



Investigación de mercados emergentes para la exportación de café Tolimense

Katerin Yulieth Méndez Barrera

Código: 20701821616

Universidad Antonio Nariño

Programa de Comercio Internacional

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

Ibagué, Colombia

Mayo, 2022

Investigación de mercados emergentes para la exportación de café Tolimense

Katerin Yulieth Méndez Barrera

Proyecto de grado presentado como requisito parcial para optar al título de:

Profesional en Comercio Internacional

Director (a):

William Eduardo Góngora Higuera

Economista y Magister en Desarrollo Rural

Línea de Investigación:

Economía Internacional

Universidad Antonio Nariño

Programa de Comercio Internacional

Facultad de ciencias Económicas y Administrativas

Ibagué, Colombia

Mayo, 2022

NOTA DE ACEPTACIÓN

El trabajo de grado titulado **Investigación de mercados emergentes para la exportación de café Tolimense**, cumple con los requisitos para optar al título de **Profesional en Comercio Internacional**.

Firma del Tutor

Firma Jurado

Firma Jurado

Ibagué, 27 de mayo de 2022.

Dedicatoria

A mis padres Yina Barrera Gasca y Maxi Méndez Díaz quienes con su amor, paciencia y esfuerzo me han permitido llegar a cumplir hoy un sueño más, gracias por inculcar en mi ejemplo de esfuerzo y valentía, de no temer a las adversidades porque Dios siempre estará ahí para mí.

Katerin Méndez

Agradecimientos

En primer lugar, agradezco a Dios quién me ha dado la facultad e inteligencia para llevar a cabo los retos que han existido durante mis experiencias académicas, seguido agradezco a la Universidad Antonio Nariño la cual desde el inicio ha sido parte de este proceso y me ha otorgado la oportunidad de formarme como profesionales en la carrera que he elegido.

Así mismo, agradezco a todo el equipo docente quien me han acompañado durante mi proceso normativo y en especial a mi tutor William Eduardo Góngora por sus valiosos alcances que me permitieron enfocar el desarrollo de mi trabajo de investigación.

Por último, agradezco a mis padres por el apoyo y amor incondicional que me han fortalecido constantemente y la compañía que me han brindado en el transcurso de los periodos académicos.

Tabla de Contenido

	Pág.
Resumen.....	9
Abstract.....	10
Introducción	11
1. Antecedente del Problema	13
1.1 hipótesis	15
2. Objetivos	16
2.1 Objetivo General	16
2.2 Objetivos Específicos.....	16
3. Justificación	17
4. Marco Teórico	20
4.1 Teoría clásica de la ventaja absoluta	20
4.2 Teoría de la ventaja comparativa	21
4.3 El modelo Hescscher- Ohlin	22
4.4 Teoría de Internacionalización	23
4.5 Antecedentes	24
4.5.1 Plan exportador de café especial suave colombiano tostado y molido a mercados internacionales	24
4.5.2 Viabilidad del plan exportador de café tostado y molido de la empresa la granja hacia el mercado japonés	25
4.5.3 Modelo de internacionalización para la exportación de cafés especiales hacia Corea del Sur.....	26
5. Diseño Metodológico	27
5.1 Tipo de Estudio.....	27
5.2 Fuentes de información.....	27
5.3 Técnicas e instrumentos para recolectar la información.....	28
5.4 Técnicas e instrumentos para analizar la información	28

6. Resultados y analisis	32
6.1 Caracterización socioeconómica para la Exportación de Café.....	32
6.2 Análisis la dinámica del mercado internacional del café.....	39
6.3 Caracterización socioeconómica y de comercio internacional de los mercados emergentes.....	43
6.3.1 Descripción de la caracterización socioeconómica de Taiwán	43
6.3.2 Descripción de la caracterización socioeconómica de Malasia	45
6.3.3 Descripción de la caracterización socioeconómica de China.....	46
6.4 Diagnóstico de la Matriz de Preselección de Mercados	49
6.5 Guía de exportación de café tolimense a los mercados emergentes.....	52
7. Conclusiones	54
Referencias Bibliográficas.....	57
Anexos	64

Lista de Figuras

	Pág.
<i>Figura 1 Municipios Caficultores del Tolima</i>	33
<i>Figura 2 Empresas exportadoras de café en el Tolima</i>	40

Lista de Anexos

	Pág.
<i>Anexo 1 Puntajes para la calificación de la Matriz de Mercados</i>	64
<i>Anexo 2 Mercados importadores de Café Tolimense entre 2016-2020 (Kilogramos por año)</i> ... 65	65
<i>Anexo 3 Empresas exportadoras y principales destinos de café del Tolima (2022)</i>	66
<i>Anexo 4 Matriz de Mercados</i>	67
<i>Anexo 5 Guía de Exportación del Café</i>	71

Lista de Símbolos y Abreviaturas

Símbolo

Término

FNC

Federación Nacional de Cafeteros

TCA

La Asociación de Café de Taiwán

Resumen

El propósito de este estudio de investigación está enfocado en diversificar los destinos de exportación de café Tolimense, buscando alternativas de internacionalización en mercados emergentes que se posicionan como potenciales nichos para desarrollar eventuales procesos de exportación de café Tolimense, de acuerdo a la dinámica del comercio internacional, basado en el análisis de distintas variables del mercado, que permiten identificar mercados objetivo.

El desarrollo de esta investigación se fundamenta bajo un alcance descriptivo de enfoque cuantitativo, la cual recopila información pertinente que permita identificar el comportamiento del mercado de los países importadores de café, demostrando cifras importantes para identificar los principales consumidores y los mercados emergentes. Se determinó como resultado a China como mejor oportunidad para el proceso de exportación dado a que el consumo de café es considerado un signo de sofisticación entre su población, y a su constante crecimiento para que llegue a convertirse en un segmento de consumo para intensificar las exportaciones del café Tolimense.

Palabras clave: Café, Tolima, Exportación, Mercados Emergentes, Comercio Internacional.

Abstract

This paper analyzes is focused on diversifying the export destinations of Tolima's coffee, looking for internationalization alternatives in emerging markets that are positioned as potential niches to develop eventual export processes of Tolima's coffee, according to the dynamics of international trade, based on the analysis of different market variables that allow identifying target markets.

This research is based on a descriptive scope of quantitative approach, which compiles pertinent information that allows identifying the market behavior of coffee importing countries, showing important figures to identify the main consumers and emerging markets. As a result, China was determined as the best opportunity for the export process given that the consumption of coffee is considered a sign of sophistication among its population, and its constant growth to become a segment of consumption to intensify the exports of coffee from Tolima.

Keywords: Coffee, Tolima, Export, Emerging Markets, International Trade.

Introducción

Pensar en comercio internacional es hacer una inmersión en un mundo de intercambios de productos y servicios que como efecto de un mundo cada día más globalizado se amplía dentro de las economías. Son millones los productos que día a día atraviesan fronteras, siendo el café uno de los productos estrellas dada su alta tasa de demanda a nivel mundial gracias a su calidad, variedad y diversidad de productos que de este se desprenden. Es por esto que muchas economías a lo largo de su historia han dependido de su comercialización, tal como países asiáticos y de Sudamérica, donde se destacan Brasil y Colombia por una gran producción con una alta calidad (CafésMamaSame, 2021).

La caficultura es una inspiración que constituye una de las tradiciones culturales y de negocios más importantes para Colombia, de donde se deriva el producto insignia de los colombianos, y se convierte en mucho más que eso, pues pasa de ser solo un producto a ser un referente mundial que le ha permitido a Colombia posicionarse en mercados internacionales (SICEX, 2022).

Por esta razón, es muy oportuno aprovechar las ventajas, en términos geográficos de Colombia, como de la región del Tolima, en donde hay tierras altas disponibles para desarrollar cultivos de excelente calidad, en donde se pretende desarrollar eventuales procesos de exportación de café a esos mercados emergentes que han resultado ser un factor relevante en el crecimiento económico mundial debido a su desarrollo y el auge que han logrado hasta el momento (Comun Tamariz & Huaman Ojeda, 2019) y que se proyectan como potenciales nichos para la exportación de café Tolimense.

El apartado inicial de este documento engloba una revisión de la caracterización económica y legal que exige el proceso de café en Colombia, donde se observó la capacidad de producción tanto para Colombia como para el departamento del Tolima, con el fin de conocer su capacidad productiva siendo un instrumento que dinamiza la malla productiva de las regiones.

Más adelante, se logró elegir el mercado potencial más viable y con mejores proyecciones de crecimiento para la exportación de café Tolimense, teniendo en cuenta las variables de poder adquisitivo per cápita, tipo de gobierno, índice de facilidad para hacer negocios, población, conectividad geográfica con los diferentes países y crecimiento de las importaciones en cantidad y valor de 2016-2020, donde gracias a la Matriz de mercados y a la ponderación aplicada se comparó y determinó al país más potencial para eventuales procesos de exportación de este grano.

Finalmente, se expone una guía para un eventual proyecto de exportación de café Tolimense hacia esos nuevos mercados potenciales y así mismo dar a conocer los procesos para realizar las negociaciones con los países estudiados, siendo esto una base para el proceso de negocios internacionales para la comercialización del café Tolimense.

1. Antecedente del Problema

Colombia es el tercer productor de café en el mundo y el principal productor de café arábico suave lavado (CAVECOL, 2021). Desde 1835 se registra la primera producción comercial de sacos y comienza su exportación desde la aduana de Cúcuta (Café de Colombia, 2022; párr. 1) para el año 2021 representa el 1% del PIB nacional, mientras que su contribución agrícola es de 15,3% (AGRONEGOCIOS, 2021; párr.7).

El café colombiano es altamente reconocido a nivel mundial por su calidad y la aceptación que tiene en gran parte de los mercados del exterior, no es en vano que Procolombia identifique a países como Estados Unidos, Alemania, Japón, México, Canadá y Ecuador, como los principales destinos de las exportaciones nacionales de café (2020; párr. 6) dando ocupación directa e indirecta 2 millones de personas dedicadas al cultivo, transformación, procesamiento y comercialización del producto en todo el mundo (AGRONEGOCIOS, 2021; párr. 8).

La experiencia exportadora de la economía colombiana ha estado tradicionalmente influenciada por el sector cafetero, gracias a su nivel de producción que es tan alto que abarca 590 municipios y a los departamentos andinos del país (Pérez Toro, 2013, pág. 15), asimismo define importantes zonas cafeteras para su producción, con condiciones climáticas ideales para el cultivo del café, destacando al Tolima como uno de los principales productores colombianos de café en el que muestra cifras positivas y según la Federación Nacional de Cafeteros, es “[...] el tercer productor de café en Colombia con una participación del 12,8% en el año 2019” (El Cronista, 2020; párr. 1) destacándose la notable participación, en los municipios de Planadas, Ataco, Ibagué, Líbano y Chaparral (El Cronista, 2020;párr. 8).

Así mismo, es pertinente destacar que el departamento del Tolima cuenta con una amplia cantidad de hectáreas sembradas en los 38 municipios cafeteros (Congreso Nacional de Cafeteros , 2011, pág. 17), los cuales cuentan con favorables condiciones climáticas, factor clave que se constituye como aspectos dinamizadores que permiten la constante producción del dicho grano en el Tolima.

El café es uno de los principales productos agrícolas del Tolima, de acuerdo a las exportaciones, según cifras suministradas por Legiscomex, los países como Estados Unidos, Alemania, Japón y Canadá son los principales destinos pues han importado un total de 68.927.318 Kilogramos de café 2016-2020, acompañado de otros mercados emergentes como lo son Taiwán, Malasia, Arabia Saudita y China con 2.879.636 Kilogramos de café 2016-2020, los cuales han realizado compras internacionales de café Tolimense en los últimos años por la buena aceptación en los distintos mercados y con unos registros de variación porcentual llamativos que los hace atractivos como mercados potenciales de profundizar (Legiscomex, 2022).

Según los datos recopilados de Legiscomex se evidencia que los países tradicionales que han desarrollado relaciones comerciales con el Tolima en el intercambio de café, han registrado una Tasa de Crecimiento negativa entre el periodo 2016-2020, mostrando que Estados Unidos saldo -32%, Alemania cayó en promedio un -44%, Japón lo hizo por un -39% y Canadá con un -8% (Legiscomex, 2022).

En este sentido, se identificaron 3 países con una tasa de crecimiento superior a los países tradicionales en el mismo periodo, como Taiwán con un 166%, Malasia 148%, Arabia Saudita 93% y China 69% lo que es favorable para la demanda del producto potencial y así aumentar la incursión a estos mercados emergentes, lo que conlleva a mayores posibilidades para continuar

mejorando el nivel de las exportaciones del Tolima y así continuar fortaleciendo las relaciones comerciales con estos países (Legiscomex, 2022).

Es claro que en los últimos años, el consumo interno en los países exportadores de café está aumentando, y los mercados emergentes, que a menudo eran países con tradición de consumo de té (ORGANIZACIÓN INTERNACIONAL DEL CAFÉ, 2018, pág. 2), han adquirido un gusto más fuerte por el café, con lo que ofrecen nuevas oportunidades de mercado y así continuar fortalecer la competitividad de la caficultura colombiana.

Apartir de esta descripción es válido que los investigadores se cuestionen **¿ Cuáles son los mercados emergentes que se posicionan como nichos potenciales para las exportaciones de café tolimense debido a la dinámica del comercio internacional de esta mercancía entre 2016-2020?**

1.1 hipótesis

A partir de lo anterior se espera que existan mercados de destino alternativos y potenciales distintos a los tradicionales para las exportaciones de café tolimense debido a la dinámica del comercio internacional de esta mercancía entre 2016-2020?

2. Objetivos

Con el propósito de desarrollar de manera satisfactoria la pregunta de investigación, se proponen los siguientes objetivos.

2.1 Objetivo General

Identificar los mercados emergentes que se posicionan como potenciales nichos para desarrollar eventuales procesos de exportación de café Tolimense de acuerdo a la dinámica del comercio internacional de esta mercancía entre 2016-2020.

2.2 Objetivos Específicos

- ✓ Establecer la caracterización socioeconómica y normas legales que exige la exportación de café en Colombia.
- ✓ Analizar la dinámica del mercado internacional del café para identificar potenciales socios comerciales, de tal forma que sea posible diversificar los destinos de exportación del café Tolimense.
- ✓ Desarrollar una caracterización socioeconómica y de comercio internacional de los mercados emergentes definidos para eventuales procesos de exportación de café Tolimense.
- ✓ Realizar un diagnóstico a través de la matriz de preselección de mercados para determinar los países con mejor proyección y potencialidad para la exportación de café desde el departamento del Tolima.
- ✓ Diseñar una guía de exportación de café tolimense a los mercados emergentes identificados que les permitan conocer los procesos y requerimientos para desarrollar ventas internacionales.

3. Justificación

De acuerdo con el proceso de consulta e investigación de la información suministrada por la plataforma Legiscomex, se logró identificar un estudio sobre las exportaciones de café, con el objetivo de determinar los mercados que se proyectan como potenciales nichos de demanda.

Para ello es imprescindible conocer los mercados internacionales que actualmente demandan y consumen este producto a escala global, así como identificar otros mercados emergentes que han resultado ser un factor importante para el crecimiento de la economía mundial por la evolución y el auge que ha logrado hasta el momento (Comun Tamariz & Huaman Ojeda, 2019, pág. 2) en el que podrían convertirse en nuevos aliados para la exportación de café Tolimense.

Dentro de este proceso, es preciso identificar las capacidades de demanda y consumo en los mercados internacionales, así como fue posible observar aquellos mercados emergentes que registran mayores tasas de crecimiento; por lo que aumentar la presencia en ellos significa una mayor posibilidad de incrementar las exportaciones de café Tolimense, como se puede observar en el Anexo 2.

A partir de la información suministrada por Legiscomex (2022), los cuatro principales países que registran los mayores niveles de demanda global acumulada entre 2016-2020 concentran el 17% del mercado, destacando a Estados Unidos (42.111.692 Kg), Alemania (10.083.364 Kg), Japón (9.905.356 Kg) y Canadá (6.826.906 Kg) siendo los principales importadores de Café del Tolima, evidenciando que tradicionalmente son los más potenciales para eventuales oportunidades comerciales.

