

La industria de los cafés de especialidad. Relación entre certificaciones de calidad o especialidad, y los ingresos de los caficultores en Colombia. 1989 - 2015.

Por: Alejandro Ospina Marulanda

Estudiante de Economía

Facultad de Economía

Universidad del Rosario

Para: Luis Ricardo Arguello Cuervo

Bogotá D.C., Julio 2017

# La industria de los cafés de especialidad. Relación entre certificaciones de calidad o especialidad, y los ingresos de los caficultores en Colombia. 1989 - 2015.

---

Resumen – Los cafés certificados con calidad o especialidad pretenden construir una nueva forma del comercio del grano. Las implicaciones de sus certificaciones en el ingreso y el desarrollo del caficultor no son aún claras y eso se debe a la falta de transmisión de la información sobre las propias certificaciones. Se debe entonces enfocar los esfuerzos de la industria, en construir la sostenibilidad y sustentabilidad mediante la implementación de certificaciones de calidad y especialidad que le permitan un acceso suficiente tanto al productor primario, como a todos los eslabones de la cadena productiva y de comercio, y a los consumidores. Generando una relación más estrecha entre el productor inicial y el consumidor. El siguiente trabajo muestra evidencia de cómo se encuentra el mercado de la calidad y la especialidad en el café en Colombia y otros países productores, y en que casos las certificaciones tienen o no una correlación positiva con los ingresos de los caficultores y su desarrollo.

Palabras clave – Café de especialidad, Certificaciones de calidad, comercio justo, café orgánico, ingreso, desarrollo sostenible.

Abstract – Certified and specialty coffees born to build a new way of commercialization for the bean. The implication of certifying in the income and development for the coffee farmer are not yet clear, and it is due to the lack of transferring information from the certifications. In that order, it will be ideal to focus all the industry efforts in building sustainability, by implementing certifications of quality and specialty that gives enough information access to the main producer, the industry and commercialization chain, and the consumer. The following paper shows the evidence in how the market for specialty and quality work in Colombia and other producing countries, and in which cases certification have a positive correlation with the farmers income and development.

Key words – Specialty Coffee, Quality Certification, Fair Trade, Organic Coffee, Income, Sustainable Development.

## **Contenido**

1. La industria del café en Colombia y los cafés especiales
  1. Economía cafetera en Colombia
  2. Los cafés de especialidad
  3. El Café de Especialidad en Colombia
2. ¿Por qué café de especialidad en Colombia?
  1. Surgimiento de los cafés especiales
    - Comercio Justo y Certificación Orgánica
    - Certificaciones de tipo privado
    - Certificaciones de calidad
  2. Países exportadores
    - México
    - Perú
    - Nicaragua
    - Uganda
    - Vietnam
    - Anotaciones
  3. Colombia
    - Café de especialidad en Colombia
    - Oportunidades de Comercio
    - El papel del crédito y la inversión
  4. Anotaciones
3. Conclusiones

## 1. La industria del café en Colombia y los cafés especiales

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).

Según el autor Luis Eduardo Nieto Arteta en su ensayo: *“El café en la sociedad colombiana”*, el café es un producto que determinó el desarrollo económico, social, político y cultural de nuestro país, desde su fundación. Planteó también que, dadas las estructuras institucionales que se crearon a través del desarrollo del mercado y la industria cafetera colombiana, este sería un producto que seguiría transformando el carácter económico, político y social del país.

Para el siglo XXI Colombia sigue siendo uno de los participantes más importantes del mercado global del café, ubicándose como el cuarto mayor exportador de café y el primer productor de cafés suaves (y el segundo de café de variedades Arábicas) del mundo.<sup>1</sup> Por ello es relevante continuar el estudio sobre el desarrollo productivo del café en el país, para aclarar su incidencia en el crecimiento económico, el desarrollo y la formación industrial del país.

Este trabajo tiene como objetivo analizar, con base a la literatura académica, el caso de la afectación de los ingresos de los caficultores en el mercado de los cafés de especialidad o certificados con calidad en Colombia. Para esto, es importante entender la economía del café en Colombia a partir de 1989, en donde la coyuntura internacional, a raíz de la caída del muro de Berlín, entró en una fase de apertura económica de los países y de globalización. En referencia al mercado del café, se desmontó el pacto de cuotas por presión de países centroamericanos en su búsqueda de una mayor participación en el mercado. La caída de este pacto suscrito

---

<sup>1</sup> Según los datos presentados en el informe de la Federación Nacional de Cafeteros sobre: *“El Comportamiento de la Industria Cafetera Colombiana 2015”*,

por los países productores finalizada la segunda guerra mundial, permitió a los productores (caficultores) entrar al comercio internacional de forma más directa, con una menor dependencia de las políticas económicas de sus gobiernos y de varios eslabones de la cadena de comercio. Condiciones que se habían formado durante la bonanza cafetera, gracias a las políticas proteccionistas del Estado (en Colombia).<sup>2</sup>

Es relevante entender cómo fluctúan los ingresos de los caficultores, ya que en Colombia existen más de 560,000 familias cafeteras, repartidas en 22 departamentos y 590 municipios, lo que quiere decir que hay al menos medio millón de familias en Colombia que dependen de la agricultura cafetera, que en su mayoría tienen una producción pequeña (menos de 5 hectáreas cultivadas)<sup>3</sup>, y que hoy en día se encuentran en situación de pobreza.<sup>4</sup>

Se plantea entonces la siguiente pregunta: ¿Cómo las certificaciones de calidad o especialidad afectan los ingresos de los caficultores en Colombia?, a la cual se procurará dar respuesta en este trabajo.

Para contextualizar al lector, y así lograr un mejor entendimiento de la problemática, se presenta una contextualización dividida en tres secciones: primero, la economía cafetera en Colombia, un recuento de la industria a partir de la caída del acuerdo de cuotas de exportación, hasta la actualidad; segundo, la industria de los cafés especiales en el mundo, su surgimiento y desarrollo; y tercero, la industria de los cafés especiales en Colombia.

---

<sup>2</sup> Revisar el Estudio sobre el sector del café en Colombia, elaborado por el Grupo de Estudios Económicos de la Superintendencia de Industria y Comercio. N° 5, diciembre del 2012. (Cuadro 10. Principales acontecimientos con respecto al Acuerdo Internacional de Cuotas para el Café).

<sup>3</sup> Jorge Andrés Perdomo, Darrell Hueth y Juan Carlos Mendieta, Factores que afectan la eficiencia técnica en el Sector Cafetero Colombiano: una aplicación con análisis envolvente de datos.

<sup>4</sup> Según los datos presentados en el informe de la Federación Nacional de Cafeteros sobre: *“El Comportamiento de la Industria Cafetera Colombiana 2015”*, el ingreso promedio por hectárea cultivada de café en el año 2015 fue de 7,7 millones de pesos/año. Esto significa un ingreso menor a 645 mil pesos por hectárea por mes, por hectárea cultivada con café (el ingreso está calculado sin deducir los costos). En promedio los costos por carga de café para 2015 serían de 600 mil pesos y el precio de venta estaría entre 606 mil y 835 mil pesos por carga, lo que deja una utilidad bruta de \$6,000 a \$235 mil por carga. Cálculos propios con datos de la FNC.

## **1.1. Economía cafetera en Colombia**

En el trabajo *Industrialization and the State in Latin America: The Postwar Years*<sup>5</sup>, los autores consideran que Colombia pasó por seis fases de desarrollo económico, entre las cuales estaría la quinta fase, 1980 a 1990, durante la cual los países latinoamericanos, en un estado de deuda, enfocaron su economía a la exportación, la disminución de importaciones y el control del consumo interno, para así generar ahorro. Condiciones que provenían de la prevención del FMI (Fondo Monetario internacional) y el Banco Mundial; y la sexta fase, donde se consideran e implementan medidas contraídas en el Consenso de Washington, de las cuales son relevantes mencionar la descentralización del gobierno, la independencia política del Banco Central, la reglamentación en los ámbitos financiero, cambiario y crediticio, y una liberación del mercado y el comercio exterior.

Son estas dos fases las que han moldeado la industria agrícola cafetera hasta el día de hoy<sup>6</sup>, ya que se le otorgan también deberes a los caficultores que antes no habían tenido. El caficultor se enfrenta ahora a la inestabilidad de los precios internacionales del bien y la competencia proveniente de nuevos y antiguos países caficultores, y queda en su responsabilidad desarrollar la industria productiva, buscando tecnificarse para poder ser competitivos. De esta forma, la Federación Nacional de Cafeteros (FNC), la cual había sido fundada con el propósito de defender a los caficultores frente a los impactos del comercio exterior, aprovechando las fluctuaciones en la tasa de cambio para generar ingreso, pasa a ser una empresa privada cuya finalidad se convierte en la promoción del café de Colombia y, que más adelante se concentraría en la creación y fortalecimiento de la marca Juan Valdez (2002).<sup>7</sup>

---

<sup>5</sup> En referencia al trabajo de Enrique Cárdenas, José Antonio Ocampo & Rosemary Thorp, 2000, *An Economic History of Twentieth-Century Latin America*, vol. 3: *Industrialization and the State in Latin America: The Postwar Years*, Oxford, Palgrave Press.

