



**Análisis de los mercados internacionales para la exportación de café
en bolsas filtrantes desde el municipio Neiva, Huila.**

Catalina Rivera Gonzalez

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, Universidad Antonio Nariño

Comercio Internacional

Mg. Diego Andrés Lasso Pérez

Neiva, Huila.

**Análisis de los mercados internacionales para la exportación de café en bolsas
filtrantes desde el municipio Neiva, Huila.**

Catalina Rivera Gonzalez

Código: 20701915661

monografía de grado presentada como requisito para optar al título de profesional e
comercio internacional.

Director:

Mg. Diego Andrés Lasso Pérez

Línea de investigación:

Comercio Internacional

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, Universidad Antonio Nariño

Comercio Internacional

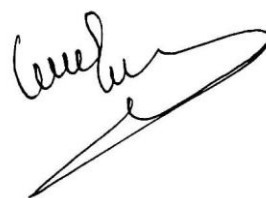
Neiva, Huila

NOTA DE ACEPTACION

El trabajo de grado titulado Análisis de los mercados internacionales para la exportación de café en bolsas filtrantes desde el municipio de Neiva, Huila cumple con los requisitos para optar al título de Profesional en Comercio Internacional.



Firma del tutor



Firma del jurado

Neiva, 01 de junio de 2023

Contenido

Agradecimientos	9
Resumen.....	10
Abstract	11
INTRODUCCIÓN	12
1. ESTUDIOS PRELIMINARES	14
1.1 Planteamiento del problema	14
1.2 Objetivos	15
<i>1.2.1 Objetivo general</i>	15
<i>1.2.2 Objetivos específicos</i>	15
1.3 Marco conceptual	16
<i>1.3.1 Antecedentes de la solución del problema</i>	16
<i>1.3.2 Marco teórico</i>	18
1.4 Alcance de la investigación.....	20
1.5 Justificación.....	20
1.6 Hipótesis de la investigación.....	21
2. METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION	22
2.1 Enfoque	22
2.2 Diseño de la investigación	22

2.3 Alcance.....	22
2.4 Recolección de información.....	23
3. RESULTADOS DE LA INVESTIGACION.....	24
3.1 Determinar la producción y elaboración del café en las bolsas filtrantes, envase, empaque, embalaje, clasificación arancelaria.	24
3.1.1 <i>Dugrato S.A.S</i>	24
3.1.2 <i>Producción y elaboración del café en bolsas filtrantes</i>	25
3.1.3 <i>Envase</i>	28
3.1.4 <i>Empaque</i>	30
3.1.5 <i>Embalaje</i>	32
3.1.6 <i>Clasificación arancelaria</i>	33
3.2 Seleccionar los países potenciales para la exportación de café en bolsas filtrantes.....	33
3.2.1 <i>Exportaciones de la partida.</i>	34
3.2.2 <i>Importaciones de la partida por país.</i>	35
3.2.3 <i>Participación del primer proveedor.</i>	36
3.2.4 <i>Disponibilidad de transporte</i>	37
3.2.5 <i>Tarifa flete</i>	37
3.2.6 <i>Arancel preferencial</i>	37
3.2.7 <i>Ingreso Per cápita</i>	38
3.2.8 <i>Precio del mercado local del producto.</i>	39

3.2.9 <i>Justificación y elección de los posibles mercados</i>	39
3.3 Determinar el proceso logístico para la exportación del café en bolsas filtrantes al mercado internacional.	41
3.3.1 <i>Distribución física internacional</i>	41
3.3.2 <i>Requisitos para exportar hacia Alemania</i>	42
CONCLUSIONES	44
RECOMENDACIONES.....	46
Referencias.....	47

Lista de figuras

Figura 1 Cafe seleccionado para empacar	26
Figura 2 Maquina empacadora	27
Figura 3 Cafe en bolsa filtrante.....	29
Figura 4 Café empacado con barrera cero luz	30
Figura 5 Caja de café listo para distribuir.....	31
Figura 6 Parte trasera caja de café lista para distribuir	31
Figura 7 Maquina plastificadora.....	32
Figura 8 Embalaje.....	33
Figura 9 Participacion de los proveedores.....	36
Figura 10 Ingreso per capita en USD.....	38
Figura 11 Aproximación del precio del producto en el mercado local valor en USD....	39
Figura 12 Termino de negociacion (FOB).....	41

Lista de tablas

Tabla 1 Producción variable de sachet mensual	25
Tabla 2 Capacidad de producción máxima en turno de 8 horas	28
Tabla 3 Principales exportadores de cafe.....	34
Tabla 4 Principales importadores de cafe	35
Tabla 5 Tarifa flete en USD.....	37
Tabla 6 Matriz de seleccion de mercado.....	40
Tabla 7 Requisitos para exportar cafe desde colombia hacia alemania.....	42

Agradecimientos

Quiero agradecer a mi familia por su apoyo incondicional durante todo mi proceso de formación académica. Gracias por creer en mí y por siempre estar ahí para ayudarme cuando lo necesite. También quiero agradecer a Dios por permitirme llegar hasta aquí.

También expresar mi gratitud a mi director de tesis, por su ayuda y orientación en la realización de este proyecto, gracias a su orientación pude fortalecer mis habilidades de investigación y así fortalecer mi trabajo.

Resumen

El presente proyecto titulado “análisis de los mercados internacionales para la exportación de café en bolsas filtrantes desde Neiva, Huila” tiene como objetivo dar a conocer a la empresa Dugrato S.A.S los posibles mercados internacionales para empezar a exportar y expandir la empresa, así mismo dar a conocer a los caficultores del Departamento del Huila una forma diferente, practica e innovadora a la hora de exportar un producto apetecido a nivel mundial como lo es el café.

El departamento del Huila ha ido tomando mayor posición a nivel nacional debido a que han ido aumentando la participación de exportaciones de café, esto se debe a que cuenta con ventajas climáticas, que hacen que el café sea de mejor calidad, aroma y sabor, al obtener estas ventajas se busca aprovecharlo y darle un valor agregado al producto y el café en bolsas filtrantes es un paso para ello.

Para poder exportar se debe tener claro la capacidad productiva de la empresa y las características del producto para lograr un análisis de como ingresar al mercado internacional, en donde se deben tener en cuenta varios factores, por ello se hace una matriz de selección de mercado, donde se analizan y así se eligen los países que tienen mayor demanda y son más aptos para la exportación, para finalizar se estudian los requisitos y la documentación que necesita el café para salir del territorio aduanero nacional, además las exigencias que tiene el país destino para el ingreso de este.

Palabras clave: Café, Análisis, Exportación, Mercados internacionales.

Abstract

The objective of this project entitled "analysis of international markets for the export of coffee in filter bags from Neiva, Huila" is to make the company Dugrato S.A.S aware of the possible international markets to start exporting and expand the company, as well as to give to know to the coffee growers of the Department of Huila a different, practical and innovative way when it comes to exporting a coveted product worldwide such as coffee.

