	MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: AAAR113
	PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO	VERSIÓN: 5
	DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	VIGENCIA: 2021-04-19
		PÁGINA: 1 de 1

16

FECHA	20 de septiembre 2021
--------------	-----------------------

Señores
UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA
 BIBLIOTECA
 Ciudad

UNIDAD REGIONAL	Facatativá
TIPO DE DOCUMENTO	Trabajo de Grado
FACULTAD	Ciencias Agropecuarias
NIVEL ACADÉMICO DE FORMACIÓN O PROCESO	Pregrado
PROGRAMA ACADÉMICO	Ingeniería Agronómica

El Autor(Es):

APELLIDOS COMPLETOS	NOMBRES COMPLETOS	No. DOCUMENTO DE IDENTIFICACIÓN
Garnica Murcia	Clara Jimena	1.010.217.940
Niño Vásquez	Michael Stiven	1.070.988.404

Director(Es) y/o Asesor(Es) del documento:

APELLIDOS COMPLETOS	NOMBRES COMPLETOS
Chagueza Villarreal	Yamiltet Del Rosario

TÍTULO DEL DOCUMENTO
EL MERCADO DE CAFÉS ESPECIALES Y EL POSICIONAMIENTO DE COLOMBIA EN DICHO MERCADO.

SUBTÍTULO (Aplica solo para Tesis, Artículos Científicos, Disertaciones, Objetos Virtuales de Aprendizaje)

TRABAJO PARA OPTAR AL TÍTULO DE: Aplica para Tesis/Trabajo de Grado/Pasantía

Ingeniero Agronomo

AÑO DE EDICION DEL DOCUMENTO	NÚMERO DE PÁGINAS
2021	16

DESCRIPTORES O PALABRAS CLAVES EN ESPAÑOL E INGLÉS (Usar 6 descriptores o palabras claves)	
ESPAÑOL	INGLÉS
1 Café	1, Coffee
2 Industria	2, Industry
3 Ingresos	3, Income
4 Medio ambiente	4, Enviroment

RESUMEN DEL CONTENIDO EN ESPAÑOL E INGLÉS
(Máximo 250 palabras – 1530 caracteres, aplica para resumen en español):

Resumen

Este artículo de revisión orientado a los mercados de cafés especiales en Colombia logra describir su gran importancia a nivel mundial, ya que conquistan aquellos nichos de mercados internacionales actuales que los caracteriza como una industria distinta del resto del negocio cafetero. Los cafés especiales se enfocan en la calidad del producto en la que son percibidos y valorados por los consumidores, demostrando características que los diferencian de los cafés convencionales, como: sabor distintivo y origen único, que tienen un mayor valor agregado y por ello están dispuestos a pagar un precio superior. Además, para los pequeños y medianos caficultores donde se produce este tipo de cafés especiales se convierte en una opción de vida, tienen producciones sostenibles que contribuyen con el medio ambiente y garantiza mejores ingresos. Para ingresar y mantenerse en los mercados internacionales es importante que se genere procesos de certificación que son otorgados a grupos de productores a través de federaciones, cooperativas, asociaciones o empresas multinacionales, esto depende del tipo de café a certificar (cafés de origen, cafés sostenibles, cafés con contenido social y cafés de preparación). Se debe tener en cuenta las normas establecidas con el fin de obtener los sellos de calidad, esto se logra con la supervisión y acompañamiento de las certificadoras presentes en el país entre las que se identificaron: Biotropico S.A.S, BioLatina Colombia, Corporación Colombia internacional, Cotecna, BCS Öko Garantie Colombia S.A.S, SGS Colombia S.A.S.

Abstract

This review article is concerns the specialty coffee markets in Colombia. These markets occupy certain niches of current international markets that distinguish them as an industry different from the rest of the coffee business, highlighting their global importance. Specialty coffees focus on the quality of the product and demonstrate characteristics that differentiate them from conventional coffees, such as distinctive flavour and unique origin. These characteristics give the coffees an added value and for this reason they are valued by consumers who are then willing to pay a higher price. In addition, specialty coffee can improve the livelihood of small and medium sized coffee growers, as they can achieve sustainable production that contributes to protecting the environment and guarantees a higher

FUENTES (Todas las fuentes de su trabajo, en orden alfabético)

1. Pendergrast M. ¿El café solo es superado por el petróleo? ¿Es el café realmente el segundo producto básico más grande? Tea Coffee Trade J [Internet]. 2009; Available from: <https://www.thefreelibrary.com/Coffee+second+only+to+oil%3F+Is+coffee+really+the+second+largest...-a0198849799>
2. Echavarría J, Esguerra P, McAllister D, Robayo C. Misión de estudios para la competitividad de la caficultura en Colombia. Fondo Nac del Café [Internet]. 2016;170. Available from: <https://www.urosario.edu.co/Mision-Cafetera/Archivos/Mision-de-estudios-para-competitividad-de-la-Cafic/>
3. INTERNATIONAL COFFEE ORGANIZATION. Datos Históricos [Internet]. 2020. Available from: <https://www.ico.org/historical/1990onwards/PDF/1a-total-production.pdf>
4. Euromonitor international. Coffee in 2018: The New Era of Coffee Everywhere. 2018.
5. Gennari P. FAO Coffee Pocketbook. 2015. 1–198 p.
6. Federación Nacional de Cafeteros. Clasificaciones de calidad. 2010.
7. Velásquez C, Trávez M. Café especial, una alternativa para el sector cafetero en Colombia. Medellín, Colombia; 2019.
8. Procolombia. Siete tendencias del consumo de café en el mundo y hacia dónde exportarlo. 2015.
9. ICO. International Coffee Organization. 2015.
10. Rojas A, Hartman K, Almonacid R. El impacto de la producción de café sobre la biodiversidad, la transformación del paisaje y las especies exóticas invasoras. Ambient y Desarro [Internet]. 2012;16(30):93–104. Available from: <https://revistas.javeriana.edu.co/index.php/ambienteydesarrollo/article/view/3198>
11. Fontagro. Base de Datos. 2015.
12. Carvajal D, Salazar M. OPORTUNIDADES DE LOS PRODUCTORES DE CAFÉS ESPECIALES EN RISARALDA EN RELACIÓN CON LAS CERTIFICACIONES INTERNACIONALES PARA EXPORTAR. UNIVERSIDAD LIBRE SECCIONAL PEREIRA; 2019.
13. León Á, Palacio J, Sierra J. Gestión y plan de trazabilidad para el control de variables de calidad durante el beneficio de cafés especiales. ESPACIOS. 2019;40(32):1–9.
14. International Trade Centre. Lista de los mercados importadores para un producto exportado por Colombia en 2017. Producto : 0901 Café, incl. tostado o descafeinado; cáscara y cascarrilla de café; sucedáneos de café que contengan café en cualquier proporción [Internet]. 2018. Available from: <https://www.trademap.org/>
15. Trade Map. Lista de los mercados importadores para un producto exportado por Colombia en 2020. Producto: 0901 Café, incl. tostado o descafeinado; cáscara y cascarrilla de café; sucedáneos de café que contengan café en cualquier proporción [Internet]. 2020. Available from: <https://www.trademap.org/>
16. Suarez D, Osorio N. COMPETITIVIDAD Y GENERACION DE VALOR PARA EMPRESAS CAFETERAS: EL DESARROLLO DE LOS

AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN

Por medio del presente escrito autorizo (Autorizamos) a la Universidad de Cundinamarca para que, en desarrollo de la presente licencia de uso parcial, pueda ejercer sobre mí (nuestra) obra las atribuciones que se indican a continuación, teniendo en cuenta que, en cualquier caso, la finalidad perseguida será facilitar, difundir y promover el aprendizaje, la enseñanza y la investigación.

