado de <http://www.ealde.es/teorias-comercio-internacional/>

Al Grano (2015). ¿Qué hace único al café de Colombia? (32). Recuperado de https://www.federaciondefcafeteros.org/algrano-fnc-es/index.php/comments/que_hace_unico_al_cafe_de_colombia/

International Trade Centre (ITC) Niche Markets for Coffee: Specialty, Environment and Social Aspects Geneva: ITC, 2012. x, 39 pages (Technical paper) Doc. No. SC-12-224.E

Vélez R. 5 de diciembre de 2018. IG informe del Gerente. *Rentabilidad, Legitimidad, Resiliencia*. pp 2. Recuperado de [//www.federaciondecafeteros.org/particulares/es/nuestra_propuesta_de_valor/portafolio_de_productos/nuestro_cafe_especial](http://www.federaciondecafeteros.org/particulares/es/nuestra_propuesta_de_valor/portafolio_de_productos/nuestro_cafe_especial)

Legiscomex. (2006). *El Ajedrez de libre comercio*. Recuperado de <http://www.legiscomex.com/Documento/abcomercio-ventaja-absoluta>.

***ANEXOS**



Proceso germinación de la semilla.



Trasplantación en bolsas con tierra orgánica.



Proceso de maduración de fruto



Proceso de recolección



Proceso de despulpado y lavado.



Proceso de secado



Reunión con ASOCAFESÁN

