

**GUÍA EXPORTADORA PARA EMPRESAS DE LA REGIÓN QUE
PROCESEN CAFÉ TOSTADO Y MOLIDO**

**LUZ MARINA HENAO BARRERO
JULIETA JIMÉNEZ MORALES
YOMARY NIETO HERRERA**

**UNIVERSIDAD LIBRE SECCIONAL DE PEREIRA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS, ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES
ESPECIALIZACIÓN EN GESTIÓN TRIBUTARIA Y ADUANERA
PEREIRA
2014**

**GUÍA EXPORTADORA PARA EMPRESAS DE LA REGIÓN QUE PROCESEN
CAFÉ TOSTADO Y MOLIDO**

**LUZ MARINA HENAO BARRERO
JULIETA JIMÉNEZ MORALES
YOMARY NIETO HERRERA**

**Trabajo presentado como requisito de grado para portar al título de
Especialista en Gestión Tributaria y Aduanera**

**Asesor
JORGE HUMBERTO ZAPATA ARANGO
Magister en derecho tributario**

**UNIVERSIDAD LIBRE SECCIONAL DE PEREIRA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS, ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES
ESPECIALIZACIÓN EN GESTIÓN TRIBUTARIA Y ADUANERA
PEREIRA
2014**

Nota de aceptación

Firma del presidente del jurado

Firma del jurado

Firma del jurado

Pereira, 09, de abril de 2015

AGRADECIMIENTOS

Agradecemos especialmente a nuestras familias, que siempre nos dieron motivos para seguir adelante y no rendirnos en el camino. A todas las personas que contribuyeron al desarrollo de este proyecto, tutores, asesores y demás personas que con su granito de arena contribuyeron con este logro tan importante para nuestras futuras vidas. A todos ellos infinitas gracias.

Luz Marina

Julieta

Yomary

TABLA DE CONTENIDO

	Pág.
LISTA DE TABLAS	7
LISTA DE FIGURAS	8
LISTA DE ANEXOS	10
INTRODUCCIÓN	11
1. TEMA DE INVESTIGACIÓN	13
2. SÍNTESIS DEL MARCO TEÓRICO	13
3. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION	25
3.1 OBJETIVO GENERAL	25
3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	25
4. DISEÑO METODOLOGICO.....	26
4.1 TIPO DE ESTUDIO.....	26
4.3 FUENTES Y TÉCNICAS PARA LA RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN .	28
4.4 TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN	28
4.5 LIMITANTES / LIMITACIONES.....	28
1. CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO A EXPORTAR Y LA CAPACIDAD EXPORTADORA DE UNA EMPRESA	29
1.1 PRODUCTO	29
1.2 CARACTERISTICAS Y ATRIBUTOS DEL PRODUCTO	30
1.3 CAPACIDAD EXPORTADORA DE UNA EMPRESA.....	31
1.3.1 Generalidades.....	31
1.3.2 Control.	32

1.3.3 Capacitación	35
1.4ANÁLISIS DE LA CAPACIDAD EXPORTADORA DE UNA EMPRESA	35
1.4.1 Análisis de producción	35
1.4.2 Tecnología y estado del equipo	40
1.4.2 Nivel de utilización de la capacidad instalada	41
1.4.3 Mantenimiento del equipo.....	41
1.4.4 Políticas ambientales	41
1.5 ANÁLISIS FINANCIERO.....	41
2. HERRAMIENTAS QUE DEBE EMPLEAR UN EMPRESARIO PARA DETERMINAR EL PAÍS OBJETIVO	43
3. BARRERAS DE ENTRADA, ARANCELARIAS Y NO ARANCELARIAS DEL MERCADO OBJETIVO	55
3.1 BARRERAS DE ENTRADA A LOS EE UU.....	66
4. LIQUIDACIÓN DE LA EXPORTACIÓN EN PESOS, DÓLARES Y LAS FORMAS DE PAGO UTILIZADAS.....	70
4.1 LIQUIDACIÓN DE LA EXPORTACIÓN EN PESOS Y DÓLARES.....	70
4.2 FORMAS DE PAGO UTILIZADAS.....	72
CONCLUSIONES	79
RECOMENDACIONES	81
BIBLIOGRAFÍA.....	82
ANEXOS.....	85