<sup>6</sup> La apertura económica consto en una serie de políticas de comercio internacional para liberar el mercado. Esto se da a través de presiones internacionales, para combatir la crisis de precios de commodities. Respecto al café, se cayó el pacto de cuotas, liberando así la exportación-importación.

<sup>7</sup> "Ya en 1905 las exportaciones de café alcanzaron el medio millón de sacos, cifra que se duplicaría cada diez años en las siguientes dos décadas. El tamaño de la actividad y su influencia en la vida nacional, llevaron a que el gremio se diera sus propios instrumentos de manejo, y fue así como en el año 1927 se fundó la

A partir de 1989, hay una tremenda caída en el ingreso exportador por el rubro de café, provocando una disminución paulatina de la producción cafetera en Colombia, debido al poco atractivo que tuvo en los años siguientes esta industria. Esto se hace notorio en el total de sacos producidos a partir de 1993, y solo hasta 2013 vuelve el crecimiento constante de la producción. Es tal la caída en la producción que las exportaciones de café durante 1993 superan la producción.

En la siguiente tabla se evidencia la serie de producción y exportación anual desde 1970 hasta 2015 (Expresada en miles de sacos de 60 kg).

---

**Federación Nacional de Cafeteros.**

*Las funciones encomendadas a la Federación, y que han caracterizado su labor hasta el presente, son:*

- 1. Organizar y representar a los productores del grano...**
- 2. Promover una caficultura eficiente y de calidad...**
- 3. Apoyar el mercado interno y externo del café...**
- 4. Promover el desarrollo social de la zona cafetera...**
- 5. Desarrollar la política cafetera..."**

en: La industria del Café en Colombia, de Jorge Cárdenas Gutiérrez.

AÑO	PRODUCCIÓN	EXPORTACIÓN	DIFERENCIAL PRODUCCIÓN-EXPORTACIÓN
1970	8 266	6510	1 756
1971	7 294	6569	725
1972	7 535	6527	1 008
1973	8 507	6766	1 741
1974	6 893	6906	-13
1975	8 375	8175	200
1976	6 660	6289	371
1977	10 657	5325	5 332
1978	11 387	9035	2 352
1979	11 889	11130	759
1980	12 073	11102	971
1981	13 470	9056	4 414
1982	12 126	8857	3 269
1983	13 746	9211	4 535
1984	11 562	10199	1 363
1985	11 260	10001	1 259
1986	10 712	11380	-668
1987	12 974	11282	1 692
1988	11 811	9788	2 023
1989	11 066	10826	240
1990	14 083	13944	139
1991	16 179	12595	3 584
1992	16 094	16569	-475
1993	13 637	13574	63
1994	12 031	11775	256
1995	13 697	9815	3 882
1996	11 190	10621	569
1997	10 704	10932	-228
1998	12 783	11260	1 523
1999	9 112	9995	-883
2000	10 619	9206	1 413
2001	10 936	9977	959
2002	11 614	10273	1 341
2003	11 568	10290	1 278
2004	11 240	10262	978
2005	11 119	10871	248
2006	12 078	10947	1 131
2007	12 618	11301	1 317
2008	11 478	11085	393
2009	7 812	7894	-82
2010	8 923	7824	1 099
2011	7 809	7734	75
2012	7 744	7168	576
2013	10 886	9672	1 214
2014	12 140	10957	1 183
2015	14 175	12714	1 461

Elaboración propia con datos del DANE. Producción y Exportación anual de sacos de café en Colombia.

Otro hecho que revela el cambio en la industria de la caficultura en Colombia es el movimiento geográfico de los cultivos. Ya para el año 1990, en Cundinamarca, el principal departamento productor y exportador de café después de la segunda



guerra mundial, había disminuido su producción a causa de la violencia vivida en la zona, el conflicto armado y los pleitos políticos (el municipio de Viotá es el mejor ejemplo de esto). En otros departamentos como Quindío, Valle, Risaralda, Caldas y Boyacá, disminuyeron el número de hectáreas cultivadas entre el 2002 y 2011, mientras que los departamentos de Antioquia, Huila, Nariño, Guajira, Cauca, Magdalena, Cesar, Santander, Tolima y Norte de Santander, expandieron el área sembrada de café. En total, a partir del siglo XX, en Colombia se vivió una expansión del área cultivada (crecimiento de 6,46% para el periodo 2002-2010), solo reflejada en la producción de años posteriores.<sup>8</sup>

Este desplazamiento de la producción cafetera denota cómo el interés sobre la industria ha cambiado de participantes. Esto se evidenció en que la producción a gran escala disminuyó y fue remplazada por los pequeños productores campesinos. Los terratenientes colombianos ubicados en los departamentos de Cundinamarca, Boyacá y Valle han reemplazado sus cultivos de café por el sector agropecuario, esto no es solo debido a la caída de precios y la falta de proteccionismo, sino también por el pequeño margen de utilidad en la producción cafetera. Por su parte, los pequeños campesinos, desplazados e indígenas, han encontrado en el café una oportunidad de subsistencia que va en concordancia con el apoyo que brinda la FNC en todas las regiones cafeteras de Colombia.

No obstante, el diferencial entre los costos y el precio base que brinda la FNC y otras cooperativas o empresas exportadores regionales encargadas de comprar el grano, es relativamente pequeño, y los pequeños productores han tenido que buscar alternativas para diferenciarse en el mercado y obtener una mayor utilidad. Allí se encuentra la producción de café de especialidad o con certificaciones de calidad, origen, protección medioambiental o trabajo justo, de las cuales se valen los caficultores para acceder a precios más altos en la venta de café verde.

---

<sup>8</sup> Revisar el Estudio sobre el sector del café en Colombia, elaborado por el Grupo de Estudios Económicos de la Superintendencia de Industria y Comercio. N° 5, diciembre del 2012.

## **1.2. Los cafés de especialidad**

El café de especialidad nace como un término que indicaba la situación geográfica y climática especial de un micro-lote cultivado de café, y que estas características le daban al producto sabores y aromas especiales o diferenciados. El término se remonta a finales de los 70's, y según Ric Rhinehart, en su publicación *What is Specialty Coffee?*<sup>9</sup>, fue utilizado por primera vez en la conferencia del café en 1978, en Montreuil, Francia, por Erna Knutsen, de Knutsen Coffee Ltda.

Hoy se conoce como café especial o de especialidad, aquel que en su proceso productivo y hasta el momento de la preparación de la bebida, se vale de alternativas especiales. Aunque la definición de especialidad está clara entre sus productores, siendo una industria que lleva hasta ahora menos de 30 años en desarrollo, los consumidores confunden certificaciones de origen, calidad, protección del medio ambiente, producción con impacto social o de comercio justo, con la especialidad; por ello el objetivo de este trabajo no está solo concentrado en descifrar el impacto de la producción del café de especialidad en los ingresos de los caficultores, sino también el impacto de otras certificaciones de diferenciación con el producto base.

El café es un producto proveniente de una planta (cafeto) que en su evolución se ha vuelto muy complejo. Hasta el día de hoy se conocen más de 2,000 varietales (variedades de cafeto), las cuales se dividen en tres grandes familias, de las cuales solo se producen dos a gran escala, la familia Arábica y la familia Robusta. Más del 60% de la producción de café proviene de varietales Arábigos y estos son conocidos como los cafés suaves.<sup>10</sup> Esto quiere decir que tienden a sabores y aromas más suaves. Colombia tiene una geografía que le ha permitido sembrar muchas variedades de café en todos sus pisos térmicos, es por ello que encontramos café cultivado en Colombia desde los 600 metros hasta los 2200 metros de altura. La FNC y el Estado Colombiano se han encargado de preservar cultivo de la familia

---

<sup>9</sup> Encontrado en <http://scaa.org/?page=RicArtp1>, consultado el 03 de mayo de 2017.

<sup>10</sup> Estudio sobre el sector del Café en Colombia, publicado en la revista No. 5, diciembre, 2012; Estudios de Mercado. Estudio elaborado por el Grupo de Estudios Económicos de la Superintendencia de Industria y Comercio.

Arábica, que históricamente ha presentado mayores rentabilidades que las de variedades de origen Robusta. Por esto, Colombia se ha mantenido como el mayor productor de cafés suaves del mundo hasta el día de hoy (Giovannucci, 2007).

Con la aparición de los cafés especiales se ha determinado el rumbo de la producción cafetera en el mundo en dos vertientes claras. Por un lado, encontramos los países que se han dedicado a una producción a gran escala, buscando ganancias en la cantidad producida, y por otra están los productores de calidad, que han especializado sus cultivos en diversas características, donde se ha podido encontrar la ganancia en el valor agregado por la diferenciación y la pequeña producción (de la mano de una demanda creciente).