The department of Huila has been taking a greater position at the national level due to the fact that the participation of coffee exports has been increasing, this is due to the fact that it has climatic advantages, which make the coffee of better quality, aroma and flavor, while Obtaining these advantages seeks to take advantage of it and give added value to the product, and coffee in filter bags is a step towards this.

In order to export, the productive capacity of the company and the characteristics of the product must be clear to achieve an analysis of how to enter the international market, where several factors must be taken into account, for this reason a market selection matrix is made, where the countries that have the greatest demand and are most suitable for export are analyzed and chosen, to finish, the requirements and documentation that the coffee needs to leave the national customs territory are studied, as well as the requirements that the destination country has for its income.

Keywords: Coffee, Analysis, Export, International markets.

INTRODUCCIÓN

El café es una bebida que se da como resultado después de tostar y moler los granos de la planta, es reconocida y consumida a nivel internacional. Colombia se caracteriza por ser un gran productor de café, y se destaca a nivel mundial gracias a sus características que lo destacan por su aroma, acidez y sabor que lo caracterizan y aportan gran valor.

Con respecto a lo anterior el café al ser una bebida consumida a nivel mundial cuenta con una gran competencia sin embargo tiene como ventaja ya que se puede innovar con el producto gracias a su demanda, el café en bolsas filtrantes se ofrece con el fin de tener una presentación diferente, atractiva, de excelente calidad y una forma diferente a lo tradicional para consumirlo, creando una experiencia diferente para el cliente.

Con esta investigación se pretende lograr el análisis de los mercados internacionales para la exportación del café en bolsas filtrantes, ya que el departamento del Huila se destaca por su producción en café, puesto que más del 74% de la población rural se dedica a la caficultura y el 53% de las exportaciones del departamento se deben a ello. (cafeteros, s.f.)

El enfoque de esta investigación es dar a conocer a la empresa Dugrato S.A.S que mercado a nivel internacional podría ser el más adecuado para empezar a exportar su producto y así mismo dar a conocer la empresa a nivel internacional.

En el desarrollo de este análisis se realizará una investigación descriptiva que pretenda analizar los mercados internacionales más adecuados para la exportación de café en bolsas filtrantes, la información se obtendrá por medio fuentes primarias y secundarias que permitirán lograr los objetivos de la investigación.

Por último, se pretende poner en práctica los conocimientos adquiridos a lo largo de la carrera de Comercio Internacional, donde se podrán identificar los diferentes procesos que se llevan para la producción y elaboración del producto, así mismo su clasificación arancelaria y una segmentación de mercado donde se elija el país adecuado para finalmente lograr una exportación.

1. ESTUDIOS PRELIMINARES

1.1 Planteamiento del problema

A lo largo del tiempo, la actividad comercial ha estado vinculada con la labor humana para satisfacer las necesidades. Pues uno de los avances que se han evidenciado en la actualidad es el comercio internacional que se define como una estrategia más amplia para incrementar la capacidad productiva de un país y así aumentar la prosperidad de sus ciudadanos (Giménez Morera, 2019)

Además (Giménez Morera, 2019) afirma que el comercio internacional es una herramienta clave para lograr el desarrollo económico, asegurando que una mayor participación del comercio internacional estimule el crecimiento económico, como parte fundamental del comercio internacional se tiene a las exportaciones que se define como “la salida de mercancías del territorio aduanero colombiano con destino a otro país”. (DIAN, Dirección de impuestos y aduanas nacionales, s.f.)

Las exportaciones se destacan como un factor indispensable para la economía de un país y en este sentido Colombia y el Departamento del Huila necesitan de ellas para su desarrollo. Uno de los principales productos que se producen y exportan en el Departamento del Huila es el café por las condiciones climáticas y las prácticas agrícolas sostenibles que se han ido implementando favoreciendo la producción de este, además este se destaca por las diferentes variedades que se cultivan que cada una de ellas se destaca por su aroma y suavidad, el café al ser el producto que más se exporta en el departamento con un 84,6% (Caracol, 2020) proporcionando ingresos para incrementar la economía del departamento debido a esto la empresa Dugrato S.A.S decide innovar con una presentación distinta a la que usa tradicionalmente la competencia, por ello tiene una oportunidad para posicionar la marca.

(Solano, 2022) El filtro de café es una herramienta que cumple la función de separar el desperdicio del café líquido durante el proceso de la extracción de la semilla, con el fin de separarlos y que la bebida quede libre de este.

Una propuesta diferente, creativa e innovadora para la exportación de café en el departamento del Huila son el café en bolsas filtrantes, para salir de lo tradicional y apuntar a un mercado diferente, tanto local como internacional. Los beneficios de esta presentación es que el café sigue conservando sus propiedades, además se logra disminuir el tiempo de preparación, haciéndolo práctico y rápido. Así mismo ayuda a evitar el desperdicio de café que se genera al abrir una bolsa de café que viene por libra o kilogramos ya que al abrirla y esta tenga contacto con el aire va perdiendo sus características y al no usarla en el menor tiempo posible se pierden sus propiedades. El propósito de esta presentación es que además de ser llamativa, diferente y creativa busca ofrecer un producto de buena calidad y poder comercializarlo en diferentes países donde el consumo de café sea alto.

Es así como esta investigación se llevará a cabo un análisis de los mercados internacionales para la exportación de café en bolsas filtrantes desde Neiva, Huila.

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo general

Analizar los mercados internacionales para la exportación de café en bolsas filtrantes desde el municipio de Neiva, Huila.

1.2.2 Objetivos específicos

- Determinar la producción y elaboración del café en las bolsas filtrantes, envase, empaque, clasificación arancelaria y comercialización.

- Seleccionar los países potenciales para la exportación de café en bolsas filtrantes.
- Determinar el proceso logístico para la exportación del café en bolsas filtrantes al mercado internacional.

1.3 Marco conceptual

1.3.1 Antecedentes de la solución del problema

Después de realizar una investigación intensa, se encontraron diferentes estudios a nivel internacional relacionados con la exportación de café en bolsas filtrantes a lo largo del tiempo. Estos trabajos se han encontrado por medio de diferentes repositorios universitarios; entre ellos se encuentran tres:

“Exportación de filtrante de café orgánico a Estados Unidos, California”

El proyecto tiene la finalidad de proponer la exportación de filtrante de café orgánico al estado de California en los Estados Unidos. tratando de combinar productos agrícolas peruanos de alta calidad, como las variedades de café, con mercados importantes y exigentes como California, el país con un ingreso per cápita más alto como es Estados Unidos, considerado un centro cultural y económico, mostrando nuestros productos de manera funcional e innovadora, como nuestra caja de 12 bolsas filtrantes (6.35 oz.).

Este proyecto es factible porque brinda rentabilidad ya que la mayor parte del proceso será tercerizado, lo que permitirá que la gerencia se enfoque en lo que crea más valor para la empresa (fortalecer la cadena de suministro desde los proveedores hasta los clientes finales).

“Exportación de café tostado y molido en filtrante de taza a Santiago de Chile”

El objetivo principal de este trabajo es satisfacer la demanda de consumo de café en Santiago de Chile, es decir, obtener café a partir de granos naturales en cantidades determinadas en taza de filtro importados. Su presentación se caracteriza porque es tostado y molido y listo para consumir simplemente agregando agua a una taza.