En consecuencia, las atribuciones de usos temporales y parciales que por virtud de la presente licencia se autoriza a la Universidad de Cundinamarca, a los usuarios de la Biblioteca de la Universidad; así como a los usuarios de las redes, bases de datos y demás sitios web con los que la Universidad tenga perfeccionado una alianza, son: Marque con una "X":

AUTORIZO (AUTORIZAMOS)	SI	NO
1. La reproducción por cualquier formato conocido o por conocer.	X	
2. La comunicación pública, masiva por cualquier procedimiento, medio físico, electrónico y digital	X	
3. La inclusión en bases de datos y en sitios web sean éstos onerosos o gratuitos, existiendo con ellos previa alianza perfeccionada con la Universidad de Cundinamarca para efectos de satisfacer los fines previstos. En este evento, tales sitios y sus usuarios tendrán las mismas facultades que las aquí concedidas con las mismas limitaciones y condiciones.	X	
4. La inclusión en el Repositorio Institucional con motivos de publicación, en pro de su consulta, vicivilización académica y de investigación.	X	

De acuerdo con la naturaleza del uso concedido, la presente licencia parcial se otorga a título gratuito por el máximo tiempo legal colombiano, con el propósito de que en dicho lapso mi (nuestra) obra sea explotada en las condiciones aquí estipuladas y para los fines indicados, respetando siempre la titularidad de los derechos patrimoniales y morales correspondientes, de acuerdo con los usos honrados, de manera proporcional y justificada a la finalidad perseguida, sin ánimo de lucro ni de comercialización.

Para el caso de las Tesis, Trabajo de Grado o Pasantía, de manera complementaria, garantizo(garantizamos) en mi(nuestra) calidad de estudiante(s) y por ende autor(es) exclusivo(s), que la Tesis, Trabajo de Grado o Pasantía en cuestión, es producto de mi(nuestra) plena autoría, de mi(nuestro) esfuerzo personal intelectual, como consecuencia de mi(nuestra) creación original particular y, por tanto, soy(somos) el(los) único(s) titular(es) de la misma. Además, aseguro (aseguramos) que no contiene citas, ni transcripciones de otras obras protegidas, por fuera de los límites autorizados por la ley, según los usos honrados, y en proporción a los fines previstos; ni tampoco contempla declaraciones difamatorias contra terceros; respetando el derecho a la imagen, intimidad, buen nombre y demás derechos constitucionales. Adicionalmente, manifiesto (manifestamos) que no se incluyeron expresiones contrarias al orden público ni a las buenas costumbres. En consecuencia, la responsabilidad directa en la elaboración, presentación, investigación y, en general, contenidos de la Tesis o Trabajo de Grado es de mí (nuestra) competencia exclusiva, eximiendo de toda responsabilidad a la Universidad de Cundinamarca por tales aspectos.

Sin perjuicio de los usos y atribuciones otorgadas en virtud de este documento, continuaré (continuaremos) conservando los correspondientes derechos patrimoniales sin modificación o restricción alguna, puesto que, de acuerdo con la legislación colombiana aplicable, el presente es un acuerdo jurídico que en ningún caso conlleva la enajenación de los derechos patrimoniales derivados del régimen del Derecho de Autor.

De conformidad con lo establecido en el artículo 30 de la Ley 23 de 1982 y el artículo 11 de la Decisión Andina 351 de 1993, "Los derechos morales sobre el trabajo son propiedad de los autores", los cuales son irrenunciables, imprescriptibles, inembargables e inalienables. En consecuencia, la Universidad de Cundinamarca está en la obligación de RESPETARLOS Y HACERLOS RESPETAR, para lo cual tomará las medidas correspondientes para garantizar su observancia.

NOTA: (Para Tesis, Trabajo de Grado o Pasantía):

Información Confidencial:

Esta Tesis, Trabajo de Grado o Pasantía, contiene información privilegiada, estratégica, secreta, confidencial y demás similar, o

hace parte de la investigación que se adelanta y cuyos resultados finales no se han publicado. SI___ NO_X___ .

En caso afirmativo expresamente indicaré (indicaremos), en carta adjunta tal situación con el fin de que se mantenga la restricción de acceso.

LICENCIA DE PUBLICACIÓN

Como titular(es) del derecho de autor, confiero(erimos) a la Universidad de Cundinamarca una licencia no exclusiva, limitada y gratuita sobre la obra que se integrará en el Repositorio Institucional, que se ajusta a las siguientes características:

a) Estará vigente a partir de la fecha de inclusión en el repositorio, por un plazo de 5 años, que serán prorrogables indefinidamente por el tiempo que dure el derecho patrimonial del autor. El autor podrá dar por terminada la licencia solicitándolo a la Universidad por escrito. (Para el caso de los Recursos Educativos Digitales, la Licencia de Publicación será permanente).

b) Autoriza a la Universidad de Cundinamarca a publicar la obra en formato y/o soporte digital, conociendo que, dado que se publica en Internet, por este hecho circula con un alcance mundial.

c) Los titulares aceptan que la autorización se hace a título gratuito, por lo tanto, renuncian a recibir beneficio alguno por la publicación, distribución, comunicación pública y cualquier otro uso que se haga en los términos de la presente licencia y de la licencia de uso con que se publica.

d) El(Los) Autor(es), garantizo(amos) que el documento en cuestión, es producto de mi(nuestra) plena autoría, de mi(nuestro) esfuerzo personal intelectual, como consecuencia de mi (nuestra) creación original particular y, por tanto, soy(somos) el(los) único(s) titular(es) de la misma. Además, aseguro(aseguramos) que no contiene citas, ni transcripciones de otras obras protegidas, por fuera de los límites autorizados por la ley, según los usos honrados, y en proporción a los fines previstos; ni tampoco contempla declaraciones difamatorias contra terceros; respetando el derecho a la imagen, intimidad, buen nombre y demás derechos constitucionales. Adicionalmente, manifiesto (manifestamos) que no se incluyeron expresiones contrarias al orden público ni a las buenas costumbres. En consecuencia, la responsabilidad directa en la elaboración, presentación, investigación y, en general, contenidos es de mí (nuestro) competencia exclusiva, eximiendo de toda responsabilidad a la Universidad de Cundinamarca por tales aspectos.

- e) En todo caso la Universidad de Cundinamarca se compromete a indicar siempre la autoría incluyendo el nombre del autor y la fecha de publicación.
- f) Los titulares autorizan a la Universidad para incluir la obra en los índices y buscadores que estimen necesarios para promover su difusión.
- g) Los titulares aceptan que la Universidad de Cundinamarca pueda convertir el documento a cualquier medio o formato para propósitos de preservación digital.
- h) Los titulares autorizan que la obra sea puesta a disposición del público en los términos autorizados en los literales anteriores bajo los límites definidos por la universidad en el "Manual del Repositorio Institucional AAAM003"
- i) Para el caso de los Recursos Educativos Digitales producidos por la Oficina de Educación Virtual, sus contenidos de publicación se rigen bajo la Licencia Creative Commons: Atribución- No comercial- Compartir Igual.



- j) Para el caso de los Artículos Científicos y Revistas, sus contenidos se rigen bajo la Licencia Creative Commons Atribución- No comercial- Sin derivar.



Nota:

Si el documento se basa en un trabajo que ha sido patrocinado o apoyado por una entidad, con excepción de Universidad de Cundinamarca, los autores garantizan que se ha cumplido con los derechos y obligaciones requeridos por el respectivo contrato o acuerdo

La obra que se integrará en el Repositorio Institucional, está en el(los) siguiente(s) archivo(s).

Nombre completo del Archivo Incluida su Extensión (Ej. Nombre completo del trabajo.pdf)	Tipo de documento (ej. Texto, imagen, video, etc.)
1. EL MERCADO DE CAFÉS ESPECIALES Y EL POSICIONAMIENTO DE COLOMBIA EN DICHO MERCADO.pdf	Texto
2,	
3,	

En constancia de lo anterior, Firmo (amos) el presente documento:

APELLIDOS Y NOMBRES COMPLETOS	FIRMA (autógrafa)
Garnica Murcia Clara Jimena	
Niño Vásquez Michael Stiven	

THE SPECIAL COFFEE MARKET AND COLOMBIA'S POSITIONING IN THAT MARKET.