LISTA DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Exportaciones de café colombiano en los últimos tres años.....	39
Tabla 2. Matriz de selección de países.....	44
Tabla 3. Ejemplo de la matriz de selección de países	48
Tabla 4. Liquidación de la exportación.....	70
Tabla 5. Mercado cambiario - operaciones de obligatoria canalización.....	76
Tabla 6. Intermediarios autorizados.....	77

LISTA DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1. Muestra de café especial	29
Figura 2. Tipo de café especial	30
Figura 3. Organigrama de una empresa para exportar	32
Figura 4. Proceso de tueste del café	37
Figura 5. Ingreso a la página de la DIAN para consulta de arancel	55
Figura 6. Consulta por estructura arancelaria – secciones	56
Figura 7. Consulta por estructura arancelaria por capítulos	57
Figura 8. Consulta por estructura arancelaria por código	58
Figura 9. Consulta por estructura arancelaria para el café	59
Figura 10. Consulta por estructura arancelaria para diferentes tipos de café	60
Figura 11. Consulta por estructura arancelaria para café sin descafeinar	61
Figura 12. Consulta para arancel del producto a exportar	61
Figura 13. Perfil del producto	62
Figura 14. Documentos soporte requerido para la exportación	63
Figura 15. Otros documentos soporte reglamentarios	64

LISTA DE GRÁFICAS

	Pág.
Gráfica 1. Comportamiento de las exportaciones de café colombiano en los últimos tres años	40
Gráfica 2. Resultados de la preselección de mercados	52

LISTA DE ANEXOS

Pág.

Anexo 1. Matriz de liquidación de la exportación	85
Anexo 2. Formulario #2. Declaración de cambio de exportaciones de bienes.....	87
Anexo 3. Formulario # 3. Declaración de cambio por endeudamiento externo.....	88

INTRODUCCIÓN

La estrategia de marca de Café de Colombia ha evolucionado con el fin de satisfacer a consumidores más exigentes y a una industria más compleja. El origen se ha convertido en una herramienta importante de diferenciación frente a productos masivos que no satisfacen a consumidores que demandan mayor calidad e información. Las nuevas generaciones tienen mayor acceso e interés por la información de los productos que consumen y la globalización ha generado un nicho de consumidores más exigentes.

El café de Colombia se ha convertido en un referente mundial reconocido por su calidad consistente y por el respeto al productor de café. Posicionando la marca colombiana como la más suave a nivel internacional, por su extraordinario sabor y aroma es catalogado como el mejor café a nivel del mundo

Aprovechando el buen nombre que goza un producto de estas condiciones, se ha decidido adelantar un trabajo investigativo a través de una guía exportadora que va permitir establecer la posibilidad de llegar con este bien al mercado internacional, teniendo en cuenta los requisitos que se exige, así como los trámites y demás elementos que deben ser considerados por una empresa que desea iniciar un proceso de internacionalización de este tipo de bienes emblema de Colombia.

Es así como al interior del presente trabajo se haya registrada la información concerniente a una guía de exportación para cafés que le permita al empresario regional contar con un derrotero al momento de iniciar un proceso de internacionalización de su compañía.

Inicialmente se encuentra la descripción de las características y las bondades del producto a exportar así como la capacidad exportadora que debe tener una

empresa para abordar un mercado internacional, posteriormente se hace un análisis de las herramientas que debe emplear un empresario para seleccionar el país más conveniente para exportar el producto, de manera que le permita tomar decisiones empleando las herramientas técnicas necesarias, evitando así posibles equivocaciones que le harían incurrir en gastos elevados para su organización.

En un capítulo posterior se determinan las barreras de entrada, arancelarias y no arancelarias del mercado objetivo, es decir, una vez seleccionado el mercado, se debe examinar cuidadosamente cuáles son las barreras que debe franquear el producto para ingresar sin inconvenientes al país considerado como el mercado objetivo, y finalmente se realiza un análisis de costos (Liquidación de la exportación), de acuerdo al término de negociación en pesos, dólares y las formas de pago utilizadas, así como el reintegro de divisas fruto de la exportación.

