

Tipo de artículo: investigación

Sección: Administración y Gestión

Artículo resultado del proyecto de investigación “Identificación de los beneficios de la denominación de origen protegida en Colombia para las empresas en proceso de internacionalización”. Resolución 02 del Comité de Investigaciones, del 20 de noviembre de 2023, de la Universidad Católica Luis Amigó.

Influencia de la Denominación de Origen Protegida en la Producción y Comercialización del Café Colombiano

Influence of the Protected Designation of Origin in the Production and Commercialization of Colombian Coffee.



Doi: 10.53995/23463279.1826

Recibido: 20/11/2024 **Aprobado:** 05/02/2025

Por: María Isabel Guerrero Molina¹ & Juan Manuel Sierra Moreno²

Resumen

El objetivo es analizar la influencia de la DOP en la percepción de calidad del café colombiano por parte de los consumidores y su incidencia en el éxito comercial, medido por el reconocimiento, precio y demanda en mercados nacionales e internacionales. En la metodología aplicada, de carácter cualitativo y descriptivo, se documentaron siete marcas

¹ Doctora en Administración Gerencial. Docente investigadora de la Universidad Católica Luis Amigó. Contacto: maría.guerreroool@amigo.edu.co Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-8792-0832>

² Estudiante en formación de Negocios Internacionales de la Universidad Católica Luis Amigó. Contacto: juan.sierramo@amigo.edu.co Orcid: <https://orcid.org/0009-0000-8661-8853>

de café certificadas en Colombia. Se abordaron las implicaciones socioeconómicas, geográficas y culturales de la producción de café. Los resultados revelaron que la certificación DOP es relevante en el posicionamiento del café colombiano en mercados foráneos, incrementando el reconocimiento de marca, como el precio de los productos certificados. Sin embargo, se debe reforzar en el mercado local. La DOP ha favorecido la sostenibilidad económica de las regiones productoras, beneficiando a pequeños caficultores. Se concluye que la certificación mejora la percepción de calidad y refuerza el éxito comercial, pero es recomendable una mayor promoción y educación sobre sus beneficios.

Palabras clave: Café, Comercio internacional; Consumidor; Exportaciones; Sistema Económico.

Abstract

The objective is to analyze the influence of the PDO on the perception of quality of Colombian coffee by consumers, and its impact on commercial success, measured by recognition, price and demand in national and international markets. The methodology applied was qualitative and descriptive in nature, documenting seven certified coffee brands in Colombia. The socioeconomic, geographic and cultural implications of coffee production were addressed. The results revealed that PDO certification is relevant in the positioning of Colombian coffee in foreign markets, increasing brand recognition as well as the price of certified products. However, it should be reinforced in the local market. The PDO has favored the economic sustainability of the producing regions, benefiting small coffee growers. It is concluded that certification improves the perception of quality and reinforces commercial success, and further promotion and education on its benefits is recommended.

Key words: Coffee, International Trade; Consumer; Exports; Economic System.

Resumo

O objetivo é analisar a influência da DOP na percepção dos consumidores sobre a qualidade do café colombiano e a sua incidência no sucesso comercial, medido pelo reconhecimento, preço e demanda nos mercados nacional e internacional. A metodologia

aplicada foi qualitativa e descritiva, documentando sete marcas de café certificado na Colômbia. Foram abordadas as implicações socioeconômicas, geográficas e culturais da produção de café. Os resultados revelaram que a certificação DOP é relevante para o posicionamento do café colombiano nos mercados estrangeiros, aumentando o reconhecimento da marca e o preço dos produtos certificados. Entretanto, ela deve ser reforçada no mercado local. A DOP favoreceu a sustentabilidade econômica das regiões produtoras, beneficiando os pequenos cafeicultores. Conclui-se que a certificação melhora a percepção da qualidade e reforça o sucesso comercial, e recomenda-se mais promoção e educação sobre seus benefícios.

Palavras-chave: Café; Comércio Internacional; Consumidor; Exportações; Sistema Econômico.

Códigos JEL: B17, D18, F1, F23

Introducción

La certificación de Denominación de Origen Protegida, DOP, es una certificación que protege y destaca los productos nacionales basados en su origen geográfico y sus características distintivas, ayudando a mantener la identidad cultural y la competitividad en el mercado global y así fomentar el desarrollo territorial sostenible (Maioui & Gassemi, 2021).

Esta certificación, no solo añade valor a los productos, sino que también ofrece beneficios significativos a todos los involucrados en su producción (Serrano et al., 2023); estas ventajas permiten a las empresas optar por opciones de internacionalización y abarcar mercados foráneos, porque cuentan con aspectos diferenciadores como la certificación de DOP, incluso las empresas pueden ir más allá y buscar la certificación de Indicación Geográfica Protegida, IGP, Marchiaro Tendero (2024); ejemplo de ello, es el queso Parmigiano-Reggiano producido en Italia, el café Blue Mountain en Jamaica o los vinos de la Rioja en España, los cuales le brindan un valor añadido diferencial al producto y de esta manera se posiciona en un mercado premium.

Según Toma et al. (2022), al asegurar la autenticidad y establecer una conexión directa con el lugar de origen, la certificación DOP mejora la percepción de calidad entre los

consumidores; por ejemplo, una etiqueta que indique el origen del producto puede aumentar su popularidad y éxito en el mercado, porque los consumidores valoran esta información (Hajdukiewicz, 2023). Además, Resce & Vaquero-Piñeiro (2022), afirman que la información en las etiquetas geográficas en la DOP asegura productos de mayor calidad y por ende se apoya el crecimiento rural. En particular, la DOP contribuye al desarrollo sostenible y al aumento del valor de los diferentes productos; sin embargo, este tipo de certificación también influye en los costos y ganancias de las empresas, imponiendo restricciones tecnológicas, regulatorias y comerciales que puedan afectar su rentabilidad (Cardoso et al., 2022).

La literatura reciente afirma que la percepción de la calidad influye en la decisión de compra del producto (Flinzberger et al., 2024; Thornton & Zhao, 2025; Yang & Stoian, 2025; Franco Crespo et al., 2024).