Chile es uno de los mayores importadores de café en grano, ya que el país no produce café y tiene una proporción creciente de consumidores de café. Según un estudio de mercado de la consultora chilena Auget, existe una fuerte demanda de consumo en Chile por bebidas calientes como té, café instantáneo. Debido al clima y la geografía, en Chile no hay producción de café, por lo que importan café de diversas formas para uso comercial.

“Exportación de café orgánico filtrante al Japón”

Japón no tiene producción de café, por lo que depende de las importaciones para cubrir con su demanda. La idea no es competir con empresas extranjeras que importan nuestro café a diferentes países porque ellos importan los granos y luego los procesan en cada país. El objetivo es exportar a Japón café destinado al consumidor final, es decir café orgánico soluble empacado en bolsas filtro de 20 cajas, llegando a Japón empacado y listo para consumo directo.

El objetivo de la promoción y comercialización del café orgánico es ofrecer al mercado un producto de muy alta calidad, completamente natural, con un aroma y sabor refinados, con un aspecto muy llamativo y original y, por otro lado, que se pueda preparar rápidamente. Cabe señalar que el café orgánico seleccionado debe ser el mejor café producido en el Perú. Los contratos con los productores deben ser a largo plazo para que no se agoten las existencias, porque el café orgánico se prepara con mucho cuidado y es completamente natural, por lo que requiere una alta rentabilidad y un lugar de producción muy especial.

1.3.2 Marco teórico

Debido a los avances económicos que se han evidenciado a lo largo del tiempo, el comercio internacional con el intercambio de bienes y servicios entre países ha llegado a ser uno de los factores indispensables. Así mismo día a día ha ido evolucionando y creando diferentes teorías que buscan respaldar los diferentes fenómenos que se presentan, como ciertos países que son más desarrollados que otros aprovechando algunas ventajas sobre ellos mismos.

Teoría de la ventaja comparativa

El café al ser uno de los productos agrícolas que más se exporta en el país ha ido incrementando el comercio internacional en Colombia, en especial en el departamento del Huila ya que las condiciones climáticas favorecen la producción de este dejando así en claro una de las teorías que más resaltan dentro del comercio internacional, en la cual se hace referencia a que se tiene una ventaja frente a otro país si el costo de producción de este es menor respecto a otros países (Paul R Krugman, 2006).

Por lo mencionado anteriormente se logra ampliar el intercambio de productos con otras naciones que no cuentan con una ventaja al producir el café por diferentes causas, como el clima debido a que este y el suelo favorecen la producción, también el costo de producción, ya que se benefician por su mano de obra que es abundante y económica por lo cual que termina siendo una ventaja para el departamento del huila y sus exportaciones ya que este es más productivo al enfocarse en producir y destacar el producto que le resulta más rentable como lo es el café.

Teoría de la ventaja competitiva

El café es una bebida que se consume a nivel mundial, sin embargo, no se produce en todos los países; En Colombia específicamente en el Departamento del Huila se cuentan con los municipios que tienen mayor producción de café en el país (Agronet, 2022).

Según (porter, 1990) Un país no nace con una ventaja competitiva, esta se crea con el fin de lograr un éxito competitivo, las empresas le dan un valor agregado y un factor diferenciador al producto con el fin de satisfacer a sus clientes.

La empresa Dugrato S.A.S busca hacer destacar su producto en el mercado internacional y obtener un mayor beneficio económico, por lo tanto, ha cambiado la presentación tradicional del café con el fin de que este sea más atractivo para el consumidor, así mismo buscando nuevos mercados participando en ferias y eventos exponiendo los beneficios de adquirir el café en bolsas filtrantes, haciendo énfasis en lo práctico, higiénico e innovador a la hora de ser consumido logrando que un producto tradicional como es el café sea más llamativo.

Teoría de la ventaja absoluta.

Según (smith, 1776) “La ventaja absoluta de un país puede ser natural (clima) o adquirida (conocimiento), lo que nos lleva a la conclusión: «en tanto que uno de los países tendrá ventajas que le faltarán al otro, le será más ventajoso para este último comprar al primero, que no fabricarlo él mismo»”

Teniendo en cuenta lo anterior en el Departamento del huila se obtiene una ventaja con el café respecto otros departamentos de Colombia debido a su clima, suelo y la ubicación geográfica, por lo tanto, al enfocarse en producir el café de mejor calidad, manteniendo sus características que lo hacen apetecido y al producirlo de manera más eficiente, se está fortaleciendo el comercio dentro del departamento y a medida que se va haciendo más eficiente a

la hora de los cultivarse, también se le va dando un valor agregado al café tradicional sin dejar de serlo, además de esto el café en bolsas filtrantes contiene una mayor concentración de los nutrientes ya que no tiene químicos para su conservación por lo tanto al tener una producción eficiente y organizada de este se la empresa puede tener mayor reconocimiento en el país y a nivel mundial.

1.4 Alcance de la investigación

Esta investigación se realiza en el municipio de Neiva, Su extensión territorial de 1533 km², su temperatura promedio de 27.7 °C. Se cuenta con una economía variada, sus principales actividades económicas son la agricultura y la ganadería, el 64,9% corresponde al sector agrícola donde su principal producto cultivado es el café; por lo tanto, cuenta con las actividades adecuadas para llevar a cabo la exportación de café en bolsas filtrantes.

El alcance que pretende dar esta investigación es el análisis de mercados internacionales para la exportación de café en bolsas filtrantes desde el municipio de Neiva, Huila, tomando en cuenta los requisitos necesarios para la exportación de este.

1.5 Justificación

Acorde a la información suministrada por diferentes sitios web, se conoce la producción anual de café en Colombia, evidenciando así mayor producción mundial de arábigo suave lavado, siendo esta cifra 11,1 millones de sacos de 60 k (Cafeteros, 2022). Debido a las condiciones climáticas de Colombia y el no contar con estaciones que puedan afectar la producción, el café se puede cultivar todo el año.

El departamento del Huila “logró aumentar su participación pasando del 12.6% al 15.3% incrementando en 2.7% más con respecto al 2021, fortaleciendo su liderazgo en lo que tiene que ver con la producción, productividad y familias caficultoras” (Villareal, 2022) .

Durante la investigación se pretende lograr el análisis de los mercados internacionales donde se registren los países que más consuman el café colombiano y así mismo buscar un mercado adecuado para la exportación de café Huilense en bolsas filtrantes, además dar a conocer un producto que se consume de manera habitual en una presentación diferente y practica a los posibles mercados ya que este además es un producto que por su practicidad puede llegar a generar rentabilidad, aumento de ventas, y así un reconocimiento en el exterior y posicionamiento como empresa.

Por lo tanto, se busca brindar a la empresa Dugrato S.A.S y al gremio caficultor en el Huila una propuesta innovadora que aporte valor Agregado a su producto aprovechando las ventajas climáticas de Colombia sin perder su sabor, aroma y acidez, donde se pretende dar a conocer una mejor propuesta a cientos de familias que hoy en día se dedican a esta actividad que genera gran aporte al PIB y desarrollo al país y la región, mejorando la calidad de vida en muchos hogares y posicionando a la vez de manera competitiva en el departamento del Huila.