1. TEMA DE INVESTIGACIÓN

GUÍA EXPORTADORA PARA EMPRESAS DE LA REGIÓN QUE PROCESEN CAFE TOSTADO Y MOLIDO.

2. SÍNTESIS DEL MARCO TEÓRICO

La siguiente investigación se está realizando con base en la teoría de Adam Smith y Teodoro Levitt, que hace referencia especialmente al modelo de la ventaja absoluta, tal como se ilustra a continuación:

- **Modelo de la ventaja absoluta**

La teoría clásica del comercio internacional tiene sus raíces en la obra de Adam Smith, éste pensaba que: *“las mercancías debían producirse en el país donde el coste de producción (que en el marco de su teoría del valor-trabajo se valora en trabajo) fuera más bajo y desde allí se exportaría al resto de países. Defendía un comercio libre y sin trabas para alcanzar y dinamizar el proceso de crecimiento, era partidario del comercio basado en la ventaja absoluta y creía en la movilidad internacional de los factores productivos. Según sus teorías, la ventaja absoluta la tienen aquellos países que son capaces de producir un bien utilizando menos factores productivos que otros, y por tanto, con un costo de producción inferior”*¹.

*“Es la máxima de todo jefe de familia prudente nunca intentar tratar de producir en casa lo que le costaría más producir que comprar (zapatero a sus zapatos) y que ese mismo principio debía aplicarse a las naciones”*².

¹ BANCO DE GUATEMALA. Informe Comercio internacional. [en línea]. [Consultado el 18 de abril de 2014]. Disponible en: http://www.revistafiscal.net/index.php?option=com_content&view=article&id=421:comercio-internacional&catid=43:comercio-exterior&Itemid=491

² *Ibíd.*, p. 5.

Theodore (Ted) Levitt es quien escribe en 1983 en Harvard Business Review un artículo titulado "Globalización de los Mercados", poniendo de moda la palabra "globalización". En el artículo examina la tendencia de los mercados a estandarizar productos de consumos, adelantándose a una realidad que se discute en este mismo momento por todos lados. Comienza ese artículo diciendo: *"Una poderosa fuerza dirige al mundo hacia una única comunal convergencia, y esa fuerza es la tecnología"*³.

- **Marco conceptual**

Arancel: *"Impuesto aplicado a los bienes importados, este arancel es aplicado dependiendo del producto y se aplica el impuesto de acuerdo a la tasa estipulada para él"*⁴.

Banco de segundo piso: *"Es una institución financiera que no tratan directamente con los usuarios de los créditos, sino que hace las colocaciones de los mismos a través de otras instituciones financieras, esto quiere decir que los recursos de un crédito no son desembolsados directamente a los empresarios, sino que se apoya en las entidades financieras para el desembolso de estos recursos. Cuando un empresario solicita un crédito a una entidad financiera (a un banco comercial, por ejemplo), ésta institución puede solicitarle a Bancoldex (que es un banco de segundo piso) los recursos que dicho empresario requiere. El banco de segundo piso se los entrega a la entidad financiera, y ésta a su vez, se los entrega al empresario"*⁵.

³ PEREIRA, Jorge E. Marketing y Ted Levitt. [en línea]. [Consultado el 20 de abril de 2014]. Disponible en: http://www.mercadeo.com/58_Levitt.htm

⁴<http://www.proexport.com>.

⁵ BANCOLDEX. Definición Bancos de segundo piso. [en línea]. [Consultado el 20 de abril de 2014]. Disponible en: <http://www.bancoldex.com/acerca-de-nosotros92/Banco-de-segundo-piso.aspx>

Banco de primer piso: *“Son Instituciones que legalmente están autorizadas para realizar operaciones de Ahorro, financieras, hipotecarias y de capitalización. Tienen relación directa con los clientes”*⁶.

Balanza Comercial: *“Es la parte de la balanza de pagos que contempla las importaciones y exportaciones de mercancías o bienes tangibles”*⁷.