En contraste con ello se identifica en los periodos analizados las conexiones con nuevos mercados emergentes, los cuales son materia de investigación para identificar nuevas alternativas para la exportación del Café Tolimense. Dentro de esta dinámica se posiciona a Taiwán (551.204 kg), Malasia (1.391.128 kg) y China (723.771 kg) como los países objeto de investigación, quienes muestran, a partir de sus registros medios de crecimiento entre 2016 y 2020, la posibilidad de expandir la exportación de café Tolimense a estos mercados (Legiscomex, 2022).

Considerando que estos países hacen parte de un mismo escenario geográfico se puede apreciar, que el mercado asiático se encuentra en “(...) creciente aumento por el consumo de café (con una media del 4,4 % al año)” (EFE: Agencia EFE, 2019; párr. 7) debido al aumento de demanda y el potencial del mercado, en el que se puede evidenciar que desean incluir el café colombiano entre la oferta de sus productos presentando una transformación positiva que representa una inserción atractiva para la industria cafetera colombiana, como actores globales de suma importancia debido a las altas perspectivas de crecimiento, desarrollo y gran magnitud de sus mercados.

Asimismo, por medio de los datos recopilados de Legiscomex que muestra como evidencia que durante el periodo 2016-2020 se ha registrado un incremento positivo en las exportaciones del café Tolimense hacia estos tres países, dando paso a eventuales proyectos de negocio internacional que se esperaría hagan un aporte favorable para el crecimiento de la economía de la región y así poder consolidar esas rutas de comercio internacional emergentes que vienen tomando un lugar dentro de los destinos de exportación de café del Tolima.

Con todo esto, el objetivo de esta investigación apunta a identificar los nuevos mercados potenciales para desarrollar el comercio internacional del café producido en el departamento del

Tolima, buscando alternativas de internacionalización en los mercados emergentes dando a conocer la posibilidad que tiene esta semilla a nivel internacional, que a su vez generarían nuevas oportunidades a los productores agrícolas del país.

A partir de lo postulado anteriormente, se espera con este estudio sea una guía para un eventual proyecto de exportación de café Tolimense hacia los países mencionados anteriormente, como nuevos mercados potenciales y así mismo dar a conocer los procesos para realizar las negociaciones con los países estudiados siendo esto una base para interesados en el proceso que quieran incursionar en un proyecto de negocios internacionales para la comercialización del café Tolimense.

4. Marco Teórico

Teniendo en cuenta que el avance económico de los países se debe principalmente al comercio internacional; a lo largo de los años han surgido teorías económicas que intentan explicar diferentes fenómenos que hacen que un país sea más desarrollado que otros, es decir, aquellas ventajas que tienen algunos países con respecto a otros.

Para ello se toman referencia cuatro aportes que sustentan la temática propuesta: 1) Teoría clásica de la ventaja absoluta, 2) Teoría de la ventaja comparativa, 3) Modelo de Heckscher-Ohlin y 4) Teoría de la internacionalización.

4.1 Teoría clásica de la ventaja absoluta

El café colombiano es un claro ejemplo de la importancia que tiene el comercio internacional dentro de cualquier economía, siendo este uno de los primeros productos que le abrieron las puertas al país en los mercados internacionales gracias a la especialización que se dieron en algunas regiones donde el café se desarrolla y alcanza altos niveles de calidad que son demandados en otros países aplicando así una de las teorías más conocidas dentro del comercio internacional como lo es la de la ventaja absoluta planteada por Adam Smith durante el siglo XVIII, en la cual se hace referencia en cómo los países deben especializarse en aquello que tienen una ventaja absoluta e importar aquellos otros en los que tuviera una desventaja absoluta (Dominick Salvatore, 1998, pág. 2). Este postulado de Smith, desarrollado por Dominick Salvatore, propone que:

La teoría de la ventaja absoluta planteada por Adam Smith destaca la importancia del libre comercio para que la riqueza de las naciones se incremente, basándose en que cada país podía especializarse en

producir bienes para los que tiene una ventaja absoluta (es decir, puede producir más eficientemente que otros países) e importar bienes para los que tiene una desventaja absoluta (es decir, puede ser menos productivo). Esta especialización internacional de los factores de producción conducirá a un aumento de la producción mundial, que sería compartida por las naciones comerciantes (1998, pág. 2).

De acuerdo a lo expuesto por Smith se entiende la importancia que tiene tanto para los países como para el mercado el intercambio de productos a nivel internacional, teniendo en cuenta aquellos bienes que tienen un mayor costo producirlos y que requieren traerlos de otros mercados y aquellos en los cuales tienen mayores beneficios de producción y que podemos llevar a nuevos mercados, tal es el caso del café que como se ha mencionado ha sido un producto de gran relevancia no solo para la economía local, sino que ha logrado estar presente en un lugar importante en el mercado internacional.

4.2 Teoría de la ventaja comparativa

Así mismo, David Ricardo desarrolla el principio básico de la ventaja comparativa, en el que los países no siempre pueden producir todo lo que desean, para ello existe el intercambio internacional de mercancías, el que cubre esa parte en la que el país es débil. A partir de esto, la teoría de David Ricardo engloba una idea principal que es desarrollada por Oscar Bajo así:

Por medio de la cual reconoce que las fuerzas del mercado asignarían los recursos de un país a áreas donde eran relativamente más productivos. En otras palabras, “Un país exportará (importará) la mercancía que produce con un menor (mayor) coste relativo en términos de la otra mercancía. (...) según el principio de la ventaja comparativa resultaría beneficioso para ambos países dedicarse a producir el bien donde tiene dicha ventaja e intercambiar con el otro país, es

pues, ante las diferencias de tecnologías que se crea la ventaja comparativa y la generación de comercio entre naciones” (1991, pág. 15).

De esta manera, países como Colombia, que cuenta con suelos, climas y manos de obra acordes a los requerimientos para la cosecha de café de alta calidad, lo posicionan como un productor que cuenta con una ventaja competitiva frente a otros productores a nivel mundial, soportando además por las cualidades que trasmite a los consumidores que le permite al país ser reconocido a nivel mundial.

4.3 El modelo Hescscher- Ohlin.

En cuanto esta teoría, en la que se asume que los países deben especializarse en la producción de bienes que usan intensivamente en el factor en el cual el país tiene abundancia, se espera que los países que son abundantes en tierra sean exportadores de alimentos, por ejemplo, y los países que tengan una dotación abundante de mano de obra calificada tienda a exportar bienes de trabajo intensivo; todo esto, explicado en parte por las diferencias de productividad en cuanto a los recursos que cuentan los países.

Este postulado de Hescscher-Ohlin desarrollado por Bajo Rubio, estaría mostrando que se debe hacer una exportación cuando se observa que hay países que tienen más materia prima (factores relativamente más baratos) pero con una escasez de capital (factores relativamente más caros); mientras que habrá otros con mayor abundancia de capital (relativamente más baratos) y recursos naturales y mano de obra escasa (factores relativamente más caros) que podría producir el bien que utiliza más (menos) intensivamente dicho factor a un menor (mayor) precio relativo en cuanto tendría que exportarlo (importarlo) (2012, pág. 15).

De acuerdo con estas situaciones, cada país puede tener ventajas comparativas derivadas de la abundancia de alguno de los factores de la producción o de dos de ellos. A partir de esto, Colombia, gracias a su ubicación geográfica, cuenta con alta producción de café en diferentes regiones, gracias a la abundante dotación de “capital” (entendiendo acá como recursos: tierras aptas, clima, principalmente) requerida para la producción de café, que le otorga una ventaja comparativa en la comercialización del grano a nivel mundial.

4.4 Teoría de Internacionalización

La idea central de la teoría de la internacionalización, desarrollada por Buckley y Casson en 1976 y Rugman en 1979, es que las empresas realizan internamente operaciones ineficientes en el mercado (es decir, aprovechan las oportunidades creadas por mercados imperfectos). Estas empresas poseen un conjunto de habilidades diferenciadas denominadas factores específicos que garantizan una ventaja sobre la competencia. Según esta teoría, cuando la internacionalización de las operaciones se produce más allá de las fronteras nacionales, nos encontramos ante un proceso de internacionalización del que surgen las corporaciones multinacionales (Cardozo, Chavarro, & Carlos, 2007, pág. 6).

Existen diferentes factores que pretenden explicar la razón por la cual las empresas, en este caso entendidas como productores de café, puedan tener una expansión internacional bajo las condiciones físicas y geográficas que conllevan a que haya mercados potenciales a los que se quieren apreciar. Por tanto, según esta teoría, la internacionalización se efectuará cuando los costos internos de su gestión sean inferiores a los costos incurridos por realizar estas transacciones en el mercado, como, por ejemplo, a través de la exportación de productos por efecto del desempeño imperfecto del mercado.

4.5 Antecedentes

Gracias a sus diversos pisos térmicos y tierras fértiles, Colombia es uno de los que produce el mejor café para el consumo interno y también de gran demanda en el extranjero. Por ende, se tiene como objetivo observar el comportamiento del mercado del café que ha logrado cautivar el paladar del consumidor a nivel mundial, haciendo de Colombia un referente en este sector. A continuación, se han encontrado 3 estudios sobre la exportación de café, demostrando el potencial para ingresar al mercado internacional de la siguiente manera:

4.5.1 Plan exportador de café especial suave colombiano tostado y molido a mercados internacionales

Se tiene el aporte de un proyecto de grado formulado en la Universidad de Medellín, en el que se identifica el potencial para comercializar cafés especiales tostados y molidos 100% de origen colombiano, debido a la calidad y buen nombre con que goza el café de Colombia ante el mundo. En línea con esto, y presentando un ejemplo de lo que sería la inserción del café colombiano en mercados en crecimiento, se piensa en Chile que es considerado una economía en potencia, donde el poder adquisitivo es alto y la población es cada vez más dispuesta a pagar más por productos de origen en los cuales se resalta la calidad (González Bedoya & Escobar Fernandez , 2014).

Por ende, la caficultura es una actividad agrícola muy importante en el contexto del desarrollo de Colombia. Dentro de las características que hacen que sea reconocido el café nacional, se debe a que sus cuatro componentes (aroma, cuerpo, acidez y sabor) lo hacen ser uno de los más apetecidos, lo que le ha ayudado a posicionarse en el mercado internacional dando a

conocer la oportunidad de identificar a nuevos mercados emergentes para dicho producto. Sin embargo, como aporte a este documento, todo ello constituye en sí mismo la opción de identificar nuevos nichos de mercado, aprovechando la oportunidad de crear una demanda que actualmente se ha incrementado sustancialmente para que llegue a convertirse en un segmento de consumo para intensificar las exportaciones del café.

4.5.2 Viabilidad del plan exportador de café tostado y molido de la empresa la granja hacia el mercado japonés

En segundo lugar, se tiene el aporte de un proyecto de grado formulado en la Universidad Católica de Pereira. La Granja es una empresa de carácter privado agroindustrial ubicada en Cartago, que se dedica a la producción y comercialización de café especial, en el que quiere incursionar en el mercado internacional, específicamente al mercado japonés, en el que se plantea la viabilidad de exportar café colombiano (Alvarado García , Gallego Gómez, & Vega Ruiz , 2020).

Dentro del desarrollo del documento, se aprecia que el consumidor japonés es preocupado por la calidad de los alimentos que compra, por lo que el café especial de la empresa estudiada se perfila como un producto que puede tener gran acogida en el mercado japonés, pues su aroma, sabor, él no uso de conservantes artificiales y la presentación innovadora le dan un posicionamiento preferencial frente a la competencia (Alvarado García , Gallego Gómez, & Vega Ruiz , 2020).

Lo que llama la atención de este proyecto, es la aceptación que tiene el café en el mercado japonés, lo que garantiza la posibilidad de comercio entre ambos países. A partir de estas

consideraciones, es claro ejemplo, como aporte a este documento, que el mercado asiático demuestra ser un mercado atractivo para ser socios comerciales del café colombiano, así como también en el caso de China, que es uno de los países objeto de estudio que se proyecta como potencial nicho de demanda, lo que conlleva a mayores posibilidades al incremento de las exportaciones de dicho producto.

4.5.3 Modelo de internacionalización para la exportación de cafés especiales hacia Corea del Sur

Finalmente, se tiene el aporte de un proyecto de grado formulado en la Universidad Piloto de Colombia. La investigación está enfocada a la contextualización del café, creando una propuesta para la exportación de café tostado y joven a Corea del Sur. Este proyecto se enfoca en exportar pequeñas cantidades de café, buscando clientes externos que estén interesados en sus productos, buscando aumentar la cantidad de exportación de café molido y tostado, cumpliendo las normas y reglamentos de exportación (Gantiva Rojas , 2017).

El mercado de corea del sur, es una gran oportunidad de negocio para el café de Colombia, teniendo en cuenta que Corea del Sur busca nuevas tendencias en productos del café, el cual tendría buena acogida por ser un producto orgánico, lo que significa un nicho importante en el negocio de exportación a países asiáticos. Es fundamental resaltar el aporte a este documento de acuerdo a que Colombia como país agricultor tiene el potencial para conquistar al mercado asiático, ya que ofrece grandes oportunidades para aumentar las exportaciones y así poder fortalecer la cadena productiva de este grano en el departamento del Tolima.

5. Diseño Metodológico

A continuación, se presentan los elementos, métodos y técnicas que se aplicaran para identificar los mercados emergentes que se posicionan como potenciales nichos, con el objetivo de hallar las soluciones pertinentes para la investigación propuesta.

5.1 Tipo de Estudio

Dada la naturaleza de la presente investigación, esta se desarrolla bajo un alcance descriptivo (Sampieri, R. H., 2014, pág. 92), ya que con la recopilación de datos y fuentes de investigación se realiza un minucioso análisis donde se podrá identificar algunos factores como la demanda, oferta del producto objeto de estudio, mercados potenciales a los cuales se puede llegar.

Así mismo, esta investigación se desarrolla a través de un enfoque cuantitativo (Sampieri, R. H., 2014, pág. 198) pues se ha fundamentado en un método donde se recopila información para ser utilizada en análisis estadísticos, gracias al uso de una herramienta de investigación de mercado que permite recopilar y describir la naturaleza del segmento de análisis del estudio.

5.2 Fuentes de información

Dado el enfoque del estudio, se comenta que se desarrollará bajo la recopilación de fuentes secundarias como, por ejemplo, la página web de Trade Map y Legiscomex, las que han permitido estudiar el comportamiento del mercado de los países importadores de café, demostrando cifras importantes para identificar los principales consumidores y los mercados emergentes.

En este sentido, también se destacan libros enfocados con el tema objetivo y de investigación académica, así como informes de fuentes confiables como la Federación Nacional

de Cafeteros, Agronegocios, Procolombia, Comité de Cafeteros del Tolima que brindan una oportuna información para contribuir en la solución de la pregunta ya planteada.

5.3 Técnicas e instrumentos para recolectar la información

Como técnica de recolección de información, se utiliza los análisis documentales, dado que la información recolectada proviene de fuentes secundarias y esta permite profundizar el conocimiento del comportamiento de la investigación (Tamayo Ly & Silva Siesquén, s.f., pág. 6).

En cuanto al instrumento, se emplea la recolección de información por medio de Revisiones documentales y búsquedas manuales de las redes de comunicación como lo es el Internet, a través de distintas páginas académicas veraces, donde se podrá analizar la investigación previamente realizada, para el desarrollo de la solución que abarca el planteamiento del problema (Sánchez, Maream J; Fernández, Mariela; Diaz, Juan C, 2021, pág. 6).

5.4 Técnicas e instrumentos para analizar la información

La información proveniente de datos estadísticos tendrá un análisis descriptivo (Sampieri, R. H., 2014, pág. 92), donde se ejecutará un análisis profundo, por medio de ayudas tecnológicas como Microsoft Excel, con el fin de realizar una matriz de preselección de mercados, dado que es un instrumento para identificar las oportunidades que tiene un producto para su crecimiento, ya que analiza factores políticos, sociales, demográficos y variables económicas para orientar su posicionamiento en el mercado y establecer la ruta más adecuada para alcanzar las metas propuestas, a fin de realizar una valoración con los resultados suministrados de los estudios posteriores.

En cuanto a las variables a considerar dentro de la Matriz de Mercados se tiene como primera variable el PIB que tiene un ponderado del 10% porque es el valor total de la producción corriente de todos los bienes y servicios de un país, por esto puede ser una variable determinante para conocer el nivel de competencia en el mercado escogido.