1.6 Hipótesis de la investigación

Existen mercados internacionales para la exportación de café en bolsas filtrantes fabricados por la empresa Dugrato S.A.S desde el municipio de Neiva, Huila.

2. METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION

A continuación, se da a conocer la metodología utilizada en la investigación para lograr los objetivos propuestos.

2.1 Enfoque

El tipo de enfoque que se utiliza en esta investigación es cualitativo ya que esta basa su interés en las personas que están siendo estudiadas es decir a partir de la percepción que tiene la persona sobre su propio contexto, parte de las actividades y entorno que guían el actuar y comportamiento de las personas estudiadas, su objetivo es establecer la relación y el significado que tiene este con el objetivo del estudio (Ramirez, 2005) . Este enfatiza en ofrecer información sobre procesos y contextos sociales en las cuales se busca recolectar información con el uso de técnicas como entrevistas, encuestas, debates, etc. (Silva, 2005)

2.2 Diseño de la investigación

Un estudio no experimental ya que este no se construye por ninguna circunstancia, esta analiza los escenarios que ya están y observa situaciones existentes no las que son provocadas intencionalmente por quien las realiza con el fin de estudiar cierto fenómeno. Así mismo estudia las variables que surgen sin llegar a influir sobre ellas, ya que estas ya sucedieron al igual que los efectos que pudo llegar a generar (Roberto hernandez sampieri, 2006).

2.3 Alcance

A partir de los objetivos planteados, se determina que el alcance es de tipo descriptivo, ya que según (Roberto hernandez sampieri, 2006) Los estudios descriptivos pretenden especificar las características y rasgos importantes de cualquier tipo de investigación que se analice.

De este modo en esta investigación se busca describir el proceso de elaboración y producción y la exportación de café en bolsas filtrantes hacia un mercado internacional con mayor aceptación del producto, recolectando información de diferentes fuentes donde se puedan analizar las características y los resultados que se pueden obtener.

2.4 Recolección de información

Las fuentes de información son herramientas que proporciona datos, información y conocimiento para aclarar dudas, a continuación, se toman en cuentas las fuentes en la cuales se basa esta investigación.

Según (Sampieri, 2014) Las fuentes primarias contienen datos de primera mano, que no han sido interpretados antes, generalmente son documentos con los resultados de los estudios correspondientes, como fuente primaria de esta investigación se tiene la entrevista al empresario quien va a describir el proceso que utiliza para conseguir la materia prima y así mismo hacer el proceso de maquilar su producto, además ciertas monografías o tesis que tengan relación con esta.

Así mismo, las fuentes secundarias según (sampieri, 2006) “son compilaciones, resúmenes y listados de referencia publicadas por un área de conocimiento en particular”. En este análisis se van a utilizar diferentes plataformas gubernamentales o privadas donde se evidencie las exportaciones de café, los acuerdos comerciales o los requisitos que se necesitan para exportar el producto, algunas de estas son legiscomex, trademap, procolombia, entre otras.

3. RESULTADOS DE LA INVESTIGACION

3.1 Determinar la producción y elaboración del café en las bolsas filtrantes, envase, empaque, embalaje, clasificación arancelaria.

A continuación, se dan a conocer los datos sobre la empresa, la elaboración, producción y su funcionamiento, así mismo la presentación y los datos generales del producto, por último, su clasificación arancelaria.

3.1.1 Dugrato S.A.S

Dugrato Industrias. nace en 2018 pero se consolida el 12 abril 2019 y se toma como sede principal la Ciudad de Neiva – Huila, a 4 Kilómetros de la vía Neiva- Palermo. Se proyecta hacia la fabricación, producción, distribución y exportación de Café en Saquitos, siendo el activo principal de nuestra empresa es el capital humano, ya que bajo un experto estudio e investigación se fue desarrollando poco a poco el proyecto de café tipo infusión, exigiendo el máximo de capacidad de nuestro personal para lograr la consecución del tipo exacto de saquito que nos permitiera obtener la calidad deseada del producto (DugratoS.A.S, 2021)

Misión

Dugrato Industrias. tiene por objeto principal la fabricación de sachet para infusiones, tostión y molienda de café, importación, exportación y comercialización de productos alimenticios de producción, fabricación y transformación de envases y empaques en cualquier tipo de material, que trabajamos dentro de los parámetros del crecimiento y desarrollo social y económico de nuestra región y del territorio Colombiano, buscando ser líderes en la comercialización de nuestros productos (DugratoS.A.S, 2021)

Visión

Dugrato Industrias. se proyecta para ser reconocida como líderes en la distribución de Café en saquitos a nivel nacional e internacional por medio de la eficiencia y eficacia en el servicio, actuando siempre con responsabilidad y primando siempre la integridad, el respeto, el trabajo en equipo (DugratoS.A.S, 2021)

3.1.2 Producción y elaboración del café en bolsas filtrantes

La empresa Dugrato S.A.S no cultiva el café, sin embargo, cuenta con un proveedor, una trilladora que se encarga de entregarles el café con las especificaciones adecuadas para poder empacar el producto y que este de los resultados esperados, la trilladora ubicada en el municipio de Neiva el cual le garantiza a la empresa que el café siempre va a ser el mismo, por lo general el café que se utiliza es un café caturro.

La producción de café en bolsas filtrantes mensual varía dependiendo la demanda del producto, sin embargo, la demanda constante esta entre 15kg y 18kg ya que no es necesaria una gran cantidad de café, debido a que cada sachet cuenta con 5g de café tostado y molido.

Tabla 1

Producción variable de sachet mensual

KILOGRAMOS	SACHET (unidad)	CAJAS
10Kg	2.000	100
12Kg	2.400	120
15Kg	3.000	150
18Kg	3.600	180

Fuente: Dugrato S.A.S 2023. Elaboración propia 2023.

En relación con la tabla que se muestra anteriormente, se puede ver que con 10kg de café salen 100 cajas de café en bolsas filtrantes listas para distribuir, por lo tanto, las cantidades de café que se utilizan son las adecuadas para la demanda el producto en el Departamento del Huila.

La trilladora se encarga de entregar el café en grano y la empresa de hacer el proceso de tostión y molienda al café ya que este requiere un nivel de tostión especial en el cual se resaltan sus cualidades y así este se quede apto para empacarlo y al momento de ser consumido este se disuelva de la manera esperada y su color, sabor y aroma no se hayan perdido por una mala tostión.

Figura 1

café seleccionado para empacar



Fuente: Dugrato S.A.S 2023.

Después de tener el café seleccionado este está listo para ser empacado, para este proceso se utiliza una maquina en la cual se deposita el café y así queda empacado en el filtro listo para tener el siguiente proceso.

Figura 2

Maquina empacadora



Fuente: Dugrato S.A.S.

Luego de tener el café en el filtro, la maquina se encarga de envasarlo, lo siguiente que se realiza es un proceso manual donde se verifica que los filtros y el envase hayan quedado en excelente estado y por último se empacan dentro de la caja para iniciar su distribución.

La empresa Dugrato S.A.S puede cubrir un pedido superior a la cantidad que producen mensualmente, siempre y cuando se tenga un pedido es específico ya que la trilladora les provee la cantidad de café que necesiten y la maquinaria utilizada para el proceso de empaque puede funcionar las 24 horas.

Tabla 2

Capacidad de producción máxima en turno de 8 horas

PRODUCCIÓN	SACHET
Diaria	33.600
Semanal	1.344.000
Mensual	5.376.000

Fuente: Elaboración propia 2023.

Con lo anterior, se puede concluir la capacidad de producción que tiene la empresa en un turno de 8 horas, sin embargo, estos turnos se pueden ampliar para cumplir con el pedido del cliente y entregarlo en el tiempo estipulado.

3.1.3 Envase

El envase es el paso principal para la comercialización del producto, para este se utiliza un filtro especial importado, este se usa con el fin de que el producto se pueda disolver; para garantizar su calidad debe estar en una tostión media alta, también debe tener una molienda media ya que es una infusión, lo único que se debe hacer es mover el sachet y así va soltando sus partículas hasta que le va dando el color que depende del gusto de cada persona ya sea un café suave u oscuro.

Figura 3

café en bolsa filtrante



Fuente: Dugrato S.A.S Neiva-Huila, 2023.

Además de esto se cuenta con una sobre envoltura que es donde se empacan los sachet, esta envoltura debe contar con una barrera “cero luz” que cuenta con una capa de aluminio para que el café se conserve herméticamente, aparte de esto al final del proceso para evitar que el oxígeno deteriore las propiedades del café se hace un barrido donde se le inyecta nitrógeno para que dé un poco más de vida al café y conserve sus propiedades, como aroma, acidez y sabor.

En este envase se explica el tipo de producto que se está consumiendo, café tostado y molido, la forma correcta para la preparación del producto, el contenido sugerido de agua para la taza de café y el paso a paso de cómo se debe preparar, también contiene su notificación sanitaria, la ubicación de la fábrica y los canales de distribución del producto.

El nombre de la empresa se da a partir de los nombres de los socios, la taza de café en el logo y los granos de café en la parte trasera hacen referencia al producto que se está ofreciendo, además los colores utilizados para el empaque y envase se deben a la sofisticación que existe al combinar el color negro y dorado y la elegancia que reflejan.

Figura 4

Café empacado con barrera cero luz



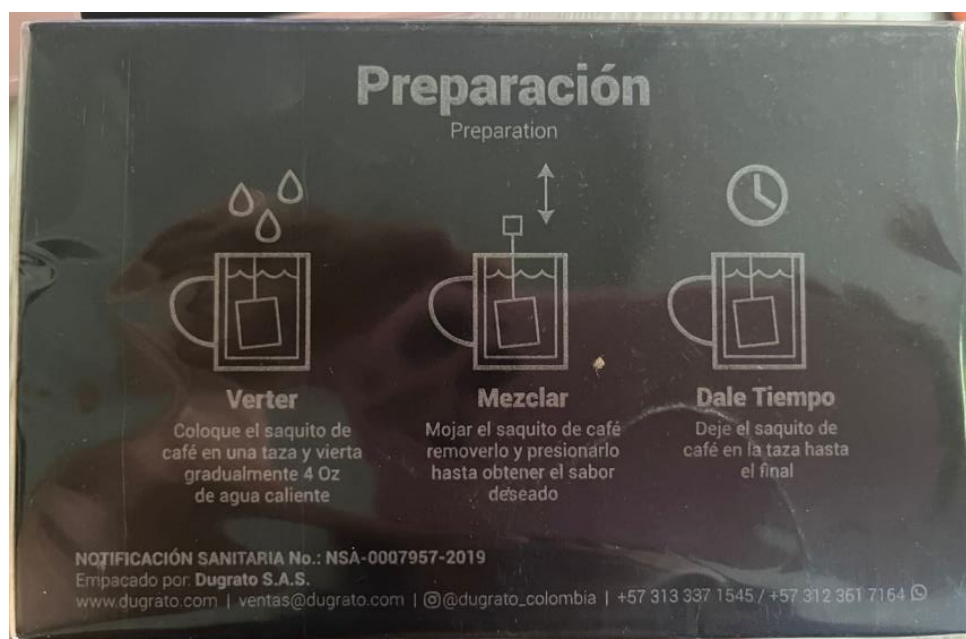
Fuente: Dugrato S.A.S 2023.

3.1.4 Empaque

Para la comercialización y protección del producto se utiliza una caja en la cual viene impreso el logo, junto sus especificaciones, donde se puede ver el tipo de producto, la cantidad de sachet que contiene, la notificación sanitaria, su forma de preparación, información sobre la empresa y las redes sociales y los canales de distribución donde se puede adquirir el producto, en el costado la fecha de vencimiento del producto.

Figura 5*Caja de café listo para distribuir*

Fuente: Dugrato S.A.S 2023.

Figura 6*Parte trasera caja de café lista para distribuir*

Fuente: Dugrato S.A.S 2023.

Para proteger la caja de cualquier rasguño o descomposicion del empaque se utiliza una cobertura plastificada que ademas de cuidar el empaque, se encarga de garantizar que el producto viene sellado desde fabrica y no ha sido manipulado.

Figura 7

Maquina plastificadora



Fuente: Dugrato S.A.S 2022

3.1.5 Embalaje

Por ultimo para la distribucion del producto se almacenan y distribuyen en cajas de carton estas pueden variar siendo de 24 o 48 unidades, estas cantidades cambian según las especificaciones del cliente y la cantidad de producto que desea adquirir.

Figura 8*Embalaje*

Fuente: Dugrato S.A.S. 2023.

3.1.6 Clasificación arancelaria

“La partida arancelaria con la que se clasifica el café en Colombia es 0901.21.20.00 y se describe como Café, té, yerba mate y especias. Café, incluso tostado o descafeinado; cáscara y cascarilla de café; sucedáneos del café que contengan café en cualquier proporción. Café tostado, sin descafeinar, molido” (DIAN, 2005)

3.2 Seleccionar los países potenciales para la exportación de café en bolsas filtrantes.

Para el proceso de exportación es primordial hacer una matriz de selección donde se elijan los países que más se relacionan con Colombia tanto en importaciones como exportaciones para así llegar a seleccionar el país con mayor potencial.

3.2.1 Exportaciones de la partida.

Las exportaciones son lo primero al hacer una matriz de selección ya que estas dan a conocer la oferta del producto y así se logra identificar de forma objetiva que países pueden ser más rentables para la exportación.

Tabla 3

Principales exportadores de café

Exportadores	Valor exportado en 2021(miles de USD)	Cantidad exportada en 2021 (Toneladas)
Suiza	3.337.860	99.625
Italia	1.971.341	269.688
Alemania	1.751.526	246.501
Francia	1.254.789	53.128
Países Bajos	775.637	99.583
Estados Unidos de América	612.283	74.932
Canadá	420.972	45.203
Polonia	383.578	63.322
Reino Unido	291.912	26.349
Bélgica	286.635	32.710

Fuente: TradeMap 2023. Elaboración propia 2023.