Es importante tener en cuenta que la industria de los cafés especiales se encuentra en crecimiento gracias a la creciente demanda del mayor país importador (Estados Unidos), donde el consumo de café especial es mayor que el consumo del café regular. Y donde anualmente aumenta en un 30% la venta de bebidas preparadas a base de café (Stefano Ponte, 2002).<sup>11</sup>

### ***1.3. El café de especialidad en Colombia***

Aunque Colombia, en sus políticas de gobierno o desde la FNC, no ha incentivado de forma específica la producción diferenciada del café desde la aparición de la especialidad o de otras certificaciones; las condiciones del desarrollo histórico económico, la formación demográfica y la geografía colombiana, han permitido que el país tienda hacia una producción de mayor valor agregado, y que hoy en día se reconozca el café colombiano como el café más suave y especial. Esto debido a su forma de producción: más del 70% de las fincas cafeteras son consideradas de pequeña escala (menos de 5 hectáreas), se hace la recolección de todas las cerezas de café a mano, y la capacidad de las tierras para germinar granos de diferentes variedades, en diferentes situaciones climáticas y con una mayor

---

<sup>11</sup> Revisar 59% of US Coffee Drinkers Choose “Gourmet”, consultado en <https://www.perfectdailygrind.com/2017/03/usa-coffee-drinkers-choose-gourmet/> el 14 de abril 2017.

intensidad en trabajo que en otros países.<sup>12</sup>

Sin embargo Colombia afronta un problema grave en cuanto su producción, problema que viene desde los caficultores. A raíz del proteccionismo sistemático hasta finales de los años 90, donde se hizo la apertura económica, se generó una población de caficultores con bajo desarrollo técnico y productivo, y dado que el propósito del FNC se fundó desde una perspectiva puramente económica, la cadena de comercio no se encargó de reinvertir en la producción cafetera, convirtiéndola en una industria de extracción con poco valor agregado.

Se verá entonces cómo la alternativa de la especialización en el mercado del café es origen de una afectación positiva en los ingresos de los caficultores y de la cadena productiva. Para ello se presentarán estudios de casos en otros países de Centroamérica y África, en donde las formas de producción especializadas crearon una economía que genera mayores utilidades en la producción. En Colombia ya se ha hecho evidente cómo las producciones de micro-lotes y la obtención de certificaciones de calidad y origen entre otras, presentan mayores utilidades, aun así, persiste el problema de transmisión de conocimiento sobre la especialización del café hasta el caficultor (campesino).

---

<sup>12</sup> Julián García en su texto como Investigador Economista de la Federación Nacional de Cafeteros, Evolución de la distribución de las fincas cafeteras, HACIA UNA REGIONALIZACIÓN DE LA CAFICULTURA COLOMBIANA.

## **2. ¿Por qué café de especialidad en Colombia?**

En esta sección se hace una descripción detallada de los tipos de especialidad en la producción del café y cómo pueden afectar estos la utilidad en la producción (en fincas cafeteras colombianas). Luego se presentan algunas alternativas para el cambio de la forma productiva y de comercialización del grano en Colombia, remontándose a experiencias en otros países y trabajos de campo. Por último, se presenta cómo la calidad y especialidad de la producción se ve reflejada en precios, directamente en el consumo de bebidas preparadas.

### **2.1. Surgimiento de los cafés de especialidad**

El café de especialidad surge de un alto inconformismo de los consumidores en Estados Unidos de América (el país con mayor consumo per cápita de café) a finales de los 70<sup>13</sup> (Stefano Ponte, 2002), y la necesidad de generar valor agregado para aumentar los ingresos en las cooperativas y exportadoras cafeteras.

Con el propósito de promover la producción y el consumo de una mayor calidad, nace la Asociación de cafés de especialidad de América (SCAA por su nombre original en inglés). La SCAA se forma entonces para ser la abanderada en la certificación no solo de los cafés, sino también de las personas certificadoras de calidad, baristas, tostadores y profesionales en café (cafeólogos). De esta forma se empieza a estandarizar los procesos que determinan la calidad del producto y las diferentes formas y certificaciones de especialidad que existen en el mercado de café.

Entre las certificaciones de calidad existen tres vertientes: las certificaciones obligatorias, las cuales están determinadas por leyes o normas gubernamentales en los diferentes países, o por organizaciones y tratados de comercio internacional; las certificaciones voluntarias, las cuales son otorgadas por diferentes organizaciones o grupos civiles para certificar el valor agregado que busca el consumidor; y por último, las certificaciones privadas, las cuales son formas de

---

<sup>13</sup> El inconformismo se da a causa de la baja calidad de producto (café) y la falta de información del mismo disponible para los consumidores,

estandarización de producción que adopta una empresa para ofrecer un producto mejor o diferenciado. Estas certificaciones, en el mundo de los productos agropecuarios, pueden determinar *atributos físicos* o *atributos de percepción* (Stefano Ponte, 2002).

Este texto se va a centrar en las certificaciones de tipo voluntario, porque son las que nos dan una mejor aproximación sobre las posibilidades del productor en consecuencia con los deseos de consumidor. Estas serán todas aquellas que los productores buscan obtener para diferenciarse en el mercado y obtener un sobrepeso en la venta de sus productos. Entre este tipo de certificaciones podemos encontrar en el mercado de los cafés de especialidad tres diferentes: certificaciones de tipo social, como Fair Trade de Max Havelaar; certificaciones de tipo ambiental, como certificación orgánica o de producción bajo sombra y las certificaciones de calidad, certificaciones de especialidad de la SCAA o de origen. Este tipo de diferenciales en el producto, son los que el consumidor busca para tomar una decisión de compra consciente, tener mayor conocimiento sobre la procedencia, formas de producción y calidad del producto que quiere consumir. Hoy en día el consumidor ha cambiado sus hábitos, y sobre todo en el consumo de café (basado en el consumidor estadounidense), de buscar un mejor precio hacia la búsqueda de la satisfacción en el consumo. Por ello la industria se ha transformado para soportar estas nuevas necesidades (Ferro-Soto y Mili, 2013).

### *2.1.1. Comercio Justo y Certificación Orgánico.*

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 (Ferro-Soto y Mili, 2013; Ibañez y Blackman, 2016).

Durante la crisis cafetera se pudo evidenciar que las certificaciones de este tipo reportaban mayores ingresos para los caficultores, dada una diferenciación en precios (Bacon, C., 2005). Sin embargo, en los primeros años del siglo XXI, estas

certificaciones se han convertido en una barrera de entrada al mercado para los productores (Stefano Ponte, 2002).

Los objetivos de protección de los productores primarios de este tipo de certificaciones se logran a través de concesiones con los compradores (cooperativas y exportadores) para que se pague un precio que cubra los costos de producción sostenible y que cubra las necesidades básicas del productor; de primas para poder reinvertir en la producción, generar tecnificación y desarrollo; y contratos que permitan las buenas prácticas en producción sostenible (Kilian, Jones, Pratt y Villalobos, 2005). No obstante, solo certificaciones como Comercio Justo y UTZ certified cuentan con un proceso de verificación en todos los eslabones de la cadena de comercio, por lo que las verificaciones sobre los ingresos reales de los productores primarios pueden no ser los estandarizados por demás denominaciones de certificación. Además, los pequeños y medianos productores de escasos recursos no pueden acceder a las certificaciones tan fácilmente, por lo que aceptan primas más pequeñas que las posibles con las certificaciones (Ponte, 2005). Esto se ve reflejado en que la industria de los cafés sostenibles en Estados Unidos solo importó un 5% certificado, del total importado en 2006 (cuando la industria de las certificaciones ya era reconocida), aunque la oferta al consumidor final de café certificado era mucho mayor (Giovannucci, Liu y Byers, 2008), queriendo decir esto que se vende café como certificado, sin tener las certificaciones.

Para el 2008 las ventas de café certificado alcanzaron el seis por ciento de la producción total, lo que indica un bajo arraigo de la producción de café sostenible. Las grandes empresas tostadoras como Tchibo y Kraft han declarado en los últimos años la importancia de alcanzar una meta de 100% café sostenible (Tropical Commodity Coalition, 2010). Como también lo ha declarado la FNC este año, en donde sustentó su meta de alcanzar una total producción sostenible de café en Colombia para el 2027. Meta que pretende alcanzar mediante la implementación de un código de conducta, para el cumplimiento de estándares económicos, sociales y

medioambientales.<sup>14</sup>

Aunque muchas empresas de la industria cafetera han hecho promesas sobre la verificación y certificación de la producción sostenible, esta certificación se hará a través de las iniciativas de tipo privado, como Starbucks CAFE Practices o AAA de Nespresso, cuyo proceso de diseño, implementación, verificación y certificación está a cargo de la misma empresa certificada y provechosa de las utilidades extras que genera su implementación (Tropical Commodity Coalition, 2010).

### *2.1.2 Certificaciones de tipo privado.*

Las certificaciones de carácter privado, son en su mayoría iniciativas de empresas tostadoras grandes como Nespresso, Starbucks y la Comunidad Cafetera; el propósito de estas es poder acceder al mercado de cafés certificados a través de un proceso de certificación más simple; el reconocimiento de estas certificaciones está ligado al reconocimiento de la marca (Ponte, 2005) (aunque se pueden evidenciar este tipo de iniciativas en pequeñas empresas tostadoras en Colombia, la poca fuerza de sus marcas no da un carácter verídico a la certificación) y son pocos los casos en que se revela toda la información sobre el proceso de verificación.

Aunque este tipo de certificaciones no implican en concreto una mejora sobre la vida de los productores primarios, ni justifica que la producción sea sostenible, si permite a los consumidores tener más información sobre el producto adquirido, llevando a una mayor masa de consumidores conscientes, en la búsqueda de productos de mayor calidad.