La segunda variable que es el PIB per cápita tiene un ponderado de 5% en el que se tiene en cuenta para medir el desarrollo de un país, y sacar una media de los ingresos de cada ciudadano, teniendo una visión más clara de sí el mercado es rentable y si el negocio es factible en ese país. La tercera variable es el tipo de gobierno con un ponderado del 5% en el que es importante considerar todas las regulaciones, barreras o incentivos que se tienen con el país.

La cuarta variable es la conectividad con Colombia que tiene un ponderado del 7%, esta variable es relevante en cuanto a accesibilidad, ya que se podría considerar que los costos de exportar se reducen cuando existe mayor cercanía con el país objetivo. Muchos países en su proceso de exportación consideran, para su primera vez, los países más cercanos, ya que de esta forma están reduciendo costos, y hablando específicamente de Colombia, las similitudes culturales con los países sur americanos también son un factor que facilitan la entrada a dichos mercados.

La quinta variable es la facilidad para hacer negocios con un ponderado de 3% por lo que proporciona una medición objetiva de las regulaciones para hacer negocios y su aplicación en diferentes economías. Seguido de la sexta variable es el índice de desempeño logístico con un ponderado del 3% porque mide el rendimiento de las cadenas de suministro a través de Aduanas, Infraestructura, Embarques Internacionales, Competencia de Servicios Logísticos, Seguimiento y Rastreo (Trazabilidad) y Puntualidad en la entrega.

La séptima variable es la población con un ponderado del 5% dado que es una variable que muestra si el mercado es grande o pequeño, lo que podría generar mayores oportunidades de negocio teniendo en cuenta las variables anteriores.

La octava variable es el idioma con un ponderado del 9% porque esta variable puede ser en ocasiones un impedimento o un obstáculo en el camino para el exportador. La necesidad de comunicarse con su cliente internacional obliga al empresario a aprender varios idiomas que le permitan ampliar su red de contactos. Si el empresario maneja únicamente su idioma natal, puede tener menos oportunidades de explorar mercados que podrían ser potenciales para su negocio.

La novena variable es el valor de las importaciones de café Tolimense al 2020 del país seleccionado con un ponderado del 5% dado que las importaciones evalúan la proporción de consumo doméstico de bienes importados a los países a analizar.

La décima variable es el crecimiento en valor de las importaciones 2016-2020, con un ponderado del 5% porque juega un papel importante en el que muestra los registros de la demanda de café Tolimense, al igual que la undécima variable que es el crecimiento de las importaciones en cantidad entre 2016-2020 con un ponderado del 5% de acuerdo a las variaciones de la demanda en cantidad de café Tolimense.

La duodécima variable son los principales proveedores con un ponderado del 4% porque es un elemento vital para una empresa, determinar las condiciones y relaciones comerciales. La decimotercera variable es el arancel general, con un ponderado del 6% porque el establecimiento de aranceles es de gran importancia a la hora de entablar relaciones comerciales entre países.

Seguido de la décimo cuarta variable es el arancel preferencial con un ponderado del 9% dado que estos tratos preferenciales están destinados a favorecer las relaciones de los socios comerciales.

Finalmente, se tiene los documentos requeridos con un ponderado del 10% porque son de vital importancia, ya que confiere la titularidad de la mercancía, demuestran que la misma está asegurada ante posibles riesgos, legislaciones aduaneras y atestiguan su calidad o cantidad.

A partir de esto se analizan las variables encontradas en la Matriz de Mercados, hallando como resultado el mejor país respecto a su calificación para la exportación de café desde el Tolima, la calificación de cada una de estas variables se darán puntajes donde se ve reflejado en el Anexo 1.

6. Resultados y analisis

El presente apartado engloba el desarrollo de los objetivos propuestos en torno a Identificar los mercados emergentes que se posicionan como potenciales nichos para desarrollar eventuales procesos de exportación de café Tolimense de acuerdo a la dinámica del comercio internacional de esta mercancía entre 2016-2020.

6.1 Caracterización socioeconómica para la Exportación de Café.

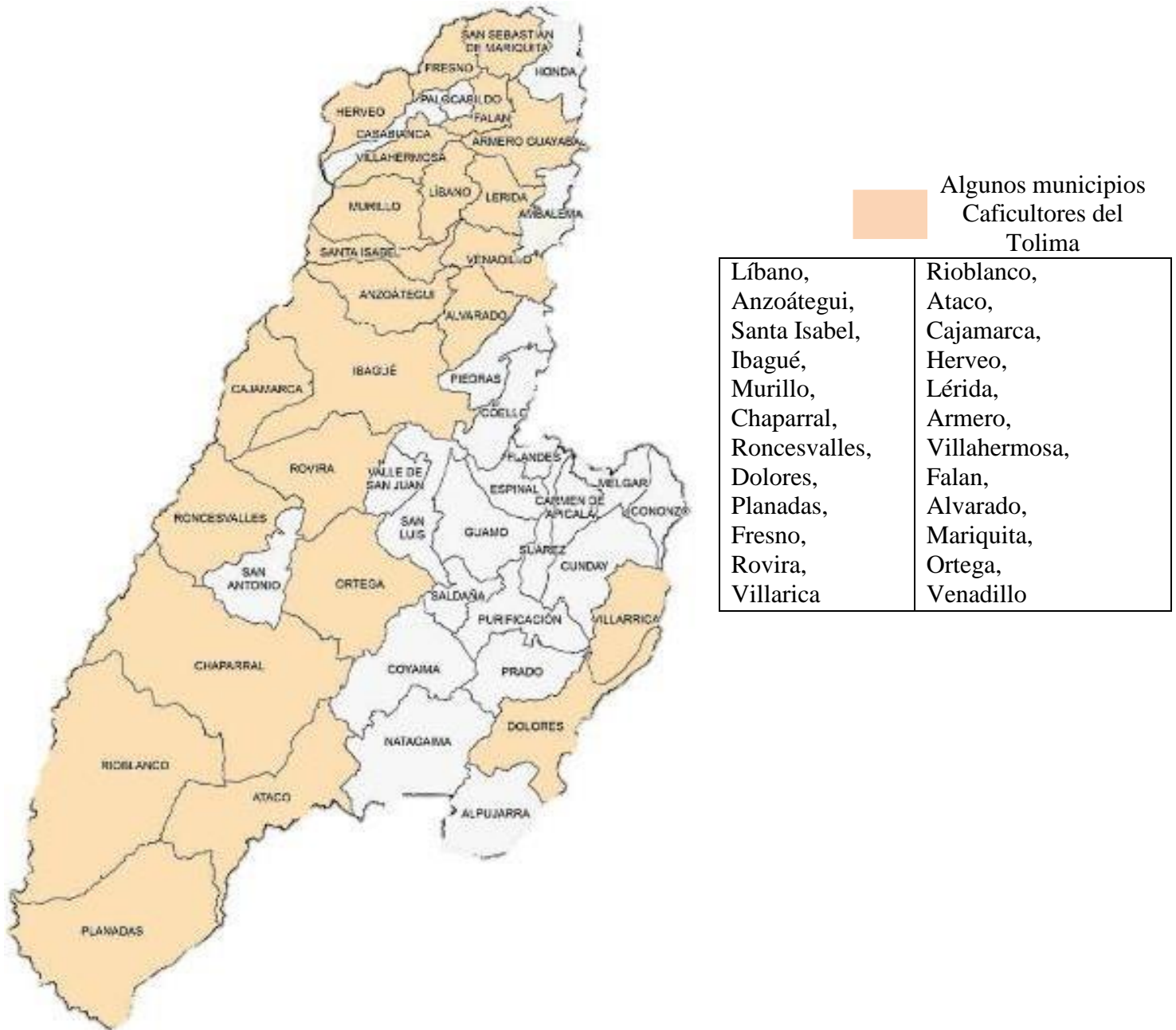
El café no es solo una bebida estimulante, también es un negocio lucrativo que proporciona importantes ingresos en todo el mundo, incluida Colombia. De esta manera, constituye ahora un movimiento global en el que intervienen diferentes factores económicos, geográficos, agrícolas y sociales que influyen en la dinámica de su producción y consumo (Salazar,Mora & Duarte, 2019, pág. 1).

Seguido de esto, más que un producto agrícola de exportación, es ante todo una apuesta al tejido social, cultural, institucional y político que ha servido de base para la estabilidad democrática y la integración nacional (Federación Nacional de Cafeteros de Colombia, 2014, pág. 32) además de ser uno de los productos agrícolas más importantes debido a la demanda de los consumidores.

En Colombia para el 2021, la producción de café alcanzó 12,6 millones de sacos de 60 kilogramos y la exportación 12,4 millones de sacos. Aunque las cifras reportadas muestran una disminución en la cosecha en un 9% y en las exportaciones en una disminución del 1%, este resultado se explica por el impacto negativo que tuvieron los bloqueos del segundo trimestre del

año y el impacto del clima en algunas regiones cafeteras que pudo reducir la producción (Federación Nacional de Cafeteros de Colombia, s.f., pág. 1).

Figura 1 Municipios Caficultores del Tolima



Tomado de: Federación Nacional de Cafeteros (2019)

En el caso del café del Tolima, se cultiva en pequeñas cantidades por comunidades campesinas, indígenas, y afrodescendientes, distribuidas en los 38 municipios, como lo refleja la Figura 1. Estos municipios albergan más de 61.849 familias que cultivan 107.027 hectáreas de café arábico de las variedades Castillo, Colombia, Caturra, Típica, Borbón y Tabí (Comité de Cafeteros del Tolima, s.f.). Para el año 2020, la producción alcanzó 1 millón 900 mil sacos de café exportable de 60 kilos, que significaron \$1,1 billones de ingresos para el Tolima (El Nuevo Día, 2021; párr. 5).

En esta línea y de acuerdo con Procolombia para el 2021, “(...) el Tolima exportó derivados del café con US\$36 millones FOB, seguido de café con US\$10 millones FOB, lo que significó una disminución de 6,96 % en comparación a 2020” (El Nuevo Día, 2022; párr. 2 y 5) mostrando que a pesar de esta dinámica, el Tolima predomina como potencial exportador en cuanto al sector de agro alimentos, como el café.

En línea de lo anterior cabe señalar, la influencia que tiene el café representando el 80% de las exportaciones del Tolima y su producción ronda los 1.000 millones de pesos (Redagrícola, 2020), lo que significa que es un rubro económico para la economía cafetalera en el departamento en el que muestra una interesante inclusión y participación en el tejido social que contribuye de manera decisiva a las familias caficultoras, a la paz y al desarrollo rural, impulsando la producción y brindando las herramientas que permitan que el campo siga siendo un lugar de oportunidades (Federación Nacional de Cafeteros de Colombia, 2014, pág. 5).

Respecto a la importancia de la caficultura para la región y el país y su aporte en temas económicos, la actividad cafetera emplea grandes porciones de la población y dinamiza la malla productiva de las regiones, siendo un instrumento ideal para sacar a grandes poblaciones rurales de la pobreza (Banco de la República de Colombia, s.f.).

Dentro de la Normatividad colombiana para la exportación de café se tiene la dinámica descrita previamente, que ha sido producto del cumplimiento de una serie de regulaciones materializadas en resoluciones y decretos vigentes, por los cuales se rige la exportación de café en Colombia.

Esta normativa, según (Procolombia, 2019, pág. 3) se identifica así: Estatuto Aduanero (Decreto 390, Capítulo 3, Parte 3, Artículos 357 - 361)¹, Decreto 1714 de 2009 del MinCIT, Decreto 2685 (capítulo 13, artículos 337-352), Resolución 5 de 2015 (Registro como exportador de café), Resolución 2 de 2016 (Calidades para exportar café verde), Resolución 4 de 2015 y Resolución 1 de 1999 (Calidades para exportar café procesado), Decreto 1461 de 1932 (se complementa con la resolución 2 de 2016 para el marcado de los sacos), Ley 9 de 1991 (Artículo 19), Ley 788 de 2002 (Artículo 63), Ley 1151/2007 (Artículo 25), Ley 1337/2009, Decreto 125 de 2003 (Contribución cafetera para café procesado) y Resolución 01 de 2002 (Trilladoras y tostadores nacionales de café).

¹ Dentro de la normatividad aduanera vigente se tiene el Decreto 1165, Capítulo 13, Artículos 414 – 429.

Dicho esto, es preciso comentar que la normatividad más relevante y que merece una descripción dentro de esta sección por ser objeto de orientar, organizar, fomentar y regular la caficultura colombiana, son el Decreto 1714 de 2009, la Resolución No.2 de 2016, la Resolución No.4 de 2015 y la Resolución No.5 de 2015.

Iniciando con el Decreto 1714 de 2009, se comenta que el Consejo Superior de Comercio Exterior en la sesión del 3 de julio de 2007 recomendó al Gobierno Nacional suprimir el registro de exportadores de café por parte del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, adquiriendo un Contrato de Administración del Fondo Nacional del Café, suscrito entre el Gobierno Nacional y la Federación Nacional de Cafeteros, esta última, es la entidad llamada a adelantar la administración del registro de exportadores de café, toda vez que cuenta con las garantías y las condiciones para controlar la calidad lograda por el grano colombiano y reconocida en los mercados internacionales, además de tener el manejo directo del gremio caficultor, lo cual permite ejercer un adecuado control en cuanto al manejo del proceso exportador (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2009).

Por su parte, la Resolución No.4 de 2015 modifica la Resolución No. 1 de 1999, cuya norma explica las condiciones de calidad y empaques del café, requeridos para la adecuada exportación de café, vigilado por la Federación Nacional de Cafeteros. Esta resolución estipula que la Federación Nacional de Cafeteros debe emitir una certificación de la calidad del café a exportar con previa revisión de la materia prima y del producto terminado. Adicionalmente, se reglamenta que el fabricante de café tostado para exportación deberá cumplir con las disposiciones vigentes en materias sanitarias (Federación Nacional de Cafeteros de Colombia, 2015).

Entre tanto, la Resolución No.5 de 2015, “Por medio de la cual se adopta la reglamentación para el control y la administración del Registro de Exportadores de Café de la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia en su condición de administradora del Fondo Nacional del Café”, tomado de la Resolución No. 1 de 2009 y posteriormente modificado, propone la reglamentación para el control y la administración del registro de exportadores de café por la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia, en su condición de administradora del Fondo Nacional del Café a través de procedimientos para el registro de exportadores de café verde, de café procesado, tostado en grano, molido, soluble o en extracto líquido y por último para cafés especiales (Federación Nacional de Cafeteros de Colombia, 2015).

Finalmente, la Resolución No.2 de 2016, “Por la cual se unifican y actualizan las normas de calidad del café exportación”, tiene como objetivo principal, unificar y actualizar la regulación expedida por el Comité Nacional de Cafeteros en las resoluciones 05 de 202 y 3 de 2015, con relación a los criterios y políticas que deben aplicarse para garantizar la calidad del café de exportación, las cuales deberán ser vigiladas por la Federación Nacional de Cafeteros (Federación Nacional de Cafeteros de Colombia, 2016).

Gracias a todo lo anterior, se puede interpretar que el café, tanto en el Tolima como en el país, ha sido símbolo e impulsor de la economía regional y nacional siendo el producto agrícola más importante y es prácticamente, el mayor generador de riqueza y empleo en las zonas rurales, generando unas de las oportunidades no solo a nivel económico sino también al nivel social en el que ha permitido tener intercambio cultural que se junta a los productores y a su vez dan armonía a las zonas cafeteras, dando origen a un intercambio social y económico, ya que la caficultura depende en gran parte de la mano de obra (Ramirez Gonzalez, 2016).

En cuanto a la figura trascendental que es la Federación Nacional de Cafeteros, que es la institución colombiana con el fin de promover la caficultura del país por medio de la representación nacional e internacional, y que vela por el bienestar de los caficultores colombianos, al punto que ha contribuido a posicionar al Café de Colombia como el mejor café suave lavado del mundo.

