

Café tostado de Colombia

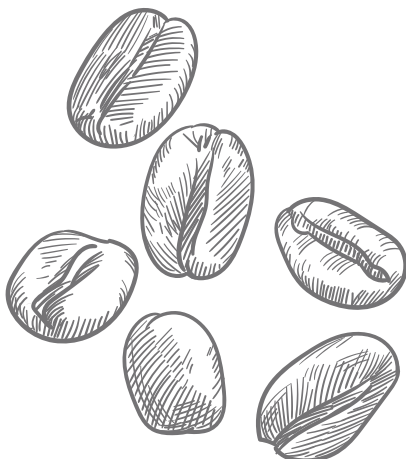
Valor agregado | Internacionalización
Oportunidades Estratégicas

Historia y tradición detrás del café tostado colombiano

En Colombia, 1014 empresas transforman diariamente el grano verde en oro aromático. La mayoría son MiPymes con pasión cafetera heredada de generaciones. El 96% de las empresas constituidas son microempresas, 2,3% pequeñas, 0,8% medianas y 0,5% grandes.

Las 353 torrefactoras registradas poseen capacidad para transformar más de 19 millones de kilos mensuales.

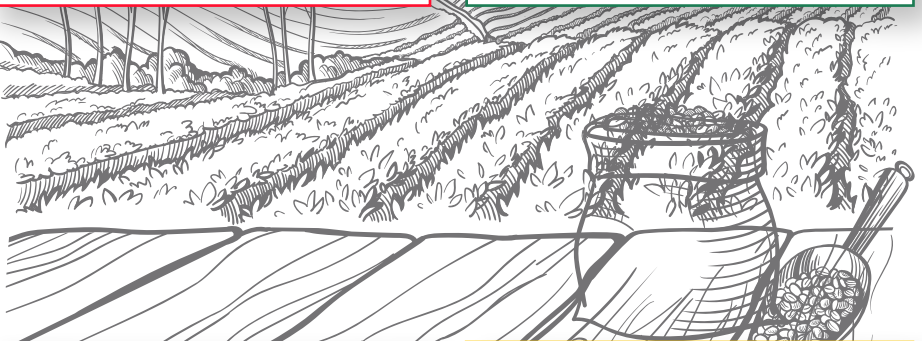
Al cruzar fronteras, la historia se concentra: apenas en no más de 50 empresas, que en los últimos cinco años han exportado de manera continua, y tres gigantes capturan el 90% del mercado internacional.



Los datos que cuentan la historia del café tostado colombiano

La mayoría de empresas que venden café tostado, son micro y pequeños maestros tostadores que escriben los primeros capítulos de su historia cafetera.

Entre 2020 y 2021, mientras el mundo se detuvo, las ventas y producción de café tostado crecieron entre 17% y 18%, como si el aroma fuera el antídoto perfecto.



En los últimos 6 años florecieron las empresas que transforman el grano dorado, alimentadas por el despertar del paladar colombiano que redescubre su propio tesoro aromático.

Según el RUES, las principales zonas tostadoras se encuentran en Antioquia (15%), Bogotá (13%), Risaralda (8%) y Santander (7%).



Oportunidad para crecer:

Antes de conquistar el mundo, hay que conquistar el hogar. Fortalecer el consumo interno es la semilla que hará crecer las exportaciones del café tostado colombiano.

Pros y contras actuales

PROS

- ✓ Nuestros procesos especiales elevan el valor del café y destacan su perfil único.
- ✓ La historia, cultura y origen de nuestro café han fortalecido su posicionamiento.
- ✓ La caficultura impulsa el empleo rural y la economía local.
- ✓ El control desde el origen garantiza calidad y cumplimiento de estándares.

CONTRAS

- ✗ Limitaciones logísticas.
- ✗ Necesidad de mejorar procesos para superar barreras técnicas y regulatorias.
- ✗ Restricciones en la capacidad productiva.
- ✗ Ampliar el acceso comercial y diversificar canales de distribución.
- ✗ Es necesario reforzar la obtención de certificaciones y cumplimiento de estándares.
- ✗ Se debe fortalecer la gestión comercial y de mercado.