EL MERCADO DE CAFÉS ESPECIALES Y EL POSICIONAMIENTO DE COLOMBIA EN DICHO MERCADO.

Clara Jimena Garnica Murcia, Michael Stiven Niño Vásquez, Yamilet Del Rosario Chagüezá Villareal

Autor de correspondencia: Michael Niño, msnino@ucundinamarca.edu.co

Universidad de Cundinamarca- Facultad De Ciencias Agropecuarias, Programa de Ingeniería Agronómica-Extensión Facatativá

Resumen

Este artículo de revisión orientado a los mercados de cafés especiales en Colombia logra describir su gran importancia a nivel mundial, ya que conquistan aquellos nichos de mercados internacionales actuales que los caracteriza como una industria distinta del resto del negocio cafetero. Los cafés especiales se enfocan en la calidad del producto en la que son percibidos y valorados por los consumidores, demostrando características que los diferencian de los cafés convencionales, como: sabor distintivo y origen único, que tienen un mayor valor agregado y por ello están dispuestos a pagar un precio superior. Además, para los pequeños y medianos caficultores donde se produce este tipo de cafés especiales se convierte en una opción de vida, tienen producciones sostenibles que contribuyen con el medio ambiente y garantiza mejores ingresos. Para ingresar y mantenerse en los mercados internacionales es importante que se genere procesos de certificación que son otorgados a grupos de productores a través de federaciones, cooperativas, asociaciones o empresas multinacionales, esto depende del tipo de café a certificar (cafés de origen, cafés sostenibles, cafés con contenido social y cafés de preparación). Se debe tener en cuenta las normas establecidas con el fin de obtener los sellos de calidad, esto se logra con la supervisión y acompañamiento de las certificadoras presentes en el país entre las que se identificaron: Biotropico S.A.S, BioLatina Colombia, Corporación Colombia internacional, Cotecna, BCS Öko Garantie Colombia S.A.S, SGS Colombia S.A.S.

Palabras clave

Café, Industria, ingresos, medio ambiente.

Abstract

This review article is concerns the specialty coffee markets in Colombia. These markets occupy certain niches of current international markets that distinguish them as an industry different from the rest of the coffee business, highlighting their global importance. Specialty coffees focus on the quality of the product and demonstrate characteristics that differentiate them from conventional coffees, such as distinctive flavour and unique origin. These characteristics give the coffees an added value and for this reason they are valued by consumers who are then willing to pay a higher price. In addition, specialty coffee can improve the livelihood of small and medium sized coffee growers, as they can achieve sustainable production that contributes to protecting the environment and guarantees a

higher income. In order to enter and remain in international markets it is important to generate certification processes that are granted to groups of producers through federations, cooperatives, associations or multinational companies, depending on the type of coffee to be certified (coffees of origin, sustainable coffees, coffees with social relevance and preparation coffees). The established standards must be taken into account in order to obtain the quality seals, which is achieved with the supervision and support of the certifiers present in the country, of which the following were identified: Biotropico S.A.S, BioLatina Colombia, Corporación Colombia internacional, Cotecna, BCS Öko Garantie Colombia S.A.S, SGS Colombia S.A.S.

Keywords

Coffee, industry, income, environment.

Introducción

El café es uno de los productos de mayor consumo a nivel mundial, del cual dependen más de 75 millones de caficultores, en su mayoría, a países en vía de desarrollo (1). Este mercado se encuentra dividido en dos: el café tradicional y el café especial. La diferencia entre estos se evidencia principalmente por la calidad del producto, que, a su vez, depende de diversas características como especie, variedad, elaboración y demás procesos de la cadena productiva. El café tradicional se caracteriza por tener una mayor demanda y oferta que el café especial. En cambio, el café especial tiene un mercado más acotado, es más exigente con el producto y por eso tiene un mayor valor agregado. En Colombia el café es uno de los más apetecidos a nivel mundial y del cual dependen más de 563,000 familias caficultoras (2).

El café se cultiva en aproximadamente 70 países, principalmente en la región llamada "The Bean Belt", la cual se encuentra entre el trópico de Cáncer y el trópico de Capricornio. La mayoría de los países que se encuentran en esta región están en vía de desarrollo, por ejemplo: Brasil, Vietnam, Indonesia, Colombia, Honduras y Etiopía. Estos países son los mayores productores de café a nivel mundial. La producción de café en el mundo, para el 2019-2020, se encuentra alrededor de 165 millones de sacos de 60 kg. Esto representa, aproximadamente, 500 mil millones de tazas consumidas y un valor de 24,000 millones de dólares (3). Gran parte de este consumo es promocionado por tiendas o cadenas internacionales de café como: Starbucks, Costa Coffee, Dunkin, Juan Valdez y muchas más. Estas tiendas han desarrollado, apoyado e innovando en diversas formas la elaboración, producción y preparación del grano, llevando la cultura de la bebida de café a todo el mundo e incentivando el consumo de café Premium (4).

La mayor cantidad de café producido en el mundo proviene de dos especies entre las más de 100 existentes con el gen *Coffea*. Estas dos especies son: *Coffea arábica* y *Coffea robusta* o *canephora*, representando el 60% y 40% respectivamente de la producción mundial (5). Estas dos especies se diferencian por su forma, condiciones de crecimiento y desarrollo, composición química, gusto, sabor y aroma. El café arábigo es considerado un café suave, al tener menor contenido de cafeína y un mejor sabor. En cambio, el café robusto es más fuerte, con mayor contenido de cafeína y más amargo (6). De acuerdo con lo anterior, el café tradicional está compuesto por estas dos especies, de las cuales solamente el café arábigo, dependiendo de su calidad, podría pertenecer

al mercado de café especial. Como método de segmentación la Organización Internacional del café (OIC) distingue cuatro tipos principales de café de acuerdo a su origen y especie. Estas son: robustas, suaves colombianos (arábigos), naturales brasileños (arábigos) y otros suaves (arábigos). Todos estos hacen parte del café tradicional, aunque unos tienen una valoración superior a la de los otros, como los suaves colombianos y los otros suaves que tienen una prima por encima de los robusta y los naturales brasileños (7).

Un acercamiento de la tendencia de consumo de los cafés especiales indica que los cafés especiales de mayor tendencia en el mundo se centran en siete categorías, consumo entre los jóvenes, la cultura barista, el cliente busca una historia, café en capsulas o pods de café molido fresco, cafés sostenibles y certificados, cafés para los “coffe shops”, café con mejor calidad y más natural (8).

Con lo anterior mencionado, este artículo de revisión tiene como objetivo describir el mercado de cafés especiales en Colombia y su respectivo posicionamiento a nivel mundial basándose en los procesos de estándares de calidad, comercialización, sellos de certificación, exportaciones.

Generalidades del café

Originario de Etiopía, en el continente africano, el café se ha dispersado por el mundo comenzando su propagación en Arabia donde, de acuerdo con la International Coffee Organization, los árabes en un afán por controlar su cultivo impusieron una prohibición de la exportación de granos fértiles de café; sin embargo, en 1616, los holandeses burlaron la restricción trasladando semillas viables de café hacia la isla de Java, de donde llevaron plantas al Jardín Botánico de Ámsterdam, de ahí a Francia y las colonias de ambos países (9). Los principales sistemas de producción de café tienen las siguientes características: Rústico: se planta a la sombra de los árboles de la selva tropical con escaso uso de insumos. Policultivo tradicional: es sembrado bajo el bosque original. Policultivo comercial: los árboles que conformaban en un principio el paisaje son reemplazados por otras especies que se emplean como sombrío. Sombrío de una sola especie: las especies destinadas como sombrío son leguminosas. Monocultivo sin sombra: al no emplearse especies para generar sombra, se hace mayor uso de insumos y fertilizantes (10). De acuerdo con el Fondo Regional de Tecnología Agropecuaria (11), el cultivo de café en América Latina emplea un sistema de producción combinado y destaca como principal productor de la especie arábica.