Barrera arancelarias: *“Son altos impuestos que impone el gobierno para controlar o evitar la importación en forma indiscriminada o para que se importen solo determinados productos o servicios o se importe solo de determinados países”*⁸.

Barreras no arancelarias: *“Son medidas proteccionistas que utilizan los países, estas son las "leyes, regulaciones, políticas o prácticas que restringen el acceso de productos importados a su mercado". Obstruyen el ingreso de mercancías a un país determinado imponiendo como requisito para dejarlos ingresar, que los productos o servicios cumplan determinadas reglas o reúnan determinadas características”*⁹.

Buenas Prácticas Agrícolas: (BPA) *“Las Buenas Prácticas Agrícolas combinan una serie de tecnologías y técnicas destinadas a obtener productos frescos saludables, de calidad superior, con altos rendimientos económicos, haciendo énfasis en el manejo integrado de plagas y enfermedades, conservando los*

⁶ ECO-FINANZAS. Diccionario de finanzas. [en línea]. [Consultado el 21 de abril de 2014]. Disponible en: http://www.eco-finanzas.com/diccionario/B/BANCOS_DE_PRIMER_PISO.htm

⁷ *Ibíd.* p., 3.

⁸ *Ibíd.* p., 3.

⁹ *Ibíd.* p., 3.

*recursos naturales y el medio ambiente y minimizando los riesgos para la salud humana*¹⁰.

Café en grano: *“Es el café producido y procesado en un sistema sostenible (ambiental, técnico, social y económicamente viable), sin la utilización de químicos de síntesis y de acuerdo con estándares de calidad nacional”*¹¹.

Carta de Crédito: *“Instrumento de pago, que formaliza el acuerdo en virtud del cual un banco, actuando a solicitud de un importador y de conformidad con sus instrucciones, se compromete a efectuar el pago a un exportador, contra la presentación de una serie de documentos exigidos dentro de un tiempo límite especificado, siempre y cuando se hayan cumplido los términos y condiciones previstos en el crédito”*¹².

CFR: COST AND FREIGHT (Coste y Flete): *“El vendedor paga los gastos de transporte y otros necesarios para que la mercancía llegue al puerto convenido, si bien el riesgo de pérdida o daño de la mercancía se transmite de vendedor a comprador una vez haya sido entregada está a bordo del buque en el puerto de embarque y haya traspasado la borda del mismo. También exige que el vendedor despache la mercancía de exportación. El seguro es a cargo del comprador”*¹³.

¹⁰ UNIVERSIDAD NACIONAL DE COLOMBIA. Higiene e inocuidad en la industria de alimentos. [en línea]. [Consultado el 25 de abril de 2014]. Disponible en: <http://www.virtual.unal.edu.co/cursos/agronomia/higiene/unidad1/capitulo5/index5.html>

¹¹ FARFÁN VALENCIA, Fernando. CENICAFÉ, Cafés especiales. [Consultado el 24 de abril de 2014]. Disponible en: <http://www.cenicafe.org/es/documents/LibroSistemasProduccionCapitulo10.pdf>

¹² PROEXPORT COLOMBIA. Definición carta de crédito. [en línea]. [Consultado el 25 de abril de 2014]. Disponible en: <http://www.proexport.com>.

¹³ *Ibíd.* p., 4.

Contenedor: *“Recipiente de dimensiones normalizadas que sirve para el transporte de mercancías a granel, o de lotes de piezas u objetos cuyo embalaje permite simplificar”*¹⁴.

DDP: DELIVERED DUTY PAID (entregado con pago de derechos): *“En este término el vendedor realiza la entrega de la mercancía al comprador, despachada para la importación y no descargada de los medios de transporte a su llegada al lugar convenido del país de la importación. El vendedor asume todos los gastos y riesgos, incluidos derechos, impuestos y otras cargas por llevar la mercancía hasta aquel lugar, una vez despachada en aduana para la importación”*¹⁵.

DAT: DELIVERED AT TERMINAL (Entregado en Terminal): *“Para todo tipo de transporte; se refiere a entrega en el puerto de destino, después de descargado”*¹⁶.