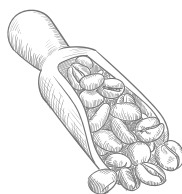
Nuestros cafés

DE ORIGEN



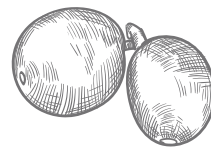
Cafés que narran la historia de nuestra tierra, portando certificaciones ambientales para conectar con consumidores conscientes que buscan más que una bebida, una experiencia exótica y sensorial que lleva el alma de regiones reconocidas por su calidad excepcional.

PREMIUM



Un segmento que encuentra su lugar entre lo cotidiano y lo exclusivo, creciendo como la opción perfecta para quienes buscan mejor calidad sin el precio premium, ganándose su espacio en las góndolas como el café de mejor calidad al alcance de todos.

TRADICIONALES



Tienen mezclas que combinan granos locales e importados, diseñadas para consumidores que buscan un perfil consistente, familiar y accesible en cada taza.

El aroma de nuestro café puede conquistar mercados internacionales

► Estados Unidos se ha convertido en el principal destino de exportaciones de cafés tostados de nuestro país.

► Ha sido el destino elegido por grupos asociativos, cooperativas y 8 empresas tostadoras que han enviado 111 cargamentos con 55.441 kilos de sabor puro, generando USD \$531.066 en ventas a \$9,57 por kilo de excelencia.

► Existen oportunidades de crecimiento en mercados como Atlanta, Nueva Orleans, Orlando y Nueva York, entre otros.



F Fuentes: Gustavo Ferro - consultor internacional, Federación Nacional de Cafeteros, ProColombia

CUMPLIMIENTO NORMATIVO:

Exigen registro de planta ante FDA (FFR), notificación previa por envío.

► Para 2023, Chile era uno de los principales mercados de exportación de cafés tostados de Colombia.

► Se convirtió en uno de los principales destinos del café dorado colombiano, tanto de cooperativas como de empresas y fincas.

► Los chilenos cada vez más despiertan su paladar hacia el café de calidad, lo que mantiene a Colombia como el proveedor más reconocido de su país.

CUMPLIMIENTO NORMATIVO:

Registro sanitario (si aplica) y cumplimiento del etiquetado conforme al Reglamento Sanitario del Instituto de Salud Pública.

► Aunque es un mercado fragmentado, se pueden ofrecer ofertas puntuales.

► Alemania es uno de los cinco principales destinos para 20 empresas tostadoras colombianas, con 23 envíos entre 2018 y 2023 que suman 43.108 kg y USD \$182.018 en ventas de café dorado. Además, es la puerta de entrada al exigente mercado europeo, donde se valora la calidad del café colombiano.

CUMPLIMIENTO NORMATIVO:

Se debe cumplir con las normativas de higiene, seguridad y etiquetado alimentario exigidas por las autoridades sanitarias de cada país miembro.

► Es una oportunidad de exportación a largo plazo.

► La importación de café verde para tostar localmente resulta más viable para muchos, ya que permite manejar mayores inventarios y garantizar la frescura del producto.

► Los aranceles para el café verde son más bajos y la tecnología de tostado en China avanza a gran velocidad.

CUMPLIMIENTO NORMATIVO:

Registro del exportador y del producto ante la GACC (Aduanas de China), además se debe cumplir con el etiquetado en idioma chino.



Para exportar café tostado desde Colombia, es clave conocer las regulaciones del país de destino. Esto incluye requisitos para el registro o notificación del producto antes del primer envío, así como la habilitación sanitaria del exportador. Además, deben cumplirse las normas de inocuidad y etiquetado que garantizan una comercialización segura y legal en el mercado objetivo.

Principales regulaciones sanitarias a considerar para la exportación de café

CONTAMINANTE



Residuos de pesticidas

CAUSAS PRINCIPALES

Contaminación durante la producción y cosecha.
Contaminación cruzada durante la manipulación y el transporte.

REGULACIONES Y LÍMITES

No hay un límite específico para café tostado. Generalmente se aplica un LMR (Límite Máximo de Residuos) de 0,01 mg/kg.



Micotoxinas / moho

Secado inadecuado (alta humedad), almacenamiento y transporte sin ventilación o con temperaturas elevadas.

Para café tostado/molido, el límite comúnmente aceptado es de 5 µg/kg.



Hidrocarburos Aromáticos Policíclicos (PAH)

Contaminación por humo de secadores artificiales o exposición a fuentes cercanas como tráfico o maquinaria.