El café en Colombia y su comercialización

El mercado de café cambió a nivel mundial desde la ruptura del pacto por cuotas en 1989, esta situación ha orientado a los productores a buscar diferentes alternativas para asegurar el mercado del producto, ante los altibajos del precio internacional del grano que fue el efecto de mayor impacto para los productores. Por otro lado, se han evidenciado cambios en la demanda donde a pesar de ser un producto commodity (productos básicos, definidos por las Naciones Unidas como aquellos productos primarios principalmente agrícolas y mineros, cuyo grado de transformación es bajo y aportan muy poco a su valor en el mercado), a nivel mundial se ha segmentado el consumo de café a nivel mundial (12).

Respecto a la demanda mundial de café, dos tercios de la población lo consumen. Se tiene calculado que se toman alrededor de 25 mil tazas por segundo. Los países de mayor consumo medido en tazas al día son: Estados Unidos (15.9%), Brasil (14.1%), Alemania (6.8%) y Japón (5.1%). Este es un indicador que marca tendencia en alza, y que permite generar un futuro más esperanzador en lo que se refiere a la producción de café en nuestro medio (13). En términos generales, la exportación de café colombiano en sus diferentes fases o procesos (sin tostar ni descafeinar, tostado sin descafeinar, tostado descafeinado y otros) representa el 8% de las exportaciones mundiales y tiene un comportamiento semejante a la exportación de cafés especiales (14). En la figura 1 se puede observar otra serie de países a los que se exportó café pero que tuvieron un porcentaje de participación inferior al 5% en el año 2017, entre los cuales están: Corea del Sur, Italia, Reino Unido, España, Finlandia, Brasil, Chile, Perú, Turquía, Ucrania, India, Rusia y China, entre otros. En la figura 2 se observa que la exportación general de café durante los años 2016 al 2020 estuvo dirigida en un hacia los Estados Unidos, Japón, Alemania, Canadá y Bélgica.

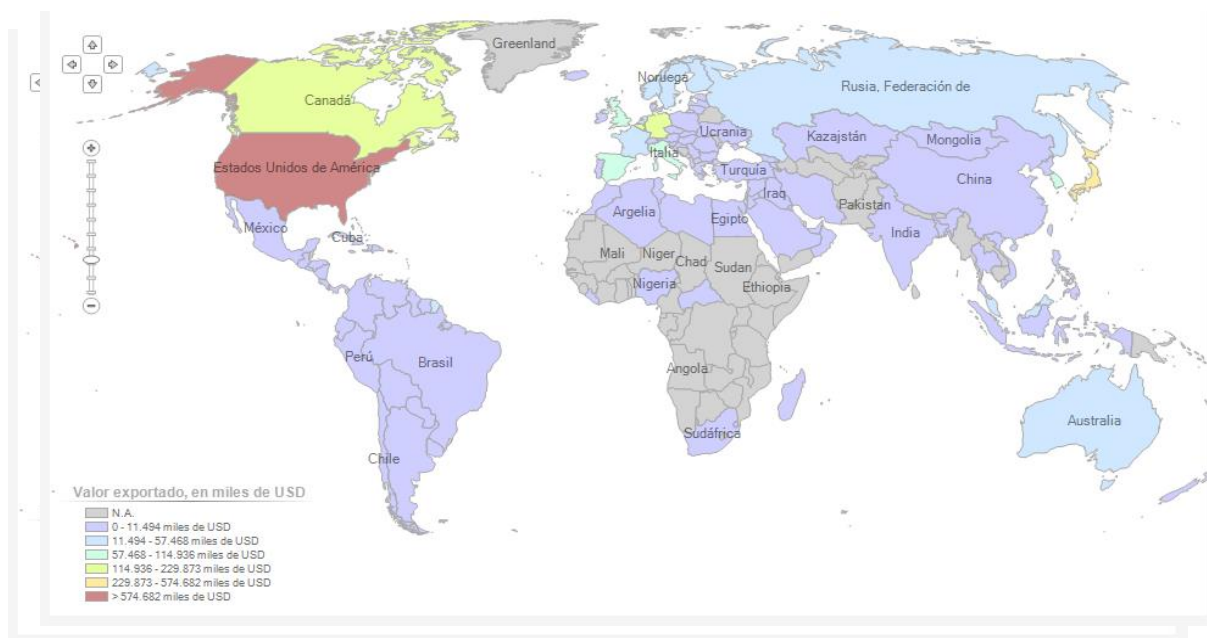


Figura 1. Participación en las exportaciones colombianas de café – Año 2017. Fuente: (14)

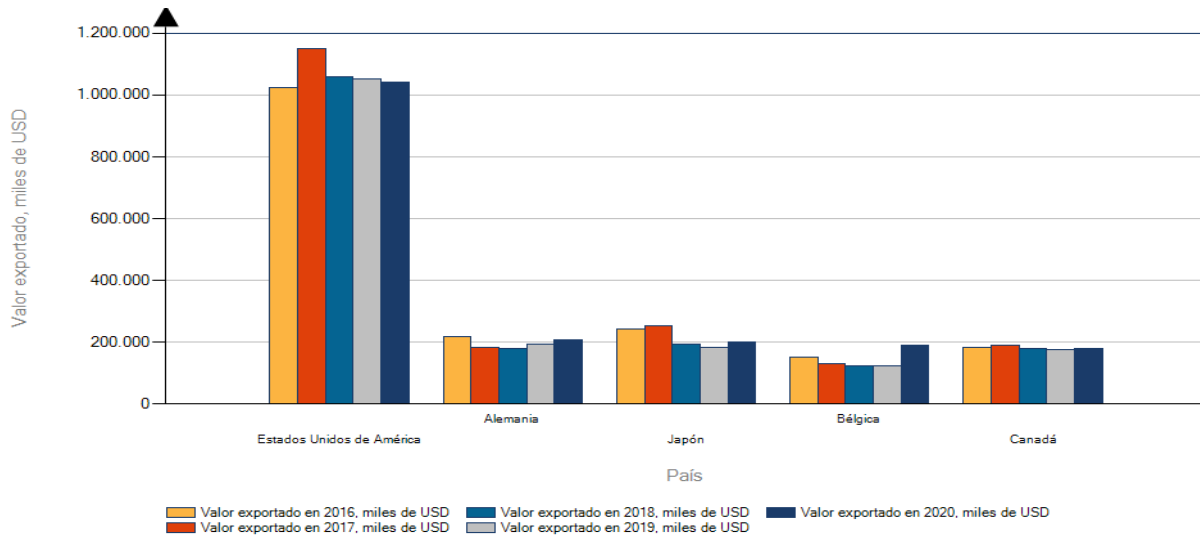


Figura 2. Países de destino de las exportaciones de café - 2016 a 2020. Fuente: (15)

La comercialización de café en el mundo se ha generalizada porque grandes empresas y comerciantes internacionales de carácter particular compran el café en los países exportadores, sobre todo a pequeños y medianos productores, para después iniciar un proceso de transformación y venta en los países de destino. Sin embargo, los cafés especiales se constituyen en “una industria distinta del resto del negocio cafetero” (16).

Colombia es un país en donde gran parte del cambio y desarrollo geopolítico, demográfico, político, económico, social y cultural ha sido determinado por la producción cafetera. A partir de la caída de los precios de la quina, hacia el final del siglo XIX, los colombianos, aprovechando la situación geográfica y las diversas características climáticas, dedicaron sus esfuerzos productivos al monocultivo del café (en Colombia se han producido otros bienes de origen agrícola, pero ninguno alcanzó los niveles de ingreso o área cultivada del café) (17). El café de Colombia como el arábico que se siembran en Colombia son: *Típica*, *Borbón*, *Maragogipe*, *Tabi*, *Caturra* y *Variedad Colombia*. El café Colombiano ha venido tomando un posicionamiento y reconocimiento indiscutible durante décadas, sin embargo en las nuevas dinámicas y tendencias comerciales; donde el aspecto experiencial, las nuevas motivaciones de consumo de alimentos y bebidas, la creciente demanda de cafés especiales, invitan a evaluar la oferta nacional y su evolución frente a estos nuevos nichos de mercado de alto valor y el posicionamiento con respecto a otros orígenes que vienen adquiriendo prestigio entre la nueva generación de consumidores (18).