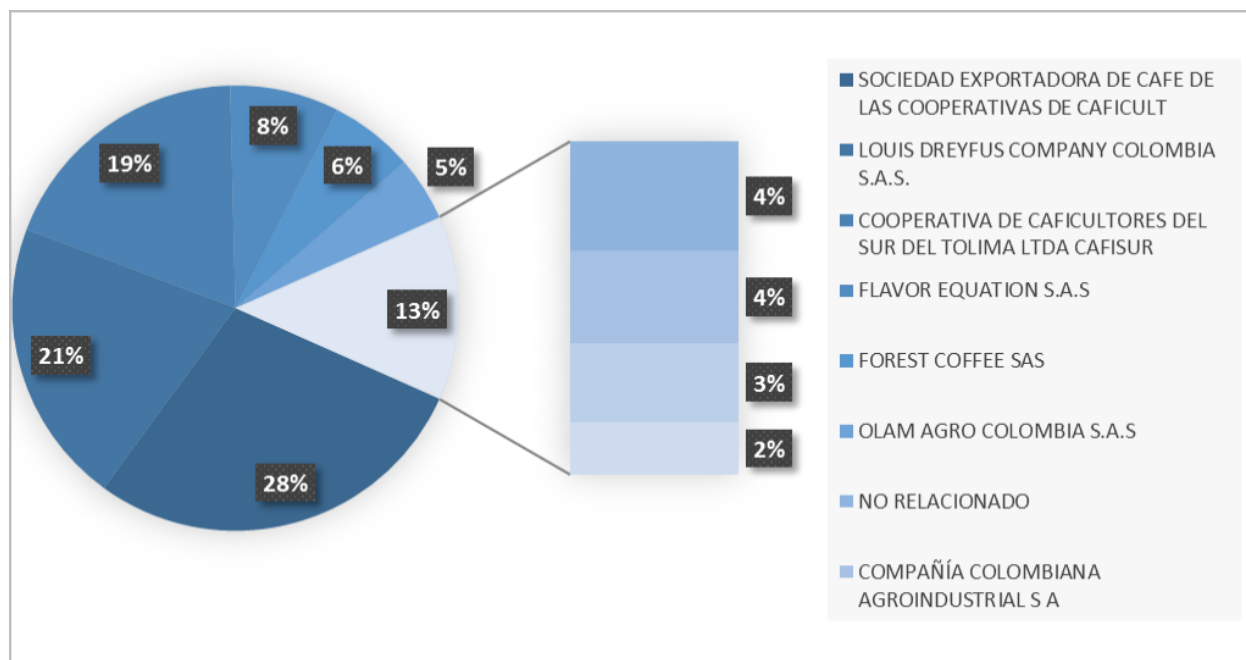
6.2 Análisis la dinámica del mercado internacional del café

El mercado internacional de café es de gran importancia, ya que es el segundo producto más comercializado a nivel mundial después del petróleo (Utrilla Catalán, 2020). Gracias a una larga tradición, el departamento del Tolima es el primer productor de café Premium en Colombia, dado por su calidad de taza, la cual se debe a los atributos de sus suelos volcánicos. Sumado a esto, el departamento se consolida como el tercer productor 102.117 toneladas por parte de 61.689 familias distribuidas en 38 de los 47 municipios del departamento (Cámara de Comercio de Ibagué, 2020, pág. 35).

Los grandes responsables de la dinámica de las exportaciones de café durante el periodo 2016-2020 son empresas Tolimenses. Estas a través de su gestión comercial realizan actividades que representan generación de empleo y de riqueza y por consiguiente desarrollo económico y social a la región. Según Legiscomex, en el departamento del Tolima, se identificaron un conjunto de empresas que han realizado exportaciones de café, y que presentan un panorama competitivo (2022).

La revisión de las cifras de Legiscomex, como lo presenta la figura 2, arroja que cinco empresas concentran el 82% de las exportaciones de café Tolimense, las cuales son: Sociedad Exportadora de Café de las Cooperativas de Caficult (28%), Louis Dreyfus Company Colombia S.A.S. (21%), Cooperativa De Caficultores Del Sur Del Tolima Ltda Cafisur (19%), Flavor Equation S.A.S (8%) y Forest Coffee SAS (6%).

Figura 2 Empresas exportadoras de café en el Tolima



Elaboración Propia. Fuente: Legiscomex, Estadísticas de Comercio Exterior (2022)

De acuerdo al Anexo 3, las zonas portuarias más frecuentemente utilizadas por los exportadores de café Tolimense son Cartagena, Santa Marta en la costa atlántica y el puerto de Buenaventura en la costa pacífica, como puertos principales para la exportación de mercancía. Las rutas más frecuentes son a Estado Unidos, Europa y China, las cuales se dividen en 7 rutas diferentes dependiendo del puerto de salida y al puerto de llegada, con un tiempo aproximado de entrega en puerto de destino de 4 a 32 días (Legiscomex, 2022), junto a una herramienta de trazabilidad gestionada por la Federación Nacional de Cafeteros.

Conforme al Incoterm más usado con los clientes en el exterior para exportaciones en grandes cantidades vía marítima, es el tipo FOB (Free on board), con un total de USD 11.123.114,66, en donde el exportador/vendedor asume todos los costos desde el origen hasta que

la mercancía se entregue a bordo del barco en puerto nacional, o sea que cubre con todos los gastos de transporte en territorio nacional, embalaje y costos aduaneros hasta que ya se encuentra dentro del barco, también haciéndose cargo del despacho para exportación. Sucesivamente, el comprador/importado internacional, se hace cargo y asume todas las responsabilidades una vez la mercancía se encuentre a bordo del barco (Máster Logística, 2021).

Por otro lado, La industria mundial del café se encuentra en una encrucijada, experimentando un crecimiento sin precedentes, pero enfrentando un entorno competitivo complejo. Los mercados desarrollados ofrecen competencia y demanda de más productos de calidad. En los mercados emergentes, la cultura del café se está expandiendo rápidamente, pero satisfacer las necesidades de los consumidores de bajos ingresos sigue siendo un desafío (EUROMONITOR INTERNATIONAL, 2016).

El café ha venido creciendo como producto de exportación en todo el mundo. El café es el segundo producto más comercializado del mercado mundial seguido del petróleo, gracias a que el consumo mundial ha crecido en un 95% en los últimos 35 años (El Auténtico Café, 2018), Entre los principales países que más consumen café en el mundo se encuentran la Unión Europea con una participación del 2,4%, USA 2,7%, y Corea del Sur 4,0% (CAFEMALIST, 2022).

A partir de esto, es posible identificar los 10 países que se consideran como los principales importadores de café. Según los datos suministrados por Legiscomex, estos mercados importan 95% de este grano, teniendo a Estados Unidos en el primer lugar con una participación del 44% (42.111.692 Kg), seguido de Alemania un 23% (10.083.364 Kg), Japón 10% (9.905.356 Kg), Canadá 7% (6.826.906 Kg), Italia 4% (3.558.958 Kg), Corea del Sur 4% (3.543.883 Kg) y un

grupo de mercados con una participación del 1% cada uno, como Taiwán, Malasia y China con un nivel de importación anual de 2.666.103 Kilogramos.

A pesar de que estos últimos tres países no cuentan con una participación de mercado en un porcentaje relevante, mostraron registros medios de crecimiento entre 2016-2020 bastante llamativos, por ejemplo, Taiwán saldo un 166%, seguido de Malasia con un 148% y por último china con un 69%; siendo estos los principales nichos para expandir las exportaciones de café del Tolima (Legiscomex, 2022).

De igual manera, en Taiwán la influencia del café está creciendo. La Asociación de Café de Taiwán (TCA) reporta que cada persona consume en promedio 120 tazas de café al año, un consumo de 729 mil sacos de 60 kg (Anacafé, s.f; párr. 1). Por su parte Malasia, donde el consumo per cápita de café es aún bajo, sin embargo, se identifica como un mercado en pleno crecimiento para este producto (Servicios al Exportador, 2015, pág. 2). En cuanto a China, el consumo de café ha crecido en los últimos años a un ritmo entre 10% y 15% anual, su consumo se sitúa alrededor de 120.000 toneladas (Connect Americas, s.f.).

En este sentido, observar la dinámica de la Caficultura Internacional a estos mercados asiáticos ganan relevancia, al constituir un mercado con perspectivas de crecimiento altas, cuentan con una economía estable y poderosa en el que demuestran ser un mercado atractivo para ser socios comerciales, considerando las grandes oportunidades a aprovechar en cuanto a su consumo para intensificar las exportaciones del café en el departamento del Tolima.

6.3 Caracterización socioeconómica y de comercio internacional de los mercados emergentes.

Para determinar el país objetivo, es decir, aquella nación que ofrezca las mejores condiciones para desarrollar eventuales procesos de exportación del café, se debe diligenciar la matriz de preselección de mercados que para tal efecto maneja Procolombia.

Para llevar a cabo este proceso de selección es necesario establecer diferentes criterios que permitan priorizar unas opciones sobre otras. Entre los criterios de selección de mercado utilizados, se tienen las variables económicas del país de destino, dado que es un elemento esencial en el proceso de selección del mercado, determinando el entorno económico y el tamaño del mercado, su posible evolución futura (ya sea en términos de volumen o precio), para identificar oportunidades y riesgos que las empresas pueden enfrentar en su proceso de internacionalización.

6.3.1 Descripción de la caracterización socioeconómica de Taiwán

Dentro de los países objeto de estudio se encuentra a Taiwán, que es un país Multipartidista Democrático (MINISTERIO DE RELACIONES EXTERIORES 1903, 2016), situado entre China y Japón, con gobierno autónomo, pero controlado y administrado por la República Popular de China continental. Es un país lleno de cultura, historia y misticismo, además de gran cantidad de recursos naturales y personas. Para el año 2020 su población fue de 23,561 millones de habitantes (Expansión/Datosmacro.com, 2020).

A sí mismo, desde el punto de vista económica, presenta una dinámica que saldó en el año 2020 un valor del PIB de US \$713.258 millones², superando a países como Suecia, Bélgica y Argentina. En dicho año obtuvo un PIB per cápita de US \$30.273 (Expansión/Datosmacro.com, 2020) superior en 273,5% al registrado en Colombia, ya que este país es líder en producción y ventas de productos de alta tecnología, a nivel mundial.

Taiwán es un país abierto al mundo, sus importaciones de café del Tolima rondaron los US \$60.896 millones en 2020, representando un crecimiento medio de 166% entre el periodo 2016-2020 (Anexo 4). El comercio internacional es un componente clave para el crecimiento económico de Taiwán, conectando a Colombia desde el puerto de Buenaventura hacia los puertos de Taiwán, existen más de 30 rutas directas y en conexión, ofrecidas por 12 navieras, con tiempos de tránsito desde los 38 días. Las conexiones se realizan en puertos de Corea del Sur (PROCOLOMBIA, 2020, pág. 3).

En cuanto, al Doing Business es de 80,9 en donde se encuentra en el 13° puesto de los 190 que conforman el ranking (Expansión/Datosmacro.com, 2020). Dentro de sus principales proveedores se ubica en primer lugar China (28,8%), Hong Kong (12,4%), Estados Unidos de América (11,8%), Japón (6,9%), Singapur (5,2%), y Colombia (0,10%), derivado a productos como Circuitos electrónicos (17,7%), petróleo crudo (8,2%), máquinas y aparatos (4,1%), petróleo refinado (3,5%), gas de petróleo (3,1%), hullas (2,8%) (MINCIT, 2021).

² Nota: El tipo de cambio empleado para realizar esta transformación de Euro/dólares USA, se tomó como base a la fecha del 24 de diciembre de 2020 la cual era de 1,2193. El valor del PIB era de \$584.973 millones de Euros y el PIB per cápita de 24.828 € euros (Expansión/Datosmacro.com, 2020).

Para la exportación a Taiwán se requieren una serie de documentos como presentar el Documento Único Administrativo (DUA), Presentar tres (3) facturas comerciales, Presentar tres copias de la lista de empaque y Certificados fitosanitario, sanitario, de libre venta, de tratamiento de embalaje de madera (PROCOLOMBIA, 2022).

6.3.2 Descripción de la caracterización socioeconómica de Malasia

Entre tanto, Malasia se caracteriza por presentar un tipo de gobierno de monarquía constitucional parlamentaria y federal (CENTRO DE ESTUDIOS INTERNACIONALES GILBERTO BOSQUES, 2020, pág. 2) con una población al 2020 de 32.365.998 habitantes (Banco Mundial, 2020), como una de las grandes economías del sudeste asiático con buen desempeño económico. Registró un PIB nominal corriente de US\$337.006.066 millones en 2020, superior en 24,6% al presentado por Colombia. En dicho año obtuvo un PIB per cápita nominal de US\$10.270, similar al de China y Rusia (MINCIT, 2021).

Por su parte, Malasia es un país dinámico en el comercio exterior, sus importaciones de café del Tolima rondaron los US \$1.391.128 mil millones en 2020, representando un crecimiento medio de 148% entre el periodo 2016-2020. En cuanto a la conectividad desde Buenaventura hacia los puertos de Malasia, no existen servicios directos. La oferta cuenta con 5 rutas ofrecidas por 4 navieras, con tiempos de tránsito desde 45 días. Las conexiones se realizan en puertos de China, Corea del Sur y Singapur (PROCOLOMBIA, 2022, pág. 3).

Su índice de Doing Business es de 78,43, en donde se encuentra en el 15° puesto en el que ofrece bastantes facilidades, en comparación con otros países, para obtener una licencia de

construcción en el que es muy sencillo conectarse a la red eléctrica con respecto a los demás países (Expansión/datosmacro.com, 2019).

Dentro de sus principales proveedores se ubica en primer lugar China (20,7%), seguido por Singapur (10,5%) y finalmente Estado Unidos (8,1%), como principales productos están los Circuitos electrónicos (15.6%), petróleo refinado (8.5%), petróleo crudo (3.2%), teléfonos (2.0%), dispositivos semiconductores (1.5%), hullas (1.4%) (MINCIT, 2021).

Para la Exportación a Malasia se requieren una serie de documentos como presentar dos certificados combinados tanto de valor y de origen, presentar factura comercial y se debe obtener por parte del importador, una licencia especial para la nacionalización de ciertos productos (PROCOLOMBIA, 2022).

6.3.3 Descripción de la caracterización socioeconómica de China

Finalmente, China se sitúa en Asia oriental y en la costa del Pacífico Oeste, en el que es caracterizado por su tipo de gobierno del estado socialista con un sistema unipartidista representado por el Partido Comunista Chino (CENTRO DE ESTUDIOS INTERNACIONALES GILBERTO BOSQUES, 2020, pág. 2). Fue la segunda mayor economía en el mundo después de Estados Unidos en 2020. Generó un PIB corriente de US\$14.866 miles de millones, representando el 17,5% del PIB mundial, comparativamente (5,1% del PIB) mayor al registrado por Latinoamérica y el Caribe en dicho año (MINCIT, 2021).

China es el país más poblado del mundo con 1.410.929.000 millones de habitantes, con un PIB per cápita que alcanzó US\$10.435 (Banco Mundial, 2020), muy cerca al registrado por

Malasia y Rusia y superior en 94,8% al obtenido por Colombia. China es el principal exportador de bienes en el mundo, con US\$2.590,6 miles de millones en 2020, con un aumento de 3,7% respecto al año anterior (MINCIT, 2021).

Adicionalmente, es un gran importador de café del Tolima con un US \$727.771 millones en 2020, representando un crecimiento medio de 69% entre el periodo 2016-2020. En cuanto a su conectividad desde Buenaventura hacia los puertos de China, existen más de 70 servicios directos y conexión ofrecidos por 12 navieras con tiempos de tránsito desde los 28 días. Las conexiones se realizan en puertos de Panamá, China, Corea del Sur (PROCOLOMBIA, 2022, pág. 3).

En cuanto, al Doing Business es de 74,64 ubicados en el 46° en el que tiene como objetivo incrementar la apertura y mejorar el entorno empresarial para los inversores extranjeros (Expansión/Datosmacro.com, 2019). Dentro de sus principales proveedores al 2020 fueron los países de la UE-27 (12,6%), Taiwán (9,8%), Japón (8,5%) y Corea del Sur (8,4%) entre los productos se destacaron maquinaria y equipos eléctricos (26,7% del total); combustibles y derivados del petróleo (13% del total); y reactores nucleares, calderas y maquinaria aplicada (9,3% del total) (ICEX, 2020).

Para la exportación a China se requieren una serie de documentos como presentar dos (2) facturas comerciales firmadas por el expedidor, declarando separadamente el valor FOB y el valor CIF, licencia de importación para bienes con valor declarado por encima de US\$ 25 y Factura consular visada por el consulado chino para todos los envíos con valores superiores a los US\$ 250 (PROCOLOMBIA, 2022).