Los PAH se controlan. Tema emergente. No hay límites específicos aún, pero se realiza control preventivo.



Acrilamida

Sustancia cancerígena que se forma naturalmente, cuando el café se tuesta a temperaturas superiores a 120 °C.

En la Unión Europea, el Reglamento (UE) 2017/2158 establece un nivel de referencia de 400 µg/kg para café tostado.

Requisitos legislativos

OTROS TEMAS REGULATORIOS

CONTENIDO

REGULACIÓN



Materiales en contacto con alimentos

El material debe estar autorizado para su uso en envases que entren en contacto con alimentos. Algunos materiales están prohibidos debido al riesgo de contaminación cruzada.

La legislación de cada país establece materiales prohibidos para contacto con alimentos. En la UE y Suiza, se restringen compuestos como cloruro de vinilo, N-nitrosaminas, BADGE, NOGE, BFDGE y metales pesados.



Etiquetado

El etiquetado permite al consumidor conocer la composición del producto y tomar decisiones de compra informadas.

Se debe tener en cuenta que, aunque cada país tiene variaciones en el tamaño de letra y requisitos de etiqueta, la mayoría sigue la Norma CÓDIGO STAN 1-1985 adaptada localmente. El idioma oficial debe incluirse y, en algunos casos, se permite el uso de etiquetas adhesivas. Algunos países, como Arabia Saudita, prohíben ciertos contenidos considerados ofensivos.



Certificación orgánica

Las importaciones y la comercialización de café tostado certificado como orgánico están reguladas.

El uso de los términos "orgánico", "bio" y otras expresiones que sugieren certificación orgánica está regulado para el café tostado y otros alimentos preenvasados.



EUDR (UE)

implicaciones al exportador:
Trazabilidad geográfica obligatoria
Declaración de diligencia debida
Recolección y verificación de datos

Se debe tener en cuenta que, a partir de diciembre de 2025, los exportadores que deseen acceder al mercado de la Unión Europea deberán cumplir con el Reglamento sobre Productos Libres de Deforestación (EUDR), aplicable al café verde y tostado.

Los canales de comercialización más relevantes



DISTRIBUIDOR INTEGRADO

Establecer una oficina de representación en el mercado de destino permite optimizar la logística, mejorar la atención al cliente y fortalecer la presencia comercial y de marketing.

Ejemplo: Café Devotion (EE.UU.)



DISTRIBUIDOR IMPORTADOR

Trabajar con distribuidores locales, con conocimiento del mercado facilita el acceso a canales étnicos, éticos o gourmet, ya sea directamente o mediante agentes comerciales.

Ejemplos: Frontier Co-op (EE.UU.); Amarket Gourmet (Chile); Goya Foods (EE.UU. y España)



SUPERMERCADOS

Producción bajo maquila o tostado para marcas privadas, incluidas marcas de comercio justo o de supermercados.

Ejemplos: Marca comercio justo Gepa (Alemania); supermercado Walmart (EE.UU.).



CADENAS MINORISTAS

Ingresar al retail con marca propia permite posicionarse directo ante el consumidor.

Ejemplos: Falabella (Chile) y Jumbo (Países Bajos).