Según (19), la producción mundial del café para el 2020 supero los 165.000 millones de sacos de 65 kg, de los cuales Colombia participo con 13.9 millones de sacos (20). El área cultivada de café en Colombia fue de 844.74 hectáreas (21), en la tabla 1 podemos observar la distribución por departamentos.

Área cultivada con café total departamental					
Miles de hectáreas por departamento. Con corte a diciembre					
Fuente: SICA - Gerencia Técnica FNC					
Departamento	2016*	2017*	2018*	2019*	2020*
Antioquia	126,40	123,26	120,96	119,16	117,53
Arauca					0,11
Bolívar	1,18	1,23	1,31	1,39	1,40
Boyaca	11,45	10,57	10,41	10,25	10,14
Caldas	70,79	68,97	66,02	63,05	60,82
Caquetá	4,16	4,05	4,02	3,99	3,80
Casanare	3,17	2,92	2,74	2,60	2,54
Cauca	95,75	93,30	92,56	92,67	91,94
Cesar	29,02	28,03	25,95	23,63	23,89
Chocó	0,16	0,17	0,17	0,18	0,18
Cundinamarca	37,68	35,43	32,32	30,31	29,71
Guajira	6,13	5,86	5,14	4,25	4,22
Huila	151,87	147,80	146,76	144,90	144,31
Magdalena	20,52	20,17	19,39	17,96	17,97
Meta	3,61	3,40	2,90	2,89	2,80
Nariño	38,75	38,17	37,26	36,16	35,76
N. Santander	24,34	23,99	23,56	23,03	23,10
Putumayo	0,00	0,22	0,23	0,21	0,21
Quindío	25,68	23,76	21,25	20,02	19,65
Risaralda	50,26	48,52	46,39	45,13	44,47
Santander	50,61	50,16	50,66	51,35	52,01
Tolima	117,27	112,87	111,71	108,17	106,99
Valle	62,96	61,11	55,41	52,41	51,19
TOTAL	931,75	903,95	877,14	853,70	844,74

Tabla 1. Área cultivada con café total departamental en miles de hectáreas por departamento. Fuente: (21)



Figura 3. Café cultivado por departamentos en el año 2020. Fuente: Autores

En la tabla 1 y la figura 3 se puede observar las áreas productivas en Colombia respecto a los Cafés especiales siendo el departamento del Huila con un alto número de hectáreas en el 2020 destacándose así entre los otros 22 departamentos y llevando una estabilidad productiva; no obstante, el departamento de Arauca presentó áreas productivas con 0,11 esto podría determinar que son nuevos en el mercado cafetero.

En la actualidad, la FNC ha declara su objetivo de lograr una producción de café totalmente sostenible y sustentable para el 2027, con lo cual pretende aumentar el ingreso promedio de los caficultores, mientras consigue una producción amigable con el medio ambiente, generando mayores ingresos para el país. Esto lo pretenden lograr mediante procesos de educación, desarrollo y verificación más intensivos en zonas cafeteras del país, generando una mayor calidad del producto llevándolo así hacia la calidad y la especialidad, en donde la distribución de la información es mucho más equitativa y los productores tienen mayor acceso hacia las decisiones que afecten los mercados interno y externo del café (22).

Considerando lo anterior, la FNC ha participado como principal actor en la producción, la comercialización, el financiamiento, la diversificación, la investigación, el almacenamiento y el transporte del producto. Entre sus alcances ha otorgado un papel importante a la comercialización de cafés especiales por considerar que los consumidores están dispuestos a pagar precios superiores por sus atributos consistentes, verificables y sostenibles. El “segmento de cafés especiales representa aproximadamente el 12% del consumo mundial, es decir, un volumen similar al de la cosecha colombiana” (23). La calidad del café colombiano está relacionada directamente con el tipo de caficultor que lo produce, ya que se encuentra caficultores tipo 1 que producen café verde, caficultor tipo 2 que produce café pergamino seco, caficultor tipo 3 que produce café pergamino seco estándar y caficultor tipo 4 que produce café especial, los cuales venden su producto de manera diferente en la cadena de valor (24).

El café convencional y el café especial

El café convencional, es todo aquel grano de café almendra verde o crudo cubierto por el endocarpio el cual se encuentra seco de trilla. El pergamino tipo federación debe estar fresco y presentar las características correspondientes, esto es contenido de humedad entre el 10 y el 12% en base humedad; grano pelado hasta un 2% en peso con base en pergamino; guayaba y media cara hasta un 3% en peso, con base en pergamino; pasilla hasta un 5,5% en peso, con base en almendra; libre de olores extraños o cualquier tipo de contaminación; libre de todo insecto vivo o muerto; color del pergamino uniforme; admite materia extraña y/o impurezas hasta un 0.5% en peso y la prueba de tasa debe tener sabor y aroma característicos, libres de sabores defectuosos como fermento, producto químico, moho, reposo, etc. (25)

El café especial es considerado 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 (26). En ese sentido, durante la última década se ha observado un proceso de migración hacia la producción de cafés especiales, que dependen netamente de una producción agrícola especializada por sus prácticas de “selección y producción de semilla y material vegetativo para el establecimiento de cultivos, labores de siembra, mantenimiento, cosecha, recolección, beneficio y secado” (27).

Categorías del café especial

Los cafés especiales son diversos en sus características, por lo que encontramos diferentes categorías que son representadas por diferentes sellos y certificaciones, “los cafés especiales que más se promueven son los cafés certificados como sostenibles” (28). Los sellos de sostenibilidad en café son otorgados a grupos de productores a través de la Federación, cooperativas, asociaciones o empresas multinacionales. Cada empresa certifica con su sello de acuerdo al cumplimiento de códigos de conducta de diferente orden: Ambiental, social, administrativo (29). Según (30) y (31) El café especial se divide en 4 grupos los cuales son: cafés de origen, los cafés sostenibles, cafés con contenido social y cafés de preparación. En la figura 3 se muestra los diferentes sellos dependiendo del tipo de café.

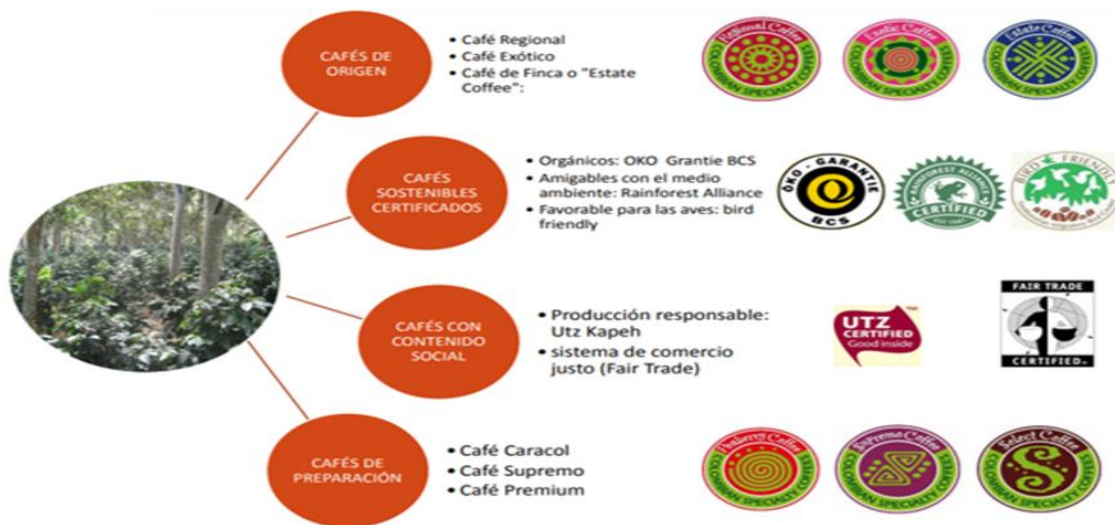


Figura 3. Sellos de los cafés especiales. Fuente: (32)

