



**ESTUDIO DEL IMPACTO DEL CAFÉ COLOMBIANO EN EL MERCADO  
INTERNACIONAL - CONTEXTO ACTUAL**

MARIA CAMILA CORRALES GARCIA  
CAMILA VELASCO SANCHEZ

UNIVERSIDAD ICESI  
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS CON ENFASIS EN NEGOCIOS  
INTERNACIONALES  
FABIÁN ANDRÉS MEJÍA ESPINAL

SANTIAGO DE CALI  
2023

CONTRAPORTADA  
**ESTUDIO DEL IMPACTO DEL CAFÉ COLOMBIANO EN EL MERCADO  
INTERNACIONAL - CONTEXTO ACTUAL**

**Autor(es)**  
MARIA CAMILA CORRALES GARCIA  
CAMILA VELASCO SANCHEZ

**Director del proyecto**  
FABIÁN ANDRÉS MEJÍA ESPINAL

**Facultad de ciencias administrativas y económicas**  
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS CON ENFASIS EN NEGOCIOS  
INTERNACIONALES



**Santiago de Cali**  
**2023**

**Tabla de contenido**

<b>ESTUDIO DEL IMPACTO DEL CAFÉ COLOMBIANO EN EL MERCADO INTERNACIONAL - CONTEXTO ACTUAL .....</b>	<b>1</b>
<b>CONTRAPORTADA .....</b>	<b>2</b>
<b>Tabla de contenido .....</b>	<b>1</b>
<b>Resumen .....</b>	<b>3</b>
<b>Abstract .....</b>	<b>4</b>
Key Words:.....	4
<b>Introducción.....</b>	<b>4</b>
Justificación.....	5
Planteamiento del problema .....	7
Pregunta problema.....	9
Objetivo General: .....	9
Objetivos específicos:.....	9
<b>Antecedentes .....</b>	<b>10</b>
Marco teórico.....	14
Mercantilismo (Thomas Man, 1630) .....	16
Ventaja absoluta (Adam Smith, 1776).....	16
Ventaja comparativa (David Ricardo, 1817) .....	16
Ventaja competitiva (Michael Porter, 1990).....	16
Café Colombiano .....	19
Federación Nacional de Cafeteros (FNC).....	19
Exportaciones .....	19
Comercio Exterior .....	19
Desarrollo Sostenible .....	20
Internacionalización.....	21
Análisis de la Demanda .....	22
Balanzas Comerciales .....	22
Marco legal.....	22
Ley 9 de 1991 .....	23
Decreto 1165 de 2019.....	23
Decreto 2269 de 1993.....	24
Resolución 1176 de 2016.....	24

Reglamentación aduanera:.....	24
Marco contextual .....	24
<b>Metodología.....</b>	<b>26</b>
Tipo de estudio .....	26
Diseño metodológico.....	27
<b>Análisis del comportamiento actual del mercado internacional del café y su impacto en el mercado global.....</b>	<b>28</b>
Tabla 1.....	31
Tabla 2.....	32
Imagen 1.....	32
Tabla 3.....	35
<b>Evaluación el papel de Colombia como país principal productor de café en el mercado internacional, comparando su posición actual con la de otros países productores de café .....</b>	<b>36</b>
Tabla 4.....	39
Imagen 2.....	40
Tabla 5.....	42
Tabla 6.....	44
<b>Estrategias de marketing y promoción que se han utilizado para posicionar el café colombiano en el mercado internacional, evaluando su eficacia y su impacto en la demanda y el precio del café.....</b>	<b>44</b>
Imagen 3.....	45
Tabla 7.....	46
<b>Diseño de propuestas para mejorar la competitividad y hacer uso de las oportunidades actuales y futuras del café colombiano en el mercado internacional. ....</b>	<b>52</b>
<b>Conclusiones .....</b>	<b>60</b>
<b>Bibliografía .....</b>	<b>62</b>

## **Resumen**

Este documento tiene como propósito fundamental enfocarse en la industria del café colombiano y su influencia en el mercado global. A pesar de la volatilidad de los precios del café en el mercado internacional, Colombia mantiene una posición estable como uno de los principales exportadores de café suave de alta calidad. El proyecto busca abordar la pregunta problema de "En el contexto actual, ¿cuáles son las tendencias en el consumo, producción y exportación del café colombiano en el mercado internacional y cómo han impactado la posición de Colombia como productor de café de alta calidad a nivel mundial?". Para responder a esta cuestión, se analizarán las tendencias actuales del mercado, la posición de Colombia en comparación con otros productores de café, estrategias de marketing y promoción utilizadas, y se propondrán medidas para mejorar la competitividad y aprovechar las oportunidades presentes y futuras en la industria. Las conclusiones resaltan la alta valoración del café colombiano en el mercado internacional y su potencial de crecimiento, subrayando la importancia de la innovación, diversificación de productos y estrategias para mantener y fortalecer su presencia en el mercado global.

**Palabras claves:** Café Colombiano, Mercado internacional, Estrategias de marketing, Innovación.

## **Abstract**

The main purpose of this document is to focus on the Colombian coffee industry and its influence in the global market. Despite the volatility of coffee prices in the international market, Colombia maintains a stable position as one of the main exporters of high-quality mild coffee. The project seeks to address the problem question of "In the current context, what are the trends in the consumption, production and export of Colombian coffee in the international market and how have they impacted Colombia's position as a producer of high-quality coffee worldwide?". To answer this question, current market trends, Colombia's position in comparison with other coffee producers, marketing and promotion strategies used, and measures to improve competitiveness and take advantage of present and future opportunities in the industry will be proposed. The conclusions highlight the high valuation of Colombian coffee in the international market and its growth potential, underlining the importance of innovation, product diversification and strategies to maintain and strengthen its presence in the global market.

Key Words: Colombian Coffee, International market, Marketing strategies, Innovation

## **Introducción**

El café colombiano ha sido un motor importante de la economía del país durante décadas, reconocido por su calidad y sabor excepcionales en todo el mundo. Colombia ocupa un lugar destacado en el mercado internacional del café, siendo el tercer exportador de café a nivel global y el segundo en términos de café suave de alta calidad. La Federación Nacional de Cafeteros ha sido fundamental en la promoción de la calidad y autenticidad del café colombiano a nivel internacional, lo que ha contribuido al aumento de la demanda de este producto.

Sin embargo, a pesar de su reconocimiento y éxito en el mercado internacional, el café colombiano no está exento de desafíos. La volatilidad de los precios del café en los mercados globales y la competencia de otros productores son factores que han afectado la estabilidad económica de los productores colombianos. Además, se han presentado obstáculos como la falta de conocimiento del producto en los mercados objetivo y la necesidad de diferenciación para competir con éxito.

En este contexto, es esencial analizar en profundidad el impacto del café colombiano en el mercado internacional en el contexto actual. Del mismo modo, es importante destacar la alta valoración del café colombiano en el mercado internacional, su potencial de crecimiento y la importancia de la diferenciación y la innovación en la producción y comercialización. Además, se debe hacer énfasis en la necesidad de buscar alianzas estratégicas y acuerdos comerciales para aumentar la visibilidad y la exportación del café colombiano.

El café es más que una bebida; es una parte fundamental de la historia y la economía de Colombia. A medida que el país se enfrenta a desafíos económicos y cambios en el mercado internacional, es crucial comprender el impacto del café colombiano y trabajar en su consolidación como un negocio sostenible y rentable a largo plazo.

### **Justificación**

El café es uno de los productos más representativos y relevantes para la economía colombiana, con una fuerte presencia en el mercado internacional. Este producto es ampliamente valorado por su calidad, sabor y aroma, lo que ha permitido posicionar a Colombia como uno de los principales productores y exportadores de café a nivel mundial, por

esta razón, el café colombiano tiene gran prestigio y competitividad internacional (Carrero, 2021). El café en el mercado internacional es muy competitivo y ha estado en constante cambio en los últimos años. Por lo tanto, es fundamental profundizar en el estudio del impacto del café colombiano en el mercado internacional, a fin de analizar los factores que han influido en su éxito y cómo se han adaptado a los cambios en las tendencias de consumo, de este modo, se analizarán las tendencias en el consumo, la producción y la exportación de café colombiano en el mercado internacional y cómo estas han sido un factor de cambio en el posicionamiento de Colombia como productor de café de alta calidad en el mercado global. Con base a lo anterior, se podrán identificar las oportunidades y desafíos que existen para el país.

Según cifras oficiales de la (Federacion de Cafeteros, 2023) las exportaciones de café de Colombia en marzo superaron los 1,1 millones de sacos de 60 kg, un 21% más que los 948.000 sacos exportados en marzo de 2020. La cantidad de café recolectado para exportación al exterior en el primer trimestre de este año (enero a marzo) alcanzó los 3,5 millones de sacos, un aumento del 13% con respecto a los 3,1 millones de sacos exportados en el mismo período del año pasado. En cuanto a las exportaciones de café, Colombia ha logrado mantener una posición privilegiada en el mercado internacional. En el año 2020, las exportaciones de café colombiano sumaron más de 13 millones de sacos de 60 kilogramos, un incremento del 1% en comparación con el año anterior. Estados Unidos, Japón y Alemania son algunos de los principales destinos de las exportaciones de café colombiano. (Legisblog, 2022)

Este crecimiento en la producción y exportación de café colombiano se debe en gran parte a la implementación de políticas y programas por parte de la Federación Nacional de Cafeteros, que han buscado y están enfocados en mejorar la calidad del café, aumentar la productividad y promover la sostenibilidad de la producción cafetera en el país. Además, el

compromiso de los productores cafeteros en la implementación de prácticas agrícolas sostenibles ha sido un factor clave para consolidar la posición del café colombiano en el mercado internacional.

Es así, como la presente investigación busca contribuir a la comprensión de este tema y brindar información relevante sobre la importancia económica del café para Colombia, su reputación en el mercado internacional, la competencia a nivel global y las estrategias que se han implementado para mantener su liderazgo en este mercado.

### **Planteamiento del problema**

La industria del café Colombiano es cada vez más grande y creciente, como relata en uno de sus artículos, La Federación Nacional de Cafeteros, instituto sin ánimo de lucro y entidad que se encarga de llevar un registro nacional de las exportaciones del café. Presentan en gran parte cuáles son esos hechos recientes y beneficios de ser parte del arte de la producción de café Colombiano y finalmente resaltan todas esas oportunidades que están ahí para quienes desean aprovecharlas y las experiencias positivas que han tenido los que se han involucrado en el negocio del café Colombiano lo demuestran: es el momento indicado para participar en negocios que permitan tener presencia en mercados más dinámicos e internacionales, como lo pueden ser los asiáticos. En el presente informe (Federación Nacional de Cafeteros de Colombia, 2021), señalan la reciente volatilidad de los últimos años, en los precios del café en los mercados internacionales, siendo este un factor importante que ha llegado a afectar los ingresos de los productores de café colombianos, sin embargo, recalcan la estabilidad de este a diferencia con otros países productores de café.

Colombia ha sido reconocida a nivel mundial por su producción de café de excelente calidad, condecorada con variedad de premios y reconocimientos. El comportamiento del café Colombiano en el mercado es una pieza clave para el desarrollo del país, de hecho, según un informe del Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE, 2020), el café es tan solo el tercer producto no hidrocarburo que logra impactar las exportaciones en Colombia. Sin embargo este producto colombiano ha enfrentado diferentes cambios y desafíos a lo largo de los años lo cual puede poner en riesgo su posición dentro de mercados internacionales, así como también su potencial como negocio estable en un futuro.

Según un informe del (International Coffee Organization, 2020) Colombia era el tercer exportador de café a nivel mundial y el segundo de café suave de alta calidad. Además, respaldamos esta información, ya que según (TradeMap, 2021) información más reciente señala que Colombia sigue teniendo esta posición, con un Valor total exportado en 2021 (miles de USD) de 3.188.816 y una participación de las exportaciones mundiales del 8,8%.

Se puede entender el comportamiento del café en Colombia como un conjunto de factores tanto negativos como positivos, se tiene que resaltar la calidad de nuestra producción nacional, las mejoras en la producción y eficiencia, los precios competitivos pero también están los desafíos constantes como la competencia, la variación en la preferencia de los consumidores como lo es el reciente aumento en la demanda del café sostenible y ético. El planteamiento del diagnóstico busca introducir lo que se desarrollará en el presente proyecto de estudio y análisis sobre el impacto del café colombiano en el mercado internacional con la pregunta que se explicará a continuación.

### **Pregunta problema**

En el contexto actual ¿Cuáles son las tendencias en el consumo, la producción y la exportación de café colombiano en el mercado internacional? ¿Cómo han sido un factor de cambio en el posicionamiento de Colombia como productor de café de alta calidad en el mercado global?

### **Objetivo General:**

- Evaluar el impacto del café colombiano en el mercado internacional, analizando las tendencias actuales y las oportunidades de este, dentro de un mercado global.

### **Objetivos específicos:**

- Analizar el comportamiento actual del mercado internacional del café y su impacto en el mercado global.
- Evaluar el papel de Colombia como país principal productor de café en el mercado internacional, comparando su posición actual con la de otros países productores de café.
- Identificar las estrategias de marketing y promoción que se han utilizado para posicionar el café colombiano en el mercado internacional, evaluando su eficacia y su impacto en la demanda y el precio del café.

- Diseñar propuestas para mejorar la competitividad y hacer uso de las oportunidades actuales y futuras de los productores de café colombiano en el mercado internacional.

### **Antecedentes**

El café colombiano es conocido mundialmente por su alta calidad y sabor y aroma únicos. Colombia es el tercer productor de café del mundo (0901), después de Brasil y Vietnam (Salazar, 2021). Además, el café es uno de los principales productos de exportación del país, y la industria cafetera es un pilar importante de la economía colombiana. En los últimos años, el mercado internacional del café ha sido afectado por una serie de factores, como la pandemia de COVID-19, la variabilidad del clima y los problemas de mano de obra. Estos factores han afectado tanto la producción como la demanda de café en el mercado global.

A pesar de que el café colombiano es reconocido por su calidad y sabor en todo el mundo, exportar este producto puede presentar algunos desafíos para los productores y exportadores. Es importante destacar algunos de los desafíos que se enfrentan con este tema, uno de los principales desafíos es la volatilidad del tipo de cambio y su impacto en la exportación del café Colombiano. Esto puede generar fluctuaciones en los precios y afectar la rentabilidad del producto. Del mismo modo otro desafío es la falta de conocimiento del producto potencial colombiano en el mercado objetivo, lo que puede dificultar la penetración en el mercado y generar una baja demanda (Alvarez & Villamizar, 2017). A lo largo de los años, el café colombiano ha enfrentado diversos desafíos en el mercado internacional, como la

competencia de otros productores y las fluctuaciones en los precios del mercado como se mencionó anteriormente, los cuales han afectado su rentabilidad y su capacidad para competir.

A pesar de estos desafíos, el café colombiano ha mantenido su posición de liderazgo en el mercado internacional. Colombia sigue siendo uno de los mayores proveedores de café del mundo y ha podido aumentar las exportaciones en los últimos años. Una de las principales razones del éxito del café colombiano es el enfoque en la calidad. La Federación Nacional de Cafeteros ha implementado rigurosos programas de calidad y ha trabajado estrechamente con los productores para mejorar la calidad del café producido en Colombia. Además, Colombia ha promovido activamente el café a nivel internacional a través de campañas de marketing y publicidad para aumentar la demanda del producto.