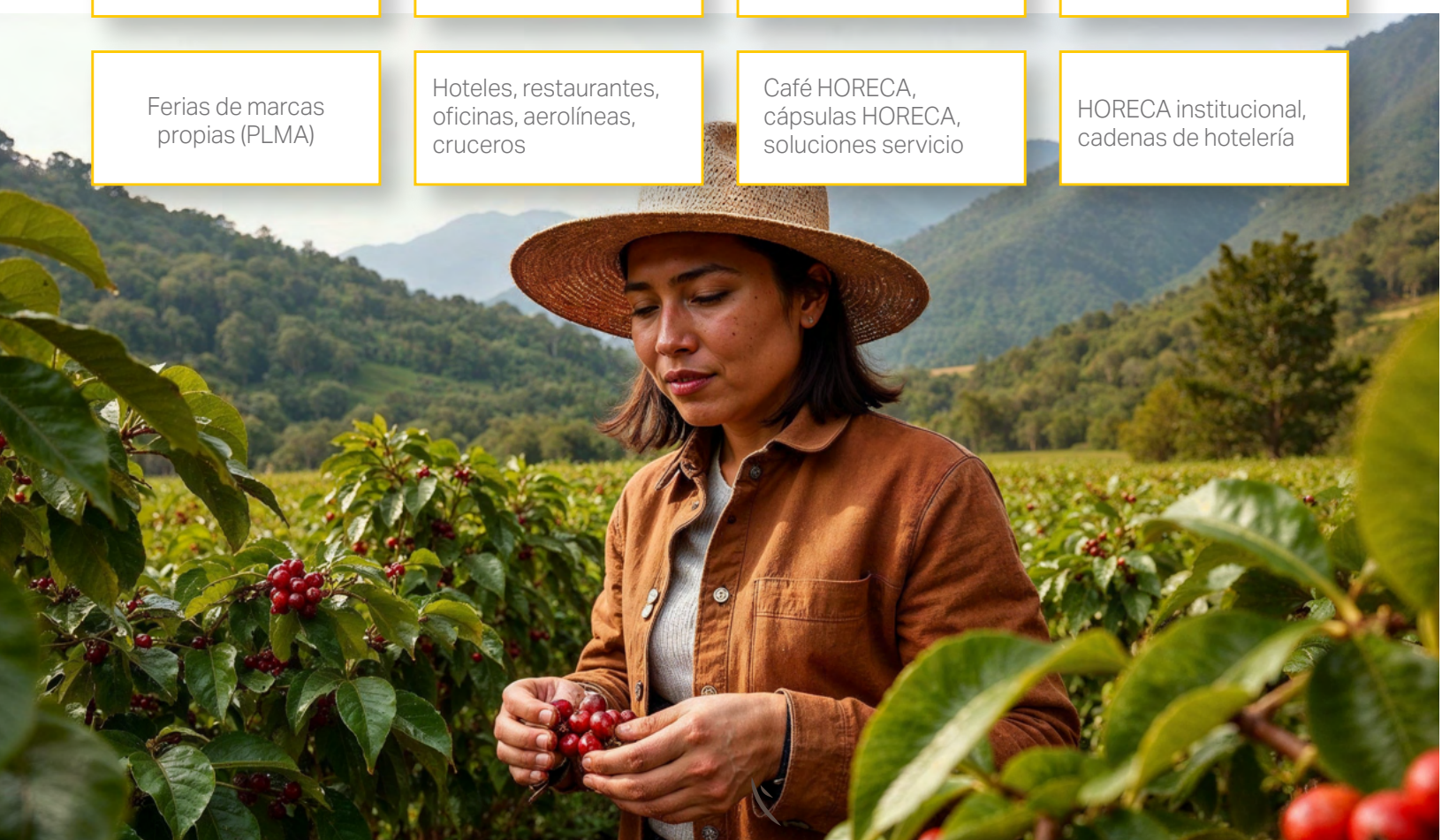




Estrategia para conquistar mercados priorizados

En una estrategia de comercialización clara, facilita el posicionamiento de la marca y el origen del café, permite identificar compradores y canales especializados, conocer tendencias e innovaciones, y fortalecer alianzas logísticas y comerciales. A continuación, compartimos información útil para elegir las ferias y eventos más adecuados:

TIPO DE EVENTO	TIPOS DE COMPRADORES	PERFIL DE PRODUCTO	CANALES QUE ACTIVA
Ferias sectoriales de café	Importadores especializados, tostadores boutique, coffee shops	Cafés especiales y diferenciados, origen únicos, microlotes	Importadores especializados, HORECA premium, marca propia, nicho
Ferias multisectoriales de alimentos	Supermercados, brokers, distribuidores multiproducto	Blends comerciales, premium retail	Private label, marca propia retail, HORECA masivo
Ferias multisectoriales de alimentos	Supermercados, centrales de compra	Private label, blends estandarizados	Private label puro, grandes cadenas de retail
Ferias de marcas propias (PLMA)	Hoteles, restaurantes, oficinas, aerolíneas, cruceros	Café HORECA, cápsulas HORECA, soluciones servicio	HORECA institucional, cadenas de hotelería



Reconocimiento de mercados

MERCADO DE CORTO PLAZO

Estados Unidos

Coffee Fest: Este festival se realiza varias veces al año en diferentes ciudades de Estados Unidos, como Nueva York, Chicago o Los Ángeles. Está enfocado en profesionales del café, especialmente pequeños negocios, tiendas de café de especialidad y tostadores independientes.