### *2.1.3. Certificaciones de calidad.*

Para este trabajo las certificaciones de calidad serán definidas como todas aquellas que signifiquen algún grado de especialidad que denote un sabor o aroma diferenciado en el producto derivado de la caficultura. Estas certificaciones solo se

---

<sup>14</sup> Colombia tiene una nueva meta: café sostenible para el 2027. Perfect Daily Grind. <https://www.perfectdailygrind.com/2017/04/colombia-tiene-una-nueva-meta-cafe-sostenible-para-el-2027/>, consultado el 18 de mayo del 2017.



generan en el mercado de café de pequeños productores, donde estos envían muestras a los tostadores, quienes definen su nivel de calidad o especialidad, y sobre ello deciden comprar o no, otorgando una prima sobre las características sensoriales del café (Ponte, 2005).

Ya que estas certificaciones se pueden presentar como de tipo privado, quien maneja la información necesaria para hacer una verificación son las mismas empresas compradoras, haciendo difícil para los productores definir el precio de su producto por la falta de información sobre el mismo y sobre el mercado. Los productores con acceso a varias tostadoras envían varias muestras buscando al mejor comprador, sin embargo, con la sobreproducción que existe hoy en Colombia y los pocos canales de acceso de los productores, muchos quedan fuera de un comercio directo y son las cooperativas o exportadoras encargadas de negociar la especialidad del grano con las tostadoras. Igual que las certificaciones de protección de medio ambiente, la producción de un café especial implica una mayor intensidad en trabajo dado que es un proceso que depende de una mayor atención durante la siembra y cosecha. Para mantener el producto saludable y en buenas condiciones, y así mantener un estándar de calidad y conseguir contratos de larga duración, los caficultores deben mantener un grupo de trabajo durante todo el año, contrario a la caficultura tradicional, donde el núcleo familiar se dedica al proceso anterior a la cosecha, mientras se emplea en otras actividades económicas y solo se contrata mano de obra para la recolección de la cosecha (Castro, Contreras, Laca y Nakamatsu, 2004).

Los estándares de verificación, sean iniciativas privadas o voluntarias, vienen de países no productores (importadores de café), por lo cual el conocimiento sobre las mismas rara vez llega al productor primario. Para solucionar esto, la SCAA ha creado un concurso en donde cualquier caficultor puede participar a nivel nacional o internacional, para así definir su estándar de calidad respecto a los otros productores. Las subastas y la premiación a la tasa a la excelencia son formas en las cuales los productores primarios tienen la posibilidad de conocer y certificar el nivel de calidad de sus granos (Ponte, 2005; Grabs, Kilian, Hernandez y Dietz,

2016).

Las iniciativas particulares de consumidores en países importadores de café (principalmente europeos), basadas en sus deseos de contribuir con un comercio más justo - de *ganar-ganar* -, que echaron raíces en los años 90 , fueron la forma de decir “*no a la ayuda, si al comercio justo*”, estableciendo que los países del norte deberían disminuir su contribución en ayuda directa los países en desarrollo y promover un comercio que diese las herramientas para promover un desarrollo equitativo en las naciones exportadoras (de materias primas), en Asia, Sudamérica y África (Ferro-Soto y Mili, 2013). La ayuda se transforma en una serie de premios que se otorgan a las empresas en países en desarrollo por el cumplimiento de buenas prácticas. Aunque hay una clara tendencia en la disminución de la ayuda que va del norte al sur, el aumento de estas recompensas no ha sido significativo en términos monetarios. La experiencia dice que la implementación de este tipo de iniciativas sí ha generado un proceso de inclusión y organización social en los sectores rurales productores de los países en desarrollo, y la mejora de las competencias de productores no certificados (Bacon, 2005; Becchetti y Constantino, 2008).

El café de especialidad se ha vuelto una oportunidad para los países en desarrollo, generando un comercio interno e internacional más justo, creando economías de escala, promoviendo la inclusión y desarrollo social, y generando valor agregado dentro de la cadena productiva (Giovannucci, Liu y Buyers, 2008). Siendo el café uno de los productos con mayor crecimiento y con una demanda estable, los países con posibilidades de producción enfocaron sus esfuerzos en el desarrollo productivo del mismo durante las épocas de bonanza (alza en los precios internacionales y gran diferencial en la tasa de cambio). Esto llevó a que países como Nicaragua, Perú, Guatemala, México y Colombia, se volvieran mono-exportadores y se enfocaran en conseguir certificaciones de calidad para generar valor agregado en la cadena productiva interna (Arnould, Plastina y Ball, 2009). Colombia, hasta la caída del acuerdo de cuotas firmado por la ACPC (por su sigla del nombre en inglés), enfocó su industria productiva en el café y hasta el día de hoy sigue siendo

su producto alimenticio de mayor incidencia en el ingreso de país (en los noventa y hasta el año presente, Colombia ha recibido la mayor parte de sus ingresos de la explotación y exportación de recurso minerales fósiles no renovables).

Para entender cómo el crecimiento en la producción de café certificado en Colombia puede afectar su desarrollo y crecimiento socioeconómico, se presentan a continuación los casos de varios países productores de café en América y África. Teniendo en cuenta los esfuerzos de diferentes grupos y federaciones enfocadas en el desarrollo, promoción y control de la producción del grano, en cada uno de los países y regiones estudiadas, para así trasladar esa información al proceso de desarrollo del café en el mundo y sus diferencias entre regiones y políticas.

## **2.2. Países Exportadores**

Las regiones cercanas al paralelo del Ecuador tienen las mejores condiciones para la cosecha de café. Aquellas que se encuentran entre las alturas de 1100 y 1800 metros pueden cosechar variedades arábicas de café sin dificultad, por ello, los países Centro y suramericanos, de África central y Asia (Vietnam, Indonesia, India, Malasia, entre otros) son reconocidos por los mejores granos y las más grandes exportaciones del mismo (Escamilla y Landeros, 2016). En esta sección se analiza cómo algunos de estos países han optado como alternativa para subsistir en el mercado del café, la diferenciación y la especialidad.

### **2.2.1. México**

La cercanía de México con el mayor importador de café del mundo y su capacidad productiva, dadas sus condiciones climáticas, le han permitido volverse uno de los grandes exportadores de café. Sin embargo su relevancia en el mercado antes de la aparición de los cafés certificados no era mucha. México se concentró, después de la crisis de precios del 89, en una reestructuración de su cadena productiva en las zonas cafeteras del país, para implementar los procesos en búsqueda de certificaciones como *Fair Trade*, *Rain Forest Alliance* y *Orgánica* (Barham, Callenes,

Gitter, Lewis y Weber, 2010)<sup>15</sup>.

El sur de México (Regiones de Oaxaca y Chiapas), durante el periodo de 1995-2005, presentó una transición de las pequeñas producciones cafeteras, desde la producción artesanal a la producción certificada por Fair Trade y Café Orgánico. Cambiando la forma del trabajo, de trabajo de la familia productora a la contratación de fuerza de trabajo, para expandir sus cosechas y alcanzar un cambio en la productividad, promocionado también por la inversión tecnológica de las cooperativas (Barham, Callenes, Gitter, Lewis y Weber, 2010).

Varios estudios académicos<sup>16</sup> concluyen que la producción de café certificado pocas veces lleva hacia una producción sostenible.<sup>17</sup> Esto se debe a: 1) aunque es notorio el aumento de los ingresos de aquellos pequeños productores cafeteros que optan por las certificaciones, su única forma de entrada es a través de cooperativas, las cuales cobran por su intermediación con las exportadoras, que a la vez cobran por su intermediación con los compradores (tostadoras), reduciendo las bonificaciones que se obtiene por las certificaciones; 2) la demanda de cafés certificados no crece en la misma medida que la oferta, por lo cual gran parte del café certificado se transa fuera de los mercados de especialidad; 3) los estudios que indican una correlación entre el crecimiento económico y la mejora en la calidad de vida de los productores de café certificado, obvian los costos de entrada al mercado y los costos de permanencia en el mismo, como también la capacidad de los productores para generar contratos de larga duración con compradores de café certificado (Barham y Weber, 2011).

Se ha criticado también que sea posible determinar que las ganancias en el ingreso están asociadas directamente con los sobreprecios generados por la certificación

---

<sup>15</sup> Ver *The Economic Sustainability of Certified Coffee: Recent Evidence from Mexico and Peru*, de Bradford L. Barham y Jeremy G. Weber, para un mayor entendimiento de las dinámicas de las certificaciones en México.

<sup>16</sup> *The Economic Sustainability of Certified Coffee: Recent Evidence from Mexico and Peru*, de Bradford L. Barham y Jeremy G. Weber; *The Benefits and Sustainability of Organic Farming by Peasant Farmers in Chiapas, Mexico*, de María Elena Martínez-Torres; *The Economic Sustainability of Certified Coffee: Recent Evidence from Mexico and Peru*, de Barham y Weber.

<sup>17</sup> Se define como agricultura sostenible aquella en que la producción genera ingresos suficientes para que los productores lleven una vida digna, sin comprometer las producciones de generaciones futuras.

Fair Trade y Café Orgánico (Weber, 2011). La certificación de café orgánico, además de incrementar los costos productivos, reduce la productividad de los cafetos (por la falta de recursos para conseguir materiales orgánicos suficiente para fertilizar), disminuyendo la entrada por cantidad vendida. La mayoría de la demanda de cooperativas de café certificado está enfocada en la doble certificación (Fair Trade y Café Orgánico), hay allí un impedimento a la entrada al mercado de Fair Trade<sup>18</sup> y a las sobre rentas que se obtienen (Barham y Weber, 2011).

### 2.2.2. Perú

El caso de Perú no es muy diferente del mexicano. En su estudio sobre el tema, Barham y Weber (2011) encontraron que la búsqueda de certificaciones de Rain Forest Alliance y de café orgánico por parte de las cooperativas peruanas no promovió la producción sustentable y la inestabilidad de las primas concedidas por las certificaciones no incentivaron a los productores a quedarse en el mercado. Además, de aquellas primas aún hace falta descontar los costos de entrada.

Año	Precio del mercado local: US\$/lb (Sin prima)	Prima US\$/lb	Prima como porcentaje del mercado	Ganancia sobre el ingreso medio (US\$)
2006	0.70	0.073	10.4%	95
2007	0.87	0.073	8.4%	156
2008	0.94	0.031	3.3%	60
Promedio	0.84	0.059	7.4%	106

Fuente: Datos de una Cooperativa peruana, tabulación realizada por los autores.<sup>19</sup>

Dada la insuficiencia de las certificaciones de origen voluntario, Perú ha optado por las certificaciones no de calidad sino de especialidad. Teniendo unas características parecidas a las colombianas (microclimas y micro lotes de producción), con la posibilidad de sembrar variedades “exóticas” de café, los “cafetaleros” peruanos han buscado la forma de entrar en los mercados de consumo de cafés de especialidad

<sup>18</sup> “De Janvry, McIntosh, and Sadoulet (2011) develop a detailed microeconomic analysis of this issue [Barreras a la entrada de los mercado certificados] for a large Fair Trade coffee cooperative in central America and suggest that relatively free-entry into FT markets limits producer rents from price premiums, because excess supply of FT coffee constrains how much of a cooperative's sales occur under a FT/organic certification.”, tomado de *The Economic Sustainability of Certified Coffee: Recent Evidence from Mexico and Peru*, de Bradford L. Barham y Jeremy G. Weber, pagina 1272.

<sup>19</sup> Extraído de *The Economic Sustainability of Certified Coffee: Recent Evidence from Mexico and Peru*, de Bradford L. Barham y Jeremy G. Weber, pagina 1273.

(Castro, Contreras y Nakamatsu, 2004). Aunque las restricciones a la entrada de los mercados de especiales son más altas y conseguir la información suficiente para participar en subastas y entender las formas de calificación de especialidad del grano es un reto, las ganancias en primas por esta característica de especialidad son más altas. Esto debido a que la especialidad en términos del sabor y aroma de un café en taza, dependen mayoritariamente de la locación de cultivo<sup>20</sup> y la variedad de la planta. Las prácticas para conseguir una café de especialidad denotan menores costos que aquellas para adquirir certificaciones de Fair Trade, Rain Forest Alliance, entre otras.

Por otro lado, el estudio publicado por Ruerd Ruben y Ricardo Fort (2011) sobre el impacto de la certificación *Fair Trade* en los campesinos en Perú, encontró que sí existe un modesto cambio en el ingreso y la productividad, pero lo significativo son los cambios organizacionales, del uso de los insumos, la salud y el uso de las capacidades productivas. Incluso se permiten determinar que la longevidad de producción orgánica y de comercio justo es una de las determinantes más fuertes sobre el ingreso.

### 2.2.3. Nicaragua

De acuerdo con el trabajo de Christopher Bacon (2004), en su trabajo sobre formas de enfrentar la crisis del café en Nicaragua, los procesos de certificaciones de calidad no fueron suficientes durante el periodo 2000-2004 para conseguir un aumento en los ingresos netos de los caficultores. Esto se debe a que la mayoría de los caficultores en Centroamérica son considerados productores de pequeña escala (85%), lo que los coloca en una posición de vulnerabilidad respecto a las cooperativas, quienes fueron las que consiguieron las certificaciones de calidad.

En su estudio, Bacon (2004) encontró que existe una mayor correlación entre el precio y las certificaciones, que entre el precio y la calidad del café. Sin embargo, obtiene estos resultados utilizando los datos de las primas de precio por certificación

---

<sup>20</sup> Implica también la obtención de una certificación de origen. Que la otorga el comprador (tostador) y es aceptada por los consumidores dado el reconocimiento de la marca de café tostado.

que recibieron las cooperativas, por lo cual resalta que debe hacerse un estudio más profundo sobre este punto.

Aunque la exportación de cafés certificados en Nicaragua creció sustancialmente a comienzos del siglo XX, y se considera que el 80% de los cafés en Nicaragua tienen el potencial de ser de especialidad, para el periodo de cosecha 2000-2001 sólo el 10% de esta fue exportada como tal (USAID, 2002). Teniendo en cuenta que el mercado del consumo de café de especialidad en los Estados Unidos crece anualmente alrededor de 5-10% y representa un 40% del mercado (Giovannucci, 2001), es importante para Nicaragua aprovechar su potencial y crear senderos comerciales más directos y así poder generar contratos entre productores, exportadoras y tostadoras, contratos de largo plazo para contribuir al desarrollo. De esta forma se contrarrestaría la vulnerabilidad de los campesinos frente a los cambios de precio en el commodity de café y se generaría valor agregado internamente.

#### *2.2.4. África tropical (Uganda)*

El caso cafetero de los países Africanos Tropicales es totalmente diferente a la situación de los países Latinoamericanos. Su situación geográfica, los conflictos internos y externos vividos, han sido determinantes para el desarrollo de la industria cafetera en países como Uganda. Las certificaciones de comercio justo, producción orgánica y protección medioambiental, se desarrollaron para generar una producción sustentable y con impacto social. El caso de Uganda es uno de los más representativos en cuanto a la exportación certificado, ya que para el 2005 fue el segundo país con mayor exportación (en termino de ingreso) de café orgánico, sobrepasado solamente por Etiopía (de donde la planta de café es originaria), (Gibbon, 2006).

Mediante una regresión estándar de MCO, Simon Blowig, Peter Gibbon y Sam Jones (2008) encontraron que hay un efecto positivo en el ingreso de los participantes en el esquema de certificación de café orgánico (por las primas pagadas por la certificación), además de un efecto positivo, no tan grande, obtenido por el cambio en las técnicas de producción tradicional, por producción orgánica.

Sin embargo, los autores resaltan, que es más fácil el acceso a este tipo de técnicas y formas de producción para grandes productores, por lo cual el impacto social y medioambiental en la pequeña producción (campesinos más vulnerables) no es tan grande. También notan que es importante un análisis más profundo sobre cuáles técnicas de producción son la más apropiadas para cada tamaño de producción cafetera, para solucionar los problemas de abastecimiento de material orgánico para la fertilización de la plantación.

#### 2.2.5. Vietnam

Para terminar se analiza el caso de Vietnam, un país que hoy en día se posiciona como el segundo mayor exportador de café verde en el mundo, y que ha enfocado su producción de café fuera de la especialidad, enfocándose en términos de productividad y cantidad.

Según el reporte del sector cafetero en la República Socialista de Vietnam de Panos Varangis, Daniele Giovannucci, Bryan Lewin y Rob Swinkels (2004), este país ha presentado el mayor crecimiento en producción cafetera del mundo. Alcanzando volúmenes de producción equivalentes a los de Colombia (su más cercano competidor) en solo diez años; lo que le tomaría a Colombia 75 años. *Esto “ocurrió como resultado de la intersección de tres series de eventos: (1) una abrumadora, y en menor proporción inesperada, respuesta a los iniciales estímulos directos del gobierno, los cuales fueron combinados con (2) liberalización agrícola y estímulos por un (3) conjunto excepcionalmente favorable de desarrollos en el mercado mundial.”*<sup>21</sup>

En este reporte (Varangis, Giovannucci, Lewin y Swinkel, 2004) se encontró que la industria cafetera, al igual que en Colombia, es una de las más importantes para el país asiático. Siendo solo el 1% de las fincas cafeteras mayor a cinco hectáreas, el sector, para el año del estudio, llegó a emplear cerca de 800,000 trabajadores en la época de cosecha y para el 2002 tendría la segunda mayor ganancia en exportación

---

<sup>21</sup> Tomado del reporte del Sector Cafetero, República Socialista de Vietnam de Panos Varangis, Daniele Giovannucci, Bryan Lewin y Rob Swinkels. Documento del Banco Mundial (junio de 2004). Traducido por María Alejandra Botiva.



de productos agrícolas. Todas las iniciativas del gobierno de Vietnam se enfocaron en hacer crecer la producción y mantener un costo bajo, por ello se posicionaron en la producción de variedades Robustas y de baja calidad, y poco consideraron la sostenibilidad ambiental de sus procesos expansivos. Los autores señalan que dado el cambio que para esa época estaría sufriendo la industria cafetera a partir del cambio en el consumo (calidad por encima de bajo precio), el esquema de producción de bajo costo para competir en el mercado de commodities, no es suficiente para que países como Vietnam se mantengan relevantes en el mercado.<sup>22</sup>

#### *2.2.6. Anotaciones*

De acuerdo con lo encontrado en las experiencias de los diferentes países, se puede determinar que las certificaciones, tanto de calidad como de especialidad pueden generar y han generado cambios positivos en los ingresos netos de los caficultores alrededor del mundo.

Aun así, se encontró que la mayor problemática son las barreras a la entrada de estos esquemas de producción, determinada por la falta de información y la cadena de comercialización. Esto debido a que la gran mayoría de producción cafetera se da en fincas pequeñas (menos de 5 hectáreas), que la fuerza de trabajo que se implementa en ella es de carácter familiar y que el ingreso de este tipo de empresa no permite la inversión en desarrollo y tecnología. Concluyen también, la mayoría de autores revisados, que las posibilidades de conseguir algún tipo de certificación están directamente relacionadas con el tamaño de la producción y el acceso a la información y/o créditos (Ruben y Fort, 2011).

### **2.3. Colombia**

Antes de 1989, la industria cafetera en Colombia se había convertido en una serie

---

<sup>22</sup> Desde el comienzo del siglo XXI, Brasil y Vietnam, los dos países más productores de café, han ido cambiando sus formas productivas y han empezado a producir variedades suaves (Arábicas). En este link <http://www.ico.org/prices/m1-exports.pdf> de estadísticas de comercio de café, se puede evidenciar un crecimiento en la exportación de café Arábica y un decrecimiento en variedades Robusta, entre marzo de 2016 y marzo 2017. También se puede ver un decrecimiento en la exportación de Vietnam, mientras hay un crecimiento de productores especializados como Colombia, México y El Salvador. El decrecimiento en la exportación de Vietnam se evidencia desde el 2015 donde exportó 6 mil sacos menos que el año anterior. Según estadísticas del ICO.

de instituciones que protegían los intereses gremiales y un grupo de dirigentes (en la Federación Nacional de Cafeteros y en el Fondo Cafetero), quienes a su vez protegían los intereses de empresas exportadoras y/o torrefactores internacionales, otorgándoles descuentos y favores “secretos” (Pérez, 2013). Esta situación llevó a que la base productora, los caficultores, tuviese cada vez menos participación en la toma de decisiones sobre su producción y la exportación. De esta manera, la FNC, una empresa privada, tuvo la oportunidad de ejercer funciones públicas fuera del control y la vigilancia gubernamental y, por lo tanto, regular el mercado interno y de comercio con intereses privados. Se liberaban así, de pagar impuestos sobre exportaciones, haciendo transacciones internacionales con dineros del reintegro de la exportación cafetera e invirtiendo dineros del Fondo en empresas cuyo bienestar económico y social se desconoce.

Mientras los productores de otros insumos agrícolas compiten en el libre mercado, sujetos a todos sus incentivos y paradigmas, los caficultores estaban nublados por la corta información que les permitía la FNC y por ello su desarrollo productivo estuvo siempre fuera de las circunstancias normales. Las normas creadas para regir la industria cafetera y las empresas que controlaban el mercado, se mantenían en costumbres poco productivas y con altos costos operacionales, algo que no era evidente durante épocas de altos precios del café (Pérez, 2013).

Para 1991, tras la caída del pacto de cuotas<sup>23</sup>, firmado por los países productores del grano, la disminución del precio internacional del café y el cambio institucional interno en Colombia (apertura económica, independencia del banco central, liberalización de la tasa de cambio y la apertura del mercado financiero), provocó la apertura del mercado cafetero y reveló la ineficiencia de las instituciones que venían funcionando en el mismo. Fue aún más evidente la pérdida del país en la cadena vertical de producción cafetera y la falta de productividad y competencias de los campesinos caficultores (Pérez, 2013).

---

<sup>23</sup> El pacto de cuotas consistió en una coalición entre los países productores y los países importadores de café para mantener unos máximos y mínimos de exportación desde cada país productor, hacia los grandes importadores, para así mantener equilibrio en los precios del grano.

A partir de este momento, la producción y comercialización del café empezaría a buscar mejores oportunidades para los productores primarios y para la generación de una industria interna que generase mayor valor agregado. Los productores buscarían alternativas en su producción, como premios por mejores calidades, para hacer de su empresa sostenible y la FNC encontraría en el posicionamiento del origen (Café de Colombia), a través de su marca Juan Valdez, una forma de promover el consumo mundial de café proveniente únicamente de Colombia. Esto llevaría la industria hacia la especialidad.

### *2.3.1. Café de Especialidad en Colombia*

Las condiciones productivas de café en Colombia, el tamaño de las fincas productoras, la variedad de microclimas y pisos térmicos, las formas de producción artesanal, entre otras, han permitido que Colombia se deslice desde la producción de cantidad a la producción de calidad con mayor facilidad. Esto se debe a que las condiciones naturales le permiten a Colombia tener producción de un sinnúmero de variedades de café, todas catalogadas dentro de los cafés suaves (Arábicas de mayor calidad) y también de variedades exóticas (Giovannucci, 2002).

El objetivo actual de las instituciones colombianas es la búsqueda de la sostenibilidad y la sustentabilidad de la producción cafetera. Aprovechando el crecimiento en el consumo mundial de cafés de calidad y la estabilidad de los precios internacionales del café, es el momento de desarrollar una industria más organizada e implementar formas productivas más eficientes, al igual que recuperar la incidencia de Colombia dentro de la cadena productiva y de comercialización para generar mayor valor agregado interno.

En Colombia, el conocimiento sobre el café de especialidad es muy bajo, debido a que las políticas económicas implementadas sobre la industria cafetera durante toda nuestra historia estuvieron dirigidas hacia la exportación de la mejor producción y por lo tanto el consumo interno está basado en la peor calidad de café (pasilla). Es por ello que Colombia, aun siendo el cuarto mayor productor de café en el mundo, importa más del 13% del café consumido internamente, y exporta el 90%

de su producción.<sup>24</sup> El café de Colombia es muy aclamado por sus propiedades de origen y su condición de café suave, es por ellos que países conscientes de la calidad de lo que consumen (países europeos, Estado Unidos, Canadá y Japón), donde los procesos de torrefacción son especializados, importan la mayoría del café de Colombia y generan la mayoría del valor agregado del producto (Giovannucci, Liu, Byers, 2008; Tropical Commodity Coalition – TCC, 2010; Roldán, 2008).

Para el 2006 el mercado mundial del café reportó ingresos por \$130 billones de dólares, donde los productores mundiales solo recibieron \$17 billones por concepto de las ventas de café verde durante el año, alrededor del 13% del total. Esto quiere decir que la participación dentro de la cadena productiva y comercial del café, para los países productores es la más baja, y esto es debido al nivel de especialidad de la industria (Pérez, 2013). Según el informe sobre el *Comportamiento de la industria cafetera colombiana 2015*, las exportaciones de café industrializado sólo representaron el 5,5% del total de las exportaciones para ese año y el café exportado como de especialidad representó el 23,5%. Esto nos muestra que Colombia no genera mayor valor agregado en la cadena productiva del café y que por este hecho la participación en el ingreso del mercado mundial es muy bajo.

En cuanto a los cafés de especialidad y origen, Colombia, a través de la FNC y de sus programas de acompañamiento para la certificación, para 2015 tenía 944 marcas de café registradas como café 100% Colombiano y alrededor de 200 mil fincas cafeteras vinculadas a programas de certificación y verificación.

Las certificaciones medioambientales implementadas en Colombia registran un cambio en las prácticas productivas de los caficultores, como también un cambio positivo del medioambiente. Sin embargo, no es posible afirmar el impacto económico de esto, en el ingreso de los productores (Ibañez y Blackman, 2016). Existe evidencia para el caso de las certificaciones de Comercio Justo, que los productores reciben primas que pueden alcanzar hasta un 100% más sobre el precio regular (Kilian, Jones, Pratt y Villalobos, 2011), no obstante, los caficultores

---

<sup>24</sup> Datos tomados del informe sobre el *Comportamiento de la industria cafetera colombiana 2015*, desarrollado por la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia en 2016.

se enfrentan a tres tipos de costos adicionales sobre su forma productiva: costos de transacción, costos de certificación y costos de mantenimiento (Potts, 2007), lo que puede implicar una pérdida de la eficiencia económica.

En el caso de los cafés especiales, Colombia participa en procesos de subasta y competencias de calidad (como la tasa a la excelencia de la SCAA). Pero fuera de estos eventos, donde el productor tiene casi todo el conocimiento sobre su producto y puede recibir un precio justo por el mismo, las primas obtenidas por este nivel de especialidad en sabores y aromas es recibido por otros eslabones de la cadena productiva como lo son las torrefactoras, las cuales en su mayoría están fuera del país.

Aunque no se puede establecer cuál es el cambio sobre el ingreso de los caficultores en el momento de establecer una producción certificada, si se pueden ver cambios positivos sobre el medioambiente, las organizaciones sociales y el desarrollo en educación. Los consumidores pueden cerciorarse a través de este tipo de certificaciones que las primas sobre el precio que pagan si están llegando a los productores primarios. Existe evidencia de que, fuera de un contexto de compra directa entre el torrefactor y productores con acceso a la información), los casos en que los campesinos logran vender café en verde bajo alguna certificación de calidad con verificación y sello, obtienen mayores y medibles beneficios (no solamente en términos del ingreso), sobre aquellos que producen café de especialidad.

En la actualidad, la FNC ha declarado 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<sup>25</sup>, 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 e indiferencia hacia

---

<sup>25</sup> Ver: <https://www.perfectdailygrind.com/2017/04/colombia-tiene-una-nueva-meta-cafe-sostenible-para-el-2027/>

las decisiones que afecten los mercados interno y externo del café.

### *2.3.2. Oportunidades de Comercio*

El comercio exterior es la principal oportunidad que tiene Colombia para desarrollar el mercado de los cafés de especialidad o de certificaciones de calidad, esto se debe a que el consumidor europeo, norteamericano y japonés, está al tanto de toda la información sobre el producto que consume y su demanda tiene en cuenta la calidad, más que el precio (Giovannucci, Liu, Byers, 2008). En cuanto al mercado interno, es necesario desarrollar un público más informado sobre los procesos en fincas, en la torrefacción y sobre el servicio final, con el fin de incentivar la industria hacia ofrecer un producto de mayor calidad. Para esto, la FNC, cooperativas y marcas de café de especialidad, deberán ponerse en la tarea de educar al consumidor colombiano sobre el verdadero valor del café producido internamente.

Los principales destinos en los cuales Colombia debe enfocar sus esfuerzos de promocionar los cafés certificados en calidad o especialidad son: Norteamérica (Estados Unidos y Canadá), Europa Occidental y Japón; estas son las regiones con mayor crecimiento de la importación y el consumo de cafés certificados (Tropical Commodity Coalition, 2010; Giovannucci, Liu y Byers, 2008; Roldán, 2008).

Estados Unidos es el mayor importador de café verde del mundo y es el principal importador de café para Colombia. El país norteamericano muestra un rápido crecimiento en la industria de cafés certificados y es el principal promotor del café de especialidad a través de la SCAA, donde el crecimiento de compra de cafés orgánicos, de Comercio Justo y otras certificaciones es mayor al 40% anual (el café convencional solo crece entre el 0 y 1 % anual) (Giovannucci, Liu y Byers, 2008). Se demuestra una tendencia global de la transformación de la industria cafetera hacia el mercado de los cafés certificados de calidad y especialidad, y una creciente demanda de los mismos.

Canadá, aunque no es uno de los mayores importadores de café verde, si es el principal importador del café tostado en los Estados Unidos y es uno de los mercados de consumo con mayor crecimiento en la actualidad. Colombia debe

buscar formas de tener un comercio más directo con países como Canadá para obtener un mayor porcentaje sobre el ingresos total de la industria. Las certificaciones y los canales de comercio directo que éstas abren son el camino más viable para tener una producción de café sustentable en Colombia.

En cuanto al mercado Europeo, hay una tendencia de “*consumo consciente*”, refiriéndose con esto a que el consumidor quiere conocer toda la información sobre la trazabilidad de los productos que consumen y sobre quienes reciben el dinero que pagan por el producto.

Alemania, para el 2007 fuese el mayor consumidor de café en Europa, capturando el 22% del mercado global según la OIC, siendo también el mayor consumidor de productos orgánicos de Europa. En cuanto al café certificado en Alemania, el consumo y su impulso está conducido por certificaciones de tipo privado, propuestas por empresas multinacionales como Nestlé, Kraft, Starbucks y McDonald's, en su mayoría refiriéndose a estos como cafés de especialidad o gourmet (Tropical Commodity Coalition, 2010). El mayor inconveniente que tienen los países productores respecto a este tipo de certificaciones, es la dificultad de controlar que los ingresos derivados de las certificaciones de calidad, que son obtenidas por los procesos de producción controlados, lleguen a los productores primarios. Esto implica que son pocos los incentivos de los productores para incurrir en los costos de entrada a este tipo de mercados, sin poder tener claridad sobre sus primas de ingreso.

*“En Japón las importaciones y el consumo de café han crecido considerablemente en los últimos años. En 1960 las importaciones de grano de café fueron 10,707 toneladas y en 2005 pasaron a 413,264 toneladas. Japón importa granos de café para ser transformados en café tostado y en café instantáneo. En 1970 la población japonesa consumía principalmente té verde (70%) y el consumo de café era relativamente bajo: solo 16% café tostado y 9% café instantáneo. En 2005 el consumo de café desplazó al consumo de té, pasando a 61% café tostado...”* (Roldan, 2011, p. 17).

Colombia junto con Brasil se mantienen como los mayores proveedores de café

para Japón. El éxito del café colombiano en Japón se explica por seis puntos importantes: 1) La presencia de la FNC por más de 45 años, 2) la necesidad de incluir café suave colombiano en las mezclas, 3) el desarrollo de los cafés de especialidad, 4) la estrecha relación con la industria torrefactora de Japón, 5) la marca Emerald Mountain<sup>26</sup> 6) la implementación de los sellos Café de Colombia y Juan Valdez (Roldán, 2008). Todas estas iniciativas sirvieron para posicionar el *Café de Colombia* en el mercado japonés y de otros demandantes de café, sin embargo, el consumidor de café se ha transformado y no es suficiente tener información solo del país de origen. El nuevo consumidor busca información específica como: la región, la variedad, los procesos de cosecha y fermentación, las certificaciones de calidad, entre otros, haciendo obsoleta la campaña de Juan Valdez promovida durante los últimos 45 años por la FNC, ya que no se reúnen estas especificaciones. Los esfuerzos de la FNC para conseguir una totalidad de producción de café sustentable en el país deben ser en dos direcciones: primero, promover la producción sustentable por medio de campañas educativas en la zonas cafeteras y convertir las formas productivas hacia las certificaciones, generando desarrollo; segundo, promover la recolección de información, para vender marcas de café con orígenes específicos de Colombia alrededor del mundo (enfocándose primordialmente en los países con mayor importación: Estados Unidos, Alemania, Japón, entre otros), así satisfacer la nueva demanda.

Por medio de este tipo de iniciativas, donde los consumidores están más informados y los caficultores están más educados, se puede conseguir un comercio más justo y un grado de desarrollo rural, aunque no se pueda afirmar sobre el impacto real sobre el ingreso de los productores.

### *2.3.3. El papel del crédito y la inversión*

Debido a que la sostenibilidad de la agricultura cafetera en Colombia ha dependido altamente del precio mundial del grano, transado en la bolsa de Nueva York, los caficultores han estado vulnerables a los fuertes cambios del mismo. Para esto la

---

<sup>26</sup> Emerald Mountain es una marca colombiana desarrollada específicamente para el mercado japonés en 1970, por los directivos de la FNC, para lograr una diferenciación dentro del mercado de la especialidad.



FNC y el Fondo Cafetero estuvieron a cargo de estabilizar el mercado interno por medio de conservar reservas en especie y en dinero, y de incentivar la producción por medio de créditos e inversión en momentos de necesidad. Estas reservas en grano se conseguían en momentos que los precios y las tasas de cambio no fuesen favorables para exportar y en el caso de las reservas en dinero (ahorro cafetero), fueron posibles cuando los precios del grano estuvieron muy altos y el diferencial de tasa de cambio fue mayor.

Este tipo de política contra cíclica fue de gran ayuda para conservar el estatus normal de la caficultura colombiana. Sin embargo, las instituciones y procesos que se llevaron a cabo para otorgar crédito y el tipo de inversión que se hizo en el campo, no promovieron un buen desarrollo de la industria agrícola en el país. Esto debido principalmente a que el otorgamiento del crédito fue más estable y el acceso más sencillo durante el tiempo de auge en los precios, pero en momentos de bajos precios y de una caída en la demanda, los caficultores no tenían como pagar (Cuellar, 2004).. Por otro lado, la inversión que realizaron tanto la FNC y el Fondo de cafeteros, estuvo enfocada en la expansión exportadora de la materia prima y no en desarrollar la industria, ni el consumo local. Esto impidió que los productores se volvieran competitivos (Cuellar, 2004).

La dependencia del comercio internacional y la vulnerabilidad de los actores y sucesos económicos externo de la caficultura colombiana, han llevado a la decadencia de esta industria: los productores primarios (los agricultores) han dejado de ser parte importante de la cadena comercial y han perdido su poder en las decisiones del comercio y de la producción del café. Por esta razón, los procesos de inversión, a través del crédito, que se deben hacer en el campo cafetero colombiano, deberán estar sujetos a las premisas de desarrollo sustentable, implementación tecnológica, sostenibilidad económica y ambiental, y competitividad en los mercados externos. Las políticas propuestas por la FNC deberán incentivar el mercado de consumo interno para ser menos vulnerables a los choques externos de precios, demanda y oferta, y de la coyuntura de los grandes países importadores (sus normas de consumo). Además, deberán promover el crecimiento de la industria

torrefactora (tostión de café) dentro del país.

#### **2.4. Anotaciones**

Aunque ninguno de los documentos analizados evidencie que hay una correlación positiva entre las certificaciones de calidad o especialidad y, el ingreso y la forma de vida de los caficultores colombianos; sí es evidente que los cambios que se genera sobre las formas productivas, las organizaciones sociales, el medioambiente y la participación política, son positivos. esto implica una inclusión mayor del productor campesino a la cadena comercial y a la toma de decisiones sobre el funcionamiento productivo, al mismo tiempo, permite al consumidor obtener mayor información sobre el producto consumido y exigir mayor información sobre el mismo; existiendo así una relación más directa entre el productor y el consumidor, y por lo tanto un tránsito de información libre.

### 3. Conclusiones

Los ingresos de los caficultores y todos los trabajadores relacionados con la industria cafetera en Colombia son de gran importancia para la economía nacional, ya que estos representan la gran mayoría del ingreso de la economía rural. La industria cafetera es una de la más importantes para el comercio internacional del país, siendo uno de los rubros de exportación que mayores ingresos generan.<sup>27</sup> Las certificaciones de calidad y de especialidad son de gran importancia para proteger el ingreso de los productores primarios, aunque no sea posible demostrar una correlación entre la certificación y el crecimiento de los ingresos de los productores, si es evidente que los precios de cafés de especialidad, orgánicos, de comercio justo, con sellos de protección del medio ambiente o de origen, tienen una menor volatilidad, y se presentan en canales de comercio más directos, esto le otorga al productor un mayor poder de negociación e influencia sobre los mercados.

En este trabajo se puede evidenciar cuales políticas no han tenido un impacto positivo sobre la industria agrícola del café y cuales sí, dando suficiente evidencia de que los países que han implementado procesos de certificaciones han logrado conseguir mejor resultados en la búsqueda de una producción sustentable y sostenible, como también el empoderamiento de sus productores.

Con este primer acercamiento al mundo de la economía de los cafés de calidad y especialidad en Colombia, se puede empezar a trazar una serie de instituciones que promuevan las condiciones en las cuales se protege al productor primario y se consigue diferenciar la caficultura colombiana para generar mayor valor agregado.

Aunque no es evidente la correlación entre los ingresos del caficultor y el modo productivo y de comercio, si está claro que es más provechoso, tanto para la industria, como para el medio ambiente y el desarrollo económico y social. Las iniciativas que promueven la búsqueda de calidad, las políticas de promoción del consumo interno y la protección del productor mediante educación, implementación

---

<sup>27</sup> El café es el segundo producto de mayor comercialización en el mundo después del petróleo, en valores monetarios. Su forma productiva intensiva en trabajo, contrario a la extracción de minerales, genera mayores repercusiones en las economías locales y nacionales.

tecnológica y desarrollo son evidentemente mejores que las políticas extractivistas a las que estuvo sujeta la industria del café durante mucho tiempo.

## **Bibliografía**

- Ardekani, R. S. (2016). The soatiality of specialty coffee bars and the cognitive-cultural economy in Amsterdam. *Cogent social sciences*, 1-19.
- Auld, G. (2010). Assessing Certificaction as Governance: Effect and Brader Cosequences for Coffee. *The Journal of Environment & Development*, 215-241.
- Auld, G. (2010). Assessing Certification as Governance: Effects and Broader Consequences for Coffee. *Journal of Enviromental and Development*, 215-241.
- Bacon, C. (2005). Confronting the Coffee Crisis: Can Fair Trade, Organic, and Specialty Coffee REduce Small-Scale Farmer Vulnerability in Northen Nicaragua? *World Development*, 497-511.
- Bernard Kilian, C. J. (2007). La cadena de valor de los productos organicos y del comercio justo y sus implicaciones sobre los productores de América Latina. *Ensayos sobre economía cafetera*, 67-84.
- Blackman, M. I. (2016). Is eco-Certification a Win-Win for Developing Contry Agricylture? Organic Coffee Certification in Colombia. *World Development*, 14-27.
- Boada, F. H. (2003). El papel del crédito en las instituciones cafeteras colombianas. *Ensayos sobre economía cafetera*, 165-191.
- Bryan Lewin, D. G. (2004). El mercado del café: Nuevos paradigmas en la oferta y demanda global. *Ensayos sobre Economía Cafetera*, 85-106.
- Daniele Giovannucci, P. L. (2008). Agregando valor: Comercio de café certificado en Norte América. En P. Liu, *Value-adding Standards in the North America Food Market - Trade Opportunities in Certified Products for Developing Countries* (pág. Tercer Capitulo). Roma: FAO.
- Eric J. Arnould, A. P. (2009). Does Fair Trade Deliver on Its Core Value Proposition? Effects on Income, Educational Attainment, and Health in Three Countries. *Journal of Public Policy & Marketing*, 186-201.
- Eric J. Arnould, A. P. (2009). Does Fair Trade Deliver on Its Core Value Proposition? Effects on Income, Educational Attainment, and Helth in Three Countries. *Journal of Public Policy & Marketing*, 186-201. Obtenido de DigitalCommons@University of

Nebraska - Lincoln: <http://digitalcommons.unl.edu/marketingfacpub/12>

Esteban Escamilla Prado, C. L. (2016). *Cafés Diferenciados y de especialidad*. Xalapa: CENECAFE. Investigación y Transferencia de Tecnología.

Fort, R. R. (2011). The Impact of Fair Trade Certification for Coffee Farmers in Peru. *World Development*, xxx-xxx.

Gibbon, P. (2006). *An Overview of the Certified Organic Export Sector in Uganda*. Copenhagen: DIIS.

Giovannucci, D. a. (2007). *Colombia Coffee Sector Study*. Obtenido de SSRN: <https://ssrn.com/abstract=996138>

Giovannucci, D., Leibovich, J., Pizano, D., & Mundial, B. (2002). *Colombia Coffee Sector Study*. Bogotá: Universidad de los Andes-CEDE.

Janina Grabs, B. K. (2016). Understanding coffee certification dynamics: A spatial analysis of voluntary sustainability standard proliferation. *International Food and Agriculture Management Review*, 31-56.

Jorge Andrés Perdomo, D. H. (2006). Factores que afectan la eficiencia técnica en el Sector Cafetero Colombiano: una aplicación con análisis envolvente de datos. *Ensayos de Economía Cafetera*, 121-140.

L.Barham, B. (2012). The Economic Sustainability of Certified Coffee: Recent Evidence from Mexico and Peru. *World Development*, 1269-1279.

L.Gilbert, C. (2003). Tendencias y volatilidad en precios de los Commodities agrícolas. *State of Research and Future Directions in Agricultural Commodity Markets and Trade* (págs. 41-61). Roma: FAO.

Martínez, N. M. (2016). Towards a network place branding through multiple stakeholders and based cultural identities, The case of "The Coffee Cultural Landscape" in Colombia. *Journal of Place Management and Development*, 73-90.

Mili, C. F.-S. (2013). Desarrollo rural e internacionalización mediante redes de Comercio Justo del café. Un estudio del caso. *Cuadernos de Desarrollo Rural*, 267-289.

Morisset, J. (1999). ¿Comercio injusto? La brecha creciente entre los precios mundiales y domésticos en los mercado de productos básicos durante los últimos 25 años.

*Ensayos sobre Economía Cafetera*, 53-68.

Panos Varangis, D. G. (2004). Reporte del Sector Cafetero - República Socialista de Vietnam. *Conferencia Mundial Cafetra* (págs. 63-140). Salvador de Bahía: Federación Nacional de Cafeteros de Colombia.

Panos Varangis, P. S. (2003). La crisis cafetalera: Efectos y estrategias para hacerle frente: region centroamericana. *Ensayos sobre Economía Cafetera*, 69-129.

Pilar Castro, Y. C. (2004). Café de especialidad: alternativa para el sector cafetalero peruano. *esan-cuadernos de difusión*, 61-84.

Ponte, S. (2003). Estándares, comercio y equidad: Lecciones de la industria de los cafés especiales. *Ensayos sobre Economía Cafetera*, 131-163.

Ponte, S. (2004). Estándares y sostenibilidad en el sector cafetero: una aproximación global a la cadena de valor. *Ensayos sobre Economía Cafetera*, 31-83.

Potts, J. (2007). Iniciativas alternativas de comercio y predicción del ingreso: Teoría y evidencia del sector cafetero. *Instituto internacional para el desarrollo sostenible*.

Raluca Dragusanu, D. G. (2014). The Economics of Fair Trade. *Journal of Economic Perspectives*, 217-236.

Roldán, A. (2008). El mercado de café en Japón: Oportunidades para el café colombiano. *EAFIT*, 1-24.

Shalene Jha, C. M. (2011). A Review of Ecosystem Services, Farmer Livelihoods, and Value Chains in Shade Coffee Agroecosystems. *Integrating Agriculture, Conservation and Ecotourism: Examples from the Field, Issues in Agroecology*, 141-208.

Silva, G. (2004). *Organizaciones privadas, dividendos públicos: La Institucionalidad Cafetera como Modelo de Equidad y Estabilidad para el Sector rural Colombiano*. Obtenido de Federación Nacional de Cafeteros:  
<https://www.federaciondecafeteros.org/static/files/1.papeldelcredito.pdf>

Simon Bolwig, P. G. (2009). The Economics of Smallholder Organic Contract Farming in Tropical Africa. *World Development*, 1094-1104.

Stiglitz, J. (2001). El café y los nuevos rumbos de la economía. *Ensayos sobre Economía*

*Cafetera*, 27-36.

Tapscott, D. (2001). Digital capital, business Webs and the world's coffee economy. *Ensayos sobre Economía Cafetera*, 169-179.

Tropical Commodity Coalition - TCC. (2010). Barómetro Cafetero: una revisión de los estándares de certificación y verificación de café en Europa. *Ensayos sobre Economía Cafetera*, 83-100.

V. Ernesto Méndez, C. M.Z. (2010). Effects of Fair Trade and organic certifications on smallscale coffee farmer households in Central America and Mexico. *Renewable Agriculture and Food Systems*, 236-251.

Vallejo, J. G. (2002). Sostenibilidad económica de las pequeñas explotaciones cafeteras Colombianas. *Ensayos sobre economía cafetera*, 73-89.

Vharessa Aknesia, A. D. (2015). Business Development Strategy for Specialty Coffee. *Indonesian Journal of Business and entrepreneurship*, 12-22.