DAP: DELIVERED AT PLACE/POINT (Entregado en lugar o punto determinado): *“Para todo tipo de transporte; se refiere a entregas en el país de destino en un lugar acordado y permite una mayor flexibilidad respecto al punto de entrega”*^{17*}.

Epígrafe: *“Cada uno de los Incoterms que existen para llevar a cabo negocios internacionales”*¹⁸.

¹⁴ *Ibíd.* p., 4.

¹⁵ *Ibíd.* p., 5.

¹⁶ *Ibíd.* p., 5.

¹⁷ *Ibíd.* p., 5.

* Este último, es un Incoterm que se vislumbra con una gran potencia ya que será polivalente y seguramente el sustituto del DDU y el DAF, es decir, será más flexible ya que se adapta mejor a la realidad del mercado.

¹⁸ *Ibíd.* p., 6.

EXW: “EX WORK” (en fabrica): *“Mercancía colocada al lado de la fábrica debidamente empaçada y embalada”*¹⁹.

FAS: FREE ALONGSIDE SHIP (franco al costado del buque): *“La entrega de la mercancía se realiza cuando es colocada por el vendedor al costado del buque en el puerto de embarque convenido. Son por cuenta del comprador todos los costes y riesgos de pérdida o daño de la mercancía desde ese momento. Este Incoterms exige al vendedor despachar la mercancía en aduana para la exportación”*²⁰.

FOB: “FREE ON BOARD (Franco a Bordo): *“El vendedor tiene la obligación de cargar la mercancía a bordo del buque en el puerto de embarque especificado en el contrato de venta. El comprador selecciona el buque y paga el flete marítimo. La transferencia de riesgos y gastos se produce cuando la mercancía rebasa la borda del buque. El vendedor se encarga de los trámites para la exportación”*²¹.

INCOTERMS: *“Reglas internacionales uniformes para la interpretación de términos comerciales. Determinan el alcance de las cláusulas comerciales incluidas en un contrato de compraventa internacional, solucionando los problemas derivados de las diversas interpretaciones que pueden dar según los países involucrados y reduciendo las incertidumbres derivadas de las múltiples legislaciones, usos y costumbres”*²².

Metas de exportación: Representan las expectativas en términos de volumen e ingresos que espera una empresa exportar de acuerdo a su capacidad de producción, transformación, músculo financiero y/o cualquier otra variable que permita delimitar la cantidad de bienes disponibles para el mercado internacional.

¹⁹ *Ibíd.* p., 6.

²⁰ *Ibíd.* p., 7.

²¹ *Ibíd.* p., 7.

²² *Ibíd.* p., 8.

Organoléptico: *“Las propiedades organolépticas son el conjunto de descripciones de las características físicas que tiene la materia en general, como por ejemplo su sabor, textura, olor, color. Todas estas sensaciones producen al comer una sensación agradable o desagradable”*²³.

Posición arancelaria: *“Aquella que fija el gobierno nacional dependiendo de un estudio o acuerdo previo, según las condiciones y necesidades de los productos de manera individual, con el fin de proteger en parte la economía nacional”*²⁴.

Proexport: *“Es la entidad encargada de la promoción del turismo internacional, la inversión extranjera y las exportaciones no tradicionales en Colombia”*²⁵.

Seguros necesarios: *“Servicio que facilita a los exportadores de un país, por parte de un asegurador, para protegerlo contra la falta de pagos y otros riesgos comerciales o riesgos políticos que pueden presentarse”*²⁶.

Tasa de cambio: *“Es la relación que hay entre la moneda de un país con la de otro o el precio al cual se paga una moneda nacional en términos de otra extranjera. La tasa de cambio es imprescindible en las operaciones de comercio exterior”*²⁷.

²³ Anónimo. Química.es. Propiedades organolépticas. [en línea]. [Consultado el 30 de abril de 2014]. Disponible en: http://www.quimica.es/enciclopedia/Propiedades_organol%C3%A9pticas.html

²⁴ DIAN. Consultas arancel, servicios en línea, Muisca. [en línea]. [Consultado el 30 de abril de 2014]. Disponible en: <https://muisca.dian.gov.co/WebArancel/DefMenuConsultas.faces>

²⁵ PROEXPORT COLOMBIA. Op. Cit. p. 12.