New York Coffee Festival, Los Angeles Coffee Festival y San Francisco Coffee Festival: Son festivales urbanos centrados en el consumidor final, pero también con fuerte componente profesional.

PLMA's Private Label Trade Show: Este evento tiene lugar cada noviembre en Chicago, y es el más importante de EE. UU. para productos de marca privada.

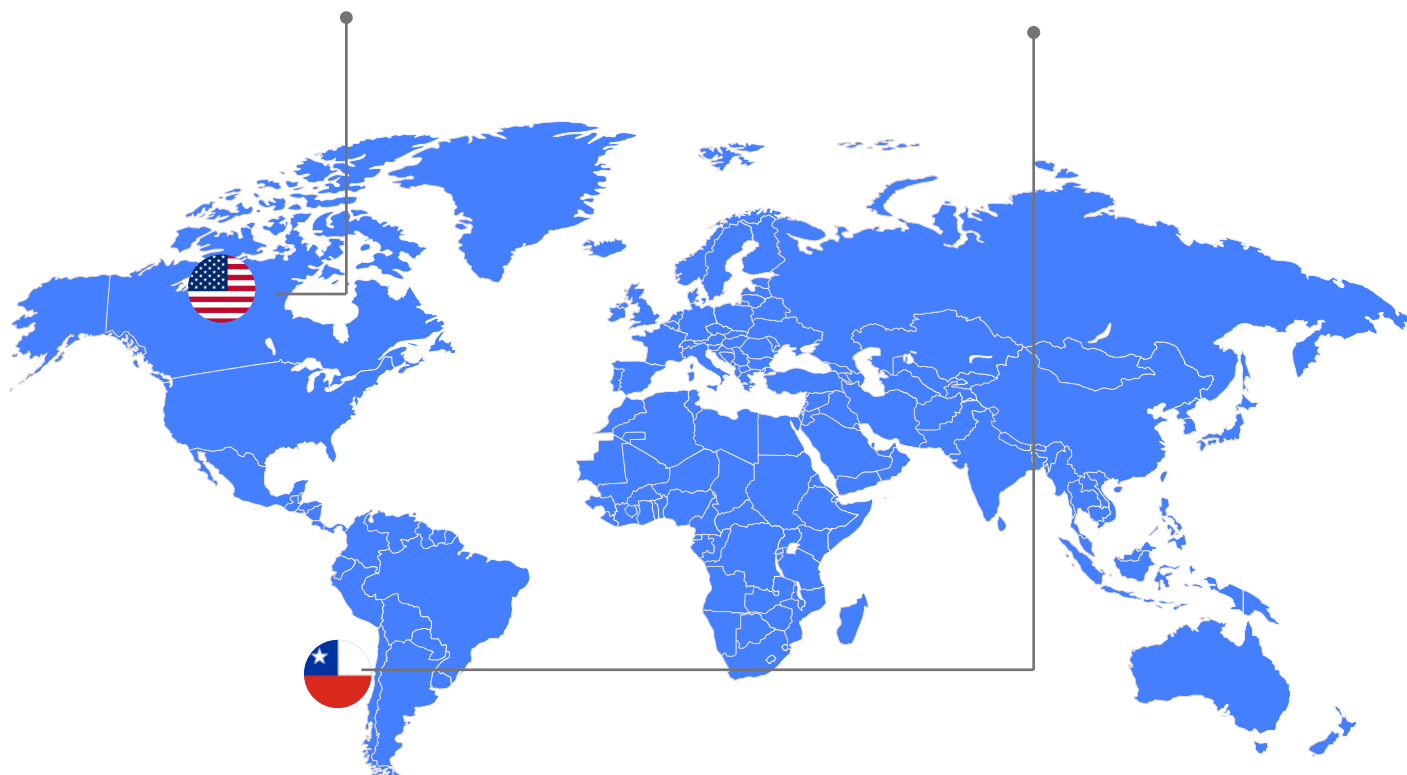
MERCADO DE CORTO PLAZO

Chile

Expo Café Chile: Evento especializado en el mundo del café, que reúne a marcas de café nacional e importado, equipos, baristas y profesionales del sector.

Espacio Food & Service (Santiago): Es la feria de alimentos más importante de Chile y una de las principales en América Latina. Reúne a productores, distribuidores, importadores y compradores del sector retail, foodservice y horeca.

Mercado Paula Gourmet (Santiago): Aunque más orientado al consumidor final, este evento también es un punto de visibilidad para marcas emergentes, productos gourmet y cafés de especialidad.



Recomendaciones para lograr una propuesta de valor atractiva

1. Storytelling del origen

Narrar la historia única de cada región productora, conectando emocionalmente con consumidores que buscan autenticidad y tradición en cada taza.

2. Diferenciación por perfil sensorial

Desarrollar perfiles de tostado únicos que resalten las características específicas del terroir colombiano, creando experiencias sensoriales memorables.

3. Certificaciones de valor

Obtener certificaciones ambientales y de comercio justo que permitan acceder a segmentos premium con consumidores conscientes dispuestos a pagar más.

4. Packaging innovador

Diseñar empaques que mantengan la frescura del producto mientras comunican visualmente la calidad premium y el origen colombiano.

5. Trazabilidad completa

Implementar sistemas de trazabilidad que permitan al consumidor conocer desde la finca de origen hasta el proceso de tostado, agregando valor y confianza.

6. Experiencias de marca

Usar herramientas digitales, como plataformas B2B, contenido audiovisual y redes sociales, trabajar con líderes del sector y participar en ferias internacionales, fortalece la conexión con el público y el posicionamiento del café colombiano en mercados clave.

Documentación pertinente para iniciar exportación

DOCUMENTO	RESPONSABLE	OBSERVACIÓN
Registro de exportador	FNC	Obligatorio para cualquier modalidad de exportación
Registro sanitario	INVIMA	Para productos procesados: café tostado, molido o soluble.
Certificado de origen	FNC o DIAN	Requerido por muchos mercados para beneficios arancelarios
Factura de exportación	Exportador	Debe incluir toda la información comercial del envío
Inspección sanitaria	INVIMA	Algunos destinos la exigen previo embarque

Logística y transporte



Marítimo (FCL)

Volumen recomendado: Desde 10-12 Toneladas FCL

Ventaja: Menor costo por kilo transportado

Desventaja: Mayor tiempo de entrega y riesgo si no se cuenta con adecuada protección frente a la humedad y temperatura

Opción perfecta para: Cooperativas, asociaciones y pymes.



Aéreo

Volumen recomendado: Desde 100kg hasta varios pallets

Ventajas: Rapidez y eficiencia

Desventajas: Costo elevado, requiere una clara estrategia de precio, costos fijos elevados para pequeños volúmenes

Opción perfecta para: Exportadores con experiencia y red logística propia, cooperativas, asociaciones y pymes.



Courier Internacional

Volumen recomendado: Hasta 50 Kg por envío

Ventajas: Rápido, simplificado, sin trámites aduaneros complejos

Desventajas: Costoso por unidad, limitaciones de peso, poco rentable en grandes volúmenes

Opción perfecta para: Exportadores con cliente fijo en el exterior.



Federación Nacional de Cafeteros (FNC)

Volumen recomendado: Pequeñas cantidades menores a 50,4 kg por envío.

Ventaja: Acceso seguro a mercados internacionales con respaldo institucional.

Desventaja: Limitación en volúmenes exportables, restringido a pequeñas cantidades.

Opción perfecta para: Microempresarios, marcas nuevas, cafés especiales que quieren empezar a exportar en lotes pequeños.



Insights clave y oportunidades para actores del sector

Productores

Exportadores

Empresarios

Gobierno

Insight

El mercado internacional valora cada vez más el origen, la sostenibilidad y la trazabilidad del café.

La diversificación de mercados es clave ante cambios en demanda y regulaciones internacionales.

El consumidor global busca experiencias auténticas, marcas con propósito y conexión directa con el origen.

El café es un motor estratégico para el desarrollo rural, la sostenibilidad y la construcción de paz en Colombia.

Oportunidad

Acceder a precios premium al mejorar prácticas agrícolas, certificarse y contar historias que conecten con el consumidor global.

Explorar nuevos destinos con cafés diferenciados y fortalecer alianzas con compradores que valoran sostenibilidad y calidad constante.

Crear marcas de café de especialidad con identidad colombiana, aprovechar el storytelling del origen y escalar a través de canales digitales y ferias internacionales.

Impulsar políticas públicas que fortalezcan la exportación de cafés diferenciados, mejorando infraestructura, formación y promoción internacional.