Los países que más exportan café son Suiza, Italia, Alemania, Francia y Países Bajos, sin embargo, para seleccionar que países son los mas adecuados para la matriz de selección de mercado se deben tener en cuenta tanto las exportaciones como las importaciones, por lo tanto,

los países que se eligen son los 5 primeros que se repitan tanto en las exportaciones como importaciones.

3.2.2 Importaciones de la partida por país.

Al escoger las importaciones como variable se da a conocer que mercado internacional es el que más demanda el café y así mismo se busca la probabilidad de aceptación que pueda tener el producto.

Tabla 4

Principales importadores de café

Importadores	Valor importado en 2021 (miles de USD)	Cantidad importada en 2021 (Toneladas)
Francia	2.236.848	176.095
Estados Unidos de América	1.484.533	103.319
Alemania	837.424	99.115
Países Bajos	701.346	74.250
Canadá	607.031	70.865
Reino Unido	427.887	45.259
Polonia	417.556	65.349
Austria	409.301	48.168
Bélgica	385.746	35.538
España	357.159	24.111

Fuente: TradeMap 2023. Elaboración propia 2023.

Respecto a esto se puede distinguir que, Francia, Estados Unidos, Alemania, Países Bajos y Canadá se consume una gran cantidad de café y por ello tienden a importarlo ya sea por su calidad, variedad o la falta de producción de este.

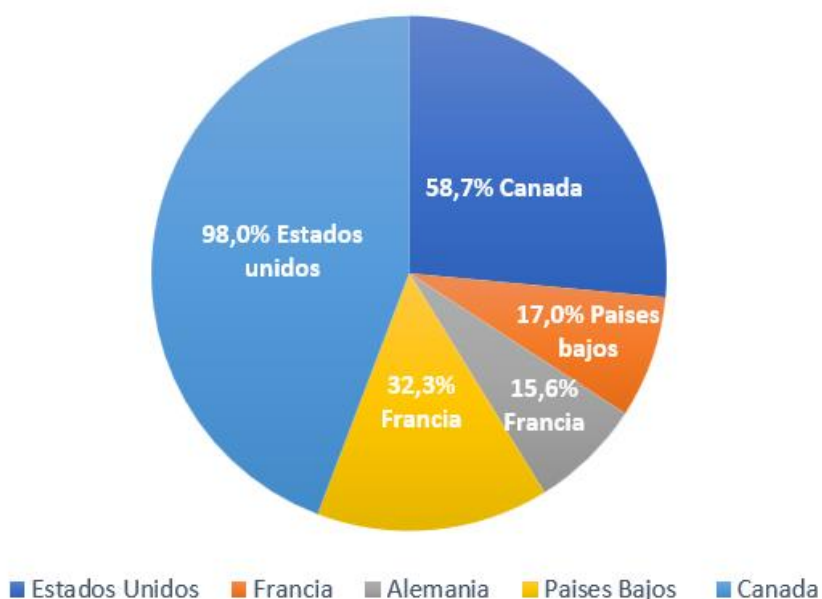
Al haber analizado tanto las exportaciones e importaciones del café, se evidencia que los cinco países que se repiten en ambos son Francia, Estados Unidos, Alemania, Canadá y países Bajos, por lo tanto, son los países seleccionados para analizar en la matriz de mercado.

3.2.3 Participación del primer proveedor.

Por consiguiente, la participación del 1er proveedor da a conocer que tan complejo puede ser la exportación del café ya que otros países se dedican a la producción y comercialización de este de manera más eficiente e incluso tecnológica, debido a esto pueden ofrecer precios más competitivos.

Figura 9

participación de los proveedores



Fuente: TradeMap 2023. Elaboración propia 2023.

3.2.4 Disponibilidad de transporte

Al elegir el tipo de transporte para la exportación de café se debe tener en cuenta en el momento de la negociación los tiempos estipulados, al elegir el transporte marítimo se tiene en cuenta que este es uno de los medios más utilizados y en cada uno de los países que analizan en la matriz los puertos que manejan son de mucha importancia para el comercio internacional y para la situación económica de cada país.

3.2.5 Tarifa flete

La tarifa flete es una de las variables que más influyen al momento de exportar, ya que esta depende de la distancia, el tamaño de la carga o el transporte que se elija, al usar el medio de transporte marítimo para la exportación de café puede llegar a tener retrasos o imprevistos con la entrega de la mercancía ya que toma más tiempo, sin embargo, se elige esta opción porque es una de las más utilizadas en el mundo y el costo de transporte marítimo es mucho menor en comparación al transporte aéreo.

Tabla 6

Tarifa flete en USD

PAÍS	Estados unidos	Canadá	Alemania	Francia	países bajos
FLETE (USD)	310	325	380,02	317	316,09

Fuente: Freights 2023. Elaboración propia 2023.

3.2.6 Arancel preferencial

Esta variable es una de las más influyentes, debido a que afecta o beneficia directamente al precio final del producto. Este es un beneficio que se da entre países para incrementar el

intercambio de productos, los tratados de libre comercio que tiene Colombia están vigentes por lo cual benefician la exportación de café al tener un arancel preferencial con todos los países seleccionados para esta selección de mercados.

3.2.7 Ingreso Per cápita

Según (BanRepCultural, 2023) “El ingreso per cápita hace referencia a todas las entradas económicas que recibe una persona, una familia, una empresa, una organización”. Esta variable se utiliza para comparar el patrimonio y el nivel de adquisición entre diferentes países.

A continuación, se verá reflejado el poder adquisitivo que tiene cada uno de los países escogidos para esta matriz, con el fin de conocer cuál puede ser más apto para la exportación ya que entre mayor sea el ingreso per cápita hay mayor probabilidad de que los habitantes adquieran nuevos productos.

Figura 10

Ingreso per cápita en USD



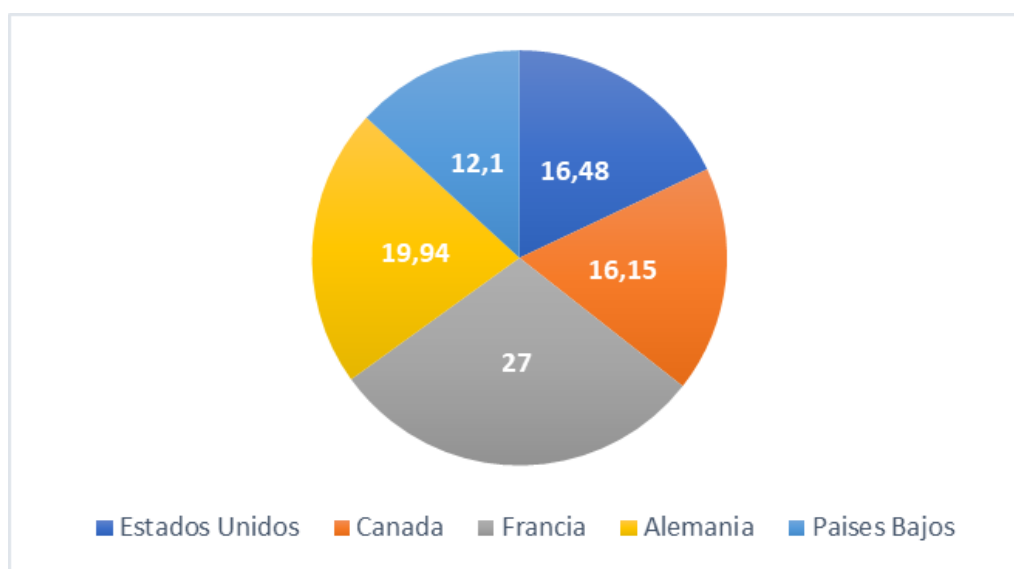
Fuente: Datosmacro 2023. Elaboración propia 2023.