Cafés de Origen: Son cafés que provienen de una región o finca, con cualidades únicas, debido a que crecen en lugares determinados. Los clientes los prefieren por sus especiales atributos en sabor y aroma. Dentro de los cafés de origen existen tres subcategorías: Cafés regionales, provienen de una región específica reconocida por sus cualidades particulares. Se ofrecen al consumidor final puros, sin mezclas; Cafés exóticos, cultivados en zonas determinadas bajo condiciones excepcionales; poseen características sensoriales y organolépticas que permiten obtener una taza de altísima calidad; Cafés de finca, producidos en una sola finca, tienen un beneficio centralizado y ofrecen un producto sobresaliente en calidad y consistente en el tiempo. (33)

Cafés con contenido social: Entorno a un proyecto productivo, existen una serie de elementos de desarrollo social y cultural como el trabajo asociado de varios productores, el compromiso y la solidaridad, el mejoramiento de la calidad de vida y la protección del medio ambiente. Su comercialización implica mantener una relación entre el cliente y el productor a través de la institución para lograr trasladar al productor el mayor sobreprecio posible y los aportes del cliente, con el fin de mejorar sus condiciones de vida. Se dividen en dos subcategorías: Cafés de producción responsable (UTZ), presenta un conjunto amplio de criterios que comprende prácticas agrícolas adecuadas para la producción de

café y el bienestar de los trabajadores, incluyendo el acceso a la salud y a la educación; Cafés de sistema de comercio justo (FT): La certificación de comercio justo se ocupa del sistema de comercialización, asegurando que los productores reciban un precio mínimo por su café más un premio (prima) para inversiones en proyectos comunitarios. (33)

Cafés sostenibles: Es el café que se cultiva de una manera que conserva la naturaleza y proporciona mejores medios de vida para las personas que lo cultivan y procesan (34). Existen tres subcategorías: Cafés orgánicos, son cafés cultivados sin el empleo de Agroquímicos como fertilizantes, fungicidas e insecticidas. Para la venta de estos cafés el caficultor debe tener una certificación emitida por una entidad certificadora orgánica con reconocimiento mundial; Cafés amigables con el medio ambiente (RFA) la misión de Rainforest Alliance es proteger los ecosistemas, así como las personas y la vida silvestre que depende de ellos, mediante la transformación de las prácticas del uso del suelo, las prácticas comerciales y el comportamiento de los consumidores; Cafés amigables para las aves (BF), Exige la producción orgánica y bajo sombra (a través de una cubierta forestal) para otorgar un hábitat favorable para las aves (35).

Cafés de preparación: Son cafés con una apariencia especial por su tamaño y forma, lo que los hace apetecidos en el mercado internacional. También pertenecen a esta categoría los cafés que se buscan de acuerdo a las preferencias de un cliente en particular y se acopian para ofrecer un producto consistente. Entre los de preparación se encuentran: Cafés selectos: proceden de una mezcla balanceada de varios tipos de café y dan como resultado una taza de excepcional calidad. Cafés Caracol: son cafés cultivados en zonas altas, de los cuales se seleccionan los granos en forma de caracol, producen una taza única de alta acidez. Cafés supremos: este tipo de café se ofrece según una clasificación granulométrica o tamaño del grano como: supremo, retenido en la malla # 17; Extra Especial, retenido en la malla # 16 y Europa, retenido en la malla #15 (36).

Sin embargo, las definiciones anteriores son subjetivas, por lo que no se tendría un proceso estándar para poder evaluar y segmentar a qué tipo de café pertenece cierto café, para esto se realiza un índice de calidad de taza, en donde se califica a través de una puntuación; para realizar esto, se evalúan las siguientes categorías en este orden: fragancia, aroma, sabor, regusto, acidez, cuerpo, balance, dulzura, uniformidad y limpieza. Se califican estas 10 categorías con la escala de calidad (va del 6 al 10) y al final se hace una sumatoria de todos los resultados donde se identifica si el café cumple con los requisitos para ser especial o si se queda por fuera de esta categoría (37). En la Tabla 2 se muestra el puntaje de clasificación final.

90 - 100	Excepcional	Café Especial
85 – 89.99	Excelente	
80 – 84.99	Muy bueno	
<80.0	Calidad inferior al especial	Café no especial

Tabla 2. Clasificación Total de Calidad del Café. Fuente: (37)

Certificaciones de un café especial

El 31 de Julio del 2006, el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural de Colombia, como Autoridad Nacional Competente del Control de la Agricultura Orgánica establece la resolución 0187 de 2006. Donde se adopta el reglamento para la producción primaria, procesamiento, empaçado, etiquetado, almacenamiento, certificación, importación, comercialización y el sistema de control de productos agropecuarios ecológicos (38). Tanto el comercio justo y la certificación orgánico, tiene como resultado mejorar las condiciones de vida de los productores primarios y promover el sentido de comercio win-win (ganar-ganar), en donde todos los eslabones de la cadena comercial obtengan ganancias justas y así las comunidades productivas tengan también una ganancia en su desarrollo social, económico y en educación (39); (40)

Normas importantes para los cafés especiales

- Norma EUREP-GAP: consiste en una compilación de buenas prácticas agrícolas que abarca asuntos ambientales y laborales, entendiéndose por buenas prácticas agrícolas todas las acciones involucradas en la producción, el procesamiento y el transporte de fruta sana y de alta calidad, para cuya obtención se da prioridad a la protección del medio ambiente y a la salud humana, mediante los métodos ecológicamente más seguros e higiénicamente más aceptables y la disminución en el uso de productos agroquímicos (41).
- Norma UTZ certified: es un programa de sostenibilidad para el café, el cacao y el té, que funciona con la colaboración de marcas existentes. A través de este programa, se capacita a los agricultores para que mejoren su productividad, la calidad de sus productos y la eficiencia, cuidando a las personas y el medio ambiente. De esta manera, pueden producir mayores volúmenes a menor coste, lo que se traduce en una mejora del nivel de vida de las comunidades agrícolas. Los consumidores pueden disfrutar de sus marcas favoritas y, al mismo tiempo, contribuir a hacer más sostenible el mundo (42).
- Norma Rainforest Alliance y la red de agricultura sostenible: reconoce los retos que representa el cambio climático y busca abordarlos promoviendo de forma activa la Agricultura Climáticamente Inteligente y desarrollando la resiliencia de las fincas y las comunidades agropecuarias. Esto se logra protegiendo los ecosistemas nativos y la biodiversidad de la finca, evitando la deforestación, manteniendo suelos saludables, protegiendo las fuentes de agua y guiando a los productores en la selección y adopción de material de siembra y prácticas agrícolas climáticamente inteligentes (43).
- Norma Starbucks: busca asegurar que los proveedores de Starbucks cultiven y procesen café de manera sostenible, mediante la evaluación de aspectos económicos, sociales y ambientales, involucrados en la producción de café, contra el conjunto de criterios detallados en la Directriz de Prácticas C.A.F.E. Starbucks define sostenibilidad como un modelo económicamente viable que orienta las necesidades sociales y medioambientales de todos los participantes en la cadena de abastecimiento, desde el caficultor hasta el consumidor final (44).
- Cafés de Sombra o Amigable con las aves (Bird Friendly): El programa de certificación de Café amigo de las aves (Bird Friendly Coffee®), administrado por el Smithsonian Migratory Bird Center (SMBC) involucra el estudio sobre la relación

entre las aves migratorias y los plantíos de café. En 1994, se dio a conocer la marca y en 1997 se terminaron de desarrollar los criterios para el café Bird Friendly: certificaciones de producción orgánica y de cultivo bajo sombra (45). Los cafés Bird-Friendly se cultivan de forma tradicional; como un cultivo de sotobosque a la sombra proporcionado por una mezcla de especies de árboles maduros de la selva tropical nativa, que a menudo incluyen árboles frutales que proporcionan una variedad de alimentos para aves y otros cultivos para los caficultores. A diferencia de la designación de café cultivado a la sombra, el café Bird-Friendly es un esquema de certificación real que cubre todo, desde la altura del dosel hasta la biodiversidad de insectos (46).