²⁶ Anónimo. Mercado Asegurador. El Seguro de Crédito: Reforzando Compromisos. [en línea]. [Consultado el 30 de abril de 2014]. Disponible en: <http://www.mercadoasegurador.com.ar/adetail.asp?id=2336>

²⁷ Anónimo. Informe: Mercado internacional y mercado financiero. La moneda y su valor. [en línea]. [Consultado el 30 de abril de 2014]. Disponible en: <http://www.ruthlesscriticism.com/mercado.htm>

- **Marco legal**

En uso de las atribuciones que le confiere la ley 09 de 1991 y el decreto 1173 del mismo año, el Comité Nacional de Cafeteros dictó y reglamentó la exportación de café tostado, molido o en grano, mediante la Resolución No. 1/91/V/30, la cual fue ampliada y/o modificada según resoluciones Nos. 1/92/II/26; 1/98/1/19, 2/98/II/2 y 1/99. En ella se encarga a la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia, entre otros, para controlar la calidad de la materia prima y del producto terminado en fábrica, bodegas, puertos y canales de distribución²⁸.

Resolución Número 2 de 1998

(Febrero 2)

EL COMITÉ NACIONAL DE CAFETEROS

CONSIDERANDO

- a. Que en el mercado internacional existe una demanda creciente por los cafés procesados con mezclas de distintos sabores y aromas.
- b. Que algunas empresas del país han expresado interés en participar en estos segmentos del mercado internacional de los cafés especiales, utilizando para el efecto la capacidad productora de grano colombiano, producido dentro del territorio nacional.
- c. Que el Artículo 23 de la Ley 9ª. de 1991 faculta al Comité Nacional para dictar las medidas conducentes a garantizar la calidad del café de exportación, y a la Federación Nacional de Cafeteros para vigilar el cumplimiento de esas medidas.

²⁸ COMITÉ NACIONAL DE CAFETEROS. Resolución Número 2 de 1998. [en línea]. [Consultado el 03 de mayo de 2014]. Disponible en: <http://www.cafedecolombia.com/familia>

RESUELVE:

ARTÍCULO PRIMERO: Autorízase la exportación de cafés procesados, saborizados o aromatizados elaborados en el territorio nacional con café colombiano.

PARAGRAFO: Para la elaboración de estos cafés con destino a la exportación se podrá utilizar exclusivamente café excelso colombiano como materia prima, a la cual se adicionarán únicamente los saborizantes o aromatizantes necesarios.

ARTÍCULO SEGUNDO: Para efectos del cálculo de la contribución cafetera correspondiente a las exportaciones a que hace referencia esta Resolución la cantidad de café excelso equivalente a los cafés procesados saborizados o aromatizados será igual a la establecida para cada producto de café procesado puro, sea éste tostado, soluble o extracto.

ARTÍCULO TERCERO: Sin perjuicio de lo establecido en la presente Resolución, será aplicable a las exportaciones de café procesados saborizados o aromatizados lo previsto en las resoluciones números 1 de 1991, 1 de 1992 y 1 de 1998 de este Comité.

ARTÍCULO CUARTO: Teniendo en cuenta que el producto que aquí se permite exportar pertenece al segmento de los “cafés especiales”, el número máximo de defectos permitido en el café con el cual se elabore dicho producto será el establecido para la categoría “Colombian Special Grade A”.

ARTÍCULO QUINTO: La Federación Nacional de Cafeteros no podrá autorizar la utilización de su logotipo “Juan Valdez” y demás marcas registradas para uso en exportaciones de cafés saborizados o aromatizados.

ARTÍCULO SEXTO: La presente Resolución rige a partir de la fecha de su expedición.

- **Fijación de Precios**

La fijación del precio interno de sustentación o café pergamino se establece en la resolución 2010 del 2000 firmada por el comité encargado de fijar los precios internos de compra de café, de la Federación Nacional de Cafeteros y sustentados en la ley noventa del 17 de enero de 1991.