3.2.8 Precio del mercado local del producto.

Con esta variable se da a conocer un valor aproximado del precio del producto en el mercado local, con el fin de tener una aproximación de cuál será el precio al que se podrá ofrecer su producto según el mercado local de cada país.

Figura 11

Aproximación del precio del producto en el mercado local valor en USD



Fuente: Conde Nast Traveler 2021. Elaboración propia 2023.

3.2.9 Justificación y elección de los posibles mercados.

Al finalizar la selección de los países potenciales podemos concluir cuales son los tres países que más destacan para la exportación de café en bolsas filtrantes dentro de ellos se encuentran Francia, Alemania y Estados Unidos, sin embargo, al analizar la matriz se puede apreciar que los demás países que fueron seleccionados están creciendo y puede llegar a ser potenciales para la exportación de este.

Francia, Alemania y Estados Unidos tienen mayor potencial para una exportación, gracias a las variables analizadas anteriormente, ya que se compensan unas con otras haciendo que cada uno de estos sea apto y beneficie a Colombia para la exportación de café.

Tabla 5

Matriz de selección de mercado

CONCEPTO	Estados Unidos de América	Calf	Francia	Calf	Alemania	Calf	Canada	Calf	Países bajos	Calf
Exportaciones de la partida	612.283	2	1.254.789	4	1.751.526	5	420.972	1	775.637	3
Importaciones de la partida por país	1.484.533	4	2.236.848	5	837.424	3	607.031	1	701.346	2
Participación del 1er proveedor	Canada 58,7%	1	Países Bajos 17%	4	Francia 15,6%	5	Estados Unidos 98%	2	Francia 32,3%	3
Disponibilidad de transporte	19	3	61	1	15	4	51	2	11	5
tarifa flete	310	1	317	3	380,02	5	325	4	316,09	2
Arancel preferencial	0%	5	0%	5	0%	5	0%	5	0%	5
Ingreso de la población (PPC per cápita)	79.787,56	5	42.313,74	1	50.603,24	2	57.279,80	3	58.300,64	4
Perfil del mercado Cualitativa	EXCELENTE	5	REGULAR	3	BUENO	4	BUENO	4	BUENO	4
Precio de mercado local del producto	16,48	3	27	5	19,94	4	16,15	2	12,1	1
total valoracion	2,95		3,95		4,35		2,65		2,85	
Priorización	3		2		1		DESCARTADO		DESCARTADO	

Fuente: TradeMap 2023. Elaboración propia 2023.

De acuerdo con lo anterior, se evidencia que el país que más se destaca es Alemania ya que cuenta con un poder adquisitivo mayor, un precio del producto asequible y la disponibilidad de transporte es adecuada, lo que quiere decir que existe mayor capacidad a la hora de adquirir nuevos productos.

3.3 Determinar el proceso logístico para la exportación del café en bolsas filtrantes al mercado internacional.

A continuación, se da a conocer el proceso logístico que debe tener el café en bolsas filtrantes para poder ingresar al nuevo mercado, que en este caso y por la matriz de selección de mercados aplicada se evidencia que es Alemania.

3.3.1 Distribución física internacional

Para iniciar una negociación se debe tener claro el termino y las condiciones de esta así como las responsabilidades tanto del cliente como el vendedor, existen diferentes términos de negociación marítima una de las más utilizadas para la exportación de café es el FOB (Free On Board), ya que el vendedor entrega la mercancía a bordo del buque que eligió el comprador, en el puerto de embarque designado; la pérdida o daño a la mercancía a bordo del buque es el comprador quien corre con todos los gastos hasta el puerto de destino. (Procolombia , 2023)

Figura 12

Termino de negociación (FOB)



Fuente: Cámara de Comercio Internacional 2020. Elaboración propia 2023.

Considerando que en el (Decreto 1165, 2019) “los lugares habilitados para la exportación de café vía marítima son; Sociedad Portuaria Regional de Barranquilla, Sociedad Portuaria

Regional de Cartagena, Sociedad Portuaria Regional de Santa Marta, Sociedad Portuaria Regional de Buenaventura, Sociedad Terminal Marítimo Muelles El Bosque y Terminal de Contenedores de Cartagena Contecar S.A.”

El puerto de buenaventura es uno de los más destacados por su ubicación geográfica, ya que está cerca de los principales circuitos de tráfico internacional de comercio marítimo en dirección hacia todos los continentes. (sicex, 2021), debido a su ubicación tiene una ventaja ya que este tarda menos tiempo en las rutas en comparación con otros puertos.

Por lo dicho anteriormente la exportación de café en bolsas filtrantes se llevará a cabo desde el puerto de buenaventura hasta el puerto destino que según la matriz de mercadeo es el puerto de Hamburgo en Alemania que es el país con más potencial para dicha exportación.

3.3.2 Requisitos para exportar hacia Alemania

Para poder exportar se tienen requisitos en Colombia para garantizar que el café cumpla con algunos requisitos, así mismo en Alemania tienen ciertos requerimientos con el fin de garantizar a sus ciudadanos que el producto no perjudique la salud y sea apta para el consumo.

Tabla 6

Requisitos para exportar café desde Colombia hacia Alemania

COLOMBIA	ALEMANIA
<ul style="list-style-type: none"> • Certificado de contribución cafetera • Certificado de Exportación • Certificado de no obligatoriedad • Certificado de repeso • Certificado fitosanitario • Guía de tránsito 	<ul style="list-style-type: none"> • Certificado de origen • La denominación de venta del producto • Lista de ingredientes y aditivos • Peso neto del producto envasado. • Fecha de vencimiento. • El nombre o la razón social y la dirección del fabricante o de un

	<p>vendedor establecido dentro de la Unión Europea.</p> <ul style="list-style-type: none">• El lugar de origen o de procedencia en los casos en que su omisión pudiera inducir a un error para al consumidor.• Indicaciones de conservación o de uso.
--	--

Fuente: DIAN 2023, Connect Americas 2021. Elaboración propia 2023.

Por lo dicho anteriormente, se dan a conocer los requisitos que necesita el café para ser exportado, así mismo los certificados y la documentación necesaria para la exportación de café desde Colombia hacia Alemania.

CONCLUSIONES

Como resultado de la investigación al haber usado diferentes fuentes de recolección y analizando diferentes variables podemos concluir con el análisis de los mercados internacionales para la exportación de en café bolsas filtrantes.

- Teniendo en cuenta que el café no es cultivado por la empresa, si no comprado a un proveedor específico la calidad del café siempre es la misma, además se tiene disponibilidad de este en todo momento, así mismo la elaboración del envase y el empaque es continuo; para que este producto llegue hasta el país destino en excelentes condiciones y conservando sus características como aroma, sabor y acidez que lo hacen destacar, se debe tener un cuidado especial en el envase de este ya que el producto debe estar en excelentes condiciones tanto es su presentación como en la entrega del producto hasta el momento de ser consumido.
- De acuerdo con el análisis aplicado a la matriz de selección de mercado, teniendo en cuenta las exportaciones e importaciones de los países donde se evidencia la cantidad de consumo y la cantidad de producción de cada uno de ellos se determina que países son los convenientes para el análisis, además de esto se tiene en cuenta la disponibilidad de transporte debido a que influye directamente en el costo final del producto, otra de las variables que se analizan son los aranceles que puede o no tener según los tratados de libre comercio que Colombia tenga con los países seleccionados, otro de los factores indispensables para esto es conocer el poder adquisitivo en los diferentes países y así mismo se estudia el precio del producto en el mercado local para tener una aproximación de este y saber qué precio podría ser el adecuado para vender el producto en dicho país,

por último se descartan los países con menor puntuación y se eligen los países con mayor potencial para la exportación.

- Por medio del estudio a los tipos de transporte en los cuales se puede exportar café, se deja en claro que el transporte marítimo es el más adecuado debido a su bajo costo, este se debe tener en cuenta al momento de la negociación puesto que puede generar retrasos al momento de la entrega. Al momento de exportar café desde Colombia hacia Alemania se deben tener claro cada uno de los requisitos, documentación y certificados que se requieren tanto para salir del territorio aduanero nacional como para ingresar en Alemania ya que estos cambian según la normatividad de cada país.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda a la empresa asistir a diferentes ferias empresariales o de emprendimientos tanto locales, regionales como internacionales, con el fin de dar a conocer su producto con el fin de conseguir posibles clientes, además de esto implementar nuevas estrategias de publicidad haciendo énfasis en los beneficios y las ventajas de adquirirlo.
- Las entidades gubernamentales deberían agilizar los tiempos de tramitación para los documentos exigidos a la hora de exportar.
- La universidad Antonio Nariño debería incentivar la investigación en los productos que más aportan al desarrollo económico del Departamento del huila.

Referencias

- Agronet. (02 de 03 de 2022). *Ministerio de agricultura y desarrollo rural*. Obtenido de <https://www.agronet.gov.co/Noticias/Paginas/Huila,-Tolima,-Cauca-y-Nari%C3%B1o-y-concentran-49-de-la-producci%C3%B3n-de-caf%C3%A9-en-el-pa%C3%ADs.aspx>
- BanRepCultural. (2023). *La red cultural del banco de la republica*. Obtenido de https://enciclopedia.banrepcultural.org/index.php/Ingreso_per_c%C3%A1pita
- Cafeteros, F. N. (2022). *Federacion Nacional de Cafeteros de Colombia*. Obtenido de <https://federaciondefcafeteros.org/wp/listado-noticias/produccion-anual-de-cafe-de-colombia-cierra-2022-en-111-millones-de-sacos/#:~:text=8%25%20en%202022-,En%202022%2C%20las%20exportaciones%20de%20caf%C3%A9%20disminuyeron%208%25%20a%20poco,a%20lo%20largo%20de%20los%20a%C3%B1os%20pasados>
- cafeteros, F. n. (s.f.). *Federacion nacional de cafeteros*. Obtenido de <https://huila.federaciondefcafeteros.org/cafe-de-cauca/>
- Caracol. (11 de Noviembre de 2020). *caracol radio*. Obtenido de https://caracol.com.co/emisora/2020/11/11/neiva/1605101264_374806.html
- Decreto1165. (2019). *control al transporte y la exportacion de cafe*.
- DIAN. (2005). Obtenido de <https://muisca.dian.gov.co/WebArancel/DefResultadoConsNomenclaturas.faces>

DIAN. (s.f.). *Dirección de impuestos y aduanas nacionales*. Obtenido de <https://micrositios.dian.gov.co/aduanas-y-comercio-exterior/abece-aspectos-basicos-en-la-exportacion/>

Dugrato S.A.S. (2021). *Dugrato S.A.S.* Obtenido de <https://dugratoindustrias.com/nuestra-compania/#>

Giménez Morera, A. F. (2019). *Organización y gestión del comercio del comercio internacional*. Universitat Politècnica de València.

Gladys Valero, M. R. (2016). Bucaramanga.

LegisComex. (2020). Obtenido de <https://blog.legis.com.co/comercio-exterior/exportaciones-cafe-colombiano-2020#:~:text=Colombia%20es%20el%20tercer%20mayor,a%20un%20valor%20de%20USD2.>

Legiscomex. (19 de enero de 2022). *Legiscomex*. Obtenido de <https://blog.legis.com.co/comercio-exterior/exportaciones-cafe-colombiano-2020#:~:text=Colombia%20es%20el%20tercer%20mayor,655%20millones.>

Paul R Krugman, M. O. (2006). *Economía internacional: Teoría y política séptima edición*. PEARSON EDUCACIÓN, S.A.

porter, m. (1990). *The competitive advantage of nations*. Harvard-Deusto Business Review.

Procolombia . (2023). *Procolombia*. Obtenido de <https://simuladordecostos.procolombia.co/dfi/Tmp/FOB.pdf>

Ramirez, I. D. (2005). *Metodo y conocimiento, metodologia de la investigacion*. Medellin: Fondo Editorial Universidad Eafit.

Roberto hernandez sampieri, c. f.-c. (2006). *Metodologia de la investigacion cuarta edicion*. Mexico: McGraw Hill Education.

sampieri, r. h. (2006). *la elaboracion del marco teorico: revision de la literatura y construccion de una perspectiva teorica*. Mexico: Mc Graw-hill.

Sampieri, R. H. (2014). *Metodologia de la investigacion sexta edicion*. Santa Fe : McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.

sicex. (18 de junio de 2021). *sicex colombia*. Obtenido de <https://sicex.com/blog/importaciones-exportaciones-puerto-buenaventura/>

Silva, M. S. (2005). *La metodologia en la investigacion cualitativa*. Obtenido de <https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/bitstream/10469/7413/1/REXTN-MS01-08-Sanchez.pdf>

smith, A. (1776). *An Inquiry into the Nature and*. Reino Unido: W. Strahan & T. Cadell .

Solano, D. A. (24 de 10 de 2022). *cafecafeteras.com*. Obtenido de <https://www.cafecafeteras.com/filtros-de-cafe/>

TradeMap. (2023). Obtenido de <https://www.trademap.org/>

Villareal, F. (17 de noviembre de 2022). *Caracol radio*. Obtenido de <https://caracol.com.co/2022/11/17/huila-ocupo-primer-lugar-en-ranking-de-produccion-cafetera-de-colombia/>