A partir de este postulado, la prospectiva que tienen estos mercados asiáticos es muy influyente, en el que se puede observar como los principales importadores de café son grandes potencias mundiales con un alto poder adquisitivo y con altos niveles poblacionales, siendo este un factor que demuestra la gran aceptación y demanda que tiene el café a nivel mundial y las diferentes oportunidades que se presentan para este producto.

Cabe señalar que estos mercados resultan ser muy atractivo por el tamaño de su población y su notable crecimiento económico, sin embargo, debe tenerse en cuenta, ya que no existe un vínculo directo con Malasia por lo que entorpece la entrega de este grano a su destino con un tiempo aproximado de 45 días, al igual que Taiwán con un tiempo aproximado de 38 días, pues es de vital importancia el conocimiento de tiempos de tránsito del producto, toda vez que este elemento influye en el proceso de deterioro del commodity por tratarse de un producto orgánico presentando altos costos en los cumplimientos documentales y fronterizos.

Por su parte, China se destaca por sus condiciones demográficas, con un tiempo estimado de 28 días, lo que hace que el producto obtenga facilidades con Colombia, dado a su posicionamiento que tiene el café Premium en este mercado, como la percepción del consumo como estatus y estilo de vida saludable entre el mercado objetivo.

6.4 Diagnóstico de la Matriz de Preselección de Mercados

En esta sección se hará un diagnóstico acerca de la matriz de Preselección de mercado, para ello la plataforma de Legiscomex arrojó previa información, la cual se realizó un análisis para obtener los países con mejor proyección y potencialidad en el mercado del Café, a fin de conocer la opción más idónea dada su exportación.

De este modo se preseleccionaron entonces un total de 3 países que en este caso puntual ocupan las primeras posiciones en cuanto a crecimiento mundial en importación de café Tolimense. Cabe señalar también que todo este proceso de selección de países se llevó a cabo por medio de la identificación de la partida y/o nomenclatura arancelaria del producto, en este caso concreto la 0901.11.90.00.

Esta información posteriormente fue tabulada y analizada, lo cual permitió sucesivamente construir un esquema para la investigación de mercados internacionales, basada en variables macroeconómicas que son adquiridos a través de diferentes fuentes de consulta, además de datos obtenidos de organizaciones internacionales que publican este tipo de datos, de tal manera que se tenga un panorama claro de cómo se encuentra nuestro mercado objetivo y cuales países pueden ser clientes potenciales.

Como se puede apreciar en el Anexo 4 se analiza el comportamiento de los mercados que debe seleccionarse para adelantar posibles eventos de procesos de exportación de café a Taiwán seguido de Malasia y finalmente China como los tres mayores registros medios de crecimiento de café Tolimense a nivel mundial.

Con el objetivo de ampliar el espectro del mercado al que se exporta café Tolimense, se tiene en cuenta la calificación más alta dentro de la Matriz de Mercados de 3.26, dando en primer lugar a China dentro de este análisis, dado que el consumo de café es considerado un signo de sofisticación entre su población. Esto sumado al incremento de su demanda que ayudará a que se vea reflejado las ventas que se realicen por su alta demanda que está presentando el café en el mercado extranjero, ya que esto indica una costumbre arraigada de consumo en su cultura de tomar café, en el que convierte a este país atractivo nicho de demanda para los exportadores Tolimenses.

Además de los beneficios con los que cuenta el acuerdo bilateral entre Colombia y China que conlleva a iniciativas de negocios por parte de los inversionistas entre las dos naciones, sumado a ello variables como el acceso a 70 puertos directos generan menor tiempo en tránsito de 28 días considerable con respecto a los demás países, que hacen a este nicho a una gran oportunidad de comercialización.

En segundo lugar, se tiene a Malasia con una calificación de 2.92, dado que a pesar de ser una de las economías más abiertas del mundo y el tercer país más rico del Sudeste Asiático, el consumo per cápita de café es aún bajo, debido a que se identifica como un mercado en pleno crecimiento para este producto. En cuanto a su conectividad, no cuenta con puertos directos con Colombia, por lo que realiza sus conexiones por medio de la intermediación en puertos de China, Corea del Sur y Singapur lo que hace que el tiempo de tránsito sea de 45 días, por lo general existe un alto índice de temperatura y humedad en los puertos lo que en definitiva se requiere minimizar el tiempo para obtener un café soluble, ya que se pretende ampliar la cartera de clientes.

Finalmente, se tiene en tercer lugar a Taiwán con una calificación de 2.78, que a diferencia de china no es un país grande, por lo que se caracteriza en uno de los países más pequeños en

extensión con una demanda limitada para llegar a la comercialización del café Tolimense, cabe destacar el crecimiento de las exportaciones Tolimenses a Taiwán en el periodo de 5 años en un 166%, pero que debe seguir consolidándose para los siguientes años. En cuanto a su conectividad, cuenta con una pequeña extensión de 30 rutas directas que se realizan por medio de los puertos de Corea del Sur.

Así mismo, se puede observar que dentro de estos mercados asiáticos se evidencian potencias mundiales con alto poder adquisitivo de sus residentes, al igual que altos niveles de población, lo que indica la gran aceptación y demanda de café hacia a estos mercados. Enfatizando al mercado de China en donde presenta oportunidades y retos, en el que se debe potencializar el comercio del café, de acuerdo al crecimiento importante que ha tenido en el mercado, y se estima una participación considerable en el que se debe aprovechar las características de la población de China, la cual se ha vuelto más sofisticada y demanda más variedades de café y alta calidad en los productos derivados del grano.

Además, el consumo de café se ha acelerado en China en los últimos años con la occidentalización de los consumidores, especialmente de los jóvenes que viven en las grandes ciudades. Conforme China mantenga su ritmo de expansión económica y un proceso de occidentalización, se podría esperar un aumento en el consumo de café para acercarse a los niveles internacionales (Ministerio de Comercio Exterior, s.f., pág. 3). Por lo que el Tolima cuenta con las condiciones climáticas ideales para comercializar este grano durante todo el año, ventaja competitiva con la que no cuenta la mayoría de países en el mundo y que se debe aprovechar en el beneficio del país, su sociedad y economía.

6.5 Guía de exportación de café tolimense a los mercados emergentes

Para ser competitivo en el mercado internacional, es importante entender los procedimientos que se deben seguir en las operaciones comerciales. La presente guía (ver Anexo 5) es un compendio que presenta los elementos más cruciales que deben conocer los exportadores y potenciales exportadores del Tolima a fin de desarrollar con éxito sus negocios de exportación.

El Tolima es uno de los principales productores Colombianos de Café, en donde hay tierras altas disponibles para desarrollar cultivos de excelente calidad, que le dan la posibilidad de tener cosechas durante todo el año, permitiéndole incursionar en la exportación de café Tolimense y de tal manera, satisfacer la demanda internacional en todo momento.

En la primera sección, se encuentra todo lo relacionado a quienes pueden exportar café y de qué manera deben hacerlo conforme a documentos según lo estipulado por la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia. Seguido en la segunda sección, se encuentra el procedimiento ante la Federación Nacional de Cafeteros para realizar la exportación de café y obligaciones del exportador inscrito en el registro nacional de exportadores de café.

En la tercera sección se encuentra lo relacionado a cómo debe ser el empaque para la exportación de café según la FNC. Conforme en la cuarta sección, se establecen las obligaciones del exportador inscrito en el registro nacional de exportadores de café. Finalmente, en la quinta sección, se establecen los trámites aduaneros y reglas de embalaje y etiquetado para la exportación en China (Santander| Trade Markets, s.f.) por ser el país seleccionado para eventuales procesos de exportación de café Tolimense.

Ante la inminente y acelerada apertura de nuevos mercados, nuestro país enfrenta el desafío de ser cada vez más competitivo en el comercio internacional, lo que implica desarrollar una estrategia enfocada en promover las exportaciones, eje fundamental de las grandes economías actuales, caracterizada por promover el acceso a mercados, apoyar a las empresas en incrementar el valor de sus exportaciones y promover las herramientas necesarias para asegurar el cumplimiento de los requisitos del mercado global.

Para llegar a estos mercados internacionales es importante conocer el proceso de exportación de café y sus derivados. Por medio de esta guía, ejemplificando de la mejor manera posible dado a su legibilidad y su diseño creativo, dando a conocer el proceso y todo lo relacionado con requisitos, trámites y obligaciones que se deben cumplir previamente ante las entidades competentes. Así mismo esta guía, está orientada a brindar un acompañamiento en el proceso de internacionalización del café.

Esta guía se convierte así en un acompañamiento favorable para potencializar la capacidad exportadora, a pesar de que se puede considerar que dentro de esta guía le puede hacer falta enfatizar si es posible enviar muestras de valor comercial de café, como demás información oportuna, aun así, el propósito de plantear esta guía es para aumentar la competitividad de las agremiaciones de café en el Departamento del Tolima a fin de llegar a incursionar con éxito a los mercados internacionales. Se espera con esto que más empresas y personas se motiven a incursionar en el interesante mundo de las exportaciones ¡Ahora es el momento de exportar!

7. Conclusiones

Es evidente entonces que la investigación de mercados es un proceso sumamente complejo en cuyo caso las empresas u organizaciones que buscan incursionar en nuevos mercados, deben de procurar de recolectar la mayor cantidad de información posible, además de realizar un análisis en función de distintos factores y variables que tienden a resultar determinantes para interpretar el contexto general de los mercados potenciales.

Es así como todo este proceso tiende a disminuir la incertidumbre teniendo en cuenta la cantidad de mercados existentes, aparte de facilitar la toma de decisiones al momento de exportar café Tolimense, todo ello con el propósito esencial de garantizar el éxito en el proceso de internacionalización, igualmente resulta claro que la presente metodología para la Matriz de selección de mercados puede ser vista como una herramienta relevante para los negocios internacionales a través de un enfoque descriptivo y cuantitativo que procesa la información de un modo más preciso que incide en el éxito de la internacionalización.

En cuanto al café del Tolima, es conocido en el mundo entero por su calidad en taza, la cual se debe a los atributos de sus suelos volcánicos, que le dan la posibilidad de producir café orgánico en todo el año, particularidad que lo diferencia entre sus competidores, permitiéndole satisfacer la demanda en todo momento y así incursionar en los mercados internacionales.

Para lo cual, se logra identificar una ventaja competitiva a los caficultores del Tolima el cual le aporta beneficios sociales y ambientales a pequeños y medianos productoras de café de esta región del país a través de alianzas comerciales en las cuales se comercializará cafés especiales con atributos únicos de la región del Tolima, los cuales los hacen deseados en amplios segmentos

del mercado internacional, ofreciendo un producto de nivel superior producido en Colombia, granos que superan los estándares mínimos de calidad.

Teniendo en cuenta que se empleó la plataforma de Legiscomex como herramienta para extraer información de comercio exterior para identificar potenciales socios comerciales en la exportación de café Tolimense, encontrando los principales importadores de café Tolimense entre 2016-2020, concentrado en los cuatro primeros países un 17% del mercado destacando a Estados Unidos, Alemania, Japón y Canadá. En este caso se escogieron 3 mercados emergentes que han resultado ser un factor importante para el crecimiento de la economía mundial, con una tasa de crecimiento superior a los países tradicionales, como Taiwán, Malasia y China.

En este sentido, observar la dinámica de la Caficultura Internacional a estos mercados asiáticos ganan relevancia, al constituir un mercado con perspectivas de crecimiento altas, cuentan con una economía estable y poderosa en el que demuestran ser un mercado atractivo con oportunidades a aprovechar en cuanto a su consumo para intensificar las exportaciones del café Tolimense.

De acuerdo a la información que arrojó la Matriz de preselección de mercados, en este caso se escogió a China reconociendo que es un mercado con una excelente oportunidad de negocios para el café Tolimense, ya que es un nicho relativamente poco explotado. En cuanto a la caracterización del mercado, en el país asiático es dominado por el café Premium y mezclas de café con diferentes componentes, sin embargo, los consumidores de china exigen cada vez un producto de mejor calidad, aroma y sabor, lo que significa que los hábitos de consumo de café en China están cambiando y que el mismo se encuentra en constante crecimiento.

Teniendo en cuenta que China busca nuevas tendencias en productos de café, siendo una gran oportunidad para exportar café Tolimense, las facilidades arancelarias derivadas del tratado de libre comercio con Colombia, el cual tendría buena acogida, por la percepción de consumo por ser un producto totalmente orgánico que no afecta la salud de las personas. Por otra parte, beneficiaría la malla productiva de las regiones del Tolima, dándoles la oportunidad de cultivar en sus tierras, sacar sus cosechas y venderlas, por consiguiente, generaría oportunidades de desarrollo de la Caficultura Tolimense.

Es así que partir de lo planteado a través del desarrollo de este proyecto investigativo para la gestión de internacionalización, se establece una “Guía para la Exportación de café Tolimense” para que las agremiaciones de café puedan aplicarla y así mismo dar a conocer los procesos para exportar este grano, beneficiando a cada tipo de negocio superando las discrepancias para llegar a estos mercados internacionales.

Referencias Bibliográficas

- Alvarado García , L. C., Gallego Gómez, J. A., & Vega Ruiz , J. J. (2020). *Viabilidad del plan exportador de café tostado y molido de la empresa la granja hacia el mercado japonés [Proyecto de grado, Universidad Católica de Pereira]*. Recuperado el 10 de marzo de 2022, de <https://repositorio.ucp.edu.co/bitstream/10785/7110/2/DDMNI69.pdf>
- AGRONEGOCIOS. (15 de diciembre de 2021). *Con precios récord, el café volvió a tomar las riendas de la economía del país en 2021*. Recuperado el 02 de marzo de 2022, de <https://www.agronegocios.co/agricultura/con-precios-record-el-cafe-volvio-a-tomar-las-riendas-de-la-economia-del-pais-en-2021-3275453>
- Anacafé. (s.f.). *Show internacional de café de Taiwán*. Recuperado el 31 de marzo de 2022, de <https://www.anacafe.org/eventos/Promocion-Internacional/Taiwan/>
- Bajo Rubio , Oscar. (15 de diciembre de 2012). Teorías del comercio internacional: una panorámica. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/274408.pdf>, 15-27. Recuperado el 05 de marzo de 2022, de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/274408.pdf>
- Bajo, O. (1991). *Teorías del comercio internacional*. Recuperado el 05 de marzo de 2022, de <https://books.google.com.co/books?id=99HyPYGM5EUC&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>
- Banco de la República de Colombia. (s.f.). *El mercado mundial del café y su impacto en Colombia*. Recuperado el 18 de marzo de 2022, de <https://www.banrep.gov.co/es/borrador-710#:~:text=La%20p%C3%A9rdida%20de%20importancia%20econ%C3%B3mica,los%20cafetos%3B%20la%20lentitud%20de>
- Banco Mundial. (2020). *Población, total - China*. Recuperado el 01 de marzo de 2022, de <https://datos.bancomundial.org/indicador/SP.POP.TOTL?locations=CN>
- Banco Mundial. (2020). *Población, total - Malasia*. Recuperado el 01 de marzo de 2022, de <https://datos.bancomundial.org/indicador/SP.POP.TOTL?locations=MY>
- Café de Colombia. (2022). *Historia del café de Colombia*. Recuperado el 25 de Febrero de 22, de <https://www.cafedecolombia.com/particulares/historia-del-cafe-de-colombia/>
- CAFEMALIST. (2022). *Consumo del Café: Ranking de los Mayores Consumidores (2022)*. Recuperado el 28 de marzo de 2022, de https://cafemalist.com/consumo-del-cafe/#Ranking_de_paises_por_consumo_del_cafe