Para tener éxito, es crucial adaptar las estrategias de comunicación a los recursos existentes y a los objetivos específicos, para así mejorar la visibilidad y comprensión del mercado, basado en el éxito comercial medido en precio, demanda y reconocimiento (Bonetti et al., 2019). También, es relevante distinguir el origen del producto de conceptos relacionados como las indicaciones geográficas protegidas, IGP; estos conceptos ayudan a proteger al consumidor al mostrar la fiabilidad y calidad del producto (Moreno Gené et al., 2024), además, las investigaciones realizadas sobre la producción de productos con DOP muestran que, aunque el nivel de calidad es generalmente bueno, existe un potencial considerable para seguir mejorando (Martínez-Salvador & Flores-Pacheco, 2022). Según la CEPAL, FAO, & IICA (2021) los sectores que han buscado obtener certificaciones de calidad se encuentran principalmente en las áreas de producción agrícola, alimentaria, industrial y artesanal.

Esta investigación se enfoca específicamente en el sector agrícola, con énfasis en la producción de café, la cual garantiza la singularidad de este producto al estar asociado a una región particular. Esto no solo destaca la calidad y autenticidad del café, sino que también contribuye a generar beneficios económicos para la región productora (Dávila-Aragón & Rivas-Aceves, 2021).

La investigación analiza la influencia de la DOP en la percepción de calidad del café colombiano, por parte de los consumidores y actores del mercado, y su incidencia en el

éxito comercial, medido por el reconocimiento, precio y demanda en mercados nacionales como internacionales. Para ello, se identificó la pregunta de investigación: ¿Cómo impacta la DOP en la percepción de calidad y el éxito comercial del café colombiano en los mercados nacionales e internacionales?

La metodología utilizada fue de carácter cualitativo y descriptivo, documentando siete marcas de café certificadas en Colombia; además, se abordaron las implicaciones socioeconómicas, geográficas y culturales de la producción de café. Los datos se obtuvieron de bases académicas, informes gubernamentales y entidades certificadoras.

El artículo está estructurado así: se presenta el marco teórico como fundamentación conceptual del tema estudiado, estableciendo las bases necesarias para comprender el contexto y los conceptos clave. Posterior a ello, se detalla la metodología empleada en la búsqueda y selección de datos relevantes para la investigación, esto incluye los criterios y procedimientos utilizados para garantizar la rigurosidad del análisis. Luego, se exponen los resultados obtenidos por medio de los instrumentos y análisis de tendencias de los investigadores, quienes analizaron y clasificaron los datos obtenidos; en el cuarto apartado, se discuten las tendencias emergentes en el campo de estudio, y se finaliza con las conclusiones, limitaciones del estudio y recomendaciones para futuras investigaciones.

Marco Teórico

Denominación de origen

La certificación de DOP es crucial para resaltar productos nacionales, asegurando su autenticidad y conectándose con su lugar de origen. Esto no solo ayuda a preservar la identidad cultural, sino que también impulsa la competitividad en el mercado global. Los beneficios de la DOP incluyen la mejora de la percepción de calidad entre los consumidores y la posibilidad de internacionalización para las empresas (Bouamra-Mechemache & Chaaban, 2010; Kaynak, 2014; Martinelli & De Canio, 2018).

Sin embargo, la implementación de la DOP conlleva retos, como el aumento de costos y restricciones tecnológicas que pueden afectar la rentabilidad. Además, es fundamental

adaptar las estrategias de comunicación para destacar los productos y facilitar su comprensión en el mercado (Ceballos Molano & García Velasco, 2013).

La Federación Nacional de Cafeteros de Colombia (s.f.-c), por medio del Centro Nacional de Investigaciones de Café, Cenicafé (2024), y del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural (2024), han realizado investigaciones en torno a la producción del café, orientando a los caficultores en el proceso, con el fin de lograr los beneficios que, en conjunto de todas las operaciones, transformen los frutos en un café de alta calidad.

Ahora bien, en Colombia, la Superintendencia de Industria y Comercio (2014) es la entidad encargada de brindar estas certificaciones. Para esta entidad, la DOP se comprende como: “el nombre o indicación de un lugar geográfico, que puede ser un país o región determinada, que designa un producto que por ser originario de dicha región y por las costumbres de producción o transformación de sus habitantes, tiene unas características y/o reputación que lo hacen diferente de los productos semejantes provenientes de otros lugares geográficos”.

Las marcas de certificación en Colombia se utilizan para indicarle a los compradores que un producto cumple con los estándares de calidad definidos por regulaciones legales y técnicas (Quintero Clavijo, 2004).

Por otro lado, el Certificado de Calidad de Productos, CTM, representa una marca que una empresa emplea para demostrar que sus artículos cumplen con los requisitos de certificación y puede presentarse junto con la marca propia del producto. En el caso específico del sello de certificación Café de Colombia, los requisitos son establecidos en Estados Unidos y Canadá y hacen referencia a las calidades mínimas de exportación aceptadas en Colombia (Café de Colombia, 2020).

Las Indicaciones Geográficas, IG, son las que crean una relación entre la calidad del producto y su lugar de origen, esto garantiza a los consumidores una alta calidad. Actúan como una protección legal que asegura que los productos que se identifican como de una región específica cumplen con rigurosos estándares de calidad (Gutiérrez, 2018).

Además, las IG son consideradas bienes inmateriales, cuyo respeto es obligatorio en los países donde son reconocidas legalmente. Esto significa que cualquier referencia al origen

de un producto protegido debe demostrar que cumple con las características de calidad y los procesos de producción de la misma zona (Otero, 2021).

En el año 2007, la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia logró que la Unión Europea reconociera el café colombiano con una Indicación Geográfica Protegida, y en el 2013, Suiza también otorgó esta protección. Esto le asegura a los productores y distribuidores de café colombiano la autenticidad de su producto y el cumplimiento de los estándares de calidad que caracterizan al café de cada región (Café de Colombia, s.f. b).