Esta resolución establece y define el cálculo del precio interno:

ARTÍCULO PRIMERO: El precio interno de sustentación o café pergamino tipo Federación de que trata el parágrafo 2 del artículo 9 de la ley 9 de 1991, para efectos del Cálculo de la Contribución Cafetera estará determinado en función del comportamiento del precio de reintegro base ex-dock para el café colombiano, con los siguientes criterios:

- a) El precio interno de sustentación será como mínimo el estipulado en la norma, por carga de 125 kilogramos de café pergamino tipo Federación.
- b) El reintegro será el que corresponde al período de embarque para el cual se exportará el café. En consecuencia, podrán existir diferentes reintegros y precios de sustentación asociados a aquellos.
- c) Cuando el precio de reintegro no coincida con los valores consignados en la tabla, se procederá mediante interpolación extrapolación, según sea el caso.

d) Los valores por carga obtenidos se ajustarán proporcionalmente a la Tasa Representativa del Mercado del día del ajuste, con relación a \$2,225 por dólar, que corresponde a la tasa de cambio con la que se calculó la tabla.

e) El precio determinado de conformidad con la presente Resolución, expresado en pesos por kilo, se aproximará matemáticamente a pesos sin centavos.

ARTICULO SEGUNDO: La fijación del precio interno de sustentación para efectos del pago de la Contribución Cafetera se efectuará diariamente, con vigencia para el día siguiente.

PARAGRAFO: La Federación Nacional de Cafeteros determinará los precios internos de sustentación para efectos del cálculo de la Contribución Cafetera, que regirán cuando se presenten días festivos, ya sea en Colombia o por el cierre de la Bolsa del Café, del Cacao y del Azúcar de Nueva York y los comunicará de manera oportuna.

ARTICULO TERCERO: La Contribución Cafetera para el día del anuncio de venta del café, se determinará con base en el precio de reintegro del día hábil anterior al anuncio y con el precio de sustentación vigente el día del anuncio.

ARTICULO CUARTO: Una vez se publiquen los precios de cierre de la bolsa en las horas de la tarde, se informará a las Cooperativas el nuevo precio de sustentación. Este precio regirá para todos los anuncios que hagan las Cooperativas, entre la hora en que se define el precio de sustentación (2:30 p.m. aprox.) y las 12 del mediodía del día siguiente.

A partir de esa hora y hasta la publicación del nuevo precio de sustentación (2:30 p.m. aprox.) no se aceptarán anuncios de las Cooperativas a Almacafé. A partir de las 2:30 p.m. y hasta las 12 del mediodía del día siguiente aceptarán anuncios

al nuevo precio de sustentación. Almacafé solamente aceptará anuncios de las Cooperativas, de cafés adquiridos y debidamente facturados hasta el momento del anuncio.

El Comité de Precios determinará el precio diario de COMPRA del FNC en el mercado interno. El precio de COMPRA será aquel que resulte de restarle al precio del mercado para café colombiano, los costos netos de exportación y la Contribución Cafetera.

El precio del mercado para café colombiano estará determinado por el comportamiento de la bolsa y de la prima para el sector cafetero. El precio de bolsa y la prima son variables dinámicas que cambian con el comportamiento del mercado diario.

El precio de compra que pagará el FNC a sus proveedores será el que resulte de adicionar a la posición de pronto embarque del contrato C de café de la Bolsa de Nueva York, el diferencial para café colombiano, que se haya definido para el día de la compra, más el valor comercial de las pasillas producto de la trilla y sustrayendo los costos de la conversión ex-dock FOB y los costos internos, todos ellos determinados por el Comité Nacional de Cafeteros.

- **Marco temporal**

La investigación se realizará en el periodo comprendido entre enero del año 2014 a octubre del mismo año.

3. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION

3.1 OBJETIVO GENERAL

Diseñar una guía de exportación para cafés que le permita al empresario regional contar con un derrotero al momento de iniciar un proceso de internacionalización de su compañía.

3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar las características del producto a exportar y la capacidad exportadora que debe tener una empresa.

- Analizar las herramientas que debe emplear un empresario para determinar el país más conveniente para el producto.

- Determinar barreras de entrada, arancelarias y no arancelