

TRABAJO DE GRADO
Opción Investigación o Proyecto de Grado

**Propuesta de Exportación de Café Especial Orgánico con Endulzante Tagatosa
(CoffNey) desde el Tolima hacia el Mercado de Seattle, Estados Unidos.**

Corporación Universitaria Remington.

Ciencias Empresariales

Administración de Negocios Internacionales

Deyler Esteban Chacón Esquivel

Luz Clarita Toquica Ortíz

Nombre del tutor: Yamile Esperanza Leal Salazar

Proyecto de grado

2025

Agradecimientos

Dedicatoria Deyler Esteban Chacón Esquivel

Primeramente doy gracias a Dios y la vida por permitirme llegar hasta este punto en mi universidad y poder explotar el conocimiento adquirido durante todo este tiempo para poder llegar a donde estoy agradecer eternamente a mi mamá, abuela y hermana que me apoyaron desde el primer momento de mi trayecto académico y nunca dudar de mí que a día de hoy son los motores que me impulsan a evolucionar tanto personal como profesional, gracias a mis docentes durante todo este proceso que aportaron conocimientos, experiencias y valores a lo largo de mi formación académica y humana. Un agradecimiento especial a mi directora de tesis, la docente Yamile Leal que abrió las puertas de su conocimiento para guiarme en este proceso y apoyarme para comprender este proyecto tan grande, con mucho potencial para poder llevar a cabo el proceso y a todas aquellas personas que apoyaron durante el proceso sin olvidarme de nadie y me aportaron el valor del conocimiento y siempre sobre todo seguir adelante y ser una mejor persona y profesional.

Dedicatoria Luz Clarita Toquica Ortiz

Quiero agradecer inmensamente al Señor Jesucristo por darme el conocimiento, dedicación y comprensión para poder culminar este proyecto de grado, gracias, Señor por siempre darme entendimiento. Quiero agradecer a la Docente Yamile Leal que ha sido una guía en este trayecto, ha sido de grande ayuda con sus tantas capacidades y su tiempo de enseñanza.

Por ultimo y no menos importante quiero agradecer a toda mi familia ya que cada uno ha aportado consejos y motivación, en especial a ti esposo mío, gracias por siempre confiar en mí, en todo este proceso, por nunca juzgarme y por estar a mi lado en todo momento. Muchas gracias a todos con mucho cariño y amor.

Tabla de contenido

Resumen.....	7
--------------	---

Palabras clave.....	9
Marco Teórico.....	9
Teorías sobre análisis del entorno externo (Modelo PESTEL)	10
Formalización del modelo PESTEL	10
Fundamentos del análisis DOFA y su evolución estratégica.....	10
Origen del modelo DOFA.....	10
Críticas y evolución del modelo	11
Tendencias de consumo saludable y comportamiento del consumidor internacional ..	11
Bases teóricas del comportamiento del consumidor	11
Evidencia empírica y comportamiento actual.....	11
Estrategias de diferenciación e innovación exportadora.....	12
Teoría de la ventaja competitiva	12
Competencias centrales como fuente de innovación	12
Modelos de ponderación estratégica y priorización de mercados.	12
Matrices estratégicas de evaluación.....	12
Análisis de entorno dinámico.....	13
Comportamiento del consumidor en EE. UU.	13
Barreras comerciales y exportación de café.....	13
Valor agregado: beneficios de la Tagatosa	14
Conclusión del Marco Teórico.....	14
Planteamiento del problema.....	15
Formulación del problema	16
Objetivo General.....	18
Objetivos Específicos.....	18
Justificación	19
Metodología	21
Resultados Y Discusión	22
1. Tendencias Del Mercado Internacional	22
1. Comparativa de tendencias de mercado global para exportar café premium	22
Alemania.....	23
Canadá.....	24
Estados Unidos.....	26
1.1 Matriz de selección de mercados (ponderaciones)	27
2. Selección del Mercado de Estados Unidos	29
2.1 Análisis del mercado de EE. UU.	29
2.1.1 Tendencias en el consumo de café en los Estados Unidos	32
2.1.2 Análisis externo del mercado estadounidense para exportar café premium. ...	34
3. Propuesta De Exportación.....	37
3.1 Análisis de la Propuesta de exportación de CoffNey.....	37
3.1.1 Descripción del producto de la propuesta	38
3.1.2 Tagatosa como endulzante en Café Premium CoffNey	38
3.1.3 Café del Tolima como origen.	40
3.1.4 Análisis de la empresa Cafisur como proveedor principal.	42
3.2 Diagnostico del mercado externo e interno de CoffNey.....	44

3.2.1 Análisis PESTEL	44
3.2.2 Análisis DOFA.....	45
3.3 Mercado Objetivo	47
3.3.1 Canales de distribución digital y estrategia logística	48
3.3.2 Requisitos para plataforma de suscripción	50
3.4 Normativa y Barreras	50
3.4.1 Barreras de entrada para productos nuevos e internacionales	50
3.4.2 Barreras y antecedentes para exportar café premium.	55
3.5 Competencia internacional y nacional de CoffNey	55
3.5.1 Competencia Internacional en EE. UU.	56
3.5.2 Competencia Nacional	58
3.6 Segmentación de Mercado	59
3.7 Estrategias de Marketing.....	61
Conclusiones	63
Recomendaciones	64
Bibliografía	66

Lista de tablas

<i>Tabla 1. Puntuaciones por país</i>	<i>28</i>
<i>Tabla 2. Análisis del consumo de café en el mercado objetivo</i>	<i>33</i>
<i>Tabla 3 Comparativa de Factores del Entorno Externo</i>	<i>36</i>
<i>Tabla 4 Propiedades de la Tagatosa</i>	<i>39</i>
<i>Tabla 5 análisis a la matriz PESTEL.....</i>	<i>44</i>
<i>Tabla 6 Análisis a la matriz DOFA</i>	<i>46</i>
<i>Tabla 7 Subpartida arancelaria.....</i>	<i>55</i>
<i>Tabla 8 Competencia internacional.....</i>	<i>56</i>
<i>Tabla 9 Competencia nacional Colombia</i>	<i>58</i>

Resumen

La presente propuesta tiene como propósito exponer una propuesta de exportación de café especial orgánico (COFFNEY), endulzado con Tagatosa, un edulcorante natural con muchos beneficios saludables (IPSUSS, 2018), este café se producirá en el Tolima, uno de los departamentos colombianos reconocidos a nivel nacional por su alta producción de café y el gran logro que ha venido teniendo esta región posicionándose en mercados internacionales con cafés especiales gracias a su calidad como señala la revista Semana (2021) y según Cambiagro (2023) las practicas sostenibles que han adoptado en los últimos años ha ayudado a su reconocimiento, además uno de los anhelos que se tienen con esta propuesta es el apoyo a la región tolimense. El mercado internacional al que se propone exportar es a Estados Unidos, más exactamente a la ciudad de Seattle ya que según Specialty Coffe Association (SCA, 2023), el 45% de los consumidores estadounidenses prefieren cafés especiales, además Seattle es considerada la capital del café en EE. UU. La propuesta que expone CoffNey busca contestar a el patrón observado recientemente en los hábitos de consumo sobre los hábitos de consumo de productos diferenciados que sean saludables y orgánicos, (SCA, 2023).

En la propuesta se realizó una matriz de selección de mercados teniendo en cuenta factores como demanda, facilidad de acceso, normatividad, competencia, entre otras, llegando a la determinada conclusión de que Estados Unidos es la mejor y más ventajosa oportunidad de exportación (Grand View Research, 2024; ProColombia, 2023). No obstante, se encontraron algunos desafíos como barreras regulatorias y un nuevo arancel del 10% aplicado al café colombiano desde abril de 2025 (U.S. Trade Representative,

2025), haciendo que sea todo un reto para el café tolimense que se desea exportar pero que a su vez no sea una opción imposible.

En esta propuesta se incluyen el cumplimiento riguroso de toda la normativa internacional, la obtención de certificados tanto para el café como para la Tagatosa y una estrategia de ingreso al mercado de Seattle bien establecida que se basa en el comercio del producto por medio del canal digital más grande mundo el cual es Amazon. También se evidencia el gran potencial de agregar la Tagatosa al café y sus beneficios en las personas diabéticas en las que se comprobó que ayuda a bajar el índice glucémico además de ayudar a bajar de peso a personas obesas (Biomed Research International, 2018). En el siguiente documento también se puede evidenciar el riguroso estudio a la ciudad de destino, además se destaca la capacidad técnica y social de la Cooperativa Cafisur la cual fue escogida por los autores como principal proveedor de café especial ya que Cafisur cuenta con todas las certificaciones de sostenibilidad, con la respectiva normativa y con lo más importante que es la experiencia en café de exportación, lo cual es una ventaja para CoffNey ya que ingresa por primera vez a este mercado.

En resumen, esta propuesta de exportación de café especial (CoffNey) es una gran oportunidad para posicionar a Colombia y específicamente al Tolima como referente de innovación y exportación de café especial, llenando todas las expectativas y satisfaciendo la alta demanda que vienen presentando los consumidores estadounidenses en los últimos años por productos principalmente saludables, sostenibles. totalmente amigables con el medio ambiente y claramente que sean colombianos de excelente calidad, (Specialty Coffe Association, 2023)

Palabras clave

Café, Exportación, Premium, Propuesta, Seattle.

Marco Teórico

En este marco teórico se tiene como principal propósito sustentar la propuesta de exportación de café especial (CoffNey) producido en Colombia más exactamente en el departamento del Tolima y enviado a Seattle, Estados Unidos. Para ello, se abordan cinco

ejes temáticos: la definición del café especial y orgánico, las tendencias globales de consumo saludable, el comportamiento del consumidor estadounidense en relación con productos saludables, las barreras comerciales que enfrenta el café colombiano y, finalmente, el valor agregado representado por la inclusión de la Tagatosa como edulcorante funcional y aceptado en EE. UU. Estos componentes son fundamentales para entender el contexto de mercado y el enfoque estratégico de la propuesta.

Teorías sobre análisis del entorno externo (Modelo PESTEL)

El estudio del ambiente externo como instrumento de planificación estratégica tiene sus raíces en las investigaciones innovadoras de Aguilar (1967), que sugirió el modelo ETPS (económico, técnico, político y social), precedente directo del actual análisis PESTEL. Luego, Andrews (1971) integró la indagación del ambiente como un componente crucial del proceso estratégico en las organizaciones, estableciendo la relación entre oportunidades externas y habilidades internas.

Formalización del modelo PESTEL

Johnson, Scholes y Whittington (2008) establecieron el modelo PESTEL, que abarca elementos políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ecológicos y jurídicos, con el objetivo de comprender la dinámica ambiental que impacta en los negocios a nivel global. Este método resulta beneficioso para CoffNey, pues facilita la evaluación de las condiciones regulatorias (FDA, USDA), las políticas de comercio internacional (TLC).

Fundamentos del análisis DOFA y su evolución estratégica.

Origen del modelo DOFA

Albert Humphrey creó el análisis DOFA (llamado SWOT o FODA) en los 70 en el Instituto de Investigación Stanford. Es un instrumento que facilita la detección de ventajas, riesgos, desafíos y posibilidades del entorno empresarial, especialmente valioso en investigaciones de exportación (Humphrey, 2005).

Críticas y evolución del modelo

Hill y Westbrook (1997) criticaron el uso demasiado descriptivo del DOFA, promoviendo una vinculación más estrecha con la acción estratégica. Como respuesta, Weihrich (1982) propuso la matriz TOWS, la cual fusiona elementos internos y externos para diseñar estrategias de ofensiva, defensiva de reorientación y de supervivencia.

Tendencias de consumo saludable y comportamiento del consumidor internacional

Bases teóricas del comportamiento del consumidor

Kotler y Keller (2006) subrayan que aspectos sociales, mentales y culturales condicionan las elecciones de consumo actuales. Para el café orgánico, aspectos como la rastreabilidad, lo natural, lo saludable y lo ético tienen un impacto considerable en la decisión de adquisición, particularmente en naciones desarrolladas como los Estados Unidos.

Evidencia empírica y comportamiento actual

Según Nielsen (2023), el 73% de los consumidores a escala global opta por productos que aportan ventajas para la salud. En Estados Unidos, el mercado de café especial experimentó un crecimiento anual del 9,5% entre 2020 y 2024, y el 45% de los consumidores opta por café de origen exclusivo y orgánico (Grand View Research, 2024). Asimismo, Seattle se destaca como uno de los ambientes más avanzados y conscientes con el medio ambiente del país (Global Washington, 2024).

Estrategias de diferenciación e innovación exportadora

Teoría de la ventaja competitiva

Michael Porter (1985) propone que la diferenciación es una de las tres tácticas genéricas que una compañía puede emplear para conseguir un beneficio competitivo. Dentro del marco de CoffNey, la distinción se consigue mediante el origen tolimense, el cultivo orgánico y la aplicación de edulcorantes funcionales como la tagatosa.

Competencias centrales como fuente de innovación

Prahalad y Hamel (1990) formularon la idea de “core competence” esas habilidades internas que habilitan a una compañía para innovar, ajustarse y establecerse en los mercados globales. En este contexto, CoffNey puede potenciar habilidades en trazabilidad, empaquetado sustentable y narración de historias en línea.

Modelos de ponderación estratégica y priorización de mercados.

Matrices estratégicas de evaluación.

Fred R. David (2003, 2017) creó instrumentos tales como la matriz EFI (Evaluación de Factores Internos), EFE (Evaluación de Factores Externos) y la matriz IE (Interno-Externo), que resultan beneficiosos para asignarle prioridad a acciones estratégicas. Estas matrices facilitan la valoración de las variables DOFA en función de su peso e influencia, creando estrategias realistas y aplicable a modelos de exportación.

Análisis de entorno dinámico.

Grant (2005) enriquece estas herramientas con el método de análisis dinámico de la industria y los recursos, apoyando el análisis de viabilidad para introducir productos en mercados globales en mercados concretos. Estos marcos facilitan a CoffNey la comparación del atractivo de diferentes mercados y vías de ingreso (e-commerce, suscripciones, mercados).

Comportamiento del consumidor en EE. UU.

Estados Unidos es uno de los mayores consumidores de café del mundo. La National Coffe Association (2023) indica que el 66 % de los adultos consume café a diario, y el 45 % prefiere café de especialidad. Este comportamiento está influenciado por factores como la calidad percibida, el origen del grano, las prácticas de comercio justo y las certificaciones ecológicas. Seattle, en particular, destaca por su cultura cafetera desarrollada, lo que la convierte en un mercado objetivo ideal para productos innovadores como CoffNey.

Barreras comerciales y exportación de café

Aunque Colombia tiene acceso preferencial al mercado estadounidense gracias al TLC vigente desde 2012, la exportación de café enfrenta retos. En 2025, EE. UU. impuso un arancel del 10 % al café colombiano (U.S. Trade Representative, 2025), afectando la competitividad del producto. Además, existen barreras no arancelarias como el cumplimiento de la Ley de Modernización de Seguridad Alimentaria (FSMA), el registro en la FDA, el etiquetado nutricional y las certificaciones sanitarias requeridas (FDA,

2023). Estas condiciones exigen que los exportadores adopten estrategias que integren cumplimiento normativo, diferenciación de producto y canales de comercialización efectivos.

Valor agregado: beneficios de la Tagatosa

La tagatosa es un edulcorante natural con bajo índice glucémico (IG = 3) y 1,5 kcal/g, lo que representa una opción más saludable frente al azúcar tradicional. Ha sido clasificada como GRAS por la Administración de Alimentos y Medicamentos de los Estados Unidos (FDA) y estudios científicos (Mejía et al., 2018) se ha evidenciado su impacto positivo en la reducción del azúcar en sangre y la mejora del metabolismo en personas con diabetes tipo 2. Su inclusión en CoffNey responde a la tendencia de productos funcionales, añadiendo valor nutricional y diferenciación frente a otras marcas de café.

Conclusión del Marco Teórico

En síntesis, el análisis conceptual desarrollado en este marco teórico permite sustentar la viabilidad de la propuesta de exportación de CoffNey. La combinación de atributos como calidad sensorial, cultivo orgánico, beneficios funcionales y alineación con las preferencias del consumidor estadounidense refuerzan la posición estratégica del producto. Además, comprender las barreras comerciales y las dinámicas del mercado

permite diseñar una estrategia integral que responda a las exigencias regulatorias y aproveche las oportunidades de nicho en el comercio internacional adicionalmente proporciona una base firme para entender los elementos que respaldan la propuesta de exportación de café CoffNey. Mediante el estudio del entorno (PESTEL), la implementación estratégica del modelo DOFA-TOWS, la inclusión de tendencias de consumo saludable y la implementación de estrategias de diferenciación e innovación, se consigue un entendimiento complemento del contexto global. Además, la aplicación de instrumentos de evaluación como las matrices EFI/EFE promueve el proceso de selección de mercados, aliados y canales fundamentado en datos verificables. Esta base teórica sienta las bases para el progreso metodológico de la investigación.

Planteamiento del problema.

La fuerte demanda internacional de café especial u orgánico está cada vez más en crecimiento potenciada por la tendencia de consumidores a nivel mundial especialmente en Estados Unidos, en la ciudad de Seattle, en donde cada día son más consientes con el

cuidado de la salud y con preferencias hacia productos que sean premium los cuales cuidan el bienestar de las personas, (Credence Research, 2024). En Estados Unidos donde el café ocupa un lugar importante en los hábitos de consumo (66% de los adultos consumo diariamente café, (Asociación Nacional del Café de USA, (NCA), 2025)), la preferencia por bebidas 100% orgánicas y saludables favorece el segmento de café especial y le da valor a la propuesta establecida. La Specialty Coffee Association reporto que 45% de los adultos estadounidenses consumo café especial en el último día que se realizó el estudio, esto fue registrado en el estudio que hicieron en diciembre del pasado año, (SCA,2024), demostrando por primera vez que los estadounidenses han acogido muy bien el café especial y que lo prefieren por encima del café tradicional. Esta tendencia ha tenido una fuerte acogida por la elección de llevar una vida saludable ya que los consumidores valoran cada día más los productos libres de químicos y con nutrientes beneficiosos para mantener una buena salud. (ProColombia, 2017).

El café premium ha mostrado un crecimiento significativo proyectándose alcanzar un valor de 138.37mil millones de dólares para el año 2025, con una tasa compuesta de crecimiento anual (CAGR) del 4.72% hasta el 2030 (Mordor Intelligence, 2024). No obstante, los productores colombianos de café entre ellos los responsables de la marca CoffNey enfrentan serias dificultades para acceder a mercados internacionales clave como Estados Unidos debido a barreras comerciales y una competencia intensa, además del nuevo arancel de 10% para el café colombiano aplicado en EE. UU. desde principios del 2025, (Oficina del Representante Comercial de EE. UU., USTR, 2025). Esto podría verse como una desventaja pero analizando un poco más se puede evidenciar que

CoffNey tendría una gran acogida por la demanda que tienen los productos orgánicos y de alto valor saludable en la ciudad de Seattle, que es conocida como la capital del café en EE.UU. (The Proper Kitchen, 2023), además al aprovechar el proveedor que es la Cooperativa Cafisur y el canal de comercialización que es Amazon, se estaría ganando reconocimiento ya que son dos aliados que ya cuentan con experiencia. Es prudente agregar que CoffNey tiene un rol relevante en el ámbito de la salud pública puesto que puede tener muy buena acogida por la tagatosa que ayuda a disminuir los niveles glucémicos y estaría ayudando a combatir la ansiedad. (Addiction Help, 2023).

Teniendo en cuenta lo anterior, se evidencia que el incremento de capacidad de CoffNey para posicionarse como una opción innovadora que une el café colombiano de alta calidad con la Tagatosa, un endulzante natural atractivo para quienes están preocupados por su salud y llena un espacio en los estadounidenses que pueden preferir a CoffNey por encima de otras marcas puesto que es un producto novedoso, pero a su vez pensado para la comodidad de los consumidores.

En si esta propuesta busca fusionar la cultura del café especial colombiano con un énfasis en la salud y la diferenciación de la marca dentro del país objetivo. La importancia de esta excelente propuesta reside en su habilidad para cubrir la demanda creciente de productos de excelente calidad que también fomente el bienestar.

Objetivo General

Diseñar una propuesta de exportación del café CoffNey de alta calidad, endulzado con Tagatosa, desde Colombia hacia Seattle, Estados Unidos, considerando los aranceles proyectados para 2025, así como los requisitos fitosanitarios y de etiquetado, con el fin de diseñar una estrategia efectiva de ingreso al mercado.

Objetivos Específicos

- Analizar las tendencias del mercado de café premium en diferentes países, donde se incluye la recopilación de datos sobre consumo, como las preferencias de los consumidores y las proyecciones de crecimiento.
- Realizar una selección de mercado, teniendo en cuenta, las tendencias del consumo, análisis del mercado y comportamiento del consumidor de Estados Unidos, seleccionado el más favorable en la mayoría de los aspectos que se consideran necesarios para realizar la exportación de café especial.
- Diseño de la propuesta de exportación, teniendo en cuenta el entorno normativo en Estados Unidos aplicable al café importado, incluyendo aranceles previstos para 2025, normativas fitosanitarias, requisitos de etiquetado y certificaciones exigidas para su comercialización en Seattle.

Justificación

La propuesta de exportación de café especial (CoffNey) es viable porque se apoya en tendencias de mercado y fortalezas competitivas de Colombia. Diversos estudios muestran que los consumidores estadounidenses existen una disposición del consumidor a invertir más en cafés de alta calidad premium, orgánico y ético. (Procolombia, 2023). En concreto, la certificación orgánica es un atributo valorado y es reconocida por más de la mitad de los consumidores en EE. UU. según ProColombia, lo que favorece la propuesta de CoffNey. Además, el uso de tagatosa responde directamente a la demanda

de endulzantes saludables ya que tiene muy bajo índice glucémico y aporta solo 1,5 kcal/g, comparado con las 4 kcal/g del azúcar común, (IPSUSS, 2018). Esto la hace atractiva para consumidores con conciencia sanitaria (diabéticos, control de peso, etc.). Por otra parte, el canal digital amplía la viabilidad comercial: la penetración del e-commerce en cafés de especialidad ofrece acceso rápido al cliente meta, con estudios que muestran fuertes crecimientos en ventas online de café. (Asociación Nacional del Café de EE. UU., 2025). En suma, CoffNey combina atributos demandados (salud, calidad, origen) con una estrategia comercial efectiva respaldada por investigación de mercado. Esta solución aporta al posicionamiento del café colombiano de especialidad y a la salud del consumidor. Al introducir un producto diferencial el cual es un café gourmet colombiano orgánico endulzado con un edulcorante natural, se refuerza la imagen de innovación y calidad del sector caficultor nacional. Autores de mercadeo internacional (Kotabe & Helsen; Czinkota & Ronkainen) destacan que la innovación de producto y el valor agregado son claves para competir globalmente, especialmente para empresas de países emergentes. Por otro lado, al reemplazar azúcar convencional por tagatosa en el café CoffNey, se obtienen beneficios para la salud del consumidor final: la Administración de alimentos y Medicamentos considera la D-tagatosa “Generalmente Reconocida como Segura”, (Food and Drug Administration, 2023) y estudios clínicos le atribuyen efectos hipoglucemiantes (reducción en la glucemia en diabéticos tipo II), (IPSUSS, 2018). Así, CoffNey no solo aprovecha una ventaja competitiva (innovación) para el café colombiano, sino que promueve un consumo más saludable, alineándose con tendencias globales de salud pública.

Metodología

Se usa el enfoque de método descriptivo sustentado en la revisión sistemática de fuentes secundarias oficiales, académicas y empresariales publicadas entre 2018 y 2025 para ello se aplicaron criterios de inclusión basados en la relevancia metodológica, la actualidad de

los datos y en base a la autoridad de las instituciones para recolectar información para caracterizar al enfoque para tener un mayor diferenciador estadístico, diagnóstico que se pueda complementar en el mapeo de los procesos, esta fase documental permitió identificar las tendencias del mercado de café de especialidad, las propiedades funcionales de la tagatosa y los requisitos regulatorios para la exportación, sin necesidad de recurrir a recolección de datos primaria.

Resultados

1. Tendencias Del Mercado Internacional

1. Comparativa de tendencias de mercado global para exportar café premium

El entorno internacional del sector de cafés especiales actualmente atraviesa un proceso notable expansión sostenida la cual proyecta que alcanzará los 138.370 millones de dólares estadounidenses para 2025, se proyecta una tasa promedio anual de crecimiento sostenido, (CAGR) del 4,72% hasta 2030, según Mordor intelligence (2024). En Norteamérica, se prevé que el mercado de cafés especiales llegue a una valoración estimada en más de 101.600 millones de dólares para el año 2024, destacando una CAGR del 10,4% hacia 2030 liderado por Estados Unidos, que representa el 51,1% del mercado mundial (Grand View Research, 2024).

Por su parte, Europa; el mayor consumidor de café per cápita, muestra un crecimiento presentando un incremento anual estimado de 4,16%. Alemania se destaca por su creciente interés en cafés de alta calidad y sostenibilidad con un 24,1% de los jóvenes de entre 18 y 29 años buscando variedades (Straits Research, 2023). La sostenibilidad ha

emergido como una prioridad clave en las decisiones de consumo crucial, ya que el 73% de los consumidores a nivel mundial prefieren productos certificados de comercio justo (Nielsen, 2023).

Alemania

Es reconocida como una de las mejores economías más robustas de Europa, representa tanto oportunidades como desafíos para los exportadores.

- **Tamaño del Mercado**

Alemania: 25% - Mercado de €18 mil millones (Statista, 2020).

- **Demanda de Café Premium**

Alemania: 30% Fuerte cultura de café de calidad (Statista, 2020).

- **Facilidad de Acceso al Mercado**

Alemania: 20% - Parte de la UE, regulaciones más complejas (World Bank, 2020).

- **Competencia**

Alemania: 40% - Menos saturada que EE. UU. (Statista, 2020).

- **Regulaciones y Normativas**

Alemania :33% - Normas de la UE (European Commission, 2023).

- **Costos Logísticos**

Alemania: 20% - Costos de \$0.30 - \$0.40 por libra (International Trade Centre, 2023).

- **Estabilidad Económica y Política**

Alemania: 40% - Crecimiento PIB 0,6% (2019), Muy estable (World Bank, 2020).

- **Cultura y Preferencias del Consumidor**

Alemania: 30% - Apreciación por calidad (Statista, 2020).

Fortaleza económica: Con un PIB de próximamente 4,5 billones de USD. En 2023, Alemania se posicionó como uno de los países con más ventaja económica y siendo una potencia en el viejo continente destacando en industrias como la producción industrial y el desarrollo tecnológico (Banco Mundial, 2023).

Comportamiento del consumidor: Los alemanes valoran la calidad, sostenibilidad y la innovación en los productos, aunque también muestran sensibilidad ante los precios en ciertos sectores punto lo anterior indica que resulta fundamental implementar una estrategia enfocada en marketing cuidadosamente adaptada (European Commission, 2023).

Política comercial: Como parte de la Unión Europea (UE), Alemania se adhiere a una política comercial común que incluye aranceles, cuotas y diversas barreras no arancelarias, tales como regulaciones certificaciones estrictas de los productos (European Commission, 2023).

Canadá

Con su economía estable y sólidas relaciones comerciales con Estados Unidos, se presenta como un mercado atractivo, aunque con limitaciones.

- **Tamaño del Mercado**

Canadá: 15% - Mercado de CAD 6.2 mil millones (Agriculture and Agri-Food Canadá, 2020).

- **Demanda de Café Premium**

Canadá: 25% - Escena de café especial en crecimiento (Agriculture and Agri-Food Canadá, 2020).

- **Facilidad de Acceso al Mercado**

Canadá: 40% - Acuerdo de libre comercio con Colombia (CCOFTA 2011) (World Bank, 2020)

- **Competencia**

Canadá: 40% - Competencia moderada (Agriculture and Agri-Food Canadá, 2020).

- **Regulaciones y Normativas**

Canadá 40% - CFIA, requisitos similares (Import Requirements for Food Products, CFIA, 2023).

- **Costos Logísticos**

Canadá: 40% - Costos de \$0.10 - \$0-20 por libra (International Trade Centre, 2023).

- **Estabilidad Económica y Política**

Canadá: 30% - Crecimiento PIB 1,7% (2019) (World Bank, 2020).

- **Cultura y Preferencias del Consumidor**

Canadá: 30% - Similar a EE. UU., pero menor escala (Agriculture and Agri-Food Canadá, 2020).

Fortaleza económica: En 2023 el PIB de Canadá alcanzó los 2,1 billones de dólares con sectores destacados en recursos naturales, tecnología y servicios (Statistics Canadá, 2023).

Comportamiento de los consumidores: Los canadienses muestran un creciente interés por productos sostenibles y saludables como a lo que ha generado una demanda por bienes premium y especializados (Government of Canadá, 2023).

Política comercial: Canadá forma parte en el marco del T-MEC (Tratado de libre comercio entre México, Estados Unidos y Canadá) el cual facilita el comercio con sus vecinos al reducir aranceles y simplificar procedimientos aduaneros (Government of Canadá, 2023).

Estados Unidos

Es uno de los mercados más estables económicamente y el principal importador de café a nivel mundial.

- **Tamaño del Mercado**

EE. UU.: 60% - Mercado de \$100 mil millones (National Coffe Association, 2023).

- **Demanda de Café Premium**

EE. UU.: 45% - \$35.9 mil millones en café especial (Grand View Research, 2021).

- **Facilidad de Acceso al Mercado**

EE. UU.: 40% - Acuerdo de libre comercio con Colombia (FTA 2012) (U.S. Trade Representative, 2023).

- **Competencia**

EE. UU.: 20% - Alta, con marcas como Starbucks (Specialty Coffe Association, 2023).

- **Regulaciones y Normativas**

EE. UU.: 33% - FDA, estándares estrictos (FDA, 2023).

- **Costos Logísticos**

EE. UU.: 40% - Costos de \$0.19 - \$0.20 por libra (International Trade Centre, 2023).

- **Estabilidad Económica y Política**

EE. UU.: 30% - Crecimiento PIB 2.1% (2019) (World Bank, 2020).

- **Cultura y Preferencias del Consumidor**

EE. UU.: 40% - Alta valoración de café premium (Specialty Coffe Association, 2023).

Fortaleza económica: Con un PIB de 27,72 billones USD. En 2023, Estados Unidos se posicionó como la mayor potencia económica y hegemónica del planeta en términos de PIB, destacando en sectores como los servicios, la agricultura y la tecnología, (Banco Mundial, 2023).

Comportamiento del consumidor: Los estados unidos valoran la calidad, sostenibilidad y la innovación en los productos, aunque también muestran sensibilidad ante los precios en ciertos sectores. Esto sugiere la necesidad de desarrollar una estrategia de marketing cuidadosamente adaptada (European Commission, 2023).

Política comercial: Como parte de la Unión Europea (UE), Alemania se adhiere a una política comercial común que incluye aranceles, cuotas y diversas barreras no arancelarias, tales como regulaciones certificaciones estrictas de los productos (European Commission, 2023).

1.1 Matriz de selección de mercados (ponderaciones)

En la siguiente tabla se evidencian las puntuaciones que se le asignan a cada país teniendo en cuenta su importancia en la exportación del café premium (CoffNey) y

considerando las estadísticas y datos anteriormente expuestos. Teniendo en cuenta cada porcentaje se toma la decisión de seleccionar el país que se considere más ventajoso en el momento de la exportación del café premium (CoffNey).

Tabla 1. Puntuaciones por país

Criterio	Peso	Estados Unidos	Alemania	Canadá
Tamaño del Mercado	10	60% (3, 30)	25% (1.25, 12.5)	15% (0.75, 7.5)
Demanda de Café Premium	9	45% (2.25, 20.25)	30% (1.5, 13.5)	25% (1.25, 11.25)
Facilidad de Acceso al Mercado	8	40% (2, 16)	20% (1, 8)	40% (2, 16)
Competencia	7	20% (1, 7)	40% (2, 14)	40% (2, 14)
Regulaciones y Normativas	6	33% (1.65, 9.9)	33% (1.65, 9.9)	34% (1.7, 10.2)
Costos Logísticos	5	40% (2, 10)	20% (1, 5)	40% (2, 10)
Estabilidad Económica y Política	4	30% (1.5, 6)	40% (2, 8)	30% (1.5, 6)
Cultura y Preferencias del Consumidor	3	40% (2, 6)	30% (1.5, 4.5)	30% (1.5, 4.5)
Total, Ponderado		105.15	75.4	79.45

Nota. Adaptado de datos de Statista (2020), World Bank (2020), Specialty Coffee

Association (2023), Agriculture and Agri-Food Canadá (2020), Grand View Research

(2021), International Trade Centre (2023), FDA (2023), USDA (2023), U.S. Trade

Representative (2023) y European Commission (2023).

Teniendo a partir de los datos analizados, es posible concluir que el país que más ventajas puede darle al producto es el país de Estados Unidos por los factores anteriormente expuestos, es decir, que se escoge este por la facilidad, la tarifa arancelaria, su estabilidad económica y política, por su posición geográfica, siendo el mejor mercado para exportar café premium, con un tamaño de mercado de \$6,5 mil millones, una preferencia del 25% por café colombiano y beneficio del TLC desde 2012, pero también hay que tener en cuenta que Alemania y Canadá tienen fortalezas, como un consumo per cápita más alto pero aun así Estados Unidos ofrece mayor oportunidades debido a su escala, por ende podemos deducir que la matriz de selección con una puntuación de 4.4 para EE.UU. frente a 3,8 para Alemania y 3,35 para Canadá ayuda a respaldar esta elección.

2. Selección del Mercado de Estados Unidos

Se realiza un análisis a detalle de Estados Unidos ya que fue el país escogido para realizar la exportación.

2.1 Análisis del mercado de EE. UU.

La elección de EE. UU. como el principal destino para la exportación de café premium colombiano se viene estudiando bajo un fundamento en un análisis comparativo realizado a través de una matriz de selección de mercados que incluye a Estados Unidos, Alemania y Canadá. Esta herramienta nos da factores valiosos tanto esenciales para el tamaño del mercado como el consumo per cápita en donde la preferencia por el café colombiano hace que la facilidad para hacer negocios, la estabilidad y los acuerdos comerciales tengan su relevancia estratégica.

Para determinar el mercado objetivo ideal se elaboró una matriz de preselección basada en variables clave como el estado económico del país su volumen de importaciones y exportaciones entre otros factores estratégicos como la demanda del café, tamaño del mercado, facilidades como la puesta arancelaria, estabilidad o problemas logísticos a lo largo para darle adaptación a la idea de conseguir un mercado favorable para exportar. Estos datos, aunque ya mencionados, se deben resaltar, ya que son claves para analizar el mercado al que se desea realizar la propuesta de exportación de café premium.

El mercado de café especial en Estados Unidos más específicamente en Seattle, Washington, en donde la comercialización a través de plataformas digitales se puede tomar a favor de la venta del producto.

Estados Unidos resalta notoriamente entre los otros por el tamaño de su mercado, con importaciones de café que alcanzan los (6500 millones de dólares) en 2023 superando considerablemente a Alemania con (3200 millones de dólares) y a Canadá con (1800 millones de dólares) (Trade Map, 2023).

Este impresionante volumen indica un gran potencial de ventas fundamental para realizar la propuesta de exportación. Cabe destacar que el 25% de las importaciones de café en Estados Unidos provienen de Colombia. Otro aspecto relevante es la facilidad para hacer negocios donde Estados Unidos ocupa el sexto lugar en el ranking del Banco Mundial (2020). Esta posición asegura que los procesos sean reducidos y los costos operativos sean más beneficiosos con el tratado de libre comercio que le abrió un mercado ventajoso a Colombia desde 2012.

El tratado de libre comercio bilateral elimina aranceles y simplifica procedimientos aduaneros lo que representa una clara ventaja competitiva. (Sistema de Integración e Información Comercial, 2023).

Otro factor importante son las ventas del mercado estadounidense en tamaño y preferencia. En un inicio se valoraron los costos logísticos considerando que Estados Unidos tiene costos más bajos, es decir, 1000 dólares por contenedor en comparación con otros mercados como el de Alemania 2500 dólares y Canadá 1800 dólares, (ProColombia, 2023).

También se puede hablar de la reputación del café colombiano en Estados Unidos el cual goza de una excelente reputación con una ventaja que hace que sea más fácil ingresar una nueva marca de café especial a este mercado. Según ProColombia, Colombia exportó café a Estados Unidos por un valor de una inversión estimada de 1.200 millones de dólares, equivalente a cerca de una cuarta parte del total proyectado de las importaciones de café premium en el país lo que hace que sea uno de los principales proveedores de café de alta calidad para los consumidores estadounidenses.

Por otro lado, AmCham Colombia (Cámara de Comercio Colombo Americana) también destaca que el café colombiano es ampliamente reconocido en EE. UU. por su variedad y su suavidad su sabor equilibrado y su enfoque centrado en prácticas sostenibles y principios de comercio ético, estos aspectos son cada vez más valorados por los consumidores. (AmCham Colombia, 2023). Esta percepción positiva facilita la aceptación de nuevos productos colombianos que puedan aprovechar esta imagen consolidada para hacerse establecer rápidamente en el mercado. Un estudio de SCA

revela que 45 % de los consumidores estadounidenses de café prefieren productos y contengan ingredientes naturales y bajos sin calorías, mientras que 30 % de ellos están con disposición a asumir un costo superior por productos que ofrecen mayor valor agregado en los cafés innovadoras. (Specialty Coffe Asociation, SCA, 2023). Además, el directorio de empresas ecológicas indica que los productos que usan ingredientes naturales y diferenciados poseen una ventaja competitiva de mercado saturado como el estadounidense, sobre todo si se dirige a unos nichos específicos. (Eco-World, 2023). Por otro lado, es de gran ayuda entender mejor el mercado estadounidense, gracias al apoyo relevante a las diferentes partes que ofrecen ayudas como ProColombia que ofrece ferias, capacitaciones o misiones comerciales que conectan a los productores con los compradores directos (ProColombia, 2023).

Analdex ofrece asesoría y publicaciones sobre la tendencia de exportación ayudando a las organizaciones productoras o comercializadores emergentes a navegar en el ámbito global de comercio exterior (Anal dex, 2022), esto significa que la Asociación Nacional de productos de café tiene directrices específicas que ayudan a las exportaciones y que incluyen procedimientos simplificados para pequeños volúmenes, lo que resulta ideal para realizar la propuesta en sus primeras etapas (Asociación Nacional de productos de café, 2023).

2.1.1 Tendencias en el consumo de café en los Estados Unidos

Durante los últimos años, el consumo de café en Estados Unidos ha mostrado un crecimiento sostenido, como lo indica la National Coffe Association (2023), el consumo diario de café aumento de 2.0 tazas en 2020 a 2.4 en 2023, superando los niveles previos

a la pandemia. Este crecimiento refleja tendencias hacia la apreciación de experiencias de café más sofisticadas, particularmente en mercados como Seattle, que es conocida por su propia cultura del café (Asociación de Café Especializado, 2023).

Kotabe y Helsen sostienen que la innovación en productos de alta gama es esencial para captar la demanda Kotabe y Helsen (2018). Por otro lado, Czinkota y Ronakinen (2012) enfatizan que comprender las preferencias locales es esencial para el éxito en la exportación. Estas tendencias destacan un alto potencial de exportar café especial hacia Estados Unidos al satisfacer el deseo de los consumidores por productos responsables e innovadores. A continuación, la siguiente tabla demuestra cómo ha evolucionado el consumo en los EE. UU, determinando el crecimiento para el café premium:

Tabla 2. Análisis del consumo de café en el mercado objetivo

Año	Consumo per cápita (tazas/día)	Crecimiento (%)
2019	2.1	-
2020	2.0	-4.8
2021	2.2	10.0
2022	2.3	4.5

2023	2.4	4.3
------	-----	-----

Fuente: National Coffee Association (2023).

El aumento en el consumo refleja una tendencia hacia la apreciación de experiencias de café especial más sofisticadas que hace cada vez más al consumidor totalmente participe de las decisiones y acciones a tomar.

2.1.2 Análisis externo del mercado estadounidense para exportar café premium.

Para llevar a cabo la exportación de CoffNey desde Colombia hacia Estados Unidos, es fundamental cumplir con requisitos logísticos y normativos específicos. Dado que el café es un producto agrícola, se requiere la obtención de certificados fitosanitarios Según datos proporcionados por el Instituto Colombiano Agropecuario (ICA) y pasar por inspecciones del Departamento de Agricultura de Estados Unidos (USDA). Las medidas aseguran que el producto esté libre de plagas y cumpla con los estándares de calidad establecidos (USDA, 2023).

La proximidad geográfica entre Colombia y Estados Unidos facilita el uso de rutas marítimas eficientes desde puertos como Cartagena o Buenaventura hasta destinos como Miami o Nueva York. Lo costos de transporte se sitúan entre (0,10 y 0,20) dólares por libra, con un tiempo de tránsito que varía entre 5 y 10 días lo que minimiza el riesgo de deterioro del producto (Centro Comercial Internacional, 2023).

Por otro lado, el entorno externo de ambos países favorece esta exportación.

Políticamente, Colombia ha logrado una mayor estabilidad, aunque aún enfrenta desafíos regionales, mientras que Estados Unidos mantiene un entorno político sólido con una legislación clara para las importaciones.

El acuerdo comercial bilateral, enmarcado en el Tratado de Libre Comercio (TLC) en vigor desde 2012, ha eliminado los aranceles al café dicho acuerdo ha contribuido a disminuir los costos operativos y a incrementar la eficiencia comercial la competitividad provocando un incremento del 20% en las exportaciones colombianas hacia Estados Unidos desde su implementación (U.S. Trade Representative, 2023).

En el ámbito social, la demanda de productos saludables está en creciente aumento en Estados Unidos, especialmente en Seattle, donde un 55% de los consumidores prefiere ingredientes naturales y un 40% busca opciones bajas en azúcar (Mintel, 2022). Además, un 73% de los consumidores estadounidenses está con una clara inclinación a adquirir productos certificados, incluso si su precio es más elevado en la sostenibilidad como Fair Trade o Rainforest Alliance (Nielsen, 2023).

Económicamente el estado Seattle presenta ingresos promedio por hogar de 102.000 dólares en 2022 superando la media nacional de 74.000 dólares. El 60% de sus residentes tiene entre 18 y 44 años lo que indica un alto poder adquisitivo y una preferencia notable por productos innovadores. Cabe destacar que el mercado de cafés especiales en Estados Unidos el incremento promedio anual se ha situado alrededor del 7,5%, reflejando una tendencia ascendente sostenida entre 2018 y 2023 (Pew Research Center, 2022; Oficina del Censo de Estados Unidos, 2023; Statista, 2023).

Culturalmente, Seattle, considerada la cuna del café moderno gracias a la influencia de Starbucks, posee una alta concentración de cafeterías (2,5 por cada 1.000 residentes). Esto crea un ambiente propicio para el café premium, siendo un 85% de los consumidores estadounidenses quienes identifican el café colombiano como un producto de alta calidad (Statista, 2023; Federación Nacional de Cafeteros de Colombia, 2015). Seattle ha sido elegida el punto de entrada ideal para CoffNey debido a la cultura cafetera, demografía favorable y la creciente demanda de productos saludables. Sus 737.000 habitantes tienden a preferir productos innovadores y naturales (U.S. Census Bureau, 2023). La exportación de CoffNey se encuentra respaldada por la reputación del café colombiano, el tratado de libre comercio que elimina los aranceles y la singular combinación de café de alta calidad con tagatosa en un mercado floreciente (Grand View Research, 2023).

A continuación la Tabla 4 compara los factores del entorno externo, subrayando que Colombia ha logrado una mejora en su estabilidad política y cuenta con un acuerdo de libre comercio favorable, mientras que Seattle presenta un entorno político estable, una alta demanda social por productos saludables, un ingreso medio elevado y una cultura del café profundamente arraigada (U. S. Trade Representative, 2023; Mintel, 2022; Pew Research Center, 2022; Statista, 2023; Federación Nacional de Cafeteros de Colombia, 2015).

Tabla 3 Comparativa de Factores del Entorno Externo

Factor	Colombia	EE. UU. (Seattle)

Político	Estabilidad mejorada, desafíos regionales. TLC con EE. UU. desde 2012.	Estabilidad política alta. Marco regulatorio claro para importaciones.
Social	Tradicición cafetera fuerte.	Alta demanda de productos saludables (55% prefieren ingredientes naturales).
Económico	Exportaciones impulsadas por TLC.	Alto poder adquisitivo (\$102,000 ingreso medio). Crecimiento del mercado de café especial (7.5% CAGR).
Cultural	Reconocimiento global del café colombiano.	Cultura cafetera arraigada. Alta densidad de cafeterías (2.5 por 1,000 habitantes).

Fuentes: U.S. Trade Representative (2023); Mintel (2022); Pew Research Center (2022); Statista (2023); Federación Nacional de Cafeteros de Colombia (2015).

3. Propuesta De Exportación

3.1 Análisis de la Propuesta de exportación de CoffNey

CoffNey se complace en ofrecer la propuesta de exportación de un café Premium donde el café colombiano se vea generado como algo exclusivo, generando un nuevo producto añadido al café especial el cual sería el nuevo y delicioso café mieloso (CoffNey) con Tagatosa, para realizar la respectiva exportación hacia los Estados Unidos ya que se busca mejorar y adaptar al mercado dando a conocer una nueva especialidad que se

asume que será muy bien recibida en este país, esto respaldado por informes y estadísticas que muestran un verdadero crecimiento de importación de café especial en el país de destino, nuevas dinámicas de consumo y comportamiento del comprador en la adaptación a las demandas del mercado internacional.

3.1.1 Descripción del producto de la propuesta

CoffNey se presenta como una exquisita especialidad de café premium que se destaca en el mercado por su innovación con el sector da combinación de Tagatosa, presentada como un edulcorante natural con toda la armonía y sabor que le brinda al café de alta calidad. Este producto está pensado para satisfacer a los consumidores que buscan alternativas saludables y sostenibles en el mercado del café. Una de las principales ideas es no renunciar a su sabor único que lo hará convertirse así en una propuesta ideal para el mercado estadounidense, pero se sabe que puede cambiar de sabor. CoffNey se muestra como un café de especialidad cumpliendo con los más altos estándares en cuanto al sabor aroma y sostenibilidad, satisfaciendo las necesidades del exigente mercado internacional del café. Aunque no se tienen certeza de sabor o de su equilibrio con las necesidades del café premium se puede hablar de que este café se alinea con la creciente demanda por productos de calidad especialmente en Seattle, Estados Unidos, donde 45% de consumidores buscan opciones con ingredientes naturales y saludables (SCA, 2023).

3.1.2 Tagatosa como endulzante en Café Premium CoffNey

La Tagatosa es un endulzante natural que proviene de la lactosa de la leche después de realizar un procedimiento químico. De acuerdo con una investigación realizada por la Universidad San Sebastián de Chile (2018) publicado en la revista Biomed Research

Internacional la Tagatosa es un endulzante natural que ayuda a reducir la obesidad y regula la glucosa en la sangre haciendo que sea apto para todo tipo de consumidores. En este estudio se tomó una muestra de más de 500 individuos, entre los cuales en su mayoría había pacientes diabéticos tipo I, demostrando en estos últimos una disminución significativa en las concentraciones de glucosa sanguínea observada en más del 60% y en todos los individuos obesos una reducción del 15% comprobando así que además de ser excelente producto para los diabéticos también ayuda a la disminución de grasas dañinas (Biomed Research Internacional, enero 2018).

Además, este producto viene estando en tendencia en el mercado de Estados Unidos por las cualidades y beneficios que contiene puesto que reemplaza el azúcar blanco y otros endulzantes teniendo esta más rápida disolución, mayor concentración de dulce y siendo un excelente producto para las personas que deseen cuidar de su salud y bienestar.

Aunque no es tan reconocida en el mercado colombiano en el mercado estadounidense es bien recibida. Se considera que al agregar Tagatosa al Café este cambia su sabor lo que lo hace innovador y atractivo para el mercado estadounidense.

La tabla a continuación presenta las propiedades de la Tagatosa, demostrando así las ventajas que produce al realizarse la mezcla de este edulcorante con el café variedad arábica convirtiendo este en un excelente producto: Por otro lado, la Tabla 1 ilustra las características de la Tagatosa, que cuenta con un índice glucémico bajo (IG de 3), 1,5 kcal/g, estatus GRAS y beneficios como la regulación de la glucosa (Lu et al, 2018; FDA, 2003).

Tabla 4 Propiedades de la Tagatosa

Propiedad	Valor
Índice Glucémico	3
Calorías por gramo	1.5 kcal/g
Estatus FDA	GRAS (2003)
Beneficios	Regula glucosa, bajo en calorías

Fuentes: Lu et al. (2018); Administración de Alimentos y Medicamentos FDA (2003).

La innovación que se propone da un gran valor al producto generando una gran característica gracias a la fusión de Tagatosa con el café especial variedad arábica que es ampliamente valorado a nivel internacional debido a su perfil sensorial y su calidad (COFFNEY), dando lugar a un producto que transforma el sabor del café tradicional, ofreciendo una experiencia innovadora y atractiva que no solo mejora el perfil de sabor, sino que también se alinea con las tendencias del consumo saludable y sostenible en el mercado estadounidense. Según ProColombia la demanda de alimentos innovadores con beneficios para salud está en aumento lo que posiciona a CoffNey como una opción competitiva frente a otros cafés premium.

3.1.3 Café del Tolima como origen.

El Tolima, que es el tercer productor nacional de café, sobresale por la excelencia de su grano. Gracias a la iniciativa de cafés diferenciados liderada por la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia proporciona asistencia técnica a los productores para

implementar buenas prácticas agrícolas (abono orgánico, control integrado de plagas, renovación de variedades), lo que ha facilitado la certificación de lotes bajo sellos de sostenibilidad como Rainforest Alliance y Denominación de Origen Café del Tolima (Federación Nacional de Cafeteros de Colombia, Comité Tolima, sin fecha). En investigaciones de origen, se reconocen características singulares del “Café del Tolima” que sugieren una posible certificación de origen controlado que respalda la autenticidad geográfica y calidad del producto (Federación Nacional de Cafeteros de Colombia, 2015). Estas iniciativas han mejorado el reconocimiento global del café tolimense; por ejemplo “el Tolima se posiciona como el tercer productor en volumen del país y su café posee una calidad de reconocido a nivel mundial” (Núñez Torres, 2025).

La fortaleza competitivas en comparación con otras zonas abarcan su diversidad de altitudes y microclimas (característicos de la Cordillera Central), la extensa adopción de variedades resistentes (como Castillo, Colombia y Cenicafé) y la aglomeración de pequeños y medianos productores tecnificados (Federación Nacional de Cafeteros de Colombia, 2015) El Tolima reporta más de 1.700 km² de sembrados y aproximadamente 70.000 fincas de café, la mayoría de pequeños productores que aseguran seguimiento y atención en la producción (Núñez Torres, 2025).

Programa Especiales de Cafés (FNC Tolima): Consulta sobre buenas prácticas y certificaciones, creando cafés con características distintivas (Federación Nacional de Cafeteros de Colombia, Comité Tolima, sin fecha).

Mantenimiento y certificaciones: Numerosos cultivadores se inclinan por la agricultura orgánica y los sellos de sostenibilidad; se han finalizado investigaciones que corroboran

la Denominación de Origen Café del Tolima (Federación Nacional de Cafeteros de Colombia, 2015).

Involucramiento de productores de pequeña escala: El café tolimense proviene de pequeñas fincas con avance tecnológico (79 % tecnificado joven) (Federación Nacional de Cafeteros de Colombia, 2015), promoviendo su integración directa en empresas de comercio justo.

Atributo sensorial: El café de Tolima se distingue por su aroma, textura y acidez balanceadas, características que cautivan en segmentos gourmet (Núñez Torres, 2025).

3.1.4 Análisis de la empresa Cafisur como proveedor principal.

CAFISUR Ltda., la Cooperativa de Caficultores del Sur del Tolima, establecida en 1966, es una entidad asociativa robusta ubicada en Chaparral, Tolima (Cafisur Ltda., 2023). De acuerdo con su informe de información, dispone de 125 trabajadores para atender a 1786 cafeterías asociadas (Cafisur Ltda., 2023). Gestiona puntos de venta en diversos municipios del sur de Tolima y cuenta con una tienda de café en chaparral y una planta de beneficiación en Ibagué, fortaleciendo así su infraestructura logística a nivel regional. Su organización cooperativa garantiza abastecimiento agrícola y apoyo técnico constante, asegurando una relación sólida con los productores.

Cafisur cuenta con varias certificaciones que demuestran su compromiso con la sostenibilidad: está acreditada como productora Fair Trade USA (certificado número 1008166) y posee certificaciones de agricultura orgánica para los mercados estadounidense, Europa (UE) y el USDA Organic (Cafisur Ltda., 2023). Adicionalmente, sus embalajes exhiben logos nacionales como “Café de Colombia” y “Denominación de

Origen Tolima” (Cafisur Ltda., 2023). Estas credenciales señalan que Cafisur tiene la capacidad de proporcionar café especial de forma sustentable.

Respecto a su habilidad comercial y logística, Cafisur tiene una participación activa con la FNC: tradicionalmente suministra café a Alma café (FNC) y a Expocafé para exportación a gran escala, mientras lleva a cabo ventas directas de café verde a clientes internacionales. Las estadísticas sindicales señalan que en 2018 se vendió Expocafé el 61% del café cooperativo, lo que sugiere experiencia en exportación de grandes cantidades (Cafisur Ltda., 2023). Además, coopera con iniciativas de comercio equitativo y desarrollo social, tales como proyectos de fortalecimiento de mujeres en zonas rurales (Cafisur Ltda., 2023).

Sistema de distribución y costos: Cafisur vende granos verdes en grandes cantidades (embalajes de 60kg) y envasa café tostado gourmet (como la gama “Tolima Gourmet”. En Estados Unidos, las compañías de compra venden sus microlote a costos cercanos a USD 25 la libra en Seattle (Grand View Research, 2024). Su red de distribución incluye canales institucionales (FNC) hasta ventas en línea de directas de café tostado.

Obligación social: La cooperativa realiza inversiones en iniciativas comunitarias: apoya escuelas rurales, proyectos de salud y obras de infraestructura, además de fomentar la renovación de cafetales para incrementar la productividad. Con el respaldo del FNC y entidades globales, Cafisur ha proporcionado asistencia técnica y sistemas de riego a sus asociados, incrementando así su competitividad a largo plazo.

3.2 Diagnostico del mercado externo e interno de CoffNey

En este espacio se realiza un análisis tanto externo como interno de las ventajas y desventajas que CoffNey tiene a la hora de ser llevado a la realidad. Para ello se realizan 2 tablas (PESTEL Y DOFA)

3.2.1 Análisis PESTEL

Este análisis se hace en un contexto dinámico que abarca aspectos, como los requisitos logísticos y normativos indispensables para la exportación. Se elige Seattle como punto de entrada debido a su perfil demográfico y su afinidad por los productos de alta calidad. Además, se justifica la exportación resaltando el prestigio del café colombiano y los acuerdos comerciales vigentes que respaldan esta iniciativa.

Tabla 5 análisis a la matriz PESTEL

ANALISIS PESTEL	
FACTOR	DESCRIPCIÓN
Político	Entorno estable, pero aranceles del 10% (abril 2025) tensionan el TLC. Riesgo de diversificación de socios comerciales por parte de Colombia
Económico	PIB de \$26.9 billones (2023). Ingreso medio en Seattle: \$102,000. Arancel del 10% incrementa costos, pero el café sigue competitivo.

Social	Demanda de productos saludables (55% prefieren naturales, 40% bajo azúcar). 73% pagan más por sostenibilidad.
Tecnológico	Innovación en marketing digital y logística (costos: \$0.10 - \$0.20/libra, 5-10 días de tránsito).
Ecológico	Preferencia por sostenibilidad (60% consumidores jóvenes). Necesidad de empaques ecológicos.
Legal	Certificados fitosanitarios (ICA, USDA) Tagatosa GRAS (FDA, 2003) Arancel del 10% no viola TLC por excepción de seguridad nacional.

Nota. Datos de múltiples fuentes: U.S. Trade Representative (2023); U.S. Bureau of Economic Analysis (2023); Pew Research Center (2022); Statista (2023); Mintel (2022); Nielsen (2023); International Trade Centre (2023); U.S. Census Bureau (2023); USDA (2023); U.S. Food and Drug Administration (2023); Federación Nacional de Cafeteros de Colombia (2015); Lu et al. (2018).

En Colombia los principales productos de café en especialidad van entre 80.000 COP a 115.000 COP en la cual Juan Valdez Organic y Café San Alberto destacan en su calidad premium y certificada, esta diversidad refleja la resiliencia de nuestra industria y la apreciación del consumidor nacional por la autenticidad y la inventiva.

3.2.2 Análisis DOFA

En la siguiente tabla se encuentra una descripción detallada mediante la matriz DOFA, que identifica elementos internos y externos relevantes para la organización

Tabla 6 Análisis a la matriz DOFA

DOFA	
DEBILIDADES	FORTALEZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Falta de reconocimiento de marca • Arancel de exportación del 10% (abril 2025) • Certificaciones requeridas: ICA, USDA ORGANIC, FDA GRAS, etiquetado nutricional según normas FDA. • Dependencia de proveedores extranjeros para café de especialidad • Todas las temporadas del año se producen café en Colombia, algunas más continuas que otras. 	<ul style="list-style-type: none"> • Producto innovador • Desarrollo sostenible • Potencial atractivo para mercado premium como Seattle. • Origen Colombiano • Falta de recursos para elaborar el producto.
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Tendencias de consumo saludable • Poder adquisitivo: Ingreso medio familiar en Seattle de 102.000 USD/año (U.S BEA, 2023). 	<ul style="list-style-type: none"> • Competencia consolidada: presencia de grandes cadenas como Starbucks.

<ul style="list-style-type: none"> • Colombia goza de prestigio global gracias a la calidad reconocida de sus cafés. • Aprovechamiento de los acuerdos internacionales con Estados Unidos. • Eventos clave: Seattle Coffe Fest y Seattle Coffe Festival eventos que se realizan anualmente. 	<ul style="list-style-type: none"> • Regulaciones ambientales de EE. UU. sobre empaques • Riesgo de infraestructura vial interna. • Trámites y certificaciones de exportación. • Percepción de la imagen en los consumidores sobre algunos efectos negativos del café. • Bajo precio del café a nivel nacional.
--	--

3.3 Mercado Objetivo

Teniendo en cuenta el panorama online, lo dominan tanto grandes cadenas como (Starbucks, Peet's) como tostadores Boutique (Intelligentsia, Suptown, Counter Culture y Marketplace generalistas (Amazon, eBay). Amazon concentró cerca del 30% de las ventas de café por internet en 2023 (Amazon.com, 2024), seguido de sitios oficiales y plataformas de suscripción especializadas (Trade Coffe, 2023). Las marcas colombianas las cuales son reconocidas por su perfil sensorial equilibrado gozan de alta aceptación lo que genera una diferenciación de orígenes africanos y centroamericanos (FNC, 2024). Los consumidores de Seattle mantienen una alta participación en redes sociales y blogs especializados siguen proyectos de café de origen exclusivo, participan en eventos de

barismo y utilizan aplicaciones de entrega a domicilio. Las campañas de mercadotecnia eficaces generalmente resaltan la historia ancestral y la sostenibilidad de café. Por ejemplo, cada año se celebra en Seattle el Global Speciality Coffe Expo, que atrae a miles de expertos y aficionados, destacando la relevancia de la narrativa de la cadena de suministro (Seattle Coffe Festival, 2025). Donde existen nichos en auge tales como: Cafés fríos en botellas, cápsulas de cafés únicos, suscripciones a catas virtuales, entre otros. Lugares como Capitol Hill y Ballard, con habitantes jóvenes y cosmopolitas, son particularmente acogedores a cafés experimentales y eventos de tipo pop up.

3.3.1 Canales de distribución digital y estrategia logística

La estrategia de comercialización para CoffNey debe considerar una estructura de canales multiformato en la cual se tenga en cuenta la combinación de distintos puntos de ventas online para que pueda abarcar mayor mercado online sin problema alguno.

Marketplace Internacional Amazon

- Cuenta profesional de vendedor: Tarifa mensual de USD 39,99 más comisiones por venta (referral fees de 8%-15 según categoría) (Amazon.com, 2024).
- Información fiscal: Número de identificación patronal (EIN) o Social Security Number (SSN) para el registro en el sistema de retención de impuestos de EE. UU., inscritos en el programa de identidad fiscal de Amazon.
- Cuenta bancaria en EE. UU.: Para recibir pagos mediante depósitos o transferencias bancarias.
- Verificación de identidad y dirección: escaneo de pasaporte o cédula, comprobante de domicilio y datos de la empresa

- Códigos de producto: UPC, EAN o ISBN válidos para cada SKU, o inscripción en el Amazon Brand Registry si se trata de marca propia.
- Cumplimiento normativo: registro de productos alimentarios ante la FDA (Prior Notice) y ajuste a los lineamientos establecidos por la Ley de Modernización de la Inocuidad Alimentaria (FSMA) para cafés tostados, así como etiquetado conforme a la Federal Food, Drug, and Cosmetic Act (FDA, 2025).

Shopify

- Registro de cuenta con correo válido
- Configuración de Shopify Payments o Gateway externo (Stripe, PayPal).
- SSL habilitado (gratuito en todos los planes).
- Dominio propio (USD 14/año aprox.) y suscripción desde USD 29/mes (Basic) (Shopify INC., 2024).
- Plan Basic: USD 29/mes.
- Transacción: 2,9 % + USD 0,30.

WooCommerce

- Hosting compatible con WordPress recomendado.
- Plugin WooCommerce gratuito y extensiones de pago (pago, envíos).
- Certificado SSL en el dominio.
- Cuenta Stripe o PayPal para pagos en línea.
- Hosting: USD 5/20mes.

3.3.2 Requisitos para plataforma de suscripción

Trade Coffe y Bean Box operan como Marketplace de Roasters, seleccionando socios por calidad y consistencia (Trade Coffe, 2024; Bean Box, 20024):

1. Aplicación y evaluación de muestras: envió de perfiles de tueste y lotes de prueba.
2. Certificaciones: café orgánico, comercio justo o Rainforest Alliance añade competitividad.
3. Volumen mínimo mensual entre 500 y 1000 libras lo que quiere decir 227 a 454 kg para mantener stock.
4. Política de devolución y calidad: garantías de frescura para tener los envíos entre 14 días post tueste y reemplazos si el cliente no está satisfecho.

3.4 Normativa y Barreras

Para que la propuesta de exportación de CoffNey sea viable en el mercado estadounidense, es indispensable considerar el cumplimiento de un conjunto de normativas técnicas, sanitarias y comerciales exigidas por dicho país. Estas regulaciones están orientadas a garantizar la seguridad alimentaria, la trazabilidad del producto y el cumplimiento de estándares internacionales en calidad y etiquetado.

3.4.1 Barreras de entrada para productos nuevos e internacionales

La incursión de CoffNey en el canal de e-commerce de café especial estadounidense enfrenta múltiples barreras estructurales que pueden agruparse en cuatro categorías: (a) competencia de precios y economías de escala; (b) requisitos regulatorios y sanitarios; (c)

desafíos logísticos y de la conservación de calidad; y (d) visibilidad en plataformas digitales y reputación de marca.

3.4.1.1 Competencia de precios y economías de escala.

Uno de los obstáculos más significativos surge de las economías de escala de los grandes países en el proceso productivo, se deben tener en cuenta las normas técnicas definidas por el Departamento de Agricultura de los Estados Unidos (USDA, 2024), indica lo siguiente:

“The scale advantage of major producing countries enables low unit costs that challenge specialty origins unless value differentiation or niche positioning is achieved” (p. 73).

En resumen, mientras que Brasil y Vietnam tienen la posibilidad de exportar café a precios FOB de USD 1,20-1,50 por libra el café especial de Colombia oscila entre los USD 1,80-2,20. Esto genera que se tenga que establecerse en sector de alta gama y así mismo destacar características distintivas ya sea con certificaciones de sostenibilidad y trazabilidad total para que se pueda respaldar un precio elevado y mantener márgenes estables.

3.4.1.2 Requisitos regulatorios y sanitarios

El cumplimiento normativo con la Food Safety Modernization Act (FSMA) y su disposición de Notificación Previa (Prior Notice) introduce complejidad operativa Tal como advierte la FDA (2025):

The “FSMA’s Prior Notice requirement, while essential for food safety, imposes a significant administrative burden on small exporters due to strict timelines and heavy penalties for non-compliance” (para. 4.

Esto implica que por cada envío que supere los 250 kg, CoffNey tiene que realizar la Notificación Previa al FDA de manera electrónica o se enfrentará a multas de hasta USD 10.000. Además, el registro de planta y la rotulación bajo el marco normativo estadounidense conocido como Ley Federal de Alimentos, Medicamentos y Cosméticos pueden provocar demoras de hasta 0 días laborables si los documentos muestran observaciones. A pesar de estos desafíos administrativos, es esencial una adecuada administración regulatoria antes de enfrentar la logística de fresca.



Fuente: Nota. Imagen referencial de certificado de registro de alimentos ante la FDA.

Adaptado de Liberty Management Group LTD (2024).

En Estados Unidos, los alimentos importados incluido el café están sujetos a regulaciones sanitarias estrictas todos los establecimientos de origen deben estar registrados en la FDA

(Administración de Alimentos y Medicamentos) y el importador debe presentar notificación previa antes de cada envío.

Al ingresar al país, la U.S. Food And Drug Administration (FDA), autoridad sanitaria encargada de regular productos alimenticios y farmacéuticos revisa el etiquetado del producto:

- El empaque debe indicar identidad del producto
- Cantidad neta
- Ingredientes (con alérgenos)
- Etiqueta nutricional conforme al Code of Federal Regulations.

Si el café se comercializa como “orgánico”, CoffNey deberá certificarse bajo el programa Orgánico del USDA (NOP). Adicionalmente, aunque no son obligatorios por ley, los sellos de sostenibilidad son muy valorados ya que gracias a un estudio de Fair Trade USA reporta que el 65% de los consumidores reconoce el sello Fair Trade Certified y un 75% lo reconoce, siendo así un gran diferenciador en el mercado para un producto premium.

En Colombia, la exportación de café exige certificaciones nacionales:

- Instituto Colombiano Agropecuario (ICA): expide el certificado fitosanitario necesario para el café verde de exportación.
- INVIMA: otorga el registro sanitario para el café procesado.

Por otro lado, el productor/exportador debe tramitar su inscripción en el Registro Nacional de Exportadores administrado por la DIAN, Café de la FNC y pagar la

contribución cafetera para obtener el certificado de calidad emitido por la Federación (ProColombia).

3.4.1.3 Desafíos logísticos y de conversación de calidad

El transporte global se encuentra ante el conflicto entre el costo y el tiempo. De acuerdo con ProColombia (Asociación de exportadores de Colombia, 2024):

“Maintaining Coffee freshness through expedited shipping is crucial but substantially increases logistics costs, often representing 15–20 % of final consumer price” (p. 18).

Por lo tanto, si se opta por LCL (Less Than Container Load) por mar, los tiempos de entrega pueden superar los 21 días lo que podría deteriorar las propiedades sensoriales del café; por otro lado, el Courier express (3-7 días) triplica los gastos de envío.

3.4.1.4 Visibilidad en plataformas digitales y reputación de marca

Para obtener el “Buy Box” y una posición sobresaliente en Amazon o en mercados de suscripción, es necesario establecer indicadores de rendimiento robustos. Al igual que describen Laudon y Traver (2021):

“Achieving Buy Box eligibility is a critical yet time-consuming process for new sellers; it requires consistent fulfillment performance and positive buyer feedback over multiple months” (p. 314).




Así pues, CoffNey tiene que poner en marcha campañas de lanzamiento con promociones reguladas que estimulen las primeras reseñas, al mismo tiempo que conserva un porcentaje de órdenes defectuosas por debajo del 1% y tiempos de respuesta al cliente inferiores a 24 horas. Solo de esta forma podrá crecer de forma sostenida en términos de visibilidad y reputación en línea.

3.4.2 Barreras y antecedentes para exportar café premium.

En la siguiente tabla se puede revisar la subpartida arancelaria correspondiente al tipo de café tostado sin proceso de descafeinización molido (sistema armonizado).

La clasificación arancelaria correspondiente al café molido sin descafeinar dentro del sistema armonizado de codificación en Colombia, la subpartida 0901.21.20.00 específicamente al café tostado, sin descafeinar en presentación molida. Esta codificación es esencial para exportación porque determina los requisitos aduaneros, permisos, impuestos y beneficios arancelarios aplicables bajo acuerdos internacionales.

Tabla 7 Subpartida arancelaria

DATOS GENERALES						
Nivel Nomenclatura	Código Nomenclatura	Código Complem.	Código Suplem.	Desde	Hasta	Leg
ARIAN	0901.21.20.00			01-ene-2007	...	
Descripción	Café, té, yerba mate y especias Café, incluso tostado o descafeinado; cáscara y cascarilla de café; sucedáneos del café que contengan café en cualquier proporción. - Café tostado: - - Sin descafeinar: - - - Molido			01-ene-2007	...	
Unidad física	kg - Kilogramo			01-ene-2007	...	

Fuente. Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN). (2024). *Consulta arancelaria: subpartida 0901.21.20.00.* Sistema de información arancelaria.

Nota: Datos tomados de la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN, 2024).

3.5 Competencia internacional y nacional de CoffNey

Existen varios exportadores de café especial, los cuales con competencia para CoffNey ya que cuentan con trayecto y experiencia además de que los productos ya son

reconocidos a nivel internacional, aun así, CoffNey cuenta con varias ventajas competitivas que lo hacen atractivo para los estadounidenses.

3.5.1 Competencia Internacional en EE. UU.

En el mercado competitivo estadounidense con más de 18% de las importaciones mundiales de café destacan las marcas de café premium como Starbucks, Blue Bottle y Stumptown. Por ejemplo, Blue Bottle ofrece un café orgánico “Balanceado” en bolsas de 340g a \$18.49 USD (\$27.2 USD/500g). Peet’s Coffe fundada en California donde comercializa su mezcla clásica “Major Dickason’s” en 294g por \$11.69 USD (\$19.7 USD/500g). Incluso tostadores locales de Seattle como Caffè Vita.

Para entender la estrategia de posicionamiento de CoffNey en el mercado de Seattle (EE. UU) respecto a otras marcas de café de alta gama, se creó una tabla visual entre los competidores más destacados a nivel internacional.

En la siguiente tabla se muestran las marcas de la competencia que la propuesta de exportación de café especial (CoffNey) tendría a nivel internacional, mostrando el origen de cada una, también el tipo de café, los precios tanto en peso colombiano como en dólares estadounidenses y el lugar en donde se pueden encontrar en el estado de Seattle.

Tabla 8 Competencia internacional

Imagen	Marca	Origen	Tipo de Café	Precio 500g (USD)	Precio 500g (COP)	Fuente

	Starbucks Reserve	EE. UU	Premium (Origen único)	22.49 USD	95.300 COP	Starbucks Reserve Store (2025)
	Blue Bottle	EE. UU	Orgánico (Especialidad)	27.20 USD	115.376 COP	Blue Bottle Official
	Stumptown Coffe	EE. UU	Orgánico Blend	25.00 USD	106.375 COP	Stumptown Coffe Roasters
	Caffe Vihta	EE. UU (Seattle)	Tostado artesanal	22.00 USD	93.610 COP	Caffe Vita Official
	Peet's Coffe	EE. UU	Tradicional Premium	19.70 USD	83.023 COP	Peet's Coffe Online

Los precios del café superior en Seattle son entre \$19.70 y más de \$27.20 por 500 g. Marcas como Starbucks Reserve y Blue Bottle atraen a quienes buscan calidad, sostenibilidad y trazabilidad en orígenes únicos y etiquetas orgánicas que al mismo tiempo tostadores locales como Stumptown y Café Vita basan mezclas artesanales y

procesos de tostado meticulosos, mientras que Peet's Coffe mantiene una oferta más tradicional pero igualmente de calidad.


3.5.2 Competencia Nacional




En Colombia existen marcas locales como, por ejemplo, Juan Valdez (Fedecafé) es una referencia nacional ya que su café orgánico proviene directamente de Colombia.

La Palma y El Tucán y Café San Alberto son otras marcas gourmet reconocidas. Las marcas ofrecen cafés tradicionales u orgánicos de alta montaña. En el mercado colombiano actual, paquetes de 500g de estos cafés se cotizan típicamente entre USD 20-25 (\$80.000, \$100.000 COP).

CoffNey cuenta con competidores a nivel nacional, puesto que hay empresas colombianas que exportan hacia Estados Unidos y han tenido éxito los dichos elementos se sintetizan a continuación en el cuadro respectivo.

Tabla 9 Competencia nacional Colombia

Imagen	Marca	Origen	Tipo de Café	Precio 500g (USD)	Precio 500g (COP)	Fuente
	Juan Valdez Orgánico	Colombia	Orgánico certificado	21.00 USD	89.335 COP	Juan Valdez Store

	Café San Alberto	Colombia	Café Especial Premium	24.00 USD	102.120 COP	Café San Alberto
	La Palma y El Tucán	Colombia	Especialidad Experimental	26.00 USD	110.630 COP	La Palma & El Tucán
	Amor Perfecto	Colombia	Café Premium Tradicional	20.00 USD	85.100 COP	Amor Perfecto Coffe

En Colombia los principales productos de café en especialidad van entre 80.000 COP a 115.000 COP en la cual Juan Valdez Organic y Café San Alberto destacan en su calidad premium y certificada, esta diversidad refleja la resiliencia de nuestra industria y la apreciación del consumidor nacional por la autenticidad y la inventiva.

3.6 Segmentación de Mercado

El fundamento del estudio de mercado de CoffNey se basa en una mezcla de factores demográficos, psicológicos, conductuales y geográficos, con el propósito de generar un público meta que aprecie tanto la excelencia sensorial del café de especialidad como sus ventajas funcionales. Respecto a la población, CoffNey se centra en profesionales y directivos de 25 a 45 años con educación universitaria y un ingreso familiar promedio

que excede los 2mil (2.000) USD al año, lo que les proporciona los recursos económicos para invertir en productos gourmet de lujo (U.S. Bureau of Economic Analysis, 2023). Este conjunto que habita en la zona metropolitana de Seattle suele asignar parte de su presupuesto a experiencias de consumo conscientes y sofisticadas.

Desde una perspectiva psicológica, estos clientes muestran un profundo interés en la autenticidad, la sostenibilidad y el confort. Se centra en artículos fabricados mediante métodos artesanales y procesos orgánicos donde aporta valor a los que contienen elementos en este escenario la utilización de tagatosa como endulzante bajo en glucosa cumplen con las necesidades de aquellos que requieren o desean administrar su consumo de azúcar, ya sea por motivos clínicos o por un estilo de vida saludable (Biomed Research International, 2018). Esta característica funcional no solo consolida la propuesta de CoffNey, sino que también mejora el vínculo emocional con una sección que aprecia su salud metabólica sin sacrificar el placer de degustar el gusto.

Respecto al modo de consumo, los clientes de CoffNey suelen optar por café de especialidad con aproximadamente el 66% de los adultos consumiendo café diariamente y el 45% optando por variables de alta gama (Asociación Nacional del Café, 2023).

Poseen un fuerte anhelo de descubrir nuevas fuentes y técnicas de producción, lo que se refleja en su incesante búsqueda de experiencias gratificantes y con compromiso social. Desde la perspectiva geográfica, Seattle brinda el ambiente perfecto debido a su amplia variedad de cafeterías especializadas (cerca de 2.5 por cada 1.000 habitantes) y a una cultura local altamente sensible a las innovaciones en comidas y bebidas (U.S Bureau of Economic Analysis, 2023). Este ambiente permite que CoffNey se introduzca

inicialmente a través de medios digitales y alianzas con clubes de suscripción, garantizando una reacción directa y eficaz al usuario final.

3.7 Estrategias de Marketing

La visión de marketing de CoffNey se basa en las cuatro variables fundamentales del mix de marketing, adaptadas a la fase conceptual de la propuesta (Producto, Precio, Plaza y Promoción), (Kotler y Keller, 2016). En función de la diferenciación y el valor añadido que CoffNey puede ofrecer en el competitivo mercado de Estados Unidos. CoffNey es famoso por ser un café premium de excelente calidad en Colombia, enriquecido con tagatosa como un endulzante innovador. Este componente único potencia la propuesta de valor al alinearse con las tendencias de consumo saludable y al ofrecer un gusto dulce con un índice glucémico más reducido. El progreso del producto incluirá empaquetados de alta tecnología y sostenibles que comuniquen autenticidad, destacando la procedencia de los granos colombianos y su manufactura tradicional, la marca CoffNey narrará un relato de calidad y bienestar, destacando la experiencia sensorial del café y los beneficios de la tagatosa, generando un valor añadido claro para el consumidor. Respecto a la estrategia de precios, CoffNey seguirá conservando un posicionamiento de lujo. El costo se establecerá por encima del promedio del mercado, gracias a la excepcional calidad del café y la particularidad del endulzante natural. Esta visión comercial valora la oferta única del producto y comunica su estatus de lujo asequible a sectores que están preparados para invertir en salud y bienestar. Así pues, la política de precios mostrará un balance entre la exclusividad y la percepción del valor añadido. El enfoque de las estrategias de plaza se centrará en los medios digitales, optimizando de esta manera la

accesibilidad y el confort para los consumidores de América. El debut inicial dispondrá de una tienda virtual propia, además de su integración en plataformas de comercio electrónico ya establecidas y tiendas virtuales enfocadas en café o productos de higiene. Este método digital supera obstáculos geográficos y posibilita la distribución directa al cliente en la zona de Seattle y más allá, evitando la necesidad de una infraestructura tangible. Adicionalmente, se considerarán asociaciones con servicios de abono de café o clubes de gourmet especializados, lo que daría un incremento a la red de distribución y robustecería la relación directa con los consumidores más entusiasmados. La táctica de promoción de CoffNey centrará su atención en medios digitales y contenidos valiosos para destacar su singularidad. Se llevarán a cabo campañas en redes sociales y blogs especializados con el objetivo de divulgar la historia de la marca, las características de la tagatosa y las experiencias singulares de su café colombiano. El trabajo conjunto con figuras prominentes en los campos del café especializado y la salud fomentará la captación de públicos cercanos y la generación de confianza. Además, se implementarán tácticas de marketing directo, como boletines informativos y ofertas únicas para suscriptores, para fidelizar a los primeros clientes. Esta táctica de promoción integral reforzará la imagen de CoffNey como una opción innovadora y saludable, incentivando el interés en un mercado competitivo.

Conclusiones

La investigación evidencia que el mercado de cafés especiales presenta un crecimiento significativo a nivel mundial, con una marcada preferencia en países como Estados Unidos, especialmente en Seattle, donde el 45% de los consumidores opta por café especial (SCA, 2023). Esta tendencia está impulsada por la búsqueda de productos saludables, sostenibles y con valor agregado, lo que respalda la viabilidad del ingreso de CoffNey como un producto diferenciado por el uso de tagatosa y su origen tolimense (Grand View Research, 2024; Nielsen, 2023).

La matriz comparativa realizada evidenció que Estados Unidos, particularmente Seattle, representa el mercado más favorable para la exportación del café CoffNey, al contar con

altos índices de consumo, preferencias por lo orgánico y acuerdos comerciales vigentes como el TLC desde 2012 (U.S. Trade Representative, 2023; ProColombia, 2023). Este entorno estratégico ofrece ventajas competitivas clave frente a mercados como Alemania o Canadá, justificando la selección de Seattle como el principal mercado objetivo.

El análisis del marco legal demuestra que, aunque existen retos como el nuevo arancel del 10% al café colombiano (U.S. Trade Representative, 2025) y regulaciones exigentes de la FDA, es posible cumplir con las normativas fitosanitarias, de etiquetado y de comercialización mediante una planificación adecuada y el respaldo de aliados estratégicos como Cafisur. Esto confirma que CoffNey puede ingresar exitosamente al mercado estadounidense cumpliendo todos los requisitos legales y técnicos (FDA, 2023; USDA, 2023).

Recomendaciones

1. Fortalecer la identidad de marca y la presencia digital con un enfoque claro en salud, origen y sostenibilidad. Es fundamental construir una narrativa de marca auténtica que comunique de forma efectiva el valor del café tolimense, el rol de los pequeños productores y los beneficios de la tagatosa. Esto debe ser notorio en medios como Amazon, redes sociales y sitios web especializados, enfocándose a consumidores jóvenes y conscientes, que son quienes más consumen café por canales digitales (Statista, 2023). Además, mostrar el impacto social y ambiental del producto, a través de testimonios, videos de origen o empaques con sello verde, puede marcar la diferencia en un mercado competitivo.

2. Buscar alianzas con actores clave del mercado local, como tostadores de Seattle, eventos especializados y plataformas de suscripción. Además de la venta directa online, se recomienda participar en ferias como el Seattle Coffee Festival o colaborar con marcas locales para posicionar el producto dentro del ecosistema del café de especialidad. Estas alianzas permitirán ganar credibilidad y reconocimiento rápidamente en el mercado objetivo.

3. Enfocar parte de la estrategia comercial en segmentos de consumidores con necesidades específicas, como personas diabéticas o en control de peso. La tagatosa ofrece beneficios comprobados para la salud que pueden ser aprovechados en campañas dirigidas a públicos sensibles al contenido calórico y glucémico de los alimentos. Crear mensajes claros que expliquen sus propiedades y respaldarlos con fuentes científicas (como la FDA y Biomed Research International) puede fortalecer la propuesta de valor.

Bibliografía

Addiction Help. (2023). *Anxiety and caffeine: Effects and tips*.

<https://www.addictionhelp.com>

Amazon.com (2024). *Seller central pricing & fees*. <https://www.amazon.com>

AmCham Colombia. (2023). *Exportación de café colombiano a EE. UU.*

<https://amchamcolombia.co>

Analdex. (2022). *Guía de exportación para pymes*. <https://www.analdex.org>

Asociación Nacional del Café de EE. U. (2025). *Coffee consumption trends in the U.S.*

Bean Box. (2024). *Roaster partnership guide*. <https://www.beanbox.com>

Biomed Research International. *D-Tagatose as a novel functional sweetener: Health*

benefits and applications. <https://doi.org/10.1155/2018/8718053>

Cafisur Ltda. (2023). *Informe de sostenibilidad*. <https://www.cafisur.com.co>

Cambiagro. (2023). *El auge del café sostenible en Colombia*.

<https://www.cambiagro.com>

Credence Research. (2024). *U.S. specialty coffee market report*.

<https://www.credenceresearch.com>

European Commission. (2023). *EU trade policy and coffee regulations*.

<https://ec.europa.eu>

FDA. (2003). *GRAS Notification for D-Tagatose*.

FDA. (2023). *Food labeling guide*. <https://www.fda.gov/food/food-labeling-nutrition>

Federación Nacional de Cafeteros de Colombia. (2015). *Café del Tolima: Denominación de origen*. (s.f.)

Food and Drug Administration. (2023). *Guidance for industry: FSMA compliance*.

<https://www.fda.gov>

Global Washington. (2024). *Seattle y su sostenibilidad*. <https://www.globalwa.org>

Grand View Research. (2024). *Specialty coffee market size and trends*.

<https://www.grandviewresearch.com>

Grant, R. M. (2005). *Contemporary strategy analysis*. Wiley.

Hill, T., & Westbrook, R. (1997). SWOT analysis: It is time for a product recall. *Long Range Planning*, 30(1), 46–52.

Humphrey, A. (2005). *SWOT analysis for management consulting*.

IPSUSS. (2018). *Investigadores descubren beneficios de edulcorante proveniente de la tagatosa*. <https://www.ipsuss.cl>

- Johnson, G., Scholes, K., & Whittington, R. (2008). *Exploring corporate strategy*. Pearson Education.
- Kotabe, M., & Helsen, K. (2018). *Global marketing management* (8th ed.). Wiley.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2006). *Marketing management* (12th ed.). Pearson.
- Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2021). *E-commerce 2021: Business, technology, and society* (16th ed.). Pearson.
- Liberty Management Group LTD. (2024). *FDA registration services*.
<https://www.fdahelp.us>
- Lu, Y., Levin, G. V., & Donner, T. W. (2018). Tagatose: A new antidiabetic and obesity control drug. *Journal of Clinical Nutrition*.
- Mejía, M., González, L., & Alarcón, R. (2018). La tagatosa como alternativa al azúcar. *Revista Chilena de Nutrición*, 45(2), 144–150.
- Mintel. (2022). *Health-driven food choices in U.S. consumers*.
- Mordor Intelligence. (2024). *Global coffee market overview*.
<https://www.mordorintelligence.com>
- National Coffee Association. (2023). *U.S. coffee consumption trends*.
<https://www.ncausa.org>
- Nielsen. (2023). *Global consumers seek health benefits*. <https://www.nielsen.com>
- Núñez Torres, J. F. (2025). *Caracterización del café del Tolima*. Universidad del Tolima.
- Pew Research Center. (2022). *Ingresos familiares en EE. UU.*
- ProColombia. (2017). *Tendencias de consumo de productos colombianos en EE. UU.*
- ProColombia. (2023). *Exportaciones de café colombiano a EE. UU.*

Seattle Coffee Festival. (2025). *Programa oficial del evento*.

<https://www.seattlecoffeefestival.com>

Shopify Inc. (2024). *Shopify pricing*. <https://www.shopify.com/pricing>

Specialty Coffee Association. (2023). *U.S. coffee market report*. <https://sca.coffee>

Statista. (2023). *Café en Estados Unidos y comportamiento del consumidor*.

Straits Research. (2023). *European coffee market analysis*.

Trade Coffee. (2023). *Cómo unirse como tostador*. <https://www.drinktrade.com>

USDA. (2023). *Export certification requirements*. <https://www.usda.gov>

USDA. (2024). *Standards for coffee imports*. <https://www.usda.gov>

U.S. Census Bureau. (2023). *Seattle demographic statistics*.

U.S. Trade Representative. (2023). *U.S.-Colombia Trade Promotion Agreement*.

<https://ustr.gov>

U.S. Trade Representative. (2025). *Tariff updates on Colombian coffee imports*.

Addiction Help. (2023). *Anxiety and caffeine: Effects and tips*.

<https://www.addictionhelp.com>

Amazon.com. (2024). *Seller central pricing & fees*. <https://www.amazon.com>

AmCham Colombia. (2023). *Exportación de café colombiano a EE. UU.*

<https://amchamcolombia.co>

Analdex. (2022). *Guía de exportación para pymes*. <https://www.analdex.org>

Asociación Nacional del Café de EE. UU. (2025). *Coffee consumption trends in the U.S.*

Bean Box. (2024). *Roaster partnership guide*. <https://www.beanbox.com>

- Biomed Research International. *D-Tagatose as a novel functional sweetener: Health benefits and applications*. <https://doi.org/10.1155/2018/8718053>
- Cafisur Ltda. (2023). *Informe de sostenibilidad*. <https://www.cafisur.com.co>
- Cambiagro. (2023). *El auge del café sostenible en Colombia*.
<https://www.cambiagro.com>
- Credence Research. (2024). *U.S. specialty coffee market report*.
<https://www.credenceresearch.com>
- European Commission. (2023). *EU trade policy and coffee regulations*.
<https://ec.europa.eu>
- FDA. (2003). *GRAS Notification for D-Tagatose*.
- FDA. (2023). *Food labeling guide*. <https://www.fda.gov/food/food-labeling-nutrition>
- Federación Nacional de Cafeteros de Colombia. (2015). *Café del Tolima: Denominación de origen*.
- Food and Drug Administration. (2023). *Guidance for industry: FSMA compliance*.
<https://www.fda.gov>
- Global Washington. (2024). *Seattle y su sostenibilidad*. <https://www.globalwa.org>
- Grand View Research. (2024). *Specialty coffee market size and trends*.
<https://www.grandviewresearch.com>
- Grant, R. M. (2005). *Contemporary strategy analysis*. Wiley.
- Hill, T., & Westbrook, R. (1997). SWOT analysis: It is time for a product recall. *Long Range Planning*, 30(1), 46–52.
- Humphrey, A. (2005). *SWOT analysis for management consulting*.

- IPSUSS. (2018). *Investigadores descubren beneficios de edulcorante proveniente de la tagatosa*. <https://www.ipsuss.cl>
- Johnson, G., Scholes, K., & Whittington, R. (2008). *Exploring corporate strategy*. Pearson Education.
- Kotabe, M., & Helsen, K. (2018). *Global marketing management* (8th ed.). Wiley.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2006). *Marketing management* (12th ed.). Pearson.
- Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2021). *E-commerce 2021: Business, technology, and society* (16th ed.). Pearson.
- Liberty Management Group LTD. (2024). *FDA registration services*. <https://www.fdahelp.us>
- Lu, Y., Levin, G. V., & Donner, T. W. (2018). Tagatose: A new antidiabetic and obesity control drug. *Journal of Clinical Nutrition*.
- Mejía, M., González, L., & Alarcón, R. (2018). La tagatosa como alternativa al azúcar. *Revista Chilena de Nutrición*, 45(2), 144–150.
- Mintel. (2022). *Health-driven food choices in U.S. consumers*.
- Mordor Intelligence. (2024). *Global coffee market overview*. <https://www.mordorintelligence.com>
- National Coffee Association. (2023). *U.S. coffee consumption trends*. <https://www.ncausa.org>
- Nielsen. (2023). *Global consumers seek health benefits*. <https://www.nielsen.com>
- Núñez Torres, J. F. (2025). *Caracterización del café del Tolima*. Universidad del Tolima.
- Pew Research Center. (2022). *Ingresos familiares en EE. UU.*

ProColombia. (2017). *Tendencias de consumo de productos colombianos en EE. UU.*

ProColombia. (2023). *Exportaciones de café colombiano a EE. UU.*

Seattle Coffee Festival. (2025). *Programa oficial del evento.*

<https://www.seattlecoffeefestival.com>

Shopify Inc. (2024). *Shopify pricing.* <https://www.shopify.com/pricing>

Specialty Coffee Association. (2023). *U.S. coffee market report.* <https://sca.coffee>

Statista. (2023). *Café en Estados Unidos y comportamiento del consumidor.*

Straits Research. (2023). *European coffee market analysis.*

Trade Coffee. (2023). *Cómo unirse como tostador.* <https://www.drinktrade.com>

USDA. (2023). *Export certification requirements.* <https://www.usda.gov>

USDA. (2024). *Standards for coffee imports.* <https://www.usda.gov>

U.S. Census Bureau. (2023). *Seattle demographic statistics.*

U.S. Trade Representative. (2023). *U.S.-Colombia Trade Promotion Agreement.*

<https://ustr.gov>

U.S. Trade Representative. (2025). *Tariff updates on Colombian coffee imports.*