Marcas de café colombiano

En Colombia, existen siete marcas de café que han cumplido con todos los requisitos necesarios para obtener la certificación DOP, lo cual les permite alcanzar reconocimiento en el mercado internacional. En la Figura 1 se presentan las marcas de café colombiano que cuentan con la certificación DOP: Café de Nariño, Café de Huila, Café de Santander, Café de Tolima, Café de la Sierra Nevada, Café de Colombia y Café de Cauca. Esta certificación no solo refuerza la percepción de alta calidad del producto entre consumidores y actores del mercado, sino que también contribuye al incidencia y éxito comercial de estas marcas, reconocidas a nivel mundial.

Figura 1

Marcas de café colombiano con Certificación de Origen



Fuente: Elaboración propia.

1. Café de Nariño

La calidad del Café de Nariño se debe a varios factores especiales: los suelos ricos en materia orgánica, las alturas de cultivo y las bajas temperaturas de la región. Estas condiciones obligan a las plantas de café a conservar sus propiedades y azúcares, dando lugar a un café con una acidez notable, cuerpo medio, sabor dulce y un aroma pronunciado, que resulta en una taza limpia y suave.

Para proteger estas cualidades únicas, la Superintendencia de Industria y Comercio, SIC, emitió la Resolución No. 06093, que reconoce y protege la Denominación de Origen, DO, "Café de Nariño". Después, el 26 de noviembre de 2013, la SIC le otorgó a la Federación Nacional de Cafeteros la aptitud de autorizar el uso de esta denominación mediante la Resolución No. 69902. (Superintendencia de Industria y Comercio, 2024)

2. Café de Huila

La Denominación de Origen Café del Huila protege el café lavado suave, reconocido por su perfil sensorial equilibrado, ya que tiene un sabor dulce, cuerpo medio alto y acidez y un aroma/fragancia intensa con toques frutales y acaramelados. Este carácter único del café proviene de las condiciones del clima y de geografía de la región del Huila, donde la nubosidad limita las horas de sol a solo 3.5 por día, y las temperaturas estables permiten que el fruto acumule compuestos químicos especiales. Además, las fincas se encuentran a alturas que varían entre 1.000 y 2.200 metros sobre el nivel del mar, lo que contribuye a la uniformidad del grano, a pesar de los cambios químicos durante el tostado.

El 16 de abril de 2013, y tras una solicitud de la Federación Nacional de Cafeteros, la Superintendencia de Industria y Comercio emitió la Resolución No. 17989, que protege al Café de Huila bajo la Denominación de Origen. Después, el 26 de noviembre de 2013, la SIC delegó a la Federación la autoridad para otorgar el uso de esta denominación mediante la Resolución No. 69904 (Superintendencia de Industria y Comercio, 2024).

3. Café de Santander

La DO Café de Santander protege la calidad y reputación del café que ha sido cultivado en esta región, se destaca mundialmente por su perfil de sabor limpio y balanceado, con cuerpo medio a alto, acidez moderada y notas dulces, herbales, frutales y ligeramente cítricas. Esta distinción también respalda las características especiales de clima y cultivo

que lo hacen único. La región cafetera de Santander emplea un sistema con una técnica de cultivo bajo sombra, que mantiene temperaturas estables, esto permite que los frutos maduren lentamente, acumulando más azúcares y logrando cosechas concentradas, lo que facilita recolectarlos en su punto ideal de maduración.

Debido a estas características, el 25 de agosto de 2014, la Superintendencia de Industria y Comercio otorgó la protección de la DO Café de Santander a través de la Resolución No. 50042 y delegó a la Federación Nacional de Cafeteros la facultad para autorizar su uso.

4. Café de Tolima

La Superintendencia de Industria y Comercio, a través de la Resolución No. 2458, otorgó la protección de la Denominación de Origen, DO, Café de Tolima por la solicitud de la Federación Nacional de Cafeteros, y delegó a esta organización la facultad de autorizar su uso en los cafés de esta región.

La DO Café de Tolima respalda el café de esta zona y es conocido por su perfil de taza con acidez y cuerpo medio a alto, una textura limpia y suave, equilibrio y una variedad de sabores dulces, con notas cítricas y frutales. Este perfil único es resultado de factores como las lluvias distribuidas durante el año, el clima cálido que permite la floración dos veces al año y los suelos arenosos, que facilitan la absorción de nutrientes por las plantas.

5. Café de la Sierra Nevada

La Superintendencia de Industria y Comercio, mediante la Resolución No. 2484, otorgó la protección de la Denominación de Origen, DO, Café de la Sierra Nevada a solicitud de la Federación Nacional de Cafeteros. La DO Café de la Sierra Nevada protege el café cultivado en 33 municipios de los departamentos de Magdalena, Guajira y Cesar. Este café se distingue por su perfil de taza limpio y equilibrado, con cuerpo medio a alto y acidez moderada, además de sabores similares al chocolate. Su fragancia y aroma incluyen notas dulces y de nuez.

Estas características se deben a factores como la alta luminosidad y la escasez de lluvias en la región, que obligan a cultivar el café bajo sombra total. También, la elevada

humedad y los suelos arcillosos de bajo contenido nutricional diferencian a esta zona de otros lugares productores de café en el país (Federación Nacional de Cafeteros, 2024).

Café de Cauca

La Denominación de Origen, DO, Café de Cauca protege el café producido en esta región, que se destaca por su perfil con alta acidez, cuerpo medio y un sabor equilibrado. Se caracteriza por ser un café suave, con notas dulces y florales y aromas intensos y acaramelados. Estas cualidades son el resultado de factores como la abundante luz solar, un clima constante durante todo el año y la protección que ofrecen las montañas frente a vientos fuertes y la humedad del océano Pacífico.

Por estos motivos, la Superintendencia de Industria y Comercio emitió la Resolución No. 41788, que otorga la protección de la DO Café de Cauca, a solicitud de la Federación Nacional de Cafeteros. Además, la SIC delegó a la Federación la facultad para autorizar el uso de esta denominación mediante la Resolución No. 69903 (Superintendencia de Industria y Comercio, 2024).

Café de Colombia

La DOP Café de Colombia certifica los granos que son cultivados en diferentes cafetales regionales, conocidos por su calidad única y características de sabor distintivas. Este café se define por una acidez viva, un cuerpo moderado y una sensación elegante. Sus sabores se caracterizan mayormente por un carácter frutal, matices florales y dulzura, complementados con toques de chocolate y caramelo. Las características distintivas del café colombiano provienen de la combinación de diferentes climas, suelos fértiles y los tradicionales métodos utilizados por los agricultores. La elevación de las plantaciones, que oscila entre los 1.200 y los 2.000 metros sobre el nivel del mar, influye en el equilibrio entre la acidez y el sabor (Lozano et al., 2011).

Antes de establecer una denominación de origen, es necesario evaluar si los beneficios justifican la inversión y si se cuentan con los recursos necesarios. Este proceso exige estudios técnicos detallados, como análisis de suelo, ADN del producto y características diferenciadoras, como los atributos en taza del café. Hay que destacar que administrar una denominación de origen no solo implica autorizar su uso, sino también contar con

una infraestructura adecuada y personal capacitado para evaluar y certificar los productos. Además, el proceso de promocionar la denominación es importante, lo que requiere una inversión significativa. Si los productores no están bien organizados ni tienen los recursos suficientes, el costo de implementar una denominación de origen podría superar los beneficios (Otero, 2021).

Metodología

El estudio realizado es de carácter cualitativo, dado que se centra en la exploración y comprensión profunda de las DOP, sus características específicas y el contexto en el que se produce el café en Colombia. Asimismo, el enfoque descriptivo permite documentar las particularidades de cada DOP, así como las implicaciones socioeconómicas, geográficas y culturales relacionadas con la producción de café.

Fuentes de información

Se emplearon fuentes secundarias para la recolección de datos, obtenidas de bases de datos oficiales y especializadas. Entre las bases de datos oficiales, se consultaron las relacionadas con entidades gubernamentales y organizaciones certificadoras de las DOP, como el Instituto Colombiano Agropecuario, ICA; la Federación Nacional de Cafeteros y el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Adicionalmente, se utilizaron bases de datos académicas de alta relevancia y prestigio como *Scielo*, *Science Direct*, *Scopus* y *Web of Science*, con el fin de identificar estudios previos y literatura relevante sobre las DOP y la producción de café en Colombia.

Proceso de recolección de datos

La recolección de dicha información se realizó mediante un proceso de rastreo documental en las bases de datos antes mencionadas. Se llevó a cabo una revisión sistemática de la literatura académica y técnica, centrada en los estudios de caso relacionados con las 7 DOP de café identificadas en Colombia. Este proceso incluye publicaciones científicas, informes técnicos y documentos normativos que describen la evolución, características y desafíos de las DOP.

Análisis de datos

Los datos cualitativos se analizaron a través de la codificación temática. Los documentos recolectados fueron categorizados con base en los aspectos clave que se pretenden explorar: condiciones geográficas, prácticas agrícolas, certificación y control de calidad, incidencia económico y social. Los datos se analizaron de manera comparativa entre las diferentes DOP y se identificaron patrones, similitudes y diferencias, así como los principales retos y oportunidades para la producción de café en dichas regiones.

Discusión y Resultados

Origen Geográfico

Cada uno de estos cafés viene de una región específica de Colombia, que les da características únicas. El clima, el tipo de suelo, la altitud y la diversidad de cada zona donde se cultivan influyen en el sabor del café.

En la Tabla 1 se presentan las características de las siete marcas de café analizadas, las características del terreno, perfil de su sabor, mercados principales y ventas a nivel internacional.

Tabla 1

Características de las marcas de café colombiano.

Denominación	Fecha de creación	Características del terreno	Grados y altitud	Características / perfil del sabor	Mercados principales	Ventas países de exportación
Café de Nariño	Mitad del siglo XX	Terrenos montañosos con altitudes elevadas y clima templado.	Grados: de 85 a 90 puntos. A una altura que varía entre 1.800 y 2.200 metros sobre el nivel del mar.	Sabor suave y afrutado, notas de caramelo.	Estados Unidos, Alemania y Japón.	Aproximadamente, 1.5 millones de sacos al año.

Café de Huila	Siglo XX	Suelos volcánicos, clima cálido y templado.	Grados: de 85 y 90 puntos. Altitud: A una altura que oscila entre 1.200 y 2.000 metros sobre el nivel del mar.	Dulzura y acidez balanceada.	Estados Unidos y Alemania	Aproximadamente, 1.3 millones de sacos al año.
Café de Colombia	Siglo XX	Suelos volcánicos y microclimas variados que contribuyen a la calidad.	Grados: de 85 a 90 puntos en la escala de calidad. Altitud: A altitudes que van de 1.200 a 2.000 metros sobre el nivel del mar.	Sabor suave y notas afrutadas y florales.	Estados Unidos, Alemania y Japón.	Alrededor de 12 millones de sacos de 60 kg por año.
Café de Cauca	Siglo XX	Climas frescos y suelos ricos que permiten el crecimiento de café.	Grados: de 80 a 85 puntos. Altitud: A una altura que varía entre 1.500 y 2.000 metros sobre el nivel del mar.	Acidez brillante y su cuerpo ligero a medio.	Estados Unidos, Alemania, Países Bajos y España.	Aproximadamente, 600.000 sacos al año.
Café de Santander	Siglo XIX	Suelos ricos en nutrientes y variaciones de temperatura que favorecen el cultivo.	Grados: de 80 a 85 puntos. Altitud: Entre 1.200 y 2.000	Sabor fuerte y cuerpo robusto, con notas terrosas y	Estados Unidos y Japón	Aproximadamente, 200.000 sacos al año.

			metros sobre el nivel del mar.	especias.		
Café de la Sierra Nevada	Siglo XIX	Suelos fértiles y climas húmedos.	Grados: de 85 a 90 puntos. Altitud: Entre 1.200 y 1.800 metros sobre el nivel del mar.	Sabor intenso y acidez moderada. Notas de chocolate y frutas tropicales.	Estados Unidos, Suiza, Francia y Reino Unido	Aproximadamente, 150.000 sacos al año.
Café de Tolima	Siglo XX.	Suelos fértiles y climas variados, con altitudes que permiten un cultivo excepcional.	Grados: de 80 a 85 puntos. Altitud: Entre 1.200 y 2.000 metros sobre el nivel del mar.	Sabor suave y balanceado, con notas de chocolate y afrutadas.	Estados Unidos, Francia, Reino Unido e Italia.	Aproximadamente, 300.000 sacos al año.

Fuente: Elaboración propia, basada en la Federación Nacional de Cafeteros, 2025.

La Tabla 1 ofrece una visión general sobre diferentes variedades de café colombiano, destacando sus características en aspectos como el origen, el tipo de terreno, el perfil de sabor y los mercados principales. Se destacan variedades regionales como el Café de Nariño, Café de Huila, Café de Colombia, Café de Cauca, Café de Santander, Café de la Sierra Nevada y Café de Tolima. Algunas variedades datan del siglo XIX (como el Café de Santander y el Café de la Sierra Nevada), mientras que la mayoría surgieron en el siglo XX, marcando una expansión en la diversidad del café colombiano.

Estos cafés crecen en terrenos variados que van desde suelos volcánicos (Huila, Colombia) hasta terrenos montañosos (Nariño) y climas húmedos (Sierra Nevada). La altitud de cultivo varía entre 1.200 y 2.200 metros sobre el nivel del mar. En general, los cafés de mayor altitud suelen tener una calidad superior, debido al desarrollo de sabores complejos por las temperaturas más bajas.

De acuerdo con la Federación Nacional de Cafeteros (2025), la mayoría de los cafés alcanzan una calificación de 85 a 90 puntos en calidad (Nariño, Huila, Sierra Nevada y Colombia), que es indicativo de cafés premium; esta calificación es brindada directamente por Specialty Coffee Association, SCA.

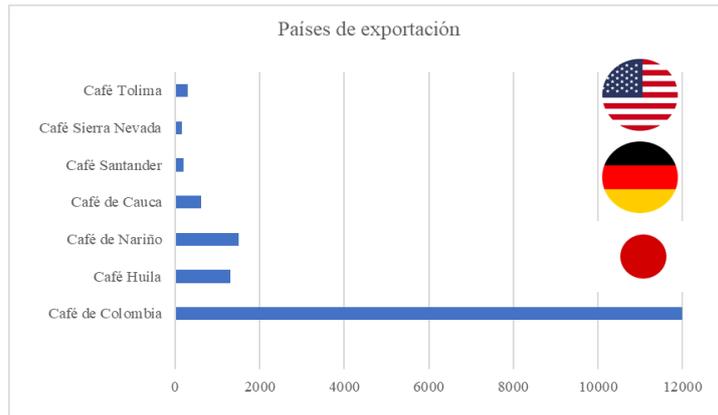
El Café de Cauca y el Café de Tolima se califican entre 80 y 85 puntos, lo cual indica también una alta calidad, pero con un perfil ligeramente diferente.

Cada región ofrece un perfil de sabor único, es decir, el Café de Nariño tiene un sabor suave con notas de caramelo y afrutadas; el Café de Huila es conocido por su dulzura y acidez balanceada; el Café de Santander es fuerte y robusto, con notas terrosas y especiadas, mientras que el Café de la Sierra Nevada tiene una acidez moderada con notas de chocolate y frutas tropicales. La diversidad de perfiles refleja las distintas condiciones climáticas y de terreno de cada región.

En la Tabla 2 se puede observar que los principales destinos de exportación son Estados Unidos, Alemania y Japón, aunque también están presentes en Europa (Francia, Reino Unido, Países Bajos y España).

Tabla 2

Países de exportación y ventas anuales de café colombiano



Fuente: Elaboración propia

En cuanto a las ventas, Café de Colombia destaca con aproximadamente 12 millones de sacos de 60 kg al año, mientras que otras variedades producen entre 150.000 y 1.5 millones de sacos al año.

Estados Unidos es el destino más común para casi todas las variedades, seguido por países de Europa y algunos asiáticos. Esto demuestra el reconocimiento mundial de los cafés colombianos y su aceptación en los mercados más exigentes.

Imagen - (Sellos, imagen corporativa)

La DOP es una herramienta clave para dar a conocer la calidad del café colombiano e incrementar su éxito comercial en los mercados nacionales e internacionales. Dicha certificación tiene una incidencia directa en varios aspectos de la industria del café, como la diferenciación de productos, el acceso a mercados premium y mejores condiciones para los productores (Perfect Dayly Grind, 2024).

- Percepción de calidad. La certificación DOP actúa como un sello de autenticidad, garantizando que el café proviene de una región específica y tiene características únicas que afectan su sabor y calidad. Esta distinción ayuda a posicionar el café colombiano en mercados donde los consumidores aprecian productos de alta calidad, como en Europa y Estados Unidos (Federación Nacional de Cafeteros, 2024; Otero, 2021).
- Valor de la marca y diferenciación. Para los productores, la certificación DOP puede diferenciarlos de otros cafés, la DOP no sólo garantiza la calidad, sino que

también construye una imagen de marca regional. Esto aumenta el valor del café en los mercados internacionales, ya que los compradores pueden pagar más por un producto con una historia y un origen auténticos (Federación Nacional de Cafeteros, 2024; Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, 2024; Otero, 2021).

- Acceso a mercados internacionales. La DOP abre la puerta a un mercado internacional con requisitos de calidad más estrictos. En lugares como la Unión Europea, la certificación es fundamental para competir con otros cafés premium. Además, los consumidores están cada vez más interesados en el origen de los productos que consumen. (Federación Nacional de Cafeteros, 2024)
- Beneficios para los productores. Al asociar el café a una denominación de origen protegida, los productores pueden obtener mejores precios porque el mercado percibe el café como un producto único. La certificación les da acceso a canales de distribución que de otro modo no estarían disponibles, lo que aumenta sus ingresos y contribuye a la estabilidad económica en las comunidades productoras de café. (Federación Nacional de Cafeteros, 2024; Instituto Colombiano Agropecuario, 2024)

La Denominación de Origen Protegida, DOP, influye notablemente en la excelencia percibida y el éxito del mercado del café colombiano, tanto en el contexto nacional como a nivel global. Esta etiqueta garantiza que el café proviene de una zona determinada, es de buena calidad y sigue métodos tradicionales, lo que influye en la forma en que la gente lo ve y a su vez en sus ventas. (Federación Nacional de Cafeteros, 2024)

Incidencia en la percepción de la calidad

En el estudio se analizaron las variables de percepción de calidad, reconocimiento, precio y demanda. La DOP del café colombiano mejora la percepción de calidad al asegurar su procedencia, autenticidad y estándares de producción, convirtiéndolo en un producto premium en mercados locales e internacionales. Este reconocimiento inspira confianza en los compradores, que le dan relación al distintivo DOP con excelencia y un sabor característico. En el ámbito comercial, la DOP les brinda a los productores la oportunidad de ingresar a mercados exclusivos y obtener mejores precios, sobre todo en segmentos de

café de especialidad. Igualmente, promueve la distinción en comparación con otros cafés en un mercado internacional, lo que garantiza un mejor rendimiento financiero para los productores y un aumento en las exportaciones, principalmente, hacia mercados con alta demanda como Europa y Estados Unidos (Ministerio de Industria y Comercio, 2019).

En caso de los cafés certificados con DOP colombiano, el precio de 454 gr es de \$47.900, según la página web de la Federación Nacional de Cafeteros (2024); los valores son iguales, con el fin de que todos estén en el mercado con las mismas condiciones de acuerdo con la oferta y la demanda del café colombiano.

La evaluación de la calidad del café colombiano se realiza mediante diferentes enfoques, que abarcan, tanto aspectos subjetivos como objetivos. Algunas maneras importantes de evaluar la percepción son por medio de catas de café, encuestas a consumidores y reconocimientos internacionales (Federación Nacional de Cafeteros, 2024).

Catas de café. Consumidores y profesionales de la industria llevan a cabo pruebas sensoriales de cata para valorar atributos como la acidez, la consistencia, el gusto, los matices frutales y florales. Las degustaciones son esenciales para evaluar la calidad sensorial del café (Federación Nacional de Cafeteros, s.f.-b).

Encuestas a consumidores. Se recopilan opiniones de consumidores, tanto a nivel nacional como internacional, mediante encuestas, con el fin de comprender su percepción sobre la calidad del café de Colombia. Esto implica analizar características como el gusto, la vigencia y la autenticidad (Federación Nacional de Cafeteros, s.f.-b).

Reconocimientos internacionales y premios. Los premios recibidos en competencias de café de especialidad, como los otorgados por la Specialty Coffee Association, SCA, contribuyen a fortalecer la reputación de calidad de los cafés colombianos en el mercado global (Specialty Coffee Association, 2024).

La influencia económica de la certificación DOP en el mercado del café colombiano se puede analizar por medio de diferentes métricas clave. En primer lugar, el aumento de precios es una de las incidencias más notables, ya que el café con DOP tiene un precio más elevado, tanto en los mercados nacionales como internacionales, debido a su calidad certificada y a su origen específico. Igualmente, el incremento de las ventas al extranjero

es un factor clave, pues un alza en las exportaciones hacia mercados como Europa y Estados Unidos nos indica una apreciación del prestigio de la DOP. Por último, la ampliación de mercados, en particular hacia segmentos de mercado de alta gama, como el café de especialidad, y la presencia en eventos y ferias internacionales, son también indicadores que ayudan a evaluar el rendimiento comercial de la DOP, al generar nuevas posibilidades de distribución en mercados a nivel mundial (Mutter, 2006).

La repercusión económica de la certificación DOP se evalúa principalmente por el aumento de los costos, debido a que el café con DOP logra precios superiores en mercados exigentes, y el aumento de las ventas hacia mercados internacionales, lo que demuestra el reconocimiento mundial del valor del producto. La evaluación de la DOP se realiza mediante estudios de mercado y la presencia en medios especializados, que reflejan el nivel de reconocimiento de la marca y la creciente solicitud de productos certificados. También, se deben comparar las prácticas agrícolas colombianas, las certificaciones de calidad y el control de calidad en la producción, con el fin de comprender la incidencia positiva de la DOP en la calidad del café. En este análisis se debe considerar cómo la DOP afecta a los ingresos de los productores de café y a las condiciones laborales, así como a la sostenibilidad de las comunidades cafeteras (Federación Nacional de Cafeteros, s.f.-a)

La percepción de calidad fue analizada por medio de fuentes secundarias, basados en el reconocimiento de los concursos realizados por el Specialty Coffee Association, en el cual, bajo las catas de café profesionales, logran tener un acercamiento directo con el consumidor para identificar la calidad del producto. Las catas permiten evaluar objetivamente un producto, bajo atributos sensoriales, los cuales se identifican como acidez, cuerpo, sabor y aroma. Para las siete marcas de café analizadas, se identificaron perfiles diferenciadores con nivel de superioridad frente a los cafés sin certificación. El sello DOP permite contar con un producto de calidad, auténtico, elevando su valor en el mercado.

Tabla 3

Análisis comparativo de las variables

Variable	Certificación DOP	Sin certificación
Percepción de calidad	Asociado con prestigio de la marca, origen y sabor	No cuenta con diferenciación clara
Reconocimiento	Presencia de la marca en eventos comerciales: ferias, ranking, etc.	Sin certificación destacada
Precio	Regulado por el mercado, la demanda nacional e internacional	Valor menor frente a la competencia
Demanda	Incremento de exportaciones, interés del mercado internacional	Competencia por volumen

La percepción de calidad, incrementa con el reconocimiento de la marca en el mercado, el respaldo de la certificación DOP influye de manera adecuada en las variables estudiadas, permitiendo precios más altos, estimulando la demanda en nichos no explorados; por otra parte, la operacionalización valida el estudio y justifica la necesidad de inclusión de estrategias para que los consumidores adopten productos respaldados con la certificación DOP.