Colombia es el tercer productor de café más grande del mundo, siendo este producto, en algún momento de la historia alrededor del 80% de las exportaciones totales del país, es decir de gran peso para la economía colombiana. El sector cafetero, los caficultores y todo el contexto que gira en torno al café han sido por décadas una fuente de orgullo, símbolo de independencia y esperanza para el país. Sin embargo, en la última década se puede observar como el sector cafetero ha perdido valor, viene en una caída y un retroceso del cual le urge salir, este debe volver a ser un producto competitivo en mercados internacionales y se cree que esto será posible a través de suplir con la necesidad de mejorar la eficiencia en la producción del café, con ello se podrá entrar de nuevo a competir con los precios de un mercado mundial. (Giovannucci, 2002)

Para poder analizar el impacto del café colombiano en el mercado internacional se deben analizar una serie de factores teniendo en cuenta al mercado al cual se quiera ingresar.

Del mismo modo, se debe implementar procesos innovadores los cuales agilizan la producción y comercialización del café, como mejorar los procesos para mejorar el que se evidencia a nivel técnico y tecnológico de los sistemas de producción y el estancamiento de las estrategias de comercialización. Entre los factores que se deben tener en cuenta se encuentran los siguientes sociales, económicos, ambientales, logísticos, técnicos y de infraestructura que nos permiten la oportunidad de acceder al mercado (Baena, 2015). Lo anterior cobra significancia aún más cuando el sector cafetero se ha visto tan perjudicado en los últimos años, sin embargo, cabe destacar que el café de Colombia ha venido recuperando el posicionamiento en el mercado internacional, al ir implementando diferentes procesos y tecnologías que permiten que el impacto sea mayor.

Según (Rendón, 2013), es importante generar diferenciación con la competencia para así generar un mayor impacto en el mercado internacional. Lo anterior es algo que se debe tener muy en cuenta y debe de ser prioridad a la hora de crear un plan de marketing, ya que este factor es el encargado de la diferenciación que se tiene con los competidores en los mercados meta. En cuanto a esto, cabe resaltar que la propuesta de diferenciación que ha tenido Colombia al entrar en el mercado internacional es por medio de la frase “Café 100% colombiano”, a lo largo del tiempo esta frase ha tenido un efecto positivo lo cual ha beneficiado e incrementado las exportaciones de café colombiano.

En Colombia el café sigue teniendo un gran impacto y este impacto cada vez es más grande, es por esto que el café juega un papel importante en la economía del país. Sin embargo, no es secreto que es un mercado muy competitivo y en el cual hay muchas barreras que dificultan la entrada de productos derivados del café a mercados internacionales. Con base a lo anterior, (Mena & Tigreros, 1997) realizaron un análisis de las perspectivas del mercado

internacional que tiene el café para Colombia, ya que esto permite ver con anticipación los diferentes obstáculos que se pueden llegar a presentar y de este modo se pueden llegar a generar diferentes alternativas para la comercialización de estos productos. Finalmente, se debe hacer énfasis en las diferentes aplicaciones que tiene el café colombiano lo cual permite tener diferentes alternativas de desarrollo y generar diversificación.

La estabilidad económica en este contexto se ha visto afectada en los últimos años, esto se debe a factores como los altos costos en la producción del café, la poca adaptabilidad a los cambios en el mercado del grano, el medio ambiente, las condiciones climáticas actuales que afectan las cosechas de café y uno de los más importantes que es el modelo administrativo tradicional empleado en este contexto que en muchos casos carece de objetivos claros. Actualmente, se tiene más en cuenta el proceso de producción y comercialización del café y hay gran interés en fortalecer estos ámbitos, lo cual es importante a la hora de exportar este producto a un nuevo mercado (Suárez & Osorio, 2016)

Según, (Astudillo & Cuesta, 2015), desde una perspectiva de mercadeo es posible analizar el comportamiento de los consumidores de Café colombiano frente al ingreso de compañías de café internacionales a este mercado nacional, principalmente la empresa Starbucks, la cual ingresa a Colombia, teniendo un alto porcentaje de la participación en el mercado cafetero global. Se busca entender y analizar cómo este y sus franquicias podrían tener un impacto en el consumo del café nacional en las diferentes ciudades del país, específicamente, con respecto a la empresa Juan Valdez, líder del sector cafetero en el mercado colombiano, con gran participación, historia y posicionamiento a nivel internacional.

Colombia, país sinónimo de café, produce alrededor de 14 millones de sacos de 60 kg al año (Pardo, 2020). Lo interesante es ver como la producción de café Colombiano se convirtió en un negocio tan rentable que los productos de mejor calidad son los que exportan. La ambición de este comercio llevó a priorizar que el consumo y la exportación del café de mejor calidad sea a países externos y a mercados globales, mientras que en propio país se consume un café que en gran parte ni siquiera es producido en Colombia, normalmente es importado de países como Ecuador o Perú, el cual envía pasilla o en su defecto sacos de café de baja calidad.

Dentro de la actualidad del mercado del café, Colombia está posicionado como uno de los mayores productores, sin embargo, este título por más que representa una oportunidad de reconocimiento y prosperidad, no va a llegar muy lejos. El café colombiano dentro de un mercado internacional necesita consolidarse como una actividad más rentable y menos inestable para el país, para ello, sería oportuno consolidar alianzas estratégicas que permitan como país tener una mayor participación en este mercado global, establecer nuevas formas de producción, organización, acceder a tecnologías necesarias para la reducción de costos en la producción y así mismo a sus tiempos. Como estos, son muchos los análisis que se deben de tener en cuenta para que la actividad cafetera se convierta en efectiva y sustentable en un largo plazo (Salazar, 2021)

### **Marco teórico**

Durante siglos, el comercio internacional ha sido una actividad central de la economía global, permitiendo a los países intercambiar bienes y servicios a través de fronteras. Estas prácticas se han convertido en la fuerza impulsora de la globalización, permitiendo la integración de mercados, la especialización de productos y la transferencia de tecnología.

También brindó a los países la oportunidad de acceder a nuevos mercados y clientes. La diversificación de las fuentes de ingresos y la reducción de los riesgos económicos también son beneficios importantes del comercio internacional. El café colombiano es una de las exportaciones más importantes de Colombia y es reconocido mundialmente por su calidad y sabor único. Por lo tanto, el café colombiano es uno de los productos de mayor impacto en la economía colombiana y también ha tenido un impacto significativo en los mercados internacionales. El comercio internacional es importante porque ayuda a aumentar la prosperidad de los países. La prosperidad se mide por la producción de bienes y servicios que un país produce cada año. (Huesca, 2019). De acuerdo a lo anterior, se puede decir que el comercio internacional y la globalización son factores clave en la expansión del mercado del café colombiano. La globalización ha permitido a los países productores de café, como Colombia, acceder a mercados más amplios y competitivos.

Existen diversas teorías que explican el comercio internacional y sus efectos en la economía global. Pinzon (2013) presenta algunas de estas teorías, por medio de las cuales se ha logrado ver a través de los años el comercio internacional.

### Mercantilismo (Thomas Man, 1630)

Esta teoría afirma que es más conveniente para un país mantener un superávit comercial exportando más de lo que importa, como se vio anteriormente. Esto permite al país acumular oro y plata, aumentando su riqueza y prestigio. Es importante crear una balanza comercial favorable que permita la acumulación de riqueza.

### Ventaja absoluta (Adam Smith, 1776)

Establece que si un país es más eficiente en la producción de bienes, tiene una ventaja absoluta sobre cualquier otro país. El argumento básico de Smith es que las cosas que se pueden comprar más baratas en otros países nunca deberían producirse en el país.

### Ventaja comparativa (David Ricardo, 1817)

Respecto a esta teoría, afirma que los países deberían especializarse en bienes que producen de manera más eficiente y comprar bienes menos eficientes a otros países.

### Ventaja competitiva (Michael Porter, 1990)

Porter plantea en esta teoría que los patrones comerciales están determinados por cuatro atributos de los países: dotación de factores; condiciones de la demanda del país; industrias relacionadas y de apoyo: estrategia corporativa, estructura y competencia.

Por otro lado, la competitividad del café colombiano en el mercado internacional se basa en la calidad y el sabor únicos del café. Colombia se ha enfocado en la producción de café de alta calidad y ha implementado programas de certificación para garantizar la calidad del café colombiano. El café es un producto clave en la economía colombiana y representa una

gran parte de las exportaciones del país. El éxito del café colombiano en el mercado internacional ha impulsado el crecimiento económico y la estabilidad en Colombia.

Con base a lo anterior, a lo largo de los años han surgido diferentes teorías de competitividad, las cuales se han enfocado en diferentes aspectos que influyen en la competitividad de una empresa, industria o país. De este modo, la teoría de la innovación de Schumpeter (1912) en esta Joseph define a la innovación como la introducción exitosa de nuevos productos o nuevas prácticas de fabricación en el mercado que reemplazan productos y/o prácticas obsoletas permite que se repita lo que él llama el proceso de "destrucción creativa" (2020). Actualmente nadie duda del papel de la innovación y la creación de conocimiento para lograr un alto nivel de competitividad y promover el crecimiento y el desarrollo. Así, la innovación se ha convertido en una actividad permanente que se desarrolla de forma más o menos sistemática en el marco de las actividades de las empresas, industrias, regiones y países.

Es importante destacar el término de comercio justo y la sostenibilidad, ya que ambos son factores importantes y al mismo tiempo juegan un papel esencial en el mercado del café colombiano. Los consumidores internacionales están cada vez más preocupados por la sostenibilidad y la justicia social en la producción de café, lo que ha llevado a un aumento en la demanda de café colombiano certificado. A través de sus diez principios, Fairtrade ha hecho una contribución significativa a la dirección de esta nueva agenda de desarrollo, compartiendo no solo su propósito, sino también una visión holística y la necesidad de construir alianzas (2016).

Con base en lo anterior, se puede decir que a lo largo de la historia, los países han liderado la creación de ideas o teorías económicas, el desarrollo de empresas para utilizar esas

creaciones y el proceso de crecimiento económico a través de la expansión de las mismas empresas, es decir, el poder económico de este tiempo, muchos lo han logrado y mantienen su lugar en la economía mundial a lo largo del tiempo, del mismo modo se logra ver esto en las nuevas potencias económicas que recién llegadas obtuvieron este liderazgo correctamente porque lograron cambiar sus métodos de producción y su política económica para adaptarse a los estudios o teorías actuales (Pinzon, 2013).

El marketing internacional implica interacciones centradas en el cliente y orientadas al mercado para crear la satisfacción del cliente, lo cual es fundamental para lograr los objetivos organizacionales. Desde un punto de vista económico, la función del marketing es organizar eficazmente intercambios voluntarios y competitivos para igualar adecuadamente la oferta y la demanda de productos y servicios. Además, la situación del marketing internacional está estrechamente relacionada con muchos factores o variables que están fuera del control directo de la empresa. Estos factores incluyen aspectos socioeconómicos, demográficos, políticos y tecnológicos que tienen un impacto directo en el comportamiento del mercado, las decisiones de los consumidores (actuales y potenciales).



## **Marco conceptual**

### **Café Colombiano**

Semilla de cafeto sembrada, procesada y manufacturada en Colombia. Más que una siembra, tiene un significado de crecimiento económico, de patria y orgullo para los colombianos.

### **Federación Nacional de Cafeteros (FNC)**

Organización privada de carácter federativo creada en 1927 sin ánimo de lucro, con el fin de velar por los derechos de los caficultores colombianos y por su representación nacional e internacionalmente.

### **Exportaciones**

Según Álvarez (2017), se refiere a cualquier bien o servicio de la economía local que se envía como parte de un negocio por fuera del territorio nacional después de haberse realizado un proceso de producción o de manufactura dentro del país original. Este es enviado a un tercero para su compra o en su defecto utilización en el país en cuestión.

### **Comercio Exterior**

Compra o venta de bienes/servicios con otros países de economías abiertas, con el fin es que cada una pueda satisfacer todos sus tipos de necesidades aprovechando las ventajas comparativas de cada país. Se encuentra sujeto a normas de control, de procedimiento, tributación, entre otros.

## **Desarrollo Sostenible**

Es la capacidad que se tiene de cubrir las necesidades básicas de una sociedad o de las personas sin dañar el medio ambiente, haciendo un uso responsable de los recursos naturales. Se busca llegar a un equilibrio equitativo entre lo social y lo económico, vivible entre lo social y medio ambiental y viable entre el medio ambiente y lo económico.

Este es un término de contexto fundamental, ya que al hablar del Café de producción Colombiana, el desarrollo sostenible del café ha tenido una importante participación por ser el factor clave para el crecimiento y cambio de este sector económico. Dentro de la Federación Nacional de Cafeteros de Colombianos estaban en una búsqueda constante de hacer que la caficultura sea un negocio rentable desde un corto hasta un largo plazo, este lo basan en cuatro ejes;

1. Eje económico: Precio, productividad y reducción de costos, los tres pilares de este eje. Se busca que los productores tengan el mejor precio del mercado y a la vez que estos se posicionan en la cadena de valor para lograr el éxito de los caficultores Colombianos. Se busca que los productores sean innovadores en sus cultivos y que se adopten al programa de la FNC “Más agronomía, más productividad”. Finalmente, se quiere que estos consigan reducir sus costos tanto en producción como en la parte logística, ayudándolos a que tengan un manejo eficiente de sus recursos y se les pone a sus disposición nuevas tecnologías que los ayudara en el proceso de producción del café de manera eficiente como lo son las lonas, entre otros.

2. Eje ambiental: Este es el más desarrollado hasta el momento, se buscan cumplir dos objetivos principales que son el sistema de producción del café y las

prácticas ambientales responsables en la organización. Se gestionan temas de recursos hídricos, para conservar el agua y sus nacimientos, así como reducir su uso insensato y descontaminación; la reforestación, recuperando cuencas hidrográficas y protegiendo los cultivos; la conservación de suelos; la fertilización y sus buenas prácticas y la biodiversidad de fauna y flora. Adicionalmente, se lleva a cabo un plan nombrado como el 100-100, quiere decir que al cumplir 100 años de la FNC se logre que el 100% de las fincas cafecultoras hayan implementado todos los objetivos de desarrollo sostenible mundiales.

3. Eje social: Se basa en 6 puntos clave, la educación al fortalecer la formación y el fortalecimiento en áreas rurales; la infraestructura al gestionar proyectos del mejoramiento de este; la protección social promoviendo la seguridad; la participación comunitaria y asociativa fortaleciendo las capacidades de estos grupos; la equidad de género para que también las mujeres tengan derechos y igualdad en el contexto cafetero, finalmente el empalme generacional, para que las nuevas generaciones tengan oportunidades de vida a través del negocio del caficultor.

4. Eje gobernanza: Buscan tres caminos, la participación efectiva y democracia para las decisiones del gremio; el liderazgo de los caficultores y la educación hacia la toma de decisiones; finalmente la comunicación, como el mejor mecanismo de solución de conflictos y diálogo entre institución e individuos.

### **Internacionalización**

Capacidad que logra una empresa de poder llevar sus bienes y/o servicios al comercio exterior, teniendo acceso a otros mercados y la posibilidad de un crecimiento económico

importante, pero para lo cual se necesita tener conocimiento del mercado internacional, de las normativas y los socios.

### **Análisis de la Demanda**

En términos generales, la demanda es la cantidad de los bienes y servicios que se solicitan en el mercado. Cuando hablamos de analizar la demanda es más bien medir cuánta es la necesidad de las personas por cierto producto, o en palabras más técnicas, según (Cámara Americana de Comercio de Bolivia, 2022): “medir las fuerzas que afectan los requerimientos del mercado, con respecto a un bien o servicio y como este puede participar para lograr la satisfacción de dicha demanda”.