- Doble o triple certificación (“súper etiquetas”): la industria de especiales se esfuerza por crear una <<súper etiqueta>>, combinando los criterios de orgánico, comercio justo y bajo sombra, combinando algunos elementos de las tres etiquetas empleadas tradicionalmente para los cafés sostenibles (47).

Certificadoras presentes en el país

Actualmente en el país existen seis certificadoras:

- BIOTROPICO S.A.S: se dedica a la Certificación de productos provenientes de sistemas de producción agrícola, pecuaria, piscícola, apícola ecológica, bajo los principios y metodología de Buenas prácticas y conservación de los Ecosistemas o recuperación. Igualmente certifica productos que se manejan con metodologías de Buenas Prácticas Agrícolas y pecuarias (BPA y BPG), Buenas prácticas de Manufactura (BPM). Certifica además sistemas de producción donde las prácticas sociales son objeto de verificación para otorgar el sello de Mercado justo, y/o Responsabilidad empresarial (48)
- BioLatina Colombia: Ofrece servicios de inspección y certificación tanto de la producción ecológica (agropecuaria, preparación y distribución) como la inspección y certificación de buenas prácticas agrícolas a cualquier productor, preparador, distribuidor u otro interesado sin distinción alguna (49).
- Corporación Colombia internacional (CCI): La Corporación Colombia Internacional es una entidad mixta de derecho privado sin ánimo de lucro cuyo objeto es apoyar, promover y desarrollar proyectos de agricultura moderna no tradicional de cara a las necesidades del mercado nacional e internacional con un fuerte enfoque social. El esquema de intervención desarrollado y operado por la CCI es a través de los MACS – Modelos Agro empresariales Competitivos y Sostenibles. En estos modelos los Agro negocios son abordados desde los siguientes componentes: componente Técnico-Ambiental, Componente Comercial, Componente Socio empresarial y Componente Financiero (50).
- COTECNA: presta servicios de prueba, inspección y certificación en una amplia gama de industrias, entre ellas la agricultura, la alimentación, los minerales y metales, los bienes de consumo (51).
- BCS ÖKO GARANTIE COLOMBIA S.A.S: aplica para el servicio de certificación de productos ecológicos de BCS Öko Garantie Colombia S.A.S., cubre todas las actividades de certificación bajo las Resoluciones 187/2006 y 199/2016 del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural de Colombia y las que le

complementen o sustituyan; acorde a los lineamientos de la NTC-ISO/IEC 17065 (52).

- SGS Colombia S.A.S: Lleva a cabo la evaluación de la conformidad para la certificación de productos, procesos y servicios, de acuerdo con los requisitos de la ISO / IEC 17065:2012 Evaluación de la conformidad, requisitos para organismos que certifican productos, procesos y servicios, puede certificar de acuerdo con el Alcance de su Acreditación, es decir: certificación de Reglamentos Técnicos; certificación de Normas Técnicas Voluntarias (53).

Conclusiones

Bajo la demanda creciente del mercado de cafés especiales, la oferta en el sector productivo colombiano se ha incrementado considerablemente, algo que resalta este mercado es la calidad de los cafés especiales, el valor agregado que lo componen y que actualmente los consumidores están dispuestos a pagar con un precio superior, además de certificar la trazabilidad del producto y su origen, es por ello que los productores garantizan una comercialización del producto, mediante un proceso de certificación, obteniendo sellos de calidad que los diferencian de otros cafés convencionales, con el propósito de llevarle al consumidor un producto confiable, de calidad, sostenible y que contribuye a proteger el medio ambiente.

Bibliografía

1. Pendergrast M. ¿El café solo es superado por el petróleo? ¿Es el café realmente el segundo producto básico más grande? Tea Coffee Trade J [Internet]. 2009; Available from: <https://www.thefreelibrary.com/Coffee+second+only+to+oil%3F+Is+coffee+really+the+second+largest...-a0198849799>
2. Echavarria J, Esguerra P, McAllister D, Robayo C. Misión de estudios para la competitividad de la caficultura en Colombia. Fondo Nac del Café [Internet]. 2016;170. Available from: <https://www.urosario.edu.co/Mision-Cafetera/Archivos/Mision-de-estudios-para-competitividad-de-la-Cafic/>
3. INTERNATIONAL COFFEE ORGANIZATION. Datos Históricos [Internet]. 2020. Available from: <https://www.ico.org/historical/1990+onwards/PDF/1a-total-production.pdf>
4. Euromonitor international. Coffee in 2018: The New Era of Coffee Everywhere. 2018.
5. Gennari P. FAO Coffee Pocketbook. 2015. 1–198 p.
6. Federación Nacional de Cafeteros. Clasificaciones de calidad. 2010.
7. Velásquez C, Trávez M. Café especial, una alternativa para el sector cafetero en Colombia. Medellín, Colombia; 2019.
8. Procolombia. Siete tendencias del consumo de café en el mundo y hacia dónde exportarlo. 2015.
9. ICO. International Coffee Organization. 2015.

10. Rojas A, Hartman K, Almonacid R. El impacto de la producción de café sobre la biodiversidad, la transformación del paisaje y las especies exóticas invasoras. *Ambient y Desarro* [Internet]. 2012;16(30):93–104. Available from: <https://revistas.javeriana.edu.co/index.php/ambienteydesarrollo/article/view/3198>
11. Fontagro. Base de Datos. 2015.
12. Carvajal D, Salazar M. OPORTUNIDADES DE LOS PRODUCTORES DE CAFÉS ESPECIALES EN RISARALDA EN RELACIÓN CON LAS CERTIFICACIONES INTERNACIONALES PARA EXPORTAR. UNIVERSIDAD LIBRE SECCIONAL PEREIRA; 2019.
13. León Á, Palacio J, Sierra J. Gestión y plan de trazabilidad para el control de variables de calidad durante el beneficio de cafés especiales. *ESPACIOS*. 2019;40(32):1–9.
14. International Trade Centre. Lista de los mercados importadores para un producto exportado por Colombia en 2017. Producto : 0901 Café, incl. tostado o descafeinado; cáscara y cascarilla de café; sucedáneos de café que contengan café en cualquier proporción [Internet]. 2018. Available from: <https://www.trademap.org/>
15. Trade Map. Lista de los mercados importadores para un producto exportado por Colombia en 2020. Producto: 0901 Café, incl. tostado o descafeinado; cáscara y cascarilla de café; sucedáneos de café que contengan café en cualquier proporción [Internet]. 2020. Available from: <https://www.trademap.org/>
16. Suarez D, Osorio N. COMPETITIVIDAD Y GENERACION DE VALOR PARA EMPRESAS CAFETERAS: EL DESAROLLO DE LOS CAFES ESPECIALES [Internet]. UNIVERSIDAD ICESI; 2016. Available from: https://repository.icesi.edu.co/biblioteca_digital/bitstream/10906/81003/1/suarez_competitividad_empresas_2016.pdf
17. Ospina A. La industria de los cafés de especialidad. Relación entre certificaciones de calidad o especialidad, y los ingresos de los caficultores en Colombia. 1989 - 2015 [Internet]. 2017. Available from: [https://repository.urosario.edu.co/bitstream/handle/10336/13770/La industria de los cafés de especialidad.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repository.urosario.edu.co/bitstream/handle/10336/13770/La%20industria%20de%20los%20cafes%20de%20especialidad.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
18. Valencia K. Competitividad de las exportaciones de café de Colombia, Guatemala y México hacia el mercado estadounidense (2001-2014). *Cienc Ergo Sum*. 2016;23(3):239–46.
19. OIC. Datos históricos. 2020.
20. Federeación Nacional de Cafeteros. Producción de café de Colombia en 2020. 2020.
21. FNC. Estadísticas cafeteras [Internet]. 2020. Available from: <https://federaciondefcafeteros.org/wp/estadisticas-cafeteras/>
22. Perfect Daily Grind. Colombia Tiene una Nueva Meta: Café sostenible para el

- 2027 [Internet]. 2017. Available from: <https://perfectdailygrind.com/es/2017/04/25/colombia-tiene-una-nueva-meta-cafe-sostenible-para-el-2027/>
23. FNC. Comportamiento de la industria cafetera colombiana 2018 [Internet]. 2018. Available from: https://federaciondecafeteros.org/app/uploads/2019/10/Informe_de_la_Industria_Cafetera_20182.pdf
 24. Ramírez E, García L. Competitividad en la Producción de Cafés Especiales del Departamento del Huila [Internet]. 2020. Available from: <https://repository.ean.edu.co/bitstream/handle/10882/10101/RamirezEyder2020.pdf;jsessionid=FC0D2F5E3863CA0B8BD20DAB1E7F8B8D?sequence=1>
 25. Cenicafé. Generalidades del café. Cent Nac Investig Café. 2020;71(2).
 26. FNC. Café especial. 2018.
 27. Gómez E, Ceballos O, Buitrago L, Páez C. CADENA PRODUCTIVA DEL CAFÉ: DEMANDA DE TRABAJO PARA POBLACIÓN VULNERABLE EN EL DEPARTAMENTO DEL QUINDÍO. Contexto [Internet]. 2013;2:11–32. Available from: <https://revistas.ugca.edu.co/index.php/contexto/article/view/40/340>
 28. Muñoz A. Diseño de una guía de selección del sello para cafés sostenibles [Internet]. 2007. Available from: <http://repositorio.utp.edu.co/dspace/bitstream/handle/11059/858/338476M971.pdf;jsessionid=1F064E05F09ABC5DB6046B7DC05BF564?sequence=1>
 29. AGRONEGOCIOS. CAFÉS ESPECIALES CERTIFICADOS [Internet]. 2016. Available from: <https://www.agronegocios.co/analisis/lr-400001/cafes-especiales-certificados-2621764>
 30. Farfán F. Sistemas de producción de café en Colombia. Cenicafe. 2007;233–54.
 31. conCAFÉ. Guía sobre el café de especialidad o “Specialty Coffee” [Internet]. 2020. Available from: <https://concafe.es/guia-cafe-de-especialidad-specialty-coffee/>
 32. Sanmiguel E. GENERACIÓN DE VALOR AGREGADO A CAFÉS ESPECIALES PRODUCIDOS EN EL SUR DE SANTANDER [Internet]. 2013. Available from: <http://www.unilibre.edu.co/bogota/pdfs/2016/3sin/B27.pdf>
 33. Díaz D. TIPO DE EMPAQUE Y CONTENIDO DE HUMEDAD EN LA CONSERVACION DE LA CALIDAD DE CAFÉS ESPECIALES [Internet]. UNIVERSIDAD NACIONAL AGRARIA LA MOLINA; 2018. Available from: <http://repositorio.lamolina.edu.pe/bitstream/handle/UNALM/3562/diaz-simeon-diana-carolina.pdf?sequence=2&isAllowed=y>
 34. CONSERVACIÓN INTERNACIONAL PERÚ. ¿QUÉ ES CAFÉ SOSTENIBLE? 2018.
 35. Cardona J. CAFÉS ESPECIALES: SITUACIÓN ACTUAL Y APLICACIÓN DEL

PROGRAMA DE CALIDAD DE CAFÉ NESPRESSO AAA, EN EL MUNICIPIO DE JARDÍN ANTIOQUIA. CORPORACIÓN UNIVERSITARIA LASALLISTA; 2010.

36. Federación Nacional de Cafeteros. Guía Ambiental para el Sector Cafetero. 2017.
37. Specialty Coffee Association of America. SCAA Protocols — Cupping Specialty Coffee. 2015.
38. Kiwa. Certificación Orgánica Colombia.
39. Ferro C, Mili S. Desarrollo rural e internacionalización mediante redes de Comercio Justo del café. Un estudio del caso1. Cuad Desarro Rural. 2013;10(72):267–89.
40. Ibañez M, Blackman A. Is Eco-Certification a Win–Win for Developing Country Agriculture? Organic Coffee Certification in Colombia. World Dev. 2016;82:14–27.
41. Arboleda D, Medina L. Diseño del manual de verificación, cumplimiento y actualización del programa de certificación eurep gap agrícola promagro Ltda. [Internet]. 2004. Available from: <https://repository.ucc.edu.co/handle/20.500.12494/3480>
42. UTZ. ¿Qué es UTZ? [Internet]. 2021. Available from: <https://utz.org/language-landingpage/sp/>
43. Rainforest Alliance. Rainforest Alliance Norma para Agricultura Sostenible [Internet]. 2017. Available from: https://www.rainforest-alliance.org/business/wp-content/uploads/2017/11/03_rainforest-alliance-sustainable-agriculture-standard_sp.pdf
44. SCS Global Services. PRÁCTICAS C.A.F.E. DE STARBUCKS [Internet]. 2021. Available from: <https://es.scsglobalservices.com/services/starbucks-cafe-practices>
45. Legiscomex. Café amigo de las aves, un ejemplo de sabor y conservación [Internet]. 2021. Available from: https://www.legiscomex.com/Documentos/colab_portafolio_cafeamigo
46. Forbes. Los cafés aptos para pájaros son realmente para los pájaros [Internet]. 2021. Available from: <https://www.forbes.com/sites/grrlscientist/2021/03/06/bird-friendly-coffees-really-are-for-the-birds/?sh=6ea589006663>
47. Leguizamo P, Perdomo A, Medina L, Ducuara A. PRÁCTICAS EN LA POST COSECHA DEL CAFÉ Y SU INFLUENCIA EN LAS FINANZAS DEL CAFICULTOR. Crecer Empres [Internet]. 2018; Available from: <https://journalusco.edu.co/index.php/cempresarial/article/download/1877/3450?inline=1>
48. BIOTROPICO S.A.S. ESTÁNDAR DE BUENAS PRACTICAS DE PRODUCCIÓN ECOLÓGICAS. 2018. p. 1–90.
49. BioLatina Certificadora. Manual de Calidad [Internet]. 2021. p. 1–58. Available from: <https://biolatina.com/wp-content/uploads/2021/03/GMQ-010221-v22.pdf>

50. Corporación Colombia internacional. Nuestra entidad [Internet]. 2021. Available from: <http://www.cci.org.co/nuestra-entidad/>
51. COTECNA. COTECNA ES UN PROVEEDOR GLOBAL DE SERVICIOS DE PRUEBA INSPECCIÓN Y CERTIFICACIÓN [Internet]. 2021. Available from: https://www.cotecna.com/media/4124/2021_corporate_brochure_web_es.pdf
52. Franco A, Franco D. Sistema de Certificación Ecológico de BCS Öko Garantie Colombia S.A.S. [Internet]. 2018. p. 1–10. Available from: <https://docplayer.es/169933561-Sistema-de-certificacion-ecologico-de-bcs-oko-garantie-colombia-s-a-s.html>
53. SGS. REGLAS DEL SERVICIO DE CERTIFICACIÓN DE PRODUCTO [Internet]. 2019. p. 1–43. Available from: <https://www.sgs.co/-/media/local/colombia/documents/technical-documents/technical-bulletins/crs-p-12-reglas-del-servicio-de-certificacion-de-producto-vs2.pdf>