Conclusiones

El estudio realizado permitió analizar la influencia de la DOP respecto a la percepción de la calidad del café producido en Colombia por parte de siete marcas, el cual fue medido por medio del reconocimiento, su precio y la demanda en los mercados foráneos.

Los resultados indicaron que la certificación ha jugado un papel clave en la forma en la que el café colombiano se ha posicionado en mercados internacionales de alta calidad, se ha incrementado el reconocimiento de marca como el precio de los productos certificados. Sin embargo, se identificó que la percepción de calidad no es homogénea, es decir, varía entre el conocimiento que tienen los consumidores de las marcas locales e internacionales y es más valorada en el extranjero, dado que logran mayores niveles de reconocimiento, los precios son competitivos y mantienen un alza en la demanda de dichos productos; esto

se convierte en una oportunidad de mejoramiento en las empresas para fortalecer sus estrategias de comunicación y así educar a los consumidores finales.

Las DOP contribuyeron a la sostenibilidad económica de las regiones productoras, traducidas en beneficios para los pequeños caficultores, promoviendo prácticas agrícolas más responsables. Se concluye que la certificación DOP mejora la percepción de calidad, además de la incidencia positiva en el éxito comercial del café colombiano. Esto sugiere que una mayor promoción de las DOP a nivel local podría ayudar a fortalecer el mercado interno, al tiempo que se refuerza la reputación del café colombiano a nivel global, se recomienda una mayor inversión en la educación de los consumidores sobre las ventajas de las DOP para maximizar su incidencia comercial.

Entre las limitaciones encontradas, se prioriza el acceso restringido de los datos comerciales detallados, tanto en Colombia como en otros países de Latinoamérica, esto limitó el alcance del estudio para realizar un análisis más profundo que permitiera realizar comparativos; además, en el país son siete las marcas certificadas, las cuales pueden no ser muestras representativas para generalizar todo el sector cafetero.

Dentro de las propuestas que se identificaron para la realización de futuras investigaciones, se sugiere realizar estudios longitudinales que analicen el comportamiento de las marcas de café en otras regiones y la incidencia que tienen en los mercados donde son más fuertes. También, se sugiere revisar la percepción de la DOP en nichos o segmentos diferentes para lograr un mejor análisis sobre la evolución a largo plazo de la incidencia de la certificación DOP, además de explorar también su incidencia en diferentes segmentos del mercado global, también sería útil que se realicen más investigaciones sobre la percepción que tienen los mercados emergentes en economías desarrolladas para identificar oportunidades de posicionamiento, estrategias de promoción, formación al consumidor y procesos de innovación.

Referencias

- Bonetti, E., Mattiacci, A. & Simoni, M. (2019). Communication patterns to address the consumption of PDO products. *The British Food Journal and Hygienic Review*, 122(2), 390–403. <https://doi.org/10.1108/BFJ-03-2019-0204>

- Bouamra-Mechemache, Z. & Chaaban, J. (2010). Protected designation of origin revisited. *Journal of Agricultural & Food Industrial Organization*, 8(1). <https://doi.org/10.2202/1542-0485.1306>
- Cardoso, V. A., Lourenzani, A. E. B., Caldas, M. M., Bernardo, C. H. C. & Bernardo, R. (2022). The benefits and barriers of geographical indications to producers: A review. *Renewable Agriculture and Food Systems*, 37(6), 707–719. <https://doi.org/10.1017/S174217052200031X>
- Ceballos Molano, R. & García Velasco, I. C. (2013). Protección legal de las denominaciones de origen y las marcas frente a los tratados de libre comercio suscritos por Colombia. *Prolegómenos*, 16(32), 175-189. <https://doi.org/10.18359/dere.767>
- Café de Colombia. (s.f.-a). *Indicación geográfica protegida – Café de Colombia*. <https://cafedecolombia.com/denominacion-de-origen/#proceso-de-autorizacion>
- Café de Colombia. (s.f.-b). *Denominación de Origen Regional*. <https://cafedecolombia.com/denominacion-de-origen-regional/>
- Cenicafé. (2024, noviembre). *Boletín agrometeorológico cafetero – Nuestras publicaciones*. https://www.cenicafe.org/es/index.php/nuestras_publicaciones/boletin_agrometeorologico/publicaciones_boletin_agrometeorologico_cafetero_noviembre_2024
- CEPAL, FAO, & IICA. (2021). *Perspectivas de la agricultura y del desarrollo rural en las Américas: una mirada hacia América Latina y el Caribe 2021-2022*. IICA. <https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/ec3e9a9f-593e-4c55-85a3-b5eefbeca839/content>
- Dávila-Aragón, G., & Rivas-Aceves, S. (Eds.). (2021). *The Future of Companies in the Face of a New Reality: Impact and Development in Latin America*. Springer Singapore. <https://doi.org/10.1007/978-981-16-2613-5>
- Federación Nacional de Cafeteros. (s.f.-a). *Eje económico*. <https://federaciondefcafeteros.org/wp/sostenibilidad/eje-economico/>
- Federación Nacional de Cafeteros. (s.f.-b). *Eje social*. <https://federaciondefcafeteros.org/wp/sostenibilidad/eje-social/>
- Federación Nacional de Cafeteros. (2024). *Café del Magdalena*. Retrieved November 11, 2024, from <https://magdalena.federaciondefcafeteros.org/cafe-del-magdalena/>
- Federación Nacional de Cafeteros. (s.f.-c). *Boletín cafetero. Asuntos jurídicos y tributarios*. Retrieved November 11, 2024, from <https://federaciondefcafeteros.org/wp/>