### **Balanzas Comerciales**

Es un indicador que mide la relación que tienen las importaciones y las exportaciones. Se realiza restando el valor de los bienes importados al valor de los exportados, si este es positivo, se dice que hay un superávit comercial, ya que se producen más exportaciones que importaciones, lo cual sería ideal para la economía de un país. Por otro lado, habría un déficit comercial si es negativo ya que existen más compras por fuera del país que de manera local, esto afecta la economía ya que puede traer deudas, influir en los tipos de cambio como lo son las divisas, entre otros. Finalmente, hay un punto de equilibrio y es cuando la balanza comercial es igual a cero, las importaciones y exportaciones son del mismo nivel.

### **Marco legal**

La implementación del proceso de exportación requiere ciertos estándares. La producción y comercialización están sujetas a una serie de leyes, ordenanzas que establecen normas y procedimientos para la producción, comercialización y exportación del café

colombiano. Exportar café a Colombia requiere el cumplimiento de diversas regulaciones y leyes encaminadas a garantizar la calidad de los productos y proteger la salud de los consumidores. Los productores y exportadores deben cumplir con los estándares establecidos por la Fundación Nacional del Café, el ICA, el Ministerio de Salud y Bienestar y las autoridades aduaneras del país de destino. Del mismo modo, para exportar café en Colombia se debe cumplir con la normatividad aplicable, estar registrado como exportador ante la FNC y tener acceso al portal cafetero. Estas exportaciones se pueden realizar por vía marítima, terrestre o aérea o a través de Courier-Pequeñas Cantidades (Federación Nacional de Cafeteros, 2023) .

Algunos requisitos que se deben tener en cuenta para poder realizar una exportación son los siguientes.

### **Ley 9 de 1991**

Esta ley fue la encargada de crear el Fondo Nacional del Café y establece que todas las personas que se dediquen a la producción, comercialización o exportación de café en Colombia deben estar registradas ante el Fondo Nacional del Café. (Funcion Publica, 1991)

### **Decreto 1165 de 2019**

Establece los requisitos fitosanitarios que los cultivos deben de cumplir, para así poder realizar la exportación. Los productores deben seguir las normas de control y prevención de enfermedades y plagas las cuales han sido establecidas por el Instituto Colombiano Agropecuario (ICA). (Analdex, 2019)

**Decreto 2269 de 1993**

Este decreto establece las normas de calidad que deben cumplir los cafés producidos en Colombia. El decreto define las características físicas, químicas y organolépticas que deben tener los granos de café y los métodos de análisis y certificación de la calidad. (Función Pública, 1993)

**Resolución 1176 de 2016**

Esta resolución establece los requisitos sanitarios y de inocuidad que deben cumplir los productos alimenticios, incluyendo el café, para poder ser exportados. Los productores y exportadores deben cumplir con las normas de higiene y seguridad alimentaria establecidas por el Ministerio de Salud y Protección Social.

**Reglamentación aduanera:**

Para exportar café, también es necesario cumplir con la reglamentación aduanera, incluyendo la declaración de exportación y el cumplimiento de los requisitos establecidos por las autoridades aduaneras del país de destino. (DIAN, 2016)

**Marco contextual**

Un estudio de la Federación Nacional de Cafeteros, señaló que el café es actualmente la segunda bebida más consumida en el mundo, después del agua. (FNC, 2022). En el marco del contexto, la investigación se centra en Colombia como productora de café desde hace alrededor de 300 años, es por ello que se busca contextualizar un poco al lector sobre este sector. El café llega a América hacia el siglo XVIII, dicen que fue gracias a los holandeses y tiempo después los franceses lo llevaron a Colombia y Brasil. Fue cuestión de tiempo cuando se convirtió rápidamente en un cultivo importante para el país, los jesuitas empiezan a cultivar

alrededor de 1730 y en 1835 ya estaban exportando los primeros sacos de café que cuenta la historia que hacia el norte de Santander había un sacerdote que a todas las personas que iban a confesarse con él, como penitencia las enviaba a cultivar cierta cantidad de café, por lo que 15 años después, ya estaban en otros departamentos del país como Cundinamarca, Caldas y Antioquia. Rápidamente los dígitos de producción fueron sumando ceros, de 60.000 a 600.000 y para el siglo diez y nueve, el café se convirtió en el producto de exportación más grande, era por el cual el país ya recibía divisas.

En 1927 se crea una de las ONG rurales más grandes del mundo, la Federación Nacional de Cafeteros en Colombia, el cual empezó con la labor de dar la cara por los caficultores y velar por sus derechos, pero terminó siendo la entidad más importante para el negocio del café en el país, siendo la encargada según la ley 9 de 1991 de llevar un registro nacional de exportadores de café, además de plantear los requisitos para la inscripción de maquinaria y fabricas de café soluble en el país. Seguido a esto ocurren dos sucesos muy importantes en el contexto del café Colombiano, en 1959 nace la empresa Juan Valdés, que rápidamente coge fuerza y lleva a Colombia a posicionarse en mercados internacionales como lo es Tokio, abriendo oficinas allá y logrando que Japón sea el segundo mayor consumidor del café colombiano en todo el mundo. Por otro lado, en 1984 se crea un sello que es el que distingue al Café Colombiano en su expansión por cada rincón del mundo.

El café es un negocio rentable, interesante y especial para el país, sin embargo, como todo negocio tiene sus riesgos, dificultades, necesita de su debida inversión y demás. Cuando se entra a un mercado internacional existe otro factor importante que es la competencia y la volatilidad de los mercados, lo cual puede afectar directamente a un caficultor Colombiano

atravesando ciclos críticos, y es por ello que en el país la FNC está buscando que el café sea sostenible, a corto, mediano y largo plazo.

Realizando un rápido análisis del precio hubo una gran crisis cafetera alrededor de 2008, después de la crisis internacional de 2007, donde el precio del café cae abruptamente y esto es debido a que el mercado internacional empieza a determinarse por especulaciones diferentes a lo que es la oferta y la demanda. Es importante entender que cuando hablamos de variables de precio, este tiene dependencia en las crisis de la economía, las especulaciones, la oferta y la demanda, la devaluación de peso (COP), las situaciones políticas, entre otros. En 2009 hubo otra vez una subida en la demanda, sin embargo hubo crisis nacional de producción debido a cambios climáticos lo cual tuvo sus consecuencias económicas que afectan los ingresos del gremio cafetero. En 2012, hubo revaluación del peso en donde cae el precio del café a nivel internacional y el mercado interno tuvo un gran bajón de precios en consecuencia. Cómo es posible entender en parte del contexto, el Café Colombiano ha tenido una larga historia y trayectoria, sin embargo, lo que queremos demostrar en el presente escrito, es como Colombia siendo un país subdesarrollado y con un negocio tan importante en las manos, ha logrado tener un impacto importante en el mercado internacional.

## **Metodología**

### **Tipo de estudio**

Con el fin de llevar a cabo el análisis sobre el impacto del café Colombiano en el mercado internacional, sus tendencias actuales y las oportunidades de este, se buscó realizar una investigación cualitativa, mediante el uso de información primaria y secundaria. Al optar por una estrategia de investigación cualitativa, se llevó a cabo una revisión exhaustiva de

fuentes de información primarias, haciendo uso de bases de datos y otros recursos conceptuales, se da prioridad a la información que aún no ha sido evaluada previamente y que se ha generado a través de investigaciones y trabajos intelectuales, tales como libros, informes científicos, publicaciones periódicas, entre otros. Asimismo, se utilizan fuentes secundarias que contienen información derivada del análisis y extracción de documentos primarios, como enciclopedias, bibliografías, tesis anteriores, sitios web especializados y consultas relevantes.

### **Diseño metodológico**

**Fase 1:** Se realizó el planteamiento del problema de investigación, este permitió identificar y formular de manera precisa el problema que se va a investigar y a definir su relevancia, alcance y objetivos.

**Fase 2:** Se estableció los objetivos de investigación estos se plantearon con el propósito de establecer los resultados específicos que se esperan obtener al final de la investigación, de este modo los objetivos deben ser claros, alcanzables, medibles y relevantes para el tema de investigación y deben estar relacionados con el problema de investigación que se planteó.

**Fase 3:** En consiguiente, los marcos teórico, conceptual, legal y contextual son partes importantes porque ayudaron a contextualizar el problema de investigación, a establecer una base sólida de conocimientos previos relevantes y a definir claramente los términos y conceptos claves para el estudio.

**Fase 4:** Seguido a esto, se identificó la metodología a trabajar, esta parte es fundamental, ya que describe cómo se llevará a cabo la investigación, lo que le va a permitir al lector evaluar la validez y la confiabilidad de los resultados obtenidos y la calidad de la investigación en general.

### **Análisis del comportamiento actual del mercado internacional del café y su impacto en el mercado global**

El café en el mercado internacional actual representa un porcentaje importante dentro del mercado global, dentro de ello existen diversas tendencias que marcan su impacto y su paso por la economía mundial. El café con el paso de los años se convirtió en una industria bastante competitiva, el precio que se establece en bolsa es muy volátil, la demanda es muy alta y la oferta difícil de controlar, es un producto dependiente a cambios climáticos, geográficos y entre otros factores naturales. En primer lugar, se puede observar a lo largo de los años una demanda creciente, el consumo del café ha tenido un crecimiento constante en distintos países y regiones del mundo, en específico en mercados emergentes como lo es Asia y América Latina (TradeMap, 2022). Los hábitos de consumo del café se convierten cada vez más en parte de la cultura de estos países y como resultado, su demanda aumenta linealmente a su oferta.

Por otro lado, al aumentar también la oferta, la comercialización del café se convierte a lo largo de los años en un negocio importante para la economía, es así como se ha podido observar que una tendencia actual de las diferentes empresas de café es la inclinación hacia la sostenibilidad y el comercio justo, se demuestra el interés de los empresarios por realizar una producción ética y eco sostenible. Dentro de este contexto, han surgido distintos sellos que certifican estos procesos y son cada vez más importantes para los productores, de estos algunos

conocidos como: “Fair Trade y Rainforest Alliance”, los cuales han ganado popularidad dentro de los mercados actuales y han impulsado a la producción de café responsable con el medio ambiente. Como consecuencia de la alta y creciente demanda y oferta del café, ha obligado a sus productores a innovar, buscar ese factor diferencial en sus productos que hagan resaltar a su marca sobre la competencia. A partir de esto, surgen productos como bebidas de café especializadas, instantáneo, en cápsulas, entre otros. Cuyo propósito ha sido ampliar el mercado y atraer diferentes consumidores, creciendo así el nicho de mercado.

Tras la consolidación de la industria, se ha observado una gran oportunidad en el mercado, por lo cual grandes corporaciones cafeteras han entrado en tendencia de adquirir empresas más pequeñas para expandir su presencia dentro del mercado global, por lo cual se ha creado una mayor concentración en el poder la industria y aunque sea una gran oportunidad para el crecimiento del mercado y su impacto en la economía global, es un gran problema que está afectando directamente a los productores pequeños y países con nuevos productores. Finalmente, con el desarrollo de la industria también se identificó el desarrollo en la tecnología y las cadenas de suministro, estos han desempeñado un papel fundamental en la mejora de la producción y comercialización, permitiendo tener una mayor trazabilidad, transparencia y sobre todo eficiencia dentro de los procesos de producción y distribución. (Federación Nacional de Cafeteros, 2022)

El impacto que todas las tendencias mencionadas anteriormente han tenido dentro del mercado internacional del café ha sido determinante en diferentes ámbitos. En primer lugar en la volatilidad de los precios, los cambios significativos en la oferta y la demanda llevan a fluctuaciones en los precios a nivel internacional. Por ejemplo, los cambios climáticos, son una variable independiente en el proceso de producción que no se puede controlar, el café es una

planta altamente sensible al clima a los cambios climáticos, al haber sequías, lluvias repentinas y temperaturas extremas afectan la producción en diferentes regiones cafeteras, como consecuencia se fluctúan los precios del mercado, lo que afecta tanto a productores como a sus consumidores finales. Como segundo punto es la competencia, la expansión de las empresas en este mercado crean una creciente competencia que obliga a los comercializadores a intensificar la importancia de crear ese factor diferencial de sus productos dentro de un mercado cada vez más completo.

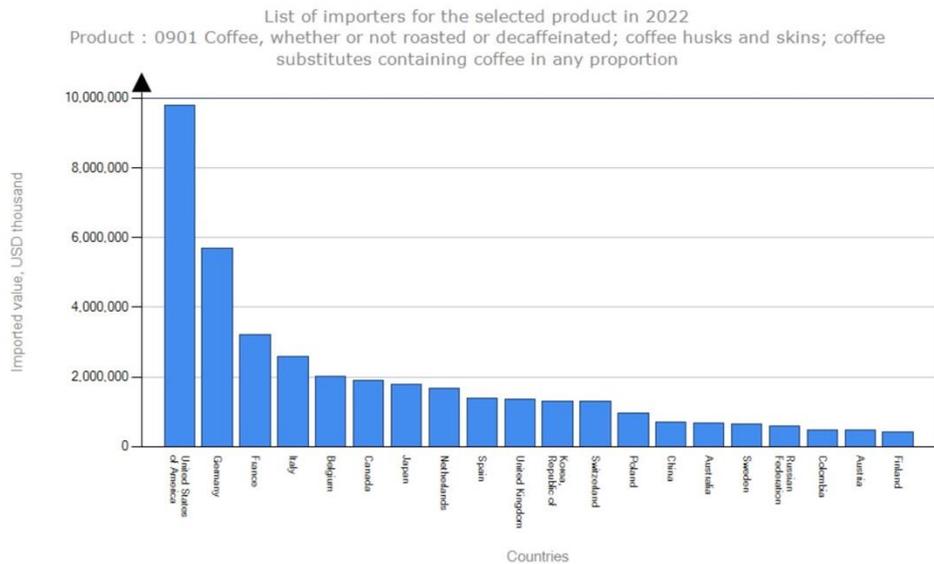
Según (TradeMap, 2022), plataforma de estadísticas de importaciones y exportaciones, por el producto de código 0901 “Coffee, whether or not roasted or decaffeinated; coffee husks and skins; coffee substitutes containing coffee in any proportion”. A nivel general, se muestran a continuación la recopilación de todos los tipos de café registrados dentro de las importaciones a nivel global. En la primera figura, hay distintas variables de medición, está el valor importado en miles de dólares Americano, la balanza comercial para el 2022, la cual representa la diferencia entre el valor de las exportaciones y el de las importaciones; la cantidad exportada en el pasado año, el valor por unidad, el crecimiento anual entre el 2018 y el 2022 en porcentaje representada con la fórmula de cálculo de las tasas de crecimiento de cinco años, a diferencia que hay dos excepciones, si el volumen declarado no existe o es igual a cero y si no se reportaron los valores para el año más reciente. Además, el indicador de participación dentro del mercado global representado en porcentaje sobre el 100%; este indicador distancia promedio entre países importadores y proveedores. Esta es la distancia promedio entre el país seleccionado y todos los países socios, ponderada por el valor comercial. Finalmente, la concentración de los países proveedores se basa en el índice de Herfindahl. Los mismos números se muestran en las tablas de importación y exportación anteriores.

Se puede visualizar Estados Unidos, como el primer país en la lista, siendo este el comprador individual de café más grande del mundo, dado el alto valor en importaciones de café para el año 2022 (cifras en dólares). Generalmente, los países que no son productores de café son aquellos que están en las primeras posiciones de esta lista, ya que son quienes no tienen café de producción propia, sino que el negocio se basa en las importaciones realizadas.

**Tabla 1.**

Importadores	Valor exportado en 2022 (miles de USD)	Balanza Comercial en 2022 (miles de USD)	Cantidad Exportada en 2022	Valor Unitario (USD/unit)	Crecimiento anual en valor entre 2018-2022 (%)	Participación en las exportaciones mundiales(%)	Distancia promedio de países importadores (km)	Concentración de países importadores
Mundial	47,805,766.00	-1,472,853.00	9,028,300.00	5,295.00	11.00	100.00	6,194.00	0.08
Estados Unidos	9,786,287.00	-8,587,001.00	1,625,154.00	6,022.00	13.00	20.50	6,172.00	0.12
Alemania	5,695,844.00	-2,302,277.00	1,261,579.00	4,515.00	13.00	11.90	7,427.00	0.15
Francia	3,204,048.00	-2,021,227.00	384,616.00	8,331.00	4.00	6.70	2,353.00	0.18
Italia	2,594,999.00	-226,538.00	700,472.00	3,705.00	9.00	5.40	7,285.00	0.15
Belgica	2,011,539.00	-543,300.00	424,510.00	4,738.00	17.00	4.20	7,032.00	0.11
Canada	1,912,172.00	-1,061,090.00	284,986.00	6,710.00	12.00	4.00	5,105.00	0.14
Japon	1,787,223.00	-1,758,753.00	397,881.00	4,492.00	8.00	3.70	12,249.00	0.13
Países Bajos	1,668,870.00	-558,211.00	314,714.00	5,303.00	7.00	3.50	2,939.00	0.14
España	1,388,963.00	-1,005,114.00	355,250.00	3,910.00	8.00	2.90	5,876.00	0.12
Reino Unido	1,372,260.00	-1,091,413.00	241,460.00	5,683.00	4.00	2.90	5,295.00	0.08
Corea	1,304,982.00	-1,298,728.00	205,065.00	6,364.00	19.00	2.70	11,744.00	0.10
Suiza	1,302,802.00	2,119,450.00	223,715.00	5,823.00	15.00	2.70	7,674.00	0.11
Polonia	966,447.00	-453,238.00	195,031.00	4,955.00	13.00	2.00	2,994.00	0.24
China	718,131.00	-499,026.00	124,676.00	5,760.00	27.00	1.50	9,477.00	0.12
Australia	677,183.00	-652,667.00	117,584.00	5,759.00	9.00	1.40	12,937.00	0.09
Suiza	661,992.00	-457,587.00	118,218.00	5,600.00	11.00	1.40	6,833.00	0.11
Rusia	578,594.00	-557,857.00	123,260.00	4,694.00	15.00	1.20	5,425.00	0.10
Colombia	489,056.00	3,604,380.00	142,704.00	3,427.00	53.00	1.00	3,932.00	0.53
Austria	484,820.00	-362,413.00	61,101.00	7,935.00	3.00	1.00	939.00	0.21

Ambas figuras, muestran las tendencias actuales de importaciones en el mercado internacional del café, su total de importación para el último año, fue valorado en. 47,805, 766 miles de dólares americanos, esto es una suma de gran importancia e impacto dentro de un mercado global. Estados Unidos, demuestra ser una vez más uno de los gigantes dentro de la comercialización de productos, sus importaciones superan el 20% del total de importaciones mundiales, teniendo un valor por unidad ubicado entre los más altos del mercado y un valor de crecimiento anual prometedor.

**Tabla 2.**

El mapa en la parte inferior, muestra la lista de los países importadores de café para el 2022, los diferentes colores representan % dentro de las importaciones mundiales. El gris, refiriéndose a que no existe algún registro, corresponde a Sudán, junto con otros pequeños países de ambos polos. El color morado, es entre el 0-1%, ahí entran múltiples países de América Latina en su gran mayoría, además del continente Africano, entre otros. El azul, son países como Canadá, Rusia, China, España, entre otros con el 1-5% de las importaciones totales. El azul turquesa, son aquellos entre el 5-10%, como Italia y Francia. El verde claro, como Alemania con el 10-20%, como se puede validar en la primera figura, siendo este el segundo país con mayor peso en las importaciones mundiales de café para el año pasado, después de Estados Unidos, que se puede evidenciar como entre el 20-50% de las importaciones, siendo el país con mayor inversión, pero no se asegura que tenga el mayor retorno también.

**Imagen 1.**



Dentro de las tendencias que arroja la plataforma, existe una emergente demanda en el café especial, según el artículo del “Proyecto de Exportación Café de especialidad tostado y molido”, es un segmento potencial a desarrollarse en los siguientes años. Este proyecto habla de cómo al ver esta gran demanda en Estados Unidos por importar café, nace un proyecto que busca exportar este café especial a estados unidos, uno de los mayores consumidores no solo del café en general , sino también del segmento de café tostado y molido, importando 62,211 toneladas en 2013 (TradeMap, 2022)

De los resultados proporcionados se puede analizar que existe un aumento en la demanda del consumidor , según el informe de Mordi Intelligence, sobre el análisis del comercio de café, su crecimiento, tendencias y pronósticos 2023-2028, la alta demanda está en países europeos, esto lo podemos sustentar también con la información de las gráficas y figuras expuestas anteriormente, países como Alemania, Italia, España y Uk, están cada vez más conscientes de la calidad del café y estos está generando que se inclinen por la compra de café

en sus países, sobre todo café especial o con sellos de calidad/ origen. Además , debido a esta tendencia, se puede observar cómo los consumidores empiezan a demandar más opciones Premium, con mejor calidad y sabor, esto hace que los países importen más de este café especial y el común esté cada vez más lejos del mercado.

El mercado de la importación y exportación de este producto tienen un alto flujo, esto se debe al crecimiento del mercado para este segmento, se espera que el mercado del café crezca a una tasa compuesta anual del crecimiento del 4,65% hasta 2027 (Mordor Intelligence, 2022), gracias a la creciente demanda, junto con la aceptación de los sistemas de preparación de café en porción, lo cual ha estado en tendencia en el mercado.

Por otro lado, las exportaciones presentan un panorama completamente diferente. El café representa la segunda mercancía más comercializada a nivel mundial, mueve actualmente alrededor de 70.000 millones de dólares al año, está detrás del petróleo el cual solo supera sus cifras exportaciones en nivel mundial( Pérez, 2011) . En contraste con el análisis anterior de las importaciones, vemos que los países que estaban en los primeros lugares en el cuadro de importaciones, en las exportaciones están bastante abajo, como por ejemplo el caso de Estados Unidos, el gigante del mercado de importación del café, un país que mueve miles de dólares al año, en las exportaciones ocupa el décimo puesto. Por otro lado, Brasil tiende a ser el mayor productor de café, exportando alrededor de 46,332,913 USD en el último año, mientras que en las importaciones no está dentro del listado principal, esto se puede analizar diciendo que producen suficiente producto y no tienen la necesidad de importar café de otros países para ser rentables. En el caso de Colombia, pasa algo similar, ocupa el segundo lugar de exportaciones, con un café de alta calidad y distinguido por su sabor especial en el mercado global del producto 0901.

Tabla 3.

Exportadores	Valor exportado en 2022 (miles de USD)	Balanza Comercial en 2022 (miles de USD)	Cantidad Exportada en 2022	Valor Unitario (USD/unit)	Crecimiento anual en valor entre 2018-2022 (%)	Participación en las exportaciones mundiales(%)	Distancia promedio de países importadores (km)	Concentración de países importadores
Mundial	46,332,913.00	-1,472,853.00	8,995,429.00	5,151.00	11.00	100.00	5,812.00	0.07
Brasil	8,542,533.00	8,428,561.00	2,135,446.00	4,000.00	17.00	18.40	9,485.00	0.10
Colombia	4,093,436.00	3,604,380.00	640,575.00	6,390.00	15.00	8.80	7,595.00	0.21
Suiza	3,422,252.00	2,119,450.00	109,409.00	31,279.00	12.00	7.40	4,310.00	0.10
Alemania	3,393,567.00	-2,302,277.00	568,704.00	5,967.00	8.00	7.30	1,763.00	0.07
Vietnam	3,234,102.00	3,181,592.00	1,343,222.00	2,408.00	0.00	7.00	8,382.00	0.08
Italia	2,368,461.00	-226,538.00	310,134.00	7,637.00	9.00	5.10	2,450.00	0.05
Honduras	1,716,210.00	1,715,513.00	323,396.00	5,307.00	13.00	3.70	7,708.00	0.14
Etiopía	1,513,246.00	1,513,143.00	273,804.00	5,527.00	18.00	3.30	6,644.00	0.09
Belgica	1,468,239.00	-543,300.00	307,273.00	4,778.00	14.00	3.20	565.00	0.26
Estados Unidos	1,199,286.00	-8,587,001.00	149,653.00	8,014.00	7.00	2.60	4,024.00	0.44
Peru	1,188,902.00	1,184,017.00	237,235.00	5,011.00	14.00	2.60	9,080.00	0.12
Francia	1,182,821.00	-2,021,227.00	59,825.00	19,771.00	2.00	2.60	1,404.00	0.11
Indonesia	1,149,168.00	1,088,379.00	437,954.00	2,624.00	7.00	2.50	9,858.00	0.09
Guatemala	1,115,976.00	1,113,542.00	194,021.00	5,752.00	14.00	2.40	6,846.00	0.23
Netherlands	1,110,659.00	-558,211.00	164,615.00	6,747.00	8.00	2.40	1,114.00	0.11
Canada	851,082.00	-1,061,090.00	84,679.00	10,051.00	13.00	1.80	1,757.00	0.86
Uganda	812,983.00	810,767.00	288,218.00	2,821.00	17.00	1.80	6,401.00	0.15
India	760,840.00	558,050.00	271,297.00	2,804.00	11.00	1.60	5,794.00	0.09
Nicaragua	716,440.00	716,179.00	156,889.00	4,567.00	12.00	1.50	6,030.00	0.23
Mexico	653,255.00	564,321.00	0.00		15.00	1.40	3,654.00	0.52
Polonia	513,209.00	-453,238.00	71,438.00	7,184.00	11.00	1.10	1,070.00	0.08
Ruanda	441,493.00	441,228.00	18,248.00	24,194.00	42.00	1.00	6,256.00	0.42
España	383,849.00	-1,005,114.00	78,903.00	4,865.00	11.00	0.80	1,756.00	0.12

Se observa que, más del 50% de participación del mercado de las exportaciones del café en todas sus presentaciones lo tienen los primeros cinco países, entre Brasil, Colombia, Suiza, Alemania, Vietnam e Italia. El mercado del café tiene un gran impacto en la economía mundial, es un producto ampliamente comercializado, en el primer caso, Brasil es el mayor productor y exportador a nivel mundial, con una variedad de gamas de café y se le conoce por su especialidad en el café arábica de gran calidad, su número de exportaciones contribuye en gran cantidad al mercado global y especialmente a la economía del país, la agroindustria carga con alrededor del 45% del total de exportaciones de Brasil, contribuyendo con el PIB. (Cardarell, 2019) . Colombia por su parte, al ser también uno de los grandes productores y exportadores, tiene un valor extra que radica en el reconocimiento de su calidad y variedad de cafés especiales altamente valorados a nivel mundial, en especial, al igual que Brasil y se puede analizar que

dadas las ubicaciones geográficas, producen también el café arábica que hace parte de un gran porcentaje de sus exportaciones.

Adicionalmente, es primordial resaltar a Vietnam, dado su rápido crecimiento dentro de este mercado de exportaciones posicionándose en el quinto puesto según Trade Map, 2022, es un país que experimentó un rápido y significativo crecimiento en su producto, lo cual se convierte en una variable directamente proporcional a la exportación que le permite realizar, en especial su café robusta en grano. Etiopía, en el octavo puesto del listado, también tuvo un notorio crecimiento a lo largo de los años, dado su gran reconocimiento por tener variedades en sabores de café únicos y ser el productor y exportador del café Africano.

**Evaluación el papel de Colombia como país principal productor de café en el mercado internacional, comparando su posición actual con la de otros países productores de café**

El café es uno de los productos agrícolas más importantes a nivel mundial y desempeña un papel crucial en la economía de muchos países, especialmente en aquellos que son principales productores. Colombia ha sido históricamente reconocida como uno de los principales productores de café en el mercado internacional.

Es importante destacar que el papel histórico que ha tenido el café en Colombia y su relevancia en el crecimiento económico del siglo XX son ampliamente reconocidos. Sin embargo, las transformaciones que ha experimentado la industria cafetera en el siglo XXI han tenido poco reconocimiento. Estos cambios reflejan la evolución dinámica del país en varios

aspectos, lo que resalta la necesidad de comprender el papel de la caficultura y su contribución al desarrollo nacional. Además, los mercados también han experimentado cambios significativos, y los productores colombianos se han adaptado a estos desafíos. Factores como el cambio climático, la geografía y los contextos sociopolíticos locales y territoriales también juegan un papel relevante en el entorno de producción.

El rol de Colombia como país principal productor de café en el mercado internacional ha sido históricamente significativo. La producción de café ha sido un pilar fundamental de la economía colombiana y ha tenido un impacto sustancial en el desarrollo del país. A lo largo de los años, Colombia ha mantenido una posición destacada en la producción mundial de café. Su café es conocido por su alta calidad y distintivos sabores, lo que le ha otorgado una ventaja competitiva en el mercado internacional. La variedad de microclimas y suelos en diferentes regiones cafetaleras colombianas ha permitido cultivar una amplia gama de tipos de café, lo que ha contribuido a su reputación como productor de café Premium. Colombia ha desempeñado un papel relevante en la satisfacción de la demanda global de café, abasteciendo tanto a los mercados tradicionales como a nuevos mercados emergentes. Además, ha establecido relaciones comerciales sólidas con diversos países importadores, lo que ha contribuido a mantener su posición como un actor destacado en el comercio mundial de café.

En términos de competitividad, Colombia ha enfrentado desafíos por parte de otros países productores, como Brasil, Vietnam, Honduras y Etiopía, que también ocupan posiciones importantes en el mercado internacional del café. Estos competidores han incrementado su producción y han buscado mejorar la calidad de sus cafés para atender la demanda de mercados específicos. Para mantener su relevancia en el mercado global del café, Colombia ha buscado constantemente mejorar la productividad y la sostenibilidad de su industria cafetalera. El

gobierno y los actores privados han promovido iniciativas para apoyar a los agricultores, mejorar las prácticas agrícolas y fomentar la adopción de tecnologías avanzadas en la producción y el procesamiento del café. Por otro lado, el cambio climático y los retos ambientales también han sido consideraciones importantes para Colombia y otros países productores. La variabilidad climática ha afectado la producción y ha llevado a la búsqueda de estrategias de adaptación para garantizar la resiliencia del sector cafetero.

En cuanto al papel que juegan los países productores, se puede decir que es uno de los aspectos que juegan un papel esencial en el mercado mundial del café. Es importante destacar, que existen miles de países involucrados en la producción de este producto, sin embargo, hay tres de ellos que sobresalen, los cuales son: Brasil, Vietnam y Colombia. Solo estos tres países representan el 58,7% de las exportaciones mundiales de café. El mercado internacional es muy disperso, pues 17 países contribuyen cada uno con entre 1% y 5% de la producción mundial. Lo que sin duda advierte la necesidad de consulta de la forma como opera la producción en algunos de los mayormente protagonistas y las lecciones que deja a partir de su presencia en el mercado mundial (Información Café, 2015). Por otro lado, un factor especial en Colombia es que, en comparación con otros países, tiene un poder institucional fuerte y concentrado, centrado en la Federación de Productores de Café y la Central de Compras. Existen almacenes de producción, centros de investigación cafetalera y cooperativas establecidas por cooperativas cafetaleras nacionales, y su credibilidad en el mercado se basa en una gestión adecuada por parte de organizaciones afiliadas como el Fondo Nacional del Café.

Aunque Colombia ha sido un líder en la producción de café, también ha enfrentado desafíos como la competencia de otros países productores, fluctuaciones en los precios del café en el mercado internacional y el impacto del cambio climático en la producción agrícola. Sin

embargo, la continua innovación, la inversión en tecnología y el enfoque en la calidad y sostenibilidad han sido elementos clave para mantener la posición de Colombia como uno de los principales productores de café en el escenario global.

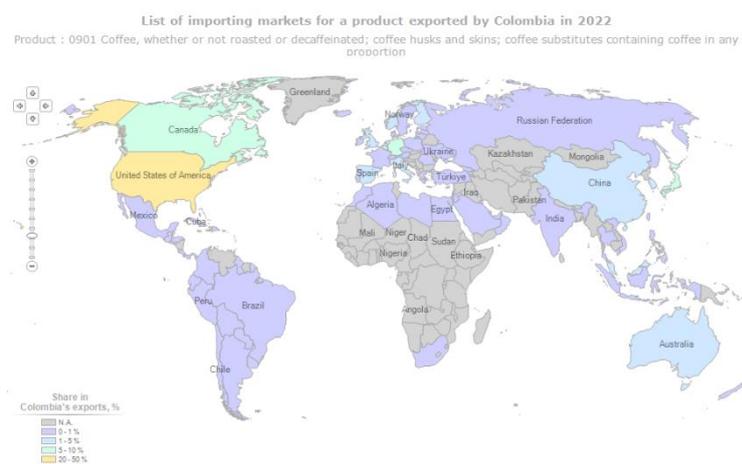
Como se mencionó anteriormente, el negocio del café a nivel mundial está determinado por muchos factores internos y externos que afectan la producción, la oferta y la demanda. En este sentido, observar la dinámica de la industria cafetalera internacional muestra que estos factores se pueden agrupar en dos grupos: uno es un factor relacionado con fenómenos "reales" como son el clima, factores sociales y políticos, y el otro es un factor financiero debido a factores como los aspectos climáticos, sociales y políticos y otro para factores financieros, causados por movimientos especulativos.

**Tabla 4.**

Importadores	Valor exportado en 2022 (miles de USD)	Balanza comercial en 2022 (miles de USD)	Participación en las importaciones colombianas(%)	Cantidad exportada en 2022	Unidad cuantitativa	Crecimiento del valor exportado entre 2021 - 2022 (%p.a.)
Mundial	\$ 4,093,436	\$ 3,604,380	100	\$ 640,575	Toneladas	28
Estados Unidos	\$ 1,776,256	\$ 1,775,877	43.4	\$ 281,148	Toneladas	33
Canada	\$ 307,282	\$ 307,198	7.5	\$ 49,284	Toneladas	24
Belgica	\$ 303,173	\$ 303,173	7.4	\$ 45,729	Toneladas	22
Alemania	\$ 279,497	\$ 279,497	6.8	\$ 44,124	Toneladas	17
Japón	\$ 277,749	\$ 277,749	6.8	\$ 42,794	Toneladas	28
Republica de Korea	\$ 172,164	\$ 172,164	4.2	\$ 26,906	Toneladas	23
España	\$ 95,407	\$ 93,097	2.3	\$ 14,951	Toneladas	33
Reino Unido	\$ 89,388	\$ 88,935	2.2	\$ 13,568	Toneladas	13
China	\$ 84,659	\$ 84,659	2.1	\$ 12,282	Toneladas	59
Italia	\$ 75,845	\$ 75,243	1.9	\$ 12,255	Toneladas	16
Australia	\$ 69,033	\$ 69,033	1.7	\$ 10,238	Toneladas	23
Holanda	\$ 67,668	\$ 67,668	1.7	\$ 10,771	Toneladas	72
Noruega	\$ 63,178	\$ 63,178	1.5	\$ 10,334	Toneladas	58
Malasia	\$ 61,448	\$ 61,448	1.5	\$ 9,814	Toneladas	61
Finlandia	\$ 52,361	\$ 52,361	1.3	\$ 8,396	Toneladas	0
Taipei, China	\$ 33,138	\$ 33,138	0.8	\$ 4,892	Toneladas	40
Francia	\$ 30,726	\$ 30,726	0.8	\$ 4,585	Toneladas	7
Israel	\$ 28,241	\$ 28,241	0.7	\$ 4,478	Toneladas	-6
Suecia	\$ 21,819	\$ 21,819	0.5	\$ 3,528	Toneladas	52

De acuerdo a esta tabla de (TradeMap, 2022) se puede ver la lista de mercados importadores del producto exportado por Colombia en 2022, este producto: 0901 Café, incluso tostado o descafeinado; cáscaras y cáscaras de café; sucedáneos del café. Del mismo modo, las exportaciones de Colombia representan el 8.8% de las exportaciones mundiales de este producto. Mientras tanto, la producción nacional ha superado los 14 millones de sacos en los últimos cinco años. 14,8 millones el año anterior; Se convirtió en el tercer productor mundial después de Brasil y Vietnam. Esto representa un tercio de las exportaciones mundiales de café. Nos convertiremos en líder en la producción de café tierno. Aproximadamente el 90% de la producción total se destina a los mercados internacionales, destacando la presencia de Estados Unidos y Canadá (mostrados en el listado), que concentran más del 50% de las ventas totales, seguidos de mercados importantes como Alemania. Bélgica en Europa; En Asia, Japón y Corea.

## Imagen 2.



Por otro lado, cabe señalar que hoy en día el café se describe como una bebida omnipresente y es el segundo producto natural más valioso a nivel mundial, después del petróleo. El comportamiento de Colombia en la exportación de café terminado puede verse

influenciado por una variedad de factores, incluidas las condiciones climáticas, los precios internacionales del café, las políticas gubernamentales, la demanda global y otras cuestiones económicas y sociales. El café es una de las principales fuentes de ingresos del país y juega un papel importante en la economía. El comportamiento de las exportaciones de café terminado puede estar influenciado por varios factores, en primer lugar, los precios internacionales del café, ya que las fluctuaciones en los precios internacionales del café pueden tener un impacto significativo en las exportaciones. De este modo, los precios del café están sujetos a cambios debido a factores como la oferta y la demanda mundial, las condiciones climáticas, los problemas de cosecha en otros países productores y factores económicos globales.

En segundo lugar, la calidad del café, el café colombiano tiene un reconocimiento mundial y es un factor clave en la demanda de los mercados internacionales. Los cafés de alta calidad y de origen único pueden obtener precios más altos en el mercado, lo que puede beneficiar las exportaciones. En tercer lugar, la competencia internacional, como se ha mencionado anteriormente, Colombia compite con otros países productores de café, como Brasil y Vietnam en los mercados internacionales. La competencia puede afectar las cuotas de mercado y los precios que Colombia puede lograr. Finalmente, el cambio en las preferencias de los consumidores, ya que las tendencias y preferencias cambiantes de los consumidores, como la demanda creciente de café sostenible, orgánico y de comercio justo, pueden influir en las exportaciones.

Es importante tener en consideración que el café se exporta en diferentes presentaciones como por ejemplo café sin tostar ni descafeinar donde Colombia ocupa el segundo puesto y el café tostado sin descafeinar donde Colombia ocupa el puesto número 16. De lo anterior, se

puede ver la diferencia tan grande que hay en cuanto a las exportaciones de estos tipos de café, la cual no debería estar ocurriendo y Colombia debería estar en una mejor posición.

Exportar café sin tostar (granos verdes) y café tostado ofrecen diferentes oportunidades y desafíos para un país como Colombia. En cuanto a la exportación de granos verdes, las oportunidades que pueden existir son las siguientes: la diversidad de mercados, esto permite que los granos verdes puedan ser comprados por tostadores en todo el mundo que buscan crear sus propias mezclas únicas. Lo anterior, abre oportunidades para llegar a una amplia variedad de mercados y segmentos. Del mismo modo, está el control de calidad, al exportar granos verdes los productores y exportadores podrán mantener un mayor control sobre la calidad del café, ya que el tostado puede variar según las preferencias locales. Otra oportunidad que puede existir es que el precio puede ser potencialmente más alto, en general, los granos de café verde tienden a tener un valor más alto que el café tostado, lo que podría generar mayores ingresos para los productores. Así como hay oportunidades, también existen ciertos desafíos como la necesidad de tostadores en el país de destino, la exportación de granos verdes requiere que haya tostadores en el país de destino, lo que puede limitar los mercados potenciales. Del mismo modo, se puede presentar una menor visibilidad del producto final, lo anterior se debe a que al exportar granos verdes, el consumidor final no experimenta directamente el café producido, lo que puede dificultar la construcción de una marca y el establecimiento de conexiones emocionales con los consumidores.

**Tabla 5.**

Exportadores	Valor exportado en 2022 (miles de USD)	Saldo comercial en 2022 (miles de USD)	Cantidad exportada en 2022	Unidad de cantidad	Valor unitario (USD/unidad)
Mundo	\$ 30,353,691	\$ (1,565,891)	\$ 7,483,330	Toneladas	\$ 4,056
Brasil	\$ 8,514,137	\$ 8,505,227	\$ 2,132,095	Toneladas	\$ 3,993
Colombia	\$ 3,947,781	\$ 3,468,475	\$ 622,790	Toneladas	\$ 6,339
Viet Nam	\$ 3,071,587	\$ 3,028,411	\$ 1,301,824	Toneladas	\$ 2,359
Honduras	\$ 1,670,609	\$ 1,670,210	\$ 315,338	Toneladas	\$ 5,298
Etiopía	\$ 1,507,467	\$ 1,507,466	\$ 272,936	Toneladas	\$ 5,523
Perú	\$ 1,187,047	\$ 1,187,034	\$ 236,982	Toneladas	\$ 5,009
Indonesia	\$ 1,136,296	\$ 1,086,486	\$ 434,206	Toneladas	\$ 2,617
Bélgica	\$ 1,127,615	\$ (464,839)	\$ 268,373	Toneladas	\$ 4,202
Guatemala	\$ 1,113,942	\$ 1,113,916	\$ 193,774	Toneladas	\$ 5,749
Alemania	\$ 810,463	\$ (3,919,221)	\$ 191,039	Toneladas	\$ 4,242
Uganda	\$ 803,711	\$ 801,602	\$ 285,968	Toneladas	\$ 2,810
India	\$ 755,812	\$ 558,992	\$ 269,948	Toneladas	\$ 2,800
Nicaragua	\$ 714,113	\$ 714,026	\$ 155,994	Toneladas	\$ 4,578
México	\$ 468,805	\$ 447,460	\$ 84,033	Toneladas	\$ 5,579
Ruanda	\$ 379,471	\$ 379,299	\$ 17,515	Toneladas	\$ 21,665
Costa Rica	\$ 371,439	\$ 339,625	\$ 62,344	Toneladas	\$ 5,958
Estados Unidos de /	\$ 323,195	\$ (7,048,197)	\$ 58,328	Toneladas	\$ 5,541
Kenya	\$ 314,926	\$ 305,382	\$ 48,208	Toneladas	\$ 6,533
Países Bajos	\$ 292,589	\$ (633,463)	\$ 64,745	Toneladas	\$ 4,519

Por otro lado, en cuanto a la exportación de café tostado las oportunidades que se pueden presentar son la marca y valor agregado, ya que exportar café tostado permite construir una marca y ofrecer productos diferenciados y de valor agregado. Los consumidores pueden experimentar directamente la calidad y el sabor del café, lo que puede generar lealtad a la marca. Del mismo modo, los segmentos de mercado especiales, esto se debe a que los consumidores que buscan café de especialidad o gourmet pueden estar más dispuestos a pagar un precio Premium por café tostado de alta calidad y sabor distintivo. Finalmente, hay una menor dependencia de tostadores en el lugar de destino, en comparación con la exportación de granos verdes, la exportación de café tostado puede tener un alcance más amplio, ya que puede llegar a consumidores finales directamente. En cuanto a los desafíos se pueden ver los costos y la logística, lo anterior se debe a que exportar café tostado implica mayores costos de producción, empaque y logística en comparación con los granos verdes. Del mismo modo, la consistencia del producto, ya que mantener la consistencia en el tostado y el sabor del café puede ser un desafío, especialmente a medida que se expanden los mercados. Finalmente, la educación del consumidor, en algunos mercados, los consumidores pueden tener preferencias

y hábitos de consumo arraigados en relación con el café. Por esa razón, es importante educar a los consumidores sobre las cualidades del café tostado y sus beneficios. En última instancia, la decisión de exportar café sin tostar o café tostado dependerá de múltiples factores, como la estrategia de mercado, las capacidades de producción, los recursos disponibles y las tendencias en la industria del café. Un enfoque combinado que atienda a diferentes segmentos de mercado y oportunidades podría ser una estrategia exitosa para Colombia.

**Tabla 6.**

Exportadores	Valor exportado en 2022 (miles de USD)	Saldo comercial en 2022 (miles de USD)	Cantidad exportada en 2022	Unidad de cantidad	Valor unitario (USD/unidad)
Mundo	\$ 13,721,238	\$ (296,016)	\$ 1,295,411	Toneladas	\$ 10,592
Suiza	\$ 3,170,672	\$ 3,033,472	\$ 100,164	Toneladas	\$ 31,655
Italia	\$ 2,227,220	\$ 1,971,129	\$ 290,138	Toneladas	\$ 7,676
Alemania	\$ 1,925,051	\$ 1,005,019	\$ 243,384	Toneladas	\$ 7,910
Francia	\$ 1,054,281	\$ (1,051,883)	\$ 51,623	Toneladas	\$ 20,423
Estados Unidos de América	\$ 806,477	\$ (974,782)	\$ 80,776	Toneladas	\$ 9,984
Países Bajos	\$ 776,675	\$ 106,955	\$ 95,191	Toneladas	\$ 8,159
Canadá	\$ 595,545	\$ (179,040)	\$ 48,677	Toneladas	\$ 12,235
Polonia	\$ 492,954	\$ (47,106)	\$ 67,882	Toneladas	\$ 7,262
Bélgica	\$ 317,946	\$ (63,354)	\$ 36,507	Toneladas	\$ 8,709
Reino Unido	\$ 207,352	\$ (363,692)	\$ 17,483	Toneladas	\$ 11,860
España	\$ 201,243	\$ (132,931)	\$ 20,959	Toneladas	\$ 9,602
Suecia	\$ 195,665	\$ 78,908	\$ 24,091	Toneladas	\$ 8,122
República Checa	\$ 184,178	\$ (83,905)	\$ 21,330	Toneladas	\$ 8,635
Eslovaquia	\$ 152,809	\$ (116,739)	\$ 25,026	Toneladas	\$ 6,106
Austria	\$ 114,824	\$ (297,769)	\$ 13,522	Toneladas	\$ 8,492
Colombia	\$ 110,073	\$ 106,989	\$ 12,790	Toneladas	\$ 8,606
Portugal	\$ 109,327	\$ (65,735)	\$ 13,697	Toneladas	\$ 7,982

**Estrategias de marketing y promoción que se han utilizado para posicionar el café colombiano en el mercado internacional, evaluando su eficacia y su impacto en la demanda y el precio del café.**

Realizamos una investigación de primera mano, donde exploramos las diferentes tiendas y supermercados de los distintos países, para así poder entender a profundidad cómo se posiciona el café Colombiano en el mercado internacional. Como resultado de la investigación realizamos el mapa a continuación, con el porcentaje de participación en la exportación de café colombiano y un estimado del porcentaje de participación de café Colombiano en las góndolas de cada país, sacado del sondeo en cada uno de los supermercados de los países mencionados, calculando el total de cafés presentes y el número de cafés colombianos para así multiplicarlo por cien y sacar un estimado de porcentaje final.

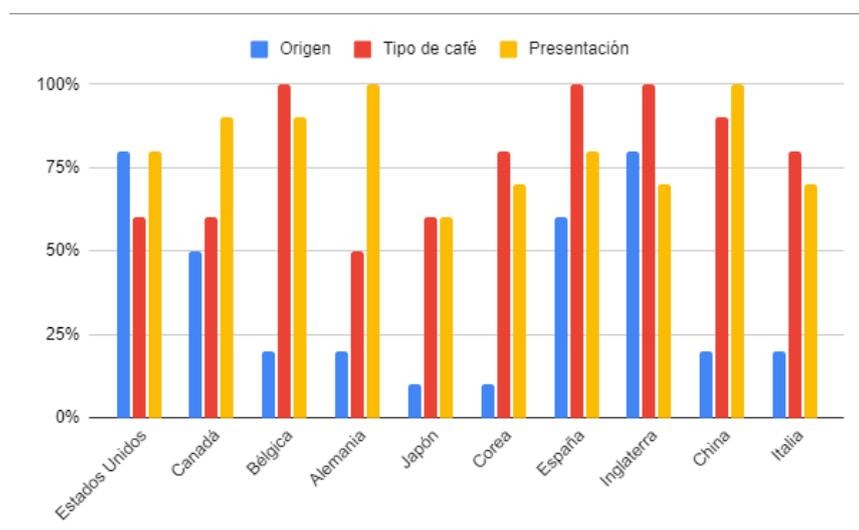
**Imagen 3.**



A partir de la información obtenida en los objetivos anteriores con respecto a las importaciones e exportaciones del café en todas sus presentaciones, se tomó los primeros diez países que estaban en la lista y a partir de ellos se profundizó la investigación para realizar este objetivo. Las estrategias de marketing y promoción en un mercado tan saturado como es el del

café, en el que la competitividad ha demostrado ser muy alta, deben tener estrategias muy claras y efectivas para destacar y atraer a los consumidores, como lo puede ser la segmentación de mercado, posicionamiento de marca, calidad del producto, marketing de contenido, alianzas, entre otras. El café Colombiano, según (TradeMap, 2022), como se muestra en las tablas analizadas en los capítulos anteriores, es un producto altamente importado por diferentes países, sin embargo, cada país tiene sus marcas y sus empresas propias, ahí es donde entra en juego las estrategias del café Colombiano dentro de estos mercados internacionales para que tenga eficacia y siga teniendo el impacto creciente en su demanda como lo ha venido teniendo. A partir de una investigación primaria, donde se logró observar y analizar en los diferentes países listados en orden descendente de importación: Estados Unidos, Canadá, Bélgica, Alemania, Japón, Corea, España, Inglaterra, China e Italia, dentro de las tiendas locales como se exhibe el café colombiano, como está en juego el empaque, la información, los idiomas y el posicionamiento dentro de las góndolas, entre otras.

**Tabla 7.**



En primer lugar, Estados Unidos, con un 43,3% del total de importaciones de café a nivel mundial según Trade Map 2022. Sus grandes cadenas de supermercados como Kroger, Albertsons, Publix, Aldi, Walmart, Target, entre otras, tienen café colombiano dentro de sus exhibiciones, sin embargo, por sus grandes dimensiones, tienen una variedad de cafés de todo el mundo que al entrar a una simple tienda, el consumidor tiene múltiples opciones de donde elegir, además de su variedad en presentaciones, tamaños y demás. Debido a las grandes dimensiones de los mercados en Estados Unidos existen cientos de marcas, presentaciones, imágenes y promociones; Sin embargo, con referencia a la tabla superior, tenemos un ejemplo de algunos cafés “Best sellers” en algunos de los supermercados del país, en los cuales encontramos que en su mayoría se originan de América Latina. Si observamos de primera mano góndolas locales, podemos calcular que puede haber un poco menos del 50% del café que es de origen Colombiano, producido y comercializado por marcas internacionales, Estados Unidos es el principal destino del café Colombiano. Además, según un informe, Colombia exporta el 91% en café de grano y tan solo 8% en café soluble y 1% en café tostado (Salazar D. , 2022), lo cual puede representar una barrera para el crecimiento de la exportación a Estados Unidos, por su tendencia en el mercado, los consumidores usualmente compran café instantáneo o soluble, poco en grano. En las tablas anexas, se presenta repetitivamente el término “100% Arábica” se refiere a una especie de café que terminan como de “Alta Calidad” y de mejor sabor.

Canadá tiene el 7.5 % de la participación en las importaciones de café colombiano. Dentro de este, se puede observar que hay un alto consumo de café proveniente de Latinoamérica, en especial de Colombia. El mercado Canadiense no es un mercado tan masivo como el Estadounidense, aunque sí es altamente competitivo y en el cual el producto puede pasar por dificultades pero también tener grandes oportunidades. La calidad y la diversidad son un valor

agregado por el cual se distingue nuestro café, además de la disponibilidad. Hablando con ciudadanos, comentan que el café colombiano se encuentra disponible en el 80% de los supermercados y tiendas lo cual facilita su acceso. Una dificultad que podemos ver son los precios, aunque el café colombiano sea conocido por ser Premium, el precio es más alto que los demás, por lo que puede ser riesgoso ante la competencia.

Bélgica es el tercer país de la lista, siendo parte de la Unión Europea tienen la cultura del café instantáneo, lo más práctico es lo que prefieren los consumidores, lo que esté listo, es por ello que el café soluble es lo que más demandan. Además, los consumidores tienen una fuerte afinidad por los cafés de otras regiones, aunque indudablemente el atractivo del café colombiano es el sabor, y la experiencia sensorial. Bélgica tiene una tradición de café muy marcada, por lo que existe mucha competencia para el café colombiano que se comercializa en supermercados, ya que hay muchas tiendas locales a las cuales.

Otro país de la unión europea que tienen un alto puesto en la lista es Alemania, es un país que tiene frontera con Suiza, del cual es originario Nestlé, una de las mayores multinacionales de alimentos y bebidas, entre los que se destacan el café, de los cuales tienen algunos de origen colombiano, sin embargo su mayoría se producen en Europa. Como fue mencionado en el análisis del mercado Belga, el café soluble y de rápida preparación es el “Best Seller” en estos países, esto puede ser una gran ventaja ya que aunque no se encuentran casi marcas plenamente Colombianas, existe mucha importación de este café para ser producido por otras marcas internacionales que se encargan del marketing, los precios y las demás variables del mercadeo que son necesarias para entrar a ser competitivos en este mercado europeo.

Japón es el quinto país en el orden de mayor participación en las importaciones Colombianas. Se conoce que en Japón y en general en el continente asiático la cultura es hacia las bebidas de té, como se puede observar en la tabla superior, algunos ejemplos de marcas y referencias de café, podemos entender que es una bebida que también se consume pero no de manera tan repetitiva como lo pueden ser otras bebidas. Sin embargo, en Japón se fijan mucho en los detalles, la presentación y sobre todo en la calidad de los granos, dentro de la cual el café Colombiano no es la excepción, tienen en sus ventas un gran porcentaje de café producido en Colombia y exportado. Otro factor importante de ver tan presente los granos Colombianos en Japón es la sostenibilidad, los métodos conscientes de producción hacen que sea atractivo para los consumidores asiáticos, las certificaciones orgánicas y los cultivos sostenibles son un gran atractivo. Finalmente, es importante recalcar los acuerdos comerciales entre los dos países, estos logran facilitar la importación y comercialización del café colombiano en el mercado Japonés.

En cuanto a Corea del Sur, la promoción y posicionamiento del café colombiano en el mercado internacional ha involucrado varias estrategias a lo largo de los años. Estas estrategias se han centrado en la calidad, la sostenibilidad y la historia detrás del café colombiano. La promoción de la denominación de origen y la calidad excepcional del café colombiano ha ayudado a consolidar su reputación como un producto Premium. La participación en ferias internacionales y la presencia en redes sociales han ampliado su visibilidad. Además, la certificación de sostenibilidad y la colaboración con cadenas locales han atraído a consumidores conscientes de la ética y la calidad. La narrativa que rodea al café colombiano, junto con logros en competencias de café, ha generado un interés genuino en la cultura cafetera colombiana. Estas estrategias han impulsado la demanda del café colombiano en Corea del Sur, permitiendo a los productores cobrar precios Premium y, en última instancia, han contribuido al éxito de este producto en el mercado surcoreano.

El café no solo es una bebida popular en España, sino que también es un elemento importante en su cultura, economía y vida cotidiana. Ha contribuido a la creación de empleo, ha influido en la cultura de la hostelería y ha fortalecido la vida social y la comunidad en el país. El café de alta calidad y la creciente apreciación por las diferentes variedades de café también han impulsado la industria del café en España. En primer lugar, el café colombiano ha diversificado el mercado español al ofrecer una opción de alta calidad que ha elevado la apreciación del café como una bebida gourmet. Esto ha fomentado una cultura cafetera más sofisticada y diversificada, donde los consumidores pueden disfrutar de una amplia gama de sabores y aromas.

Además, la promoción de certificaciones de sostenibilidad y ética ha contribuido a la conciencia de los consumidores españoles sobre la importancia de elegir productos producidos de manera ética y sostenible. Esto no solo beneficia al café colombiano, sino que también impulsa a otros productores a adoptar prácticas más sostenibles, lo que es positivo para la industria en su conjunto. El café colombiano también ha inspirado la innovación en el sector de la hostelería en España, lo que ha llevado a la creación de nuevas bebidas y experiencias de café que enriquecen la oferta de restaurantes y cafeterías.

En términos económicos, la demanda de café colombiano ha tenido un impacto positivo en ambas naciones. Ha creado empleo en la cadena de suministro del café y ha impulsado la economía de Colombia como país productor, mientras que en España ha impulsado el crecimiento de las empresas de hostelería y café. El café colombiano ha educado a los consumidores españoles sobre la historia y la cultura que rodea a esta bebida, aumentando la apreciación y el conocimiento de los consumidores.

Por otro lado, el impacto del café colombiano en el mercado del Reino Unido (Inglaterra, Escocia, Gales e Irlanda del Norte) es significativo y refleja varios aspectos clave. En primer lugar, la oferta de café de alta calidad y variedad ha enriquecido el mercado británico, atrayendo a consumidores que buscan experiencias de café excepcionales. La suavidad y el sabor afrutado característicos del café colombiano han sido particularmente atractivos para los consumidores británicos. La narrativa que rodea al café colombiano, destacando su historia y cultura cafetera, ha educado a los consumidores británicos y ha aumentado su apreciación y conocimiento del producto. Esto ha fortalecido la conexión entre los consumidores y el café colombiano, impulsando su demanda.

El impacto económico del café colombiano en el Reino Unido se refleja en la creación de empleo y el crecimiento de empresas relacionadas con el café. Además, ha habido una clara influencia en la innovación en el consumo de café en el Reino Unido, ya que se han desarrollado nuevas bebidas y métodos de preparación.

Por lo anterior, se puede decir que el café colombiano ha tenido un impacto multifacético en el mercado del Reino Unido, desde la cultura del café hasta la economía y la sostenibilidad. Ha contribuido a la diversificación de la oferta de café de alta calidad y ha fomentado la apertura de negocios independientes especializados en café.

El impacto del café colombiano en China es un fenómeno notable que demuestra la capacidad de una bebida de origen extranjero para influir y prosperar en un mercado con una tradición de té milenario. La introducción exitosa de la cultura del café en China representa un cambio cultural significativo, donde el café colombiano ha desafiado la predominancia del té

al diversificar las opciones de bebidas. Esto resalta la adaptabilidad de los consumidores chinos a nuevas experiencias gastronómicas y su disposición a explorar sabores y costumbres culinarias extranjeras.

La diversificación de opciones y la oferta de sabores únicos por parte del café colombiano han atraído a consumidores que buscan experiencias de bebida innovadoras y distintivas. Esto ha enriquecido la oferta de bebidas en el mercado chino y ha contribuido a ampliar la diversidad de opciones disponibles para los consumidores. Por otro lado, el impacto económico del café colombiano en China se extiende más allá de las fronteras, ya que ha contribuido al crecimiento económico de Colombia mediante la creación de empleos en la cadena de suministro del café y un aumento en las exportaciones. Este efecto económico resalta la importancia del comercio internacional y la influencia que puede tener en el desarrollo de los países productores.

### **Diseño de propuestas para mejorar la competitividad y hacer uso de las oportunidades actuales y futuras del café colombiano en el mercado internacional.**

La capacidad para formular propuestas que incrementen la competitividad y capitalicen las oportunidades actuales y futuras del café colombiano en los mercados internacionales. Hoy en día, las tendencias del mercado se centran en la satisfacción del cliente, por lo que el uso del marketing mix es muy importante. De esta manera, cabe resaltar la definición que la Asociación Americana de Marketing (AMA), se refiere a la combinación de variables de marketing controlables que la empresa utiliza para alcanzar el nivel deseado de ventas en el mercado objetivo. La clasificación más común de estos factores es la clasificación de cuatro factores denominada 4P: precio, producto, promoción y plaza/distribución.

Con base a los hallazgos que se obtuvieron de los objetivos anteriores, se logró identificar algunas estrategias de marketing y promoción que se pueden tener en cuenta para posicionar el café colombiano en el mercado internacional:

Producto:

- El café colombiano debe promoverse como un café de alta calidad con un sabor suave, afrutado y distintivo.
- Debe ofrecer una variedad de opciones, desde granos de café enteros hasta café molido y café instantáneo, para adaptarse a las preferencias de los consumidores en cada país.
- El énfasis se debería poner en la calidad de los granos 100% arábica y en la producción sostenible para atraer a los consumidores que buscan productos éticos.
- Es importante promover la sostenibilidad y las prácticas éticas de producción, como certificaciones orgánicas y cultivos sostenibles, para atraer a consumidores conscientes de la ética.
- Es importante tener en cuenta la marca que se espera promover y de esta forma destacar la marca y que genere impacto en el mercado en el que se va a promover.
- Se debe tener en cuenta las características organolépticas del café, estas se refieren a las propiedades sensoriales que se pueden percibir a través de los sentidos al probar y evaluar el café.
- Resaltar en el producto el tipo y el análisis sensorial puntuado por un catador de café certificado a nivel internacional.



### Propuesta de Café

#### Precio:

- Llevar a cabo una estrategia de fijación de precios competitivos en cada mercado, teniendo en cuenta la competencia local y la percepción de calidad del café colombiano.
- Ofrecer descuentos y promociones estratégicas para atraer a nuevos consumidores y fomentar la lealtad de los existentes.
- Se recomienda considerar los precios relativos al café soluble y al café de grano para que se pueda adaptar a las preferencias de cada mercado.
- Tener en cuenta las tasas de cambio.

#### Distribución:

- Establecer acuerdos con importadores y distribuidores en cada uno de los países para garantizar la disponibilidad del café colombiano en tiendas y supermercados locales.
- Considerar la posibilidad de abrir tiendas propias o asociarse con cadenas de café locales en algunos mercados.
- Garantizar una logística eficiente para mantener la frescura del café colombiano en los puntos de venta.

#### Promoción:

- Se recomienda utilizar estrategias de marketing que resalten la calidad y el sabor distintivo del café colombiano, así como su historia y origen.
- Se debe promover la sostenibilidad y la ética en la producción para atraer a consumidores preocupados por el medio ambiente y la responsabilidad social.
- Se recomienda participar en ferias comerciales internacionales como cafés de Colombia expo, cafeex shangai, caffee expo seoul, coffee fest, entre otros y llevar a cabo eventos de degustación para dar a conocer el café colombiano en los mercados internacionales.

Cada país y mercado tienen sus características que los hacen únicos, desde sus marcas culturales hasta sus precios y canales de venta, por lo cual es importante hacer un pequeño énfasis en cada uno de los países para que con la información recolectada anteriormente se pueda llevar a cabo diferentes propuestas para cada mercado en particular y que así el café Colombiano logre mejorar su competitividad y hacer uso de las diferentes oportunidades actuales.

De la investigación previa es posible concluir que el mercado estadounidense es de los principales clientes del café colombiano, tiene un potencial inigualable y su consumo es bastante alto. Para seguir mejorando su competitividad y aprovechar las oportunidades actuales es importante empezar a segmentar entre el público objetivo, es decir, los jóvenes entre los 18 y 24 años, quienes su consumo viene en un incremento acelerado en los últimos años según la Asociación Nacional del Café de Estados Unidos (2011). Los consumidores cada vez se vuelven más exigentes y están en búsqueda del valor agregado que es el buen sabor y la alta calidad, virtud que tiene el café Colombiano y del cual se puede beneficiar sus ventas. Dentro de las propuestas existe una actual que recoge distintas variables importantes, se conoce como el “Programa 100% Colombiano”, creado por la Federación Nacional de Cafeteros con el fin de asegurar una demanda del café colombiano en los mercados internacionales, mejorar su competitividad y participación y al mismo tiempo enmarcar la importancia del respeto por los productores y de todo el sector caficultor. Dentro del programa, participan marcas aliadas de todo el mundo, dentro de estos hay empresas de Canadá, Estados Unidos, China, Japón, Corea y la Unión Europea, donde también se puede hacer uso de esta estrategia de alianzas y comercialización por medio de marcas y de organizaciones ya establecidas.

Entre las propuestas de la estrategia se incluyen, diversificación de la oferta, variar entre los distintos sabores y perfiles de café, especificar en sus diferentes métodos de cultivo, procesos y origen, es decir sus diferentes regiones y como cada una de estas le aporta una cualidad única al sabor. Realizar alianzas estratégicas para llegar a más puntos de venta y ofrecer un producto exclusivo y de alta calidad al que puedan acceder los consumidores objetivos. Además, es importante resaltar que este tipo de alianzas ya se llevan a cabo actualmente, en cadenas como Starbucks, Folgers quienes son los mayores importadores de

café para vender con su nombre, esto podría ser una ayuda para compensar la inestabilidad del sector y de la economía Colombiana.

Canadá, por su parte se podría fijar una estrategia de cuatro puntos, el desarrollo y colaboración con marcas locales, ya que Canadá se conoce por ser un país que tiene la educación de consumir lo local, fijar acuerdos con cafeterías y minoristas puede ser una gran opción para adaptar este café Colombiano más a la cultura y preferencias de estos consumidores. Además, resaltar durante este proceso el comercio justo y las buenas prácticas de producción sostenibles que tiene Colombia, ya que este es un país con mucha educación y conciencia, que valoran el buen uso de las prácticas sostenibles en sus productos. En tercer lugar, la participación en eventos puede ser un factor que ayuda no solo a crear una red de contactos para la creación de la primera estrategia, si no también una herramienta de visualización de los productos y de su calidad. Por consiguiente, el cuarto punto sería la educación de la cultura cafetera, crear espacios en lo que se pueda dar a conocer los diferentes, sabores, texturas y olores del café 100% Colombiano, dándoles a conocer una mirada más detallada de lo que es un café de calidad.

Entrando en la Unión Europea, Bélgica, Alemania, Italia y España, son países vecinos, es decir que comparten muchas características que se podrían explotar en conjunto para la creación de las estrategias. Además, son países donde existe mucha migración, por lo cual no solo se debe enfocar en llegar a los consumidores locales sino ir en la búsqueda de estrategias un poco más generalizadas hacia un tipo de mercado más internacional. Estos países, además conforman un bloque económico conocido como la “Unión Europea”, quienes por medio de distintos tratados de alta importancia ha logrado convertirse en una unión no solo económica sino también política, y en el cual se ha creado un enorme mercado interior, este tiene la misma

moneda y por ende diversos acuerdos los cuales facilitan el desarrollo de su mercado y la internacionalización de todos los productos. Un factor repetitivo en estos países es el patrón de consumo de la misma presentación de café, soluble, instantáneo y si es posible en porciones ya con la ración exacta, esto se debe a la cultura europea de buscar sus productos lo más simple y práctico posible, por ello como primera estrategia sería enfocarse en exportar hacia esta zona café Colombiano producido de este tipo.

Iniciar estrategias como la alianzas, con marcas que actualmente importan café Colombiano como lo es Nestlé, una de las más importantes en este tipo de bebidas, sería importante llegarles más y empezar a diversificar este portafolio para tener un mayor alcance y visibilidad. Además, buscar en cada uno de los países alianzas locales que puedan convertir el producto en algo más arraigado a la cultura y al estilo, ya sea realizando mezclas o diferentes preparaciones que nadie mejor que un local podría preparar, como podría ser un expreso en Italia. En cuanto a la producción sostenibles, sería importante enfatizar en algún punto dentro del mercadeo el uso de las buenas prácticas. Además, se podría crear una innovación del empaquetado, viendo la diversidad en las góndolas europeas, crear empaques con colores más llamativos, que se enfoquen en promover y destacar la calidad, la historia y sobre todo el contexto del medio ambiente. En cuanto a la historia y la producción, son factores claves, ya que se ha notado que este factor es decisivo para los consumidores al buscar un producto, los sellos de calidad y todo el contexto de este son vitales, sobre todo dentro de un empaque donde se pueda visualizar fácilmente.

Finalmente, la participación en eventos y ferias es un complemento ideal para la parte del mercadeo, destacar el café como un complemento gourmet, además de poder conectar con locales, entender más a fondo la cultura y la demanda de este público es ideal.

Por otro lado, Japón, un país donde se consume mucho el café de especialidad, sus productos son en su mayoría de gran calidad, por lo cual no se puede pensar que este será el único valor agregado del café Colombiano, se debe enfocar un poco más a su cultura, buscar crear un café listo para consumir, atraerlo hacia el perfil Japonés, con envases prácticos y llamativos.

Corea, cuenta con una condiciones climáticas cálidas, este es un factor clave ya que esta cultura puede estar en búsqueda de bebidas más refrescantes y menos tradicionales como lo puede ser un café caliente, la creación de mezclas que se adapten a su cultura es la clave, crear bebidas innovadoras, esto por medio de alianzas con locales y de enfocarse en que estos sirvan las bebidas de manera llamativa, con distintos complementos y fuera de lo común. Es un país que valora mucho la estética de los productos, la búsqueda de tiendas que ayuden a la creación de un nuevo empaque al estilo local es una estrategia que podría potencializar sus ventas y sobre todo llamar mucho más la atención de los clientes. Sin embargo, como se puede entender de lo anterior, Corea es un país que más allá de café empacado consumen mucho más el café en las cafeterías o supermercados que lo tengan “to go”, pero fomentar el consumo del café empaquetado para el hogar puede ser una entrada a una nueva oportunidad de negocio en el país, demostrar dentro del marketing que este café en grano o molido también puede ser de calidad y sobre todo versátil.

Seguidamente está el mercado Inglés, una cultura del té y poco del café, esto podría ser la oportunidad perfecta de agregar esta mezcla al mercado, no necesariamente cambiando el producto original si no que también se podría realizar dentro de la campaña de mercadeo, aprovechar esta fusión como algo innovador, además del clima de Inglaterra que es bastante

templado, perfecto para el consumo del café. En cuanto a los precios también se puede entrar a competir ya que es uno de los países más caros, al entrar con los precios un poco más regulados podría crearse una gran demanda del café Colombiano no solo como una opción de calidad sino también accesible.

Finalmente, el país asiático China, cuenta con un estilo de vida muy rápido, un café listo para consumir puede ser la perfecta oportunidad para comercializar el café colombiano en este mercado, además de Innovar el empaque hacia algo más práctico, como lo puede ser el café soluble en porciones, es ideal para esta cultura. Por otro lado, en el país se presenta muy fuerte el consumo virtual, se conoce por su tecnología y sus grandes avances al mundo digital, como lo son las comprar en línea y por medio de plataformas o aplicaciones innovadoras, lograr vender el café por medio de este comercio podría potencializar su venta y llegar a un público más amplio.

### **Conclusiones**

Después de la profunda realización del proyecto titulado “Estudio del impacto del café colombiano en el mercado internacional en el contexto actual”, se podrían destacar algunos puntos y conclusiones importantes. En primer lugar, se dio con la conclusión que el café Colombiano es altamente valorado dentro del mercado internacional, sin importar la gran oferta que existe en la actualidad, este mantiene su buena reputación, por su calidad y sabor único, lo cual es su gran valor agregado en el mercado internacional. Además, el potencial de crecimiento es significativo, Colombia como país cafetero y de los principales productores a nivel mundial puede explotar todas sus oportunidades para maximizar ventas y por ende sus exportaciones. No hay dudas que la competencia a nivel global es muy fuerte y existen

fluctuaciones de precios que pueden presentar un desafío a la hora de querer expandirse a un mayor público y la volatilidad del tipo de cambio, sin embargo, este café tiene capacidad de capitalizar sus características, como la sostenibilidad y la autenticidad en el sabor y la historia del café Colombiano. Así mismo como sus alianzas estratégicas y acuerdos comerciales como los acuerdos bilaterales y multilaterales que son de gran beneficio para el mercado y que abren este producto local a oportunidades de mayor exportación y sobre todo visibilidad dentro de otros mercados.

La innovación en la producción y comercialización son claves, así como también la diversificación de los productos para mantener una competitividad efectiva y también para lograr crear una demanda que se pueda satisfacer. Esta industria cafetera deberá seguir buscando estrategias y propuestas para mejorar la competitividad y hacer uso de las oportunidades actuales, ya que esta industria es un pilar fundamental dentro de la economía del país, está proporcionalmente conectado con la calidad de vida de Colombia y su historia.

## Bibliografía

- Alvarez, J., & Villamizar, D. (2017). *Plan de marketing internacional para un producto potencial colombiano, evaluado desde factores macroeconómicos y econométricos*. Obtenido de [https://repository.icesi.edu.co/biblioteca\\_digital/bitstream/10906/83725/1/alvarez\\_plan\\_marketing\\_2017.pdf](https://repository.icesi.edu.co/biblioteca_digital/bitstream/10906/83725/1/alvarez_plan_marketing_2017.pdf)
- Analdex. (2019). Obtenido de [https://www.analdex.org/wp-content/uploads/2019/07/DECRETO-1165-DEL-2-DE-JULIO-DE-2019\\_compressed-1-comprimido.pdf](https://www.analdex.org/wp-content/uploads/2019/07/DECRETO-1165-DEL-2-DE-JULIO-DE-2019_compressed-1-comprimido.pdf)
- Astudillo, L., & Cuesta, J. D. (2015). *Ingreso al mercado colombiano de compañías internacionales del sector alimentos Starbucks Vs Juan Valdez*. Obtenido de [https://repository.icesi.edu.co/biblioteca\\_digital/handle/10906/78545](https://repository.icesi.edu.co/biblioteca_digital/handle/10906/78545)
- Baena, N. R. (2015). *Plan de negocios de una comercializadora internacional para la exportación de cafés especiales colombianos al mercado de la República de Corea del Sur*. Obtenido de <https://repository.eafit.edu.co/handle/10784/7727>
- Cámara Americana de Comercio de Bolivia. (2022). Obtenido de [https://amchambolivia.com/amcham\\_es/](https://amchambolivia.com/amcham_es/)
- Carrero, J. (2021). *Diagnóstico de la situación actual y perspectivas al mercado internacional del café en el departamento de Cundinamarca*. Obtenido de [http://repositorio.uan.edu.co/bitstream/123456789/6501/1/2022\\_JuanSebastianCarreroCa%C3%B1on.pdf](http://repositorio.uan.edu.co/bitstream/123456789/6501/1/2022_JuanSebastianCarreroCa%C3%B1on.pdf)

- DANE. (2020). *La producción de café en Colombia subió 8,6% en 2020*. Obtenido de <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/agropecuario/cultivos-permanentes/cosechas-y-produccion-de-cafe>
- DIAN. (2016). *Regulación Aduanera en Colombia*. Obtenido de <https://www.dian.gov.co/aduanas/Documents/Nueva%20Regulaci%C3%B3n%20Aduanera%20en%20Colombia.pdf>
- Federacion de Cafeteros. (2023). *Producción de café de Colombia aumenta 30% en marzo*. Obtenido de <https://federaciondefcafeteros.org/wp/listado-noticias/produccion-de-cafe-de-colombia-aumenta-30-en-marzo/#:~:text=En%20el%20a%C3%B1o%20cafetero%20>
- Federación Nacional de Cafeteros. (2022). Obtenido de [https://federaciondefcafeteros.org/app/uploads/2019/12/Econom%C3%ADa-Cafetera-No.-30\\_Web.pdf](https://federaciondefcafeteros.org/app/uploads/2019/12/Econom%C3%ADa-Cafetera-No.-30_Web.pdf)
- Federación Nacional de Cafeteros. (2023). Obtenido de <https://federaciondefcafeteros.org/wp/exportacion/>
- Federación Nacional de Cafeteros de Colombia. (2021). *Café*. Obtenido de <https://federaciondefcafeteros.org/app/uploads/2021/01/Cafe-2022>
- Funcion Publica. (1991). Obtenido de <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=80013>
- Función Publica. (1993). Obtenido de <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=32037#:~:text=Organiza%20el%20Sistema%20Nacional%20de,los%20intereses%20de%20los%20consumidores>
- Giovannucci, D. (2002). *Colombia Coffee Sector Study*. Obtenido de [https://www.researchgate.net/publication/4826429\\_Colombia\\_Coffee\\_Sector\\_Study](https://www.researchgate.net/publication/4826429_Colombia_Coffee_Sector_Study)

- Huesca, C. (2019). *Comercio Internacional*. Obtenido de <https://www.studocu.com/it/document/universidad-rafael-landivar/economia-y-comercio-internacional/cecilia-huesca-rodriguez-comercio-internacional-pgs-1-15/10349247>
- International Coffee Organization. (2020). Obtenido de <https://www.ico.org/>
- Legisblog. (2022). *Cifras de exportación de café colombiano en el 2020*. Obtenido de <https://blog.legis.com.co/comercio-exterior/exportaciones-cafe-colombiano-2020>
- Mena, H., & Tigreros, M. (1997). *Estudios de los diferentes productos derivados del café y sus aplicaciones en la Industria a nivel nacional e internacional*. Obtenido de <https://red.uao.edu.co/handle/10614/2157>
- Mordor Intelligence. (2022). *ANÁLISIS DEL COMERCIO DE CAFÉ CRECIMIENTO, TENDENCIAS, IMPACTO DE COVID-19 Y PRONÓSTICOS (2023 - 2028)*. Obtenido de <https://www.mordorintelligence.com/es/industry-reports/coffee-trade-analysis>
- Pardo, D. (2020). *Café en Colombia: por qué es importado y de baja calidad el que se toma en el país cafetero por excelencia*. Obtenido de <https://www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina-51622198>
- Rendón, A. (2013). *Diferenciación oligopólica del café verde colombiano en el mercado estadounidense*. Obtenido de <https://repository.eafit.edu.co/handle/10784/7527>
- Salazar, D. (2022). *Colombia importará más café en 2022 y este es el top de países a los que más compra*. Obtenido de <https://www.bloomberglinea.com/2022/11/22/colombia-importara-mas-cafe-en-2022-y-este-es-el-top-de-paises-a-los-que-mas-compra/>
- Salazar, F. (2021). Obtenido de <https://repository.upb.edu.co/bitstream/handle/20.500.11912/8185/Caf%C3%A9%20d>

e%20Colombia%20análisis%20de%20los%20principales%20productores%20de%20caf%C3%A9.pdf?sequence=1

Salazar, F. (2021). *Café de Colombia, análisis de los Principales*. Obtenido de

<https://repository.upb.edu.co/bitstream/handle/20.500.11912/8185/Caf%C3%A9%20de%20Colombia%20análisis%20de%20los%20principales%20productores%20de%20caf%C3%A9.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Suárez, D., & Osorio, N. (2016). *Competitividad y generación de valor para empresas cafeteras : el desarrollo de los cafés especiales*. Obtenido de

[https://repository.icesi.edu.co/biblioteca\\_digital/handle/10906/81003](https://repository.icesi.edu.co/biblioteca_digital/handle/10906/81003)

TradeMap. (2021). *Estadísticas del comercio para el desarrollo internacional de las empresas*. Obtenido de

[https://www.trademap.org/Country\\_SelProduct.aspx?nvpm=3%7c%7c%7c%7c%7c0901%7c%7c%7c4%7c1%7c1%7c2%7c1%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1](https://www.trademap.org/Country_SelProduct.aspx?nvpm=3%7c%7c%7c%7c%7c0901%7c%7c%7c4%7c1%7c1%7c2%7c1%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1)

TradeMap. (2022). Obtenido de

[https://www.trademap.org/Country\\_SelProduct.aspx?nvpm=1%7c%7c%7c%7c%7c0901%7c%7c%7c4%7c1%7c1%7c2%7c1%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1](https://www.trademap.org/Country_SelProduct.aspx?nvpm=1%7c%7c%7c%7c%7c0901%7c%7c%7c4%7c1%7c1%7c2%7c1%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1)

## Anexos

	Origen	Tipo de Café	Marca	Precio	Presentación	Imagen	Promoción
Estados Unidos	América latina	Paquetes	Starbucks	17-20 USD	x5	Paquete alargado, con sobres de café instantáneo, colores claros	Caramel Latte
	Asia/Pacífico	molido	Starbucks	10-14 USD	510g	sumatra, dark roast, empaque en bolsa de plástico color tradicional Starbucks	imagen de un tigre, dice que hierbas finas y picante rustico
	Latín América	Pods/ Soluble	Starbucks	16-18 USD	22 pods	Dibujo de cosecha de café, caja cuadrada color verde estándar de la marca	Campaña de reciclaje
	Colombia	Soluble	Maxwell House	10-14 USD	694g	frasco cuadrado de plástico azul, imagen de un tasa con la ultima gota	"Good to té last drop" slogan
	Cuba	Molido	Café Bustelo	4-6 USD	283g	Caja rectangular amarilla, porcionado en sobres	El color resalta en la gondola
	Colombia	molido	Folgers	10-13 USD	192g	Frasco de plástico rojo, figura de un atardecer	Producido en New Orleans
	Colombia	soluble	Nescafe	6-11 USD	200g	Ingles y español. Frasco de vidrio, contenido visible	100% granos de café selectos
	Brasil	Pods/ Soluble	Great Valué	4-8 USD	130g / 12 cups	Caja rectangular llena de color, imágenes de donas con tasa de café	Sabores originales, "Donut shop"

	Origen	Tipo de Café	Marca	Precio	Presentación	Imagen	Promoción
Canadá	Colombia	Soluble	Maxwell House	8-10 CAD	925 g	Lata circular azul, con la imagen de la ultima gota de la tasa	"Good to té last drop" slogan
	Vietnam	Grano	Trung Nguyen	8-10 CAD	500 g	Caja rectangular roja con imagen de fondo de las montañas y la maquinaria de producción de café	Atrevido y aromático café natural
	Costa Rica	Pods/ Soluble	Jumping Bean	12-15 CAD	210 g	Caja rectangular negra con la imagen de un gran barco en el mar en la parte superior	sabor suave y aroma fragante
	Latín América	Pods/ Soluble	Starbucks	16-18 USD	22 pods	Dibujo de cosecha de café, caja cuadrada color verde estándar de la marca	Campaña de reciclaje
	Brasil	Molido	3 Coracoes	9-11 CAD	500g	Caja rectangular amarilla con rojo tradicional, con una imagen de una tasa de café	Etiquetas en Portugués, café tradicional
	Colombia	Pods/ Soluble	Tim Hortons	30-37 CAD	504 g	Caja rectangular roja, con la bandera de Canadá y una imagen de tasa con café en grano	100% Colombiano, producido en Canadá
	Colombia	Pods/ Soluble	Van Houtte	10-13 CAD	340 g	Empaque hermético, elegante, color café, simple, con imagen de un grano de café	Café negro 100% Colombiano
	Sumatra, Costa Rica and Guatemala	Molido	Balzac Coffee Roasters	11 -13 CAD	300 g	Lata circular negra, elegante	"BREW & ENJOY"

	Origen	Tipo de Café	Marca	Precio	Presentación	Imagen	Promoción
Bélgica	Inglaterra	Soluble	Nestlé	7-9 €	450 g	Lata circular, extenso texto en 5 idiomas, color rojo con cafés claros	Café cremoso
	Italia	Pods/ Soluble	Lavazza	4-6€	250 g	Caja rectangular, colores cafés y imagen de un atasa con el sabor en forma de humo.	Espresso Italiano
	Italia	Soluble	illy	7-9€	95 g	Etiqueta en ingles, Lata circular con poco diseño, solo la tipografía con rojo	Clásico instantáneo
	Colombia/ Perú	Pods/ Soluble	Fortisimo	2-4€	5.5 g (10 Pods)	caja larga y delgada color rojo con etiqueta café. Empaque fuera de lo común	Capsulas de aluminio, innovación
	Tailandia	Soluble	cafe Mate	10-15 €	425.2 g	Frasco alargado, empaquetado en ingles, cubierto por colores claros e imágenes de nueces	Sabor a nuez
	Francia	Soluble	Beans	2-5 €	200 g	Frasco transparente con una pequeña etiqueta de indicaciones nutricionales	Sabor intenso
	Inglaterra	Soluble	Beans	16-19 €	50 g	Envase transparente con imágenes alusivas al otoño	Sabor a calabaza, edición del otoño

	Origen	Tipo de Café	Marca	Precio	Presentación	Imagen	Promoción
Alemania	Colombia / Brasil	Soluble	Platin Ángel	19-22€	1000 g	Bolsa tipo hermética, básica, con una imagen de un ángel	Espresso, fácil de consumir
	Alemania	Molido	Jacobs	5-8 €	500 g	Caja rectangular con diferentes tonos de verde, elegante y clásico	Café Premium
	Bélgica	Soluble	Kaffee Gemahlener	4-6 €	500 g	Empaque rectangular, rojo, con diseño agradable y una tasa de café	Café de amazon
	Alemania	Soluble	Eilles Kaffee	5-7€	500g	Empaque rectangular azul, elegante, con imagen de una tasa azul de café	Gourmet café
	Países Bajos	Grano	Mövenpick	6-10 €	500 g	Empaque hermético azul metálico con flores y granos color rojo. Empaque en idioma alemán	Aroma de café autentico, 100% arabico
	Italia	Soluble	Lavazza	14-17€	1000 g	Empaque tipo hermético negro, con bastante información y poco diseño de imágenes	"Crema y aroma"
	Ingllaterra	Soluble	Nestlé	7-9 €	450 g	Lata circular, extenso texto en 5 idiomas, color rojo con cafés claros	Café cremoso

	Origen	Tipo de Café	Marca	Precio	Presentación	Imagen	Promoción
Japón	Etiopia	Soluble	Butter Coffee	¥1,548	150 g	Paquete hermético, imagen de baja calidad, en japonés con algunas palabras en ingles	Café instantáneo con mantequilla
	Japonés	Soluble/ sachet	Blendy	¥ 2367	6 sachet	Caja rectangular verde con la imagen de café de una tasa verde	Café mezclado con matcha, Combinación única
	Kenia	En grano	Kurukuma	¥800-1.500	200-250 gramos	Café tostado de alta calidad, a menudo con empaque elegante y etiquetas informativas.	Enfatiza la calidad y el origen del café, a menudo con perfiles de sabor detallados y recomendaciones de preparación.
	Brasil/Colombia	Pods/ Soluble	Ueshima	¥642.09	10 pods	Empaque hermético, imagen limpia, color blanco con líneas rojas, hace alusión a la bandera de Japón	Nespresso colaboración, house blend
	Guatemala	Líquido	Suntory	¥521.99	179 ML	Lata colorida, fácil de tomar y transportar	"Café del jefe"

	Origen	Tipo de Cafe	Marca	Precio	Presentacion	Imagen	Promocion
Corea	Hungria	Molido	Ily Cafe	19.480 won	200g	Caja rectangular gris con rojo sencilla	Es clasico y muestra sus diferentes presentaciones de café
	Corea del sur	Molido	Ediya	8.000 - 11.000 won	130g	Caja rectangular blanca con azul y rojo. Sencilla con figura de cafetera para café molido.	EDIYA COFFEE es la empresa de franquicias de café número uno en COREA. ¡Disfruta de este café de gran sabor en cualquier momento y en cualquier lugar!
	Corea del sur	Soluble	Kanu	4.400 - 11.500 won	10 - 30 - 50 sobres	Empaque rectangular sobrio, con tonalidades oscuras y letras de colores llamativos como amarillo para resaltar lo importante	KANU, se convierte en una cafetería para ti en cualquier momento y en cualquier lugar.
	América latina	Soluble	Nescafe	18.990 won	70 - 100 sobres	Empaque rectangular en dos presentaciones de color blanco y café. Con la imagen de una taza de café, con líneas de diferente color que diferencian los diferentes que se ofrecen.	NESCAFE Supremo Original. Elaborado con granos de Arábica 100% Premium
	Corea del sur	Soluble	Lookas	3.800 - 17.400 won	50 sobres	Caja rectangular de color negro, con colores neonos los cuales resaltan la marca y permiten diferenciar los sabores que se ofrecen.	Café 100% arábica
	Corea del sur	Soluble	Maxim	6.000 won	20 sobres	Caja rectangular de color rojo, con la imagen de una tasa de café y la presentación en la que viene el producto que en este caso son sobres.	Moca de café instantáneo Maxim
	América latina	Soluble	Canata	11.800 won	190ml - 230ml	Bolsa clasica blanca de color blanco y linea gruesa de color azul o naranja con una imagen de granos de cafe.	Canata, el primer producto de café enlatado premium en Corea que puedes disfrutar en cualquier momento y en cualquier lugar.
	Corea del sur	Soluble	Dongsuh	12.980 won	50 sobres	Caja de colores oscuros y títulos de colores. Con un diseño clasico.	Dong Suh es una marca de café instantáneo que ofrece diferentes mezclas y opciones de sabor.

	Origen	Tipo de Cafe	Marca	Precio	Presentacion	Imagen	Promocion
España	Colombia	Pods/ soluble	Starbucks	4.99€	12 pods	Caja cuadrada negra con apliques cafes y una imagen de una taza de café.	Experiencia de tomar un café
	Colombia	Pods/ soluble	Tassimo	6.59€	16 pods	Bolsa gris con un diseño muy elegante, toques de color negro y una taza de café.	La gama más amplia de cápsulas TASSIMO
	Suiza	Pods/ soluble	Nescafe	4.89€	16 pods	Caja cuadrada blanca, con una taza grande de café con leche y la imagen de la capsula de café.	Disfruta del mejor café en casa con Dolce Gusto
	España	Pods/ soluble	Fortaleza	3.59€	10 pods	Caja rectangular con colores como negro, plateado y dorado, los cuales proporcionan elegancia.	Café premium
	Suiza	Soluble	Nestle	6.65€	Recipiente en vidrio	Recipiente de vidrio con un sticker de color morado y una imagen de una taza de café.	Café instantáneo que fuera fácil de preparar y transportar
	Colombia	Soluble	Marquilla	3.20€	200 g	Recipiente plastico, con fondo de los cafetales colombianos.	Marquilla regala café para toda la vida para que siempre te sientas como en casa.
	Colombia	Soluble	Bonka	7.69€	1kg	Bolsa elegante y sencilla	"No renuncies al origen"

	Origen	Tipo de Cafe	Marca	Precio	Presentacion	Imagen	Promocion
Inglaterra	Colombia	Pods/ soluble	Tassimo	£4.80	16 pods	Bolsa gris con un diseño muy elegante, toques de color negro y una taza de café.	La gama más amplia de cápsulas TASSIMO
	América latina	Soluble	Nescafe	£3.40	Recipiente en vidrio	Recipiente de vidrio con un sticker de color azul o rojo.	Café original
	Colombia	Pods/ soluble	Starbucks	£4.40	10 pods	Caja larga rectangular de color café o negra dependiendo del tipo de café.	Experiencia de tomar un café
	América latina	Soluble	Galaxy	£3.45	Recipiente de plastico	Recipiente de plastico cafe, beige y dorado, junto con una taza de café	Café de calidad
	América latina	Soluble	Mellow birds	£8.50	200g	Recipiente de vidrio con una imagen de una taza de café azul	Café instantaneo
	Francia	Soluble	Lor	£8.05	200g	Recipiente de vidrio	Café clasico

	Origen	Tipo de Cafe	Marca	Precio	Presentacion	Imagen	Promocion
China	Suiza	Soluble	Nescafe	¥39.80	Sobres de cafe	Caja cuadrada roja con una taza de café	Café instantaneo
	Estados Unidos	Soluble	Tasters choice	¥97.59	Recipiente en vidrio	Recipiente de vidrio con unas imágenes de una taza de café, de color rojo o verde	"Te mereces un gran café"
	Asia	Soluble	Moccona	¥80.36	Cilindro de vidrio	Cilindro de vidrio con colores negro, dorado, blanco y rojo que son insignias de la marca.	Una marca que destila optimismo
	Japon	Grano	Goldspecial	¥75.89	Empaque en bolsa	Empaque en bolsa, con el logo de la compañía y una taza de café	Granos cuidadosamente seleccionados
	Australia		Robert timms	¥75.80	Caja rectangular	Caja cuadrada con el logo de la compañía y con un diseño clasico.	Proveedor de productos de café de la más alta calidad.