- CafésMamaSame. (29 de septiembre de 2021). *Principales productores de café del mundo*. Recuperado el 03 de abril de 2022, de <https://cafesmamasame.com/es/blog/los-10-principales-paises-productores-de-cafe-en-2021>
- Cámara de Comercio de Ibagué. (diciembre de 2020). *Componente 1 – 2: ventajas y limitaciones competitivas y comparativas del departamento del Tolima [Archivo PDF]*. Ibagué. Recuperado el 20 de marzo de 2022
- Cardozo, P. P., Chavarro, A., & Carlos, A. R. (2007). *Teorías de internacionalización*. Recuperado el 11 de marzo de 2022, de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4780130.pdf>
- CAVECOL. (01 de octubre de 2021). *Colombia: El tercer país productor de café del mundo*. Recuperado el 25 de febrero de 2022, de <https://www.cavecol.org/colombia-entre-los-7-paises-productores-de-cafe-del-mundo/>
- CENTRO DE ESTUDIOS INTERNACIONALES GILBERTO BOSQUES. (26 de abril de 2020). *MALASIA FICHA TÉCNICA*. Recuperado el 01 de abril de 2022, de https://centrogilbertobosques.senado.gob.mx/docs/F_Malasia.pdf
- CENTRO DE ESTUDIOS INTERNACIONALES GILBERTO BOSQUES. (20 de marzo de 2020). *República popular China Ficha Técnica*. Recuperado el 01 de abril de 2022, de https://centrogilbertobosques.senado.gob.mx/docs/F_China.pdf
- Comité de Cafeteros del Tolima. (s.f.). *Café del Tolima*. Recuperado el 11 de marzo de 2022, de <https://tolima.federaciondecafeteros.org/cafe-de-tolima/>
- Comun Tamariz, L. P., & Huaman Ojeda, P. M. (06 de julio de 2019). *Adaptación del modelo CAPM en mercados emergentes*. Recuperado el 04 de marzo de 2022, de https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/626342/Comun_TL.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Congreso Nacional de Cafeteros. (2011). *Informe Comités Departamentales*. Recuperado el 03 de marzo de 2022, de <https://federaciondecafeteros.org/static/informedecomitesdepartamentales/files/publication.pdf>
- Connect Americas. (s.f.). *El café, un producto con grandes oportunidades en China*. Recuperado el 31 de marzo de 2022, de <https://connectamericas.com/es/content/el-caf%C3%A9-un-producto-con-grandes-oportunidades-en-china-0>
- Dominick Salvatore. (1998). *Economía Intenacional [Archivo PDF]*. McGrawHill. Recuperado el 10 de marzo de 2022

- EFE: Agencia EFE. (30 de mayo de 2019). *El mercado del café apuesta por China, una potencial "bomba de consumo"*. Recuperado el 14 de marzo de 2022, de <https://www.efe.com/efe/america/economia/el-mercado-del-cafe-apuesta-por-china-una-potencial-bomba-de-consumo/20000011-3988303#:~:text=BRASIL%20CAF%C3%89-.El%20mercado%20del%20caf%C3%A9%20apuesta%20por,una%20potencial%20%22bomba%20de%20consumo%22&text=EFE>
- El Auténtico Café. (13 de julio de 2018). *Datos de consumo de café en el mundo*. Recuperado el 28 de marzo de 2022, de <https://elautenticocafe.es/datos-de-consumo-de-cafe-en-el-mundo/>
- El Cronista.co. (03 de Febrero de 2020). Tolima tercer productor de café en Colombia. *El Cronista.co*. Recuperado el 13 de febrero de 2022, de <https://www.elcronista.co/destacadas/tolima-tercer-productor-de-cafe-en-colombia->
- El Nuevo Día. (12 de marzo de 2021). Tolima: cosecha cafetera superó el billón de pesos en 2020. *El Nuevo Día*. Recuperado el 11 de marzo de 2022, de <http://www.elnuevodia.com.co/nuevodia/actualidad/economica/462861-tolima-cosecha-cafetera-supero-el-billon-de-pesos-en-2020>
- El Nuevo Día. (09 de febrero de 2022). Derivados del café fue lo que más exportó Tolima en 2021. *El Nuevo Día*. Recuperado el 11 de marzo de 2022, de <http://www.elnuevodia.com.co/nuevodia/economica/482490-derivados-del-cafe-fue-lo-que-mas-exporto-tolima-en-2021>
- EUROMONITOR INTERNATIONAL. (2016). *Coffee in 2016: From Premium to Luxury*. Recuperado el 31 de marzo de 2022, de <https://www.euromonitor.com/coffee-in-2016-from-premium-to-luxury/report>
- Expansión/Datosmacro.com. (2019). *China - Doing Business : Facilidad para hacer negocios*. Recuperado el 01 de marzo de 2022, de <https://datosmacro.expansion.com/negocios/doing-business/china#:~:text=China%20se%20encuentra%20en%20el,que%20ofrecen%20para%20hacer%20negocios.>
- Expansión/datosmacro.com. (2019). *Malasia - Doing Business : Facilidad para hacer negocios*. Recuperado el 01 de marzo de 2022, de <https://datosmacro.expansion.com/negocios/doing-business/malasia#:~:text=Malasia%20se%20encuentra%20en%20el,que%20ofrecen%20para%20hacer%20negocios.>
- Expansión/Datosmacro.com. (2020). *Cotizaciones de Divisas frente al Euro - Conversor dolar euro y divisas*. Recuperado el 01 de marzo de 2022, de <https://datosmacro.expansion.com/divisas/usa>

- Expansión/Datosmacro.com. (2020). *Taiwan: Economía y demografía*. Recuperado el 01 de marzo de 2022, de <https://datosmacro.expansion.com/paises/taiwan>
- Federación Nacional de Cafeteros de Colombia. (2014). *Economía Cafetera*. Recuperado el 19 de marzo de 2022, de https://federaciondefcafeteros.org/app/uploads/2019/12/Econom%C3%ADa-Cafetera-No.-30_Web.pdf
- Federación Nacional de Cafeteros de Colombia. (15 de octubre de 2015). *Resolución 04 de 2015*. Recuperado el 17 de marzo de 2022, de https://federaciondefcafeteros.org/static/files/RESOLUCION_04_DE_2015.pdf
- Federación Nacional de Cafeteros de Colombia. (15 de octubre de 2015). *Resolución 05 DE 2015*. Recuperado el 17 de marzo de 2022, de <https://federaciondefcafeteros.org/static/files/RESOL05.pdf>
- Federación Nacional de Cafeteros de Colombia. (25 de abril de 2016). *Resolución 02 de 2016*. Recuperado el 17 de marzo de 2022, de <https://federaciondefcafeteros.org/static/files/RESOL04.pdf>
- Federación Nacional de Cafeteros de Colombia. (s.f.). *Producción de café de Colombia cierra 2021 en 12,6 millones de sacos*. Recuperado el 11 de marzo de 2022, de <https://federaciondefcafeteros.org/wp/listado-noticias/produccion-de-cafe-de-colombia-cierra-2021-en-126-millones-de-sacos/>
- Gantiva Rojas , A. F. (2017). *Modelo de internacionalización para la exportación de cafés especiales hacia corea del sur [Trabajo de grado,Universidad piloto de Colombia]*. Recuperado el 10 de marzo de 2022, de <http://polux.unipiloto.edu.co:8080/00004277.pdf>
- González Bedoya, F., & Escobar Fernandez , J. A. (2014). *Plan exportador de café especial suave colombiano tostado y molido a mercados internacionales [Trabajo de especialización, Universidad De Medellín]*. Recuperado el 10 de marzo de 2022, de <https://repository.udem.edu.co/bitstream/handle/11407/304/Plan%20exportador%20de%20caf%c3%a9%20especial%20suave%20colombiano%20tostado%20y%20molido%20a%20mercados%20internacionales.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- ICEX. (2020). *Sector Exterior de China*. Recuperado el 01 de marzo de 2022, de <https://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/paises/navegacion-principal/el-pais/informacion-economica-y-comercial/sector-exterior/index.html?idPais=CN#:~:text=En%20cuanto%20a%20las%20importaciones,orig>

- Legiscomex. (2022). *Estadísticas de Comercio Exterior*. Recuperado el 01 de marzo de 2022, de <https://ezproxy.uan.edu.co:2394/ReporteDetallado/IndexEstadisticas/?guid=ee70c735-48d8-4c47-b2a3-fab8dfd94512>
- Máster Logística. (2021). *Fob Inconterms 2021*. Recuperado el 31 de marzo de 2022, de <https://www.masterlogistica.es/fob-inconterms-2021/>
- MINCIT. (28 de junio de 2021). *Perfiles económicos y comerciales*. Recuperado el 01 de marzo de 2022, de <http://www.mincit.gov.co/getattachment/e3307fe9-bf81-4533-8058-41ab785b3acf/Malasia.aspx#:~:text=Malasia%20es%20una%20de%20las,al%20de%20China%20y%20Rusia>.
- MINCIT. (24 de diciembre de 2021). *Perfiles económicos y comerciales*. Recuperado el 01 de marzo de 2022, de <https://www.mincit.gov.co/getattachment/35c3371b-5938-45ee-97fa-42160371fadb/China>
- Ministerio de Comercio Exterior. (s.f.). *Café en China*. Recuperado el 01 de marzo de 2022, de <https://www.comex.go.cr/media/6381/2-caf%C3%A9-china.pdf>
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (14 de mayo de 2009). *Decreto 1714 de 2009*. Recuperado el 17 de marzo de 2022, de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/viewer.html?pdfurl=https%3A%2F%2Fwww.funcionpublica.gov.co%2Feva%2Fgestornormativo%2Fnorma_pdf.php%3Fi%3D65491&cLen=135111
- MINISTERIO DE RELACIONES EXTERIORES 1903. (julio de 2016). *República de China (Taiwán)*. Recuperado el 01 de abril de 2022, de <https://www.mire.gob.pa/images/embajadas/asia/china/ficha-china.pdf>
- ORGANIZACIÓN INTERNACIONAL DEL CAFÉ. (7 de septiembre de 2018). Recuperado el 12 de marzo de 2022, de <https://www.ico.org/documents/cy2017-18/icc-122-6c-emerging-markets-south-and-east-asia.pdf>
- Pérez Toro, J. A. (2013). *Economía Cafetera y Desarrollo Económico En Colombia*. Recuperado el 03 de marzo de 2022, de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/viewer.html?pdfurl=https%3A%2F%2Fwww.utadeo.edu.co%2Fsites%2Futadeo%2Ffiles%2Fnode%2Fpublication%2Ffield_attached_file%2Fpdf-_economia_cafetera-_web-_pag-_24-09-15_0.pdf&cLen=2844431&chunk=true
- Procolombia. (04 de enero de 2019). *Guía práctica para la exportación de café*. Recuperado el 11 de marzo de 2022, de <https://procolombia.co/publicaciones/guia-practica-para-la-exportacion-de-cafe>

PROCOLOMBIA. (29 de Septiembre de 2020). *Exportación de café en Colombia y sus derivados*. Recuperado el 25 de febrero de 2022, de <https://www.colombiatrader.com.co/noticias/colombia-celebra-el-dia-nacional-e-internacional-del-cafe-para-homenajear-su-producto-insignia-el-cafe-colombiano>

PROCOLOMBIA. (2020). *Perfil logístico de exportación a Taiwán*. Recuperado el 01 de marzo de 2022, de https://www.colombiatrader.com.co/sites/default/files/perfil_logistico_de_taiwan_0.pdf

PROCOLOMBIA. (2022). *Herramientas y servicios para el exportador Perfil logístico de exportación a Malasia*. Recuperado el 01 de marzo de 2022, de <https://www.colombiatrader.com.co/herramientas-del-exportador/perfiles-logisticos-de-exportacion-por-pais/perfil-logistico-de-exportacion-malasia>

PROCOLOMBIA. (2022). *Perfil logístico de exportación a Malasia*. Recuperado el 01 de marzo de 2022, de https://www.colombiatrader.com.co/sites/default/files/perfil_logistico_de_malaysia.pdf

PROCOLOMBIA. (2022). *Perfil logístico de exportación a República Popular de China*. Obtenido de https://www.colombiatrader.com.co/sites/default/files/perfil_logistico_de_china_2.pdf

PROCOLOMBIA. (2022). *Perfil logístico de exportación a República Popular de China*. Recuperado el 01 de marzo de 2022, de Perfil logístico de exportación a República Popular de China

PROCOLOMBIA. (2022). *Perfil logístico de exportación a Taiwán*. Recuperado el 01 de marzo de 2022, de <https://www.colombiatrader.com.co/herramientas-del-exportador/perfiles-logisticos-de-exportacion-por-pais/perfil-logistico-de-exportacion-taiwan>

Ramirez Gonzalez, C. T. (2016). *La producción de café de alta calidad y los impactos generados en el ámbito social, ambiental y económico en Colombia*. Recuperado el 28 de marzo de 2022, de <https://repository.unad.edu.co/bitstream/handle/10596/17517/12279824.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Redagícola. (06 de octubre de 2020). *El café representa el 80% de las exportaciones de el Tolima*. Recuperado el 30 de marzo de 2021, de <https://www.redagricola.com/co/el-cafe-representa-el-80-de-las-exportaciones-de-el-tolima/#:~:text=A%20nivel%20nacional%2C%20el%20Tolima,de%20las%20exportaciones%20del%20Tolima>.

- Salazar Escalante, R. Y., Mora Carvajal, C., & Duarte Cristiancho, M. (2019). Análisis de las tendencias en la producción y el consumo de café a nivel internacional. *Revista Visión Internacional*, 26-30. Recuperado el 19 de marzo de 2022, de <https://revistas.ufps.edu.co/index.php/visioninternacional/article/download/2369/2364/>
- Sampieri, R. H. (2014). *Metodología de la investigación*. McGRAW-HILL. Recuperado el 05 de marzo de 2021
- Sánchez, Maream J; Fernández, Mariela; Díaz, Juan C. (2021). *Técnicas e instrumentos de recolección de información: análisis y procesamiento realizado por el investigador cualitativo*. Recuperado el 13 de marzo de 2022, de <https://revista.uisrael.edu.ec/index.php/rcui/article/view/400/197>
- Santander| Trade Markets. (s.f.). *CHINA: EXPORTACIÓN DE PRODUCTOS*. Recuperado el 06 de abril de 2022, de <https://santandertrade.com/es/portal/gestionar-embarques/china/exportacion-de-productos>
- Servicios al Exportador. (2015). *Informe especializado Consumo de Café en países de Asia Pacífico: China, Corea del Sur y Japón*. Recuperado el 01 de marzo de 2022, de <https://boletines.exportemos.pe/recursos/boletin/855928436rad8BA57.pdf>
- SICEX. (14 de marzo de 2022). *Café: un pilar clave para la exportación en Colombia*. Recuperado el 02 de abril de 2022, de <https://sicex.com/blog/importancia-del-cafe-para-la-exportacion-en-colombia/>
- Superintendencia de Industria y Comercio. (2012). *Estudio sobre el sector del Café en Colombia*. Recuperado el 01 de abril de 2022, de https://www.sic.gov.co/recursos_user/documentos/promocion_competencia/Estudios_Economicos/Estudios_Economicos/Estudios_Mercado/EstudioSectorialCafe.pdf
- Tamayo Ly, C., & Silva Siesquén, I. (s.f.). *Técnicas e instrumentos de recolección de datos*. Recuperado el 9 de marzo de 2022, de <http://www.postgradoune.edu.pe/pdf/documentos-academicos/ciencias-de-la-educacion/23.pdf>
- Trade Map. (24 de febrero de 2022). Obtenido de https://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx?nvpm=3%7c170%7c%7c%7c090121%7c%7c%7c6%7c1%7c1%7c2%7c2%7c1%7c2%7c2%7c1%7c1
- Utrilla Catalán, R. (2020). *El mercado internacional de café es de gran importancia, ya que es el segundo producto más comercializado a nivel mundial después del petróleo*. Recuperado el 19 de marzo de 2022, de https://oa.upm.es/65672/1/TFG_REBECA_UTRILLA_CATALAN.pdf

Anexos

Anexo 1 Puntajes para la calificación de la Matriz de Mercados.

Calificación Para la Matriz de Mercados					
VARIABLES	1	2	3	4	5
PIB 2020	Ontendrá cuando su PIB sea inferior a 100.000 millones de dolares	PIB entre 100.000-200.000 millones de dolares	PIB entre 200.000-300.000 millones de dolares	PIB entre 300.000-400.000 millones de dolares	PIB entre 500.000 O + millones de dolares
PIB PER CAPITA 2020	Cuando su PIB per capita sea inferior a 10.000 USD	Cuando su PIB per capita sea entre 10.000 y 20.000 USD	Cuando su PIB per capita sea entre 20.000 y 30.000 USD	Cuando su PIB per capita sea entre 30.000 y 40.000 USD	Cuando su PIB per capita sea entre 40.000 y 50.000 USD
TIPO DE GOBIERNO	Que no tiene tipo de gobierno	-	-	-	Que tenga particularidad con el gobierno de Colombia
CONECTIVIDAD CON COLOMBIA	Si tiene una sola conectividad	Si tiene entre 2 y 3 conectividades con el pais de destino	Si tiene entre 3 y 4 conectividades con el pais de destino	Si tiene entre 4 y 5 conectividades con el pais destino	Si tiene 5 o mas conectividades con el pais destino
POBLACION 2020	Si tiene solo 10.000.000 o menos habitantes	Si tiene entre 10.000.000 y 20.000.000 de habitantes	Si tiene entre 20.000.000 y 30.000.000 habitantes	Si tiene entre 30.000.000 y 40.000.000 de habitantes	Si tiene 40.000.000 o mas habitantes
IDIOMA	Si es un idioma diferente al ingles y al español	Si el idioma es español	Si tiene 2 idiomas	Si tiene 3 idiomas	Si tiene 4 idiomas o mas
IMPORTACIONES DEL PAÍS SELECCIONADO DE CAFÉ DEL TOLIMA 2020 EN MILES DE DÓLARES	Si tiene entre 5.000 a 20.000	si tiene entre 20.000 a 40.000	Si tiene entre 40.000 a 60.000	Si tiene entre 60.000 a 80.000	Si tiene entre 80.000 o mas
CRECIMIENTO EN VALOR DE LAS IMPORTACIONES 2016-2020	Si tiene de -1% o inferior	si tiene 0% hasta 5%	si tiene 5% hasta 10%	Si tiene 10% hasta 15%	Si tiene 15% hasta 20%
CRECIMIENTO DE LAS IMPORTACIONES EN CANTIDAD 2016-2020	Si tiene de -1% o inferior	si tiene 0% hasta 5%	Si tiene 5% hasta 10%	Si tiene 10% hasta 15%	Si tiene 15% hasta 20%
EXPORTACIONES DE COLOMBIA AL PAIS SELECCIONADO EN VALOR EN MILES DE DOLARES 2020	si tiene de 0 hasta 100.000 USD	Si tiene de 100.000 hasta 200.000 USD	Si tiene de 200.000 hasta 300.000 USD	Si tiene de 300.000 a 400.000 USD	Si tiene de 400.000 USD o mas
PRINCIPALES PROVEEDORES	Si tiene 1 proveedor	Si tiene 1 o 2 proveedores	Si tiene 2 a 3 proveedores	si tiene de 3 a 4 proveedores	Si tiene de 4 o mas proovdores
ARANCEL GENERAL	Si tiene de 16% a 20%	Si tiene de 11% a 15%	Si tiene de 6 a 10%	Si tiene de 1% a 5%	Si tiene arancel 0%
ARANCEL PREFERENCIAL	Si no tiene arancel preferencias	-	-	-	Si tiene arancel preferencial
DOCUMENTOS REQUERIDOS	Si tiene 1 solo Documento	Si tiene 2 documentos requeridos	Si tiene 3 documentos requeridos	Si tiene 4 documentos requeridos	Si tiene 5 o mas documentos requeridos

Elaboración Propia.

Anexo 2 Mercados importadores de Café Tolimense entre 2016-2020 (Kilogramos por año).

Importadores	2016	2017	2018	2019	2020
Mundo	34.800.386	27.884.163	16.201.335	13.772.118	4.891.339
ESTADOS UNIDOS	14.409.568	12.742.154	6.408.703	6.338.398	2.212.869
ALEMANIA (UE)	4.357.791	2.322.291	1.727.657	1.595.913	79.712
JAPÓN	3.327.242	2.532.782	2.741.220	1.097.521	206.591
CANADÁ	1.523.611	1.830.338	1.241.056	1.265.788	966.113
ITALIA (UE)	1.397.841	1.521.030	144.761	335.219	160.107
COREA DEL SUR	1.107.637	1.020.955	705.945	503.242	206.104
TAIWÁN	17.641	46.204	346.473,00	121.610	19.276
MALASIA	39.154	174.038	460.978	213.721	503.237
CHINA	38.540	157.185	252.836	262.478	12.732
ARABIA SAUDITA	-	16.073	61.069	82.486	53.905
RESTO DE PAISES	8.581.361	5.521.113	2.110.637	1.955.742	470.693

Elaboración Propia. Fuente: Legiscomex, Estadísticas de Comercio Exterior (2022)

Anexo 3 Empresas exportadoras y principales destinos de café del Tolima (2022)

Razón social actual Exportador	País de Destino	Lugar de salida	Vía de transporte	Valor FOB (USD)
A LAUMAYER Y COMPAÑIA EXPORTADORES DE CAFE S.A.S.	ESTADOS UNIDOS	BUENAVENTURA	TRANSPORTE MARÍTIMO	109.748,78
CAFE 100 AÑOS S.A.S	ESTADOS UNIDOS	BOGOTÁ	TRANSPORTE AÉREO	8.805,90
COMERCIALIZADORA SIERRA VERDE S.A.S	ESTADOS UNIDOS	BUENAVENTURA	TRANSPORTE MARÍTIMO	72.909,38
COMERCIALIZADORA SIERRA VERDE S.A.S	CHILE	BUENAVENTURA	TRANSPORTE MARÍTIMO	23.009,95
COMERCIALIZADORA SIERRA VERDE S.A.S	COREA DEL SUR	BUENAVENTURA	TRANSPORTE MARÍTIMO	213.942,92
COMERCIALIZADORA SIERRA VERDE S.A.S	TAIWÁN	BUENAVENTURA	TRANSPORTE MARÍTIMO	36.370,05
COMPAÑIA NACIONAL DEL CAFE S. A. S.	ALEMANIA (UE)	BUENAVENTURA	TRANSPORTE MARÍTIMO	74.201,88
CONDOR SPECIALTY COFFEE S.A.S.	FINLANDIA (UE)	CARTAGENA	TRANSPORTE MARÍTIMO	360.086,74
COOPERATIVA DE CAFICULTORES DEL SUR DEL TOLIMA LTDA CAFISUR	CANADÁ	BUENAVENTURA	TRANSPORTE MARÍTIMO	296.853,54
COOPERATIVA DE CAFICULTORES DEL SUR DEL TOLIMA LTDA CAFISUR	ESTADOS UNIDOS	BUENAVENTURA	TRANSPORTE MARÍTIMO	1.548.604,08
UCUARA HERNANDEZ S.A.S.	EMIRATOS ÁRABES UNIDOS	CARTAGENA	TRANSPORTE MARÍTIMO	10.202,25
F.F.T. COLOMBIA S.A.S	JAPÓN	BUENAVENTURA	TRANSPORTE MARÍTIMO	48.000,00
FEDERACION NACIONAL DE CAFETEROS DE COLOMBIA	AUSTRALIA	BUENAVENTURA	TRANSPORTE MARÍTIMO	87.267,24
FEDERACION NACIONAL DE CAFETEROS DE COLOMBIA	CHINA	BUENAVENTURA	TRANSPORTE MARÍTIMO	221.097,17
FLAVOR EQUATION S.A.S	AUSTRALIA	BUENAVENTURA	TRANSPORTE MARÍTIMO	184.637,56
FLAVOR EQUATION S.A.S	CANADÁ	BUENAVENTURA	TRANSPORTE MARÍTIMO	245.308,50
FLAVOR EQUATION S.A.S	CHINA	BUENAVENTURA	TRANSPORTE MARÍTIMO	19.207,58
FLAVOR EQUATION S.A.S	GRECIA (UE)	CARTAGENA	TRANSPORTE MARÍTIMO	322.723,40
FOREST COFFEE SAS	ARABIA SAUDITA	CARTAGENA	TRANSPORTE MARÍTIMO	334.996,08
FOREST COFFEE SAS	ESTADOS UNIDOS	CARTAGENA	TRANSPORTE MARÍTIMO	371.421,47
GRUPO EMPRESARIAL AGROCEM PLANADAS S.A.S.	REINO UNIDO (UE)	BUENAVENTURA	TRANSPORTE MARÍTIMO	205.800,00
GRUPO TAP S.A.S C.I	CANADÁ	SANTA MARTA	TRANSPORTE MARÍTIMO	85.723,73
HOMEZ VANEGAS MARTA LUCIA	EMIRATOS ÁRABES UNIDOS	CARTAGENA	TRANSPORTE MARÍTIMO	3.640,00
INCONEXUS S.A.S.	ALEMANIA (UE)	SANTA MARTA	TRANSPORTE MARÍTIMO	97.772,98
INCONEXUS S.A.S.	ESTADOS UNIDOS	BUENAVENTURA	TRANSPORTE MARÍTIMO	109.157,59
INVERPROYECTOS MAGNA S.A.S	ESTADOS UNIDOS	CARTAGENA	TRANSPORTE MARÍTIMO	110.765,56
LA FINCA FOODS S.A.S	CHINA	BUENAVENTURA	TRANSPORTE MARÍTIMO	104.586,90
LOUIS DREYFUS COMPANY COLOMBIA S.A.S.	ARABIA SAUDITA	SANTA MARTA	TRANSPORTE MARÍTIMO	85.403,46
LOUIS DREYFUS COMPANY COLOMBIA S.A.S.	AUSTRALIA	SANTA MARTA	TRANSPORTE MARÍTIMO	175.176,11
LOUIS DREYFUS COMPANY COLOMBIA S.A.S.	CHINA	SANTA MARTA	TRANSPORTE MARÍTIMO	772.677,61
LOUIS DREYFUS COMPANY COLOMBIA S.A.S.	COREA DEL SUR	SANTA MARTA	TRANSPORTE MARÍTIMO	407.189,62
LOUIS DREYFUS COMPANY COLOMBIA S.A.S.	JORDANIA	SANTA MARTA	TRANSPORTE MARÍTIMO	83.161,45
LOUIS DREYFUS COMPANY COLOMBIA S.A.S.	MALASIA	SANTA MARTA	TRANSPORTE MARÍTIMO	500.457,26
MASTERCOL TRADING SAS	ESTADOS UNIDOS	SANTA MARTA	TRANSPORTE MARÍTIMO	107.403,05
OLAM AGRO COLOMBIA S.A.S	COREA DEL SUR	BUENAVENTURA	TRANSPORTE MARÍTIMO	68.789,88
OLAM AGRO COLOMBIA S.A.S	JAPÓN	BUENAVENTURA	TRANSPORTE MARÍTIMO	391.295,41
ORIGEN COFFEE COLOMBIAN COMPANY S.A.S	ARGENTINA	CARTAGENA	TRANSPORTE MARÍTIMO	33.572,00
PERCAFÉ DEL TOLIMA S.A.S	KUWAIT	BUENAVENTURA	TRANSPORTE MARÍTIMO	12.724,00
PERCAFÉ DEL TOLIMA S.A.S	ALEMANIA (UE)	CARTAGENA	TRANSPORTE MARÍTIMO	30.214,10
RENGIFO PRADA JULIAN EDUARDO	KUWAIT	CARTAGENA	TRANSPORTE MARÍTIMO	46.354,00
SAB COLOMBIA COFFEE S.A.S	AUSTRALIA	CARTAGENA	TRANSPORTE MARÍTIMO	132.835,00
SOCIEDAD EXPORTADORA DE CAFE DE LAS COOPERATIVAS DE CAFICULT	CANADÁ	CARTAGENA	TRANSPORTE MARÍTIMO	436.611,33
SOCIEDAD EXPORTADORA DE CAFE DE LAS COOPERATIVAS DE CAFICULT	ESTADOS UNIDOS	CARTAGENA	TRANSPORTE MARÍTIMO	2.078.702,61
SOCIEDAD EXPORTADORA DE CAFE DE LAS COOPERATIVAS DE CAFICULT	PAÍSES BAJOS (UE)	SANTA MARTA	TRANSPORTE MARÍTIMO	82.398,01
SOCIEDAD EXPORTADORA DE CAFE DE LAS COOPERATIVAS DE CAFICULT	REINO UNIDO (UE)	CARTAGENA	TRANSPORTE MARÍTIMO	89.683,47
SOCIEDAD EXPORTADORA DE CAFE DE LAS COOPERATIVAS DE CAFICULT	SUECIA (UE)	SANTA MARTA	TRANSPORTE MARÍTIMO	84.158,28
SUCAFINA COLOMBIA S.A.S	ESTADOS UNIDOS	BUENAVENTURA	TRANSPORTE MARÍTIMO	100.666,87
SUCDEN COLOMBIA SAS	NUEVA ZELANDA	BUENAVENTURA	TRANSPORTE MARÍTIMO	96.799,91

Elaboración Propia. Fuente: Legiscomex, Estadísticas de Comercio Exterior (2022)

Anexo 4 Matriz de Mercados³

VARIABLE PAÍS	P	TAIWAN		
		DATOS	C	R
VARIABLES MACROECONOMICAS				
PIB 2020	10%	584.973 M€	1	0,1
PIB PER CAPITA 2020	5%	24.828 €	5	0,25
TIPO DE GOBIERNO	5%	Multipartidista Democrático	3	0,15
CONECTIVIDAD CON COLOMBIA	7%	Desde Buenaventura hacia los puertos de Taiwán, existen más de 30 rutas directas y en conexión, ofrecidas por 12 navieras, con tiempos de tránsito desde los 38 días. Las conexiones se realizan en puertos de Corea del Sur.	3	0,21
FACILIDAD DE HACER NEGOCIOS	3%	80,9	5	0,15
ÍNDICE DE DESEMPEÑO LOGÍSTICO	3%	3,74	3	0,09
POBLACIÓN 2020	5%	23.561.000	1	0,05
IDIOMA	9%	Chino Mandarín	3	0,27
IMPORTACIONES DEL PAÍS SELECCIONADO DE CAFÉ DEL TOLIMA 2020 EN MILES DE DÓLARES	5%	US \$551.204	1	0,05
CRECIMIENTO EN VALOR DE LAS IMPORTACIONES 2016-2020	5%	157%	3	0,15
CRECIMIENTO DE LAS IMPORTACIONES EN CANTIDAD 2016-2020	5%	166%	5	0,25
EXPORTACIONES DE COLOMBIA AL PAÍS SELECCIONADO EN VALOR EN MILES DE DÓLARES 2020	9%	60.896	1	0,09

³ Banco mundial (2020). Datos de libre acceso del banco mundial, Expansión/Datosmacro.com (2020), PROCOLOMBIA (2022), MINCIT (2020).

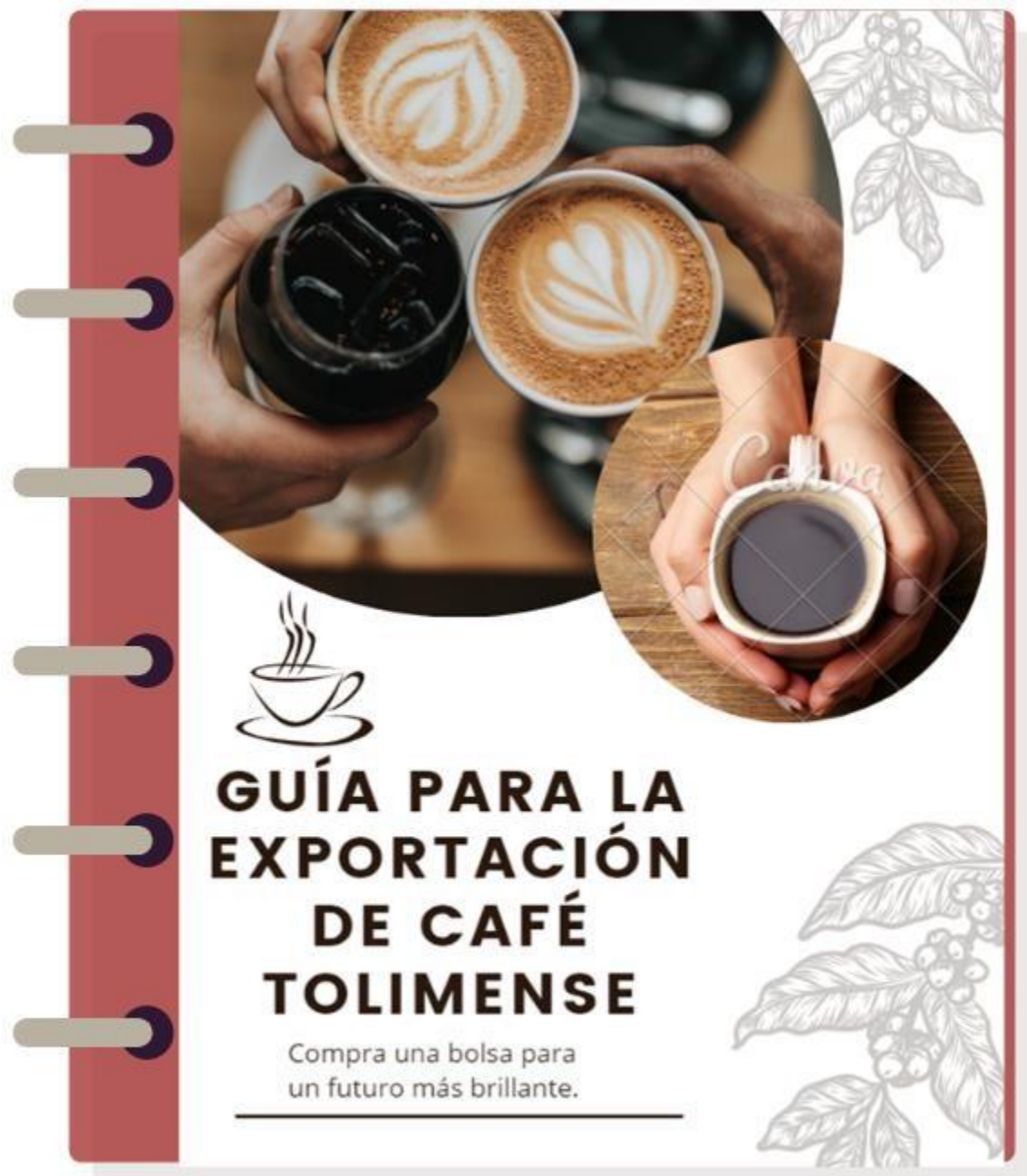
PRINCIPALES PROVEEDORES	4%	China, Hong Kong, Estados Unidos de América, Japón , Singapur y Colombia	5	0,2
ARANCEL GENERAL	6%	10%	3	0,18
ARANCEL PREFERENCIAL	9%	0%	1	0,09
DOCUMENTOS REQUERIDOS	10%	<ul style="list-style-type: none"> • Presentar el Documento Único Administrativo (DUA) • Presentar tres (3) facturas comerciales • Presentar tres copias de la lista de empaque • Certificados fitosanitario, sanitario, de libre venta, de tratamiento de embalaje de madera. 	5	0,5
TOTAL	100%			2,78
VARIABLE PAÍS	P	MALASIA		
VARIABLES MACROECONOMICAS		DATOS	C	R
PIB 2020	10%	USD 338.276 Millones	3	0,3
PIB PER CAPITA 2020	5%	USD 10.412,3	1	0,05
TIPO DE GOBIERNO	5%	Monarquía constitucional parlamentaria y federal.	3	0,15
CONECTIVIDAD CON COLOMBIA	7%	Desde Buenaventura hacia los puertos de Malaysia no existen servicios directos. La oferta cuenta con 5 rutas ofrecidas por 4 navieras, con tiempos de tránsito desde 45 días. Las conexiones se realizan en puertos de China, Corea del Sur y Singapur.	1	0,07
FACILIDAD DE HACER NEGOCIOS	3%	78,43	3	0,09
ÍNDICE DE DESEMPEÑO LOGÍSTICO	3%	3,22	1	0,03
POBLACIÓN 2020	5%	32.365.998	3	0,15
IDIOMA	9%	Malayo	1	0,09
IMPORTACIONES DEL PAÍS SELECCIONADO DE CAFÉ DEL TOLIMA 2020 EN MILES DE DÓLARES	5%	US 1.391.128	5	0,25
CRECIMIENTO EN VALOR DE LAS IMPORTACIONES 2016-2020	5%	164%	5	0,25

CRECIMIENTO DE LAS IMPORTACIONES EN CANTIDAD 2016-2020	5%	148%	3	0,15
EXPORTACIONES DE COLOMBIA AL PAÍS SELECCIONADO EN VALOR EN MILES DE DÓLARES 2020	9%	1.734.637	5	0,45
PRINCIPALES PROVEEDORES	4%	China, Singapur y Estados Unidos	3	0,12
ARANCEL GENERAL	6%	10%	3	0,18
ARANCEL PREFERENCIAL	9%	0%	1	0,09
DOCUMENTOS REQUERIDOS	10%	<ul style="list-style-type: none"> • Presentar dos certificados combinados tanto de valor y de origen • Presentar factura comercial • Se debe obtener por parte del importador, una licencia especial para la nacionalización de ciertos productos. 	5	0,5
TOTAL	100%			2,92
VARIABLE PAÍS	P	CHINA		
VARIABLES MACROECONOMICAS		DATOS	C	R
PIB 2020	10%	USD 14.722.731Millones	5	0,5
PIB PER CAPITA 2020	5%	USD 10.435	3	0,15
TIPO DE GOBIERNO	5%	Estado socialista con un sistema unipartidista representado por el Partido Comunista Chino.	3	0,15
CONECTIVIDAD CON COLOMBIA	7%	Desde Buenaventura hacia los puertos de China, existen más de 70 servicios directos y conexión ofrecidos por 12 navieras con tiempos de tránsito desde los 28 días. Las conexiones se realizan en puertos de Panamá, China, Corea del Sur.	5	0,35
FACILIDAD DE HACER NEGOCIOS	3%	73,64	1	0,03
ÍNDICE DE DESEMPEÑO LOGÍSTICO	3%	3,61	5	0,15
POBLACIÓN 2020	5%	1.410.929.000	5	0,25
IDIOMA	9%	Mandarín	3	0,27

IMPORTACIONES DEL PAÍS SELECCIONADO DE CAFÉ DEL TOLIMA 2020 EN MILES DE DÓLARES	5%	US 723.771	3	0,15
CRECIMIENTO EN VALOR DE LAS IMPORTACIONES 2016-2020	5%	86%	1	0,05
CRECIMIENTO DE LAS IMPORTACIONES EN CANTIDAD 2016-2020	5%	69%	1	0,05
EXPORTACIONES DE COLOMBIA AL PAÍS SELECCIONADO EN VALOR EN MILES DE DÓLARES 2020	9%	121.077	3	0,27
PRINCIPALES PROVEEDORES	4%	UE-27, Taiwán, Japón, y Corea del Sur	3	0,12
ARANCEL GENERAL	6%	10%	3	0,18
ARANCEL PREFERENCIAL	9%	0%	1	0,09
DOCUMENTOS REQUERIDOS	10%	<ul style="list-style-type: none"> • Dos facturas comerciales firmadas por el expedidor declarando separadamente el valor FOB y el valor CIF. • Licencia de importación para bienes con valor declarado por encima de US\$ 25. • Factura consular visada por el consulado chino para todos los envíos con valores superiores a los US\$ 250. 	5	0,5
TOTAL	100%			3,26

Elaboración Propia. Fuente: Legiscomex, Estadísticas de Comercio Exterior (2022)

Anexo 5 Guía de Exportación del Café



¿QUIENES PUEDEN EXPORTAR CAFÉ?



Todas las personas naturales y jurídicas registradas en la Federación Nacional De Cafeteros podrá exportar café verde o procesado.

¿CÓMO EXPORTAR CAFÉ?



Según lo previsto en el Decreto 1714 del Ministerio de Comercio Industria y Turismo, reglamentados en la Resolución 05 de 2015 del Comité Nacional de Cafeteros, las personas naturales o jurídicas que quieran exportar café verde o procesado deben registrarse como tal en el Registro Nacional de Exportadores de Café que administra la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia.

¿CÓMO OBTENER EL REGISTRO NACIONAL DE EXPORTADOR DE CAFE?

Productores o comercializadores de café deberán diligenciar completamente el formulario a través de su representante legal o agente debidamente autorizado y anexar los siguientes documentos:

1. Certificado de Existencia y Representación Legal de la persona jurídica o del Certificado de Registro Mercantil de la persona natural solicitante, expedido por la Cámara de Comercio con una antelación no superior a treinta (30) días calendario a la fecha de presentación de la solicitud.
2. Fotocopia del Registro Único Tributario-RUT.
3. Fotocopia del documento de identidad de la persona natural o persona jurídica del Representante Legal de la Compañía.
4. Original de una referencia bancaria expedida con una antelación no superior a 30 días calendario a la fecha de presentación, sobre la conducta financiera y comercial observada por el solicitante frente a los compromisos adquiridos.
5. De ser el caso, original del poder que el solicitante hubiere otorgado para la suscripción y presentación de la solicitud.
6. El formulario junto con los documentos para solicitar el Registro nacional de Exportadores de café, se radicarán a través de correo electrónica [lci_Registrocafede Colombia.com](mailto:Registrocafede Colombia.com) o se pueden enviar directamente en la Federación Nacional de Cafeteros en Bogotá a la siguiente dirección Calle 73 No 8-13 piso 2B Fuera de la ciudad se pueden radicar en los Comités Departamentales.

Descargar el formulario al ingresar al siguiente link:

http://www.cafedecolombia.com/clientes/es/regulacion_nacional/exportadores/

¿CUÁL ES EL PROCEDIMIENTO ANTE LA FEDERACIÓN NACIONAL DE CAFETEROS PARA HACER LA EXPORTACIÓN DE CAFÉ ?

1. ANUNCIAR LA EXPORTACIÓN

Realizar el anuncio de exportación en la página de la Federación Nacional de Cafeteros <https://portal.federaciondefcafeteros.org/irj/portal>

Este servicio está disponible de lunes a domingo, las 24 horas del día. Para tener acceso sólo necesita registrarse como miembro enviando un e-mail a la dirección: Info.federacafe@cafedecolombia.com solicitando su número de usuario y contraseña.

El anuncio de exportación, es un documento expedido por la Federación Nacional de Cafeteros que acredita la cantidad exacta de café objeto de comercialización en el mercado internacional, con el fin de hacer la correcta liquidación de la contribución cafetera,

2. SOLICITAR EL CERTIFICADO DE REPESO

Solicitar el documento expedido por la Federación Nacional de Cafeteros que acredita la cantidad exacta de café objeto de comercialización en el mercado internacional, con el fin de hacer la correcta liquidación de la contribución cafetera.

3. REALIZAR EL PAGO DE LA CONTRIBUCIÓN CAFETERA

La contribución cafetera es un gravamen de carácter particular y obligatorio, a cargo de los productores de café colombiano, que se genera en el momento de la exportación y que revierte en beneficio del sector cafetero que la tributa. Cuando el precio representativo del café suave colombiano supere los 0.60 centavos de dólar por libra exportada (US\$0.60), la contribución máxima será de 6 centavos de dólar por libra (US\$0.06) de café suave colombiano que se exporte. En ningún caso la contribución será inferior a 2 centavos de dólar por libra (US\$0.02) de café que se exporte. Una vez que el empresario realice este pago la Federación expedirá el "Certificado de contribución cafetera".

4. PRESENTAR LA GUÍA DE TRÁNSITO

Es un documento que ampara el transporte del café de exportación dentro del territorio nacional. Todo cargamento de café con finalidad de exportación deberá estar amparado con una Guía de Tránsito, cuyos formatos serán suministrados por la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia, previa a la aprobación de la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN). El documento de la Guía de Tránsito para café de exportación será certificado por las Inspecciones Cafeteras o en ausencia de éstas, por la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN). Cuando el documento sea revisado en su totalidad por la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales, el original de estas deberá ser enviado por dicha entidad a la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia, División de Comercialización, acompañada por la Autorización de Embarque o la declaración de exportación donde conste la salida del café del territorio aduanero nacional.

5. ADQUIRIR CERTIFICADO DE CALIDAD

Es el documento que acredita el cumplimiento con las disposiciones adoptadas por el Comité Nacional de Cafeteros. El certificado es emitido por Almacafe una vez la mercancía ingresa al puerto o aeropuerto, el área de calidad toma una muestra y realiza el estudio pertinente. Este proceso se hace en simultáneo con el Certificado de repeso.



6. OBTENER EL CERTIFICADO DE ORIGEN "ICO"

Es el documento que acredita el origen del café y es emitido por la Federación Nacional de Cafeteros, una vez reciben el comprobante de pago de la contribución cafelera.

7. SOLICITAR LOS VISTOS BUENOS DE ICA/INVIMA

Se da según el tipo de café que se vaya a exportar, se debe solicitar un registro ante las entidades ICA e INVIMA, en caso de que aplique.



¿CUÁL DEBE SER EL EMPAQUE PARA EXPORTACIÓN DE CAFÉ?

El café verde es empacado por la FNC en sacos de fique de 70 kg, cuyas dimensiones son:

- 70 cm de ancho por 95 cm de largo, con una tolerancia del 3%.
- Las utilizadas para marcar los empaques deben ser elaboradas con sustancias café verde. El polipropileno como material plástico se desarrolla bajo estricto control de calidad y brinda plena seguridad de uso en sus diferentes aplicaciones Big Bags: Los sacos de polipropileno tipo súper son comúnmente conocidos como BIG BAGS son empaques utilizados para la exportación de graneles sólidos y líquidos en volúmenes superiores a los empaques tradicionales. naturales que no afectan la calidad del café.
- Los empaques de polipropileno también son utilizados para la exportación de Dimensiones comúnmente utilizadas en estos sacos son: 1.05' ancho 1.05 largo \$1.20 de alto.
- Jumbo Liner: Son forras en fibra de polipropileno utilizados para las exportaciones de café a granel en contenedores de 20 pies.
- El café procesado es empacado de acuerdo a los requisitos del país destino.

¿CUALES SON LAS OBLIGACIONES DEL EXPORTADOR INSCRITO EN EL REGISTRO NACIONAL DE EXPORTADORES DE CAFE ?



- Efectuar el anuncio de venta de café colombiano ante la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia.
- Cumplir las normas de calidad y someter a control de calidad y/o revisión (según corresponda) de la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia todo el café verde o procesado, antes de cualquier embarque para el exterior.
- Transportar café dentro del territorio nacional amparado por guías de tránsito, cuando estas se requieran de conformidad con las normas aduaneras vigentes.
- Usar trilladoras, tostadoras o fábricas de café soluble que se encuentren debidamente inscritas ante la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia.
- Pagar la contribución cafetera establecida por la ley, previamente a la exportación de café colombiano, verde o procesado.
- Pagar la reliquidación de la contribución cafetera cuando a ello hubiere lugar.
- Evitar cualquier hecho que atente contra la comercialización del café colombiano y su posicionamiento en el mercado mundial.
- Mantener las condiciones demostradas para la obtención de la inscripción en el Registro de Exportadores de Café.
- Renovar su inscripción en el Registro de Exportadores de Café, en la forma y dentro del término previsto en la presente Resolución.



TRÁMITES ADUANEROS PARA LA EXPORTACIÓN EN CHINA



- **Impuestos a la exportación:** No existe un impuesto a la exportación. Pero el IVA (17%), no reembolsable en caso de exportación, podría considerarse un impuesto a la exportación.
- **Despacho de aduana de mercancías:** el proveedor proporciona:
 - factura
 - albarán
 - certificado de origen
 - fumigación
 - declaración de aduanas
- **Declaraciones necesarias:** País de origen
 - Valor y descripción de la mercancía
 - Composición de la mercancía
 - Acabado/semiacabado
 - Nombre/datos del proveedor
 - Destino del producto
 - Destinatario
 - Código HS
- **Agroalimentarios:** certificado de exportación o de fijación anticipada (AGREX), certificados de control de calidad comercial (SOIVRE), certificado veterinario de exportación, cuaderno de a bordo (CAB), certificado fitosanitario, certificación OCDE, certificado ISTA, certificados CITES, certificado sanitario para la exportación de productos alimentarios, certificado de libre venta.

REGLAS DE EMBALAJE Y ETIQUETADO EN CHINA

- **El embalaje:** Tiene que ajustarse a las reglas sanitarias y de seguridad. El material de embalaje no puede ser tóxico o peligroso y debe ser fácilmente degradable y reciclable. Todos los embalajes en madera deben incluir el sello IPPC, o serán sometidos a otras exigencias.
- **Idiomas permitidos en el embalaje y el etiquetado:** Todos los productos vendidos en China deben tener sus etiquetas y anotaciones en chino.
- **Marcado de origen "Hecho en":** La información sobre el país de origen ha de estar claramente indicada.
- **Reglamentos específicos:** Las etiquetas de los productos alimentarios tienen que incluir el peso neto, la lista de ingredientes, la dirección del distribuidor chino, la fecha de producción y la de caducidad.

Los productos que requieren la marca CCC (certificación obligatoria de China), además de someterse a un proceso de solicitud y de pruebas, deben tener la marca aplicada a los productos antes de entrar o que se venden en China.