- Flinzberger, L., Plieninger, T., Bugalho, M. N., & Zinngrebe, Y. (2024). Is the “protected designation of origin” an indicator for sustainable landscape management? Insights from pasture-based animal husbandry in five EU countries. *Journal of Land Use Science*, 19(1), 59–77. <https://doi.org/10.1080/1747423X.2024.2326321>
- Franco Crespo, C., Nuñez, H. & Baldeon-Baez, S. (2024). Unearthing unique value: Exploring the potential of Protected Designation of Origin on the tangerine industry of Patate, tungurahua. *Economia Agro-Alimentare*, 1, 55–77. <https://doi.org/10.3280/ecag2024oa16120>
- Gutiérrez, Á. M. (2018). Denominaciones de origen e indicaciones geográficas en la Unión Europea. *Revista Estudios Jurídicos. Segunda Época* (18). <https://doi.org/10.17561/rej.n18>
- Hajdukiewicz, A. (2023). Linking agri-food products with their origin. In *Country-of-Origin Effect in International Business* (pp. 135–154). Routledge.
- Instituto Colombiano Agropecuario - ICA. (2024). Retrieved November 02, 2024, from <https://www.ica.gov.co/noticias/el-ica-destaca-su-rol-en-la-cop16>
- Kaynak, E. (2014). *Internationalization of Companies from Developing Countries*. Routledge.
- Lozano, A., Samper, L. F. & García, J. (2011). Las Indicaciones Geográficas, I G, y la ciencia como instrumento de competitividad: el caso del café de Colombia. *Ensayos de economía cafetera*, 27, 13-49. https://federaciondefaferos.org/static/files/Las_Indicaciones_Geograficas.pdf
- Maioui, M. N. & Gassemi, K. (2021). The Internationalization of Companies: Structural Comparison Analysis between Behavioral Models and Economic Models. *International Review of Management and Marketing*, 11(2), 30–38. <https://econjournals.com/index.php/irmm/article/view/11038>
- Marchiaro Tendero, A. (2024). *Análisis comparativo de las exportaciones de las principales Denominaciones de Origen en España* (Tesis de máster, Universitat Politècnica de València). Repositorio Institucional UPV (RIUNET). <https://riunet.upv.es/handle/10251/204170>
- Martinelli, E. & De Canio, F. (2018). Does PDO/PGI labels contribute to consumers’ intention to buy premium private labels products? An empirical survey. In *Advances in National Brand and Private Label Marketing* (pp. 37–45). Springer International Publishing.

- Martínez-Salvador, L. E., & Flores-Pacheco, M. V. (2022). Modelos de gobernanza en las denominaciones de origen para el desarrollo territorial. Aproximaciones desde el caso del cacao en América Latina. *Estudios Sociales Revista de Alimentación Contemporánea y Desarrollo Regional*.32(60)
<https://doi.org/10.24836/es.v32i60.1261>
- Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural. (2024). *Programas de extensión cafetera*.
<https://www.minagricultura.gov.co/atencion-ciudadano/preguntas-frecuentes/Paginas/Caficultores.aspx>
- Ministerio de Industria y Comercio. (2019). *MinCIT Información clasificada y reservada* [Dataset]. https://www.datos.gov.co/Comercio-Industria-y-Turismo/MinCIT-Informacion-Clasificada-y-Reservada/7naf-gj5q/about_data
- Moreno Gené, J., Solé Puiggené, S. & Gallizo Larraz, J. L. (2024). Determining the influence of belonging to a wine protected designation of origin on profitability. *Agribusiness* . <https://doi.org/10.1002/agr.21947>
- Mutter, K. W. (2006). Propiedad intelectual y desarrollo en Colombia. *Estudios Socio-Jurídicos*, 8(2), 85-101.
<https://revistas.urosario.edu.co/index.php/sociojuridicos/article/view/324>
- Otero, M. (2021, marzo 16). Denominación de origen en el café: “Conecta al consumidor con la calidad”. *Perfect Daily Grind Español*.
<https://perfectdailygrind.com/es/2021/03/16/denominacion-de-origen-en-el-cafe-conecta-al-consumidor-con-la-calidad/>
- Quintero Clavijo, A. J. (2004). *Visión de las denominaciones de origen en Colombia*. *Revista e-mercatoria*, 3(1), 41-55.
<https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/emercata/article/view/2120>
- Resce, G. & Vaquero-Piñeiro, C. (2022). Predicting agri-food quality across space: A Machine Learning model for the acknowledgment of Geographical Indications. *Food Policy*, 112, 102345.<https://doi.org/10.1016/j.foodpol.2022.102345>
- Serrano, R., Dejo-Oricain, N., Ferrer, J., Pinilla, V., Abella-Garcés, S. & Maza, M. T. (2023). Domestic clustered networks and internationalization of agrifood SME. *Agribusiness* , 39(1), 167–195. <https://doi.org/10.1002/agr.21761>
- Specialty Coffee Association. (s.f.). Coffee value Assessment. <https://sca.coffee/value-assessment>

- Superintendencia de Industria y Comercio. (2024). La Superindustria delega en la Federación Nacional de Cafeteros la administración de las denominaciones de origen "Café de Nariño", "Café de Cauca" y "Café de Huila". Superintendencia de Industria y Comercio. <https://www.sic.gov.co/node/6543>
- Superintendencia de Industria y Comercio. (2024). Propiedad industrial. Superintendencia de Industria y Comercio <https://www.sic.gov.co/marcas/denominaciones-de-origen>
- Toma, P., Manta, F., Morrone, D. & Campobasso, F. (2022). Familiar worldwide: how PDO products reflect quality in consumers' appraisal and behaviour. *The TQM Journal*, 35(2), 470–491. <https://doi.org/10.1108/TQM-07-2021-0216>
- Thornton, H. C. & Zhao, Y. (2025). Sharing economy companies' internationalization: A business ecosystem strategy. *International Business Review*, 34(2), 102355. <https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2024.102355>
- Yang, H. & Stoian, M. C. (2025). Post-entry internationalization of born globals: The role of dynamic capabilities in accelerating growth. *International Business Review*, 34(2), 102299. <https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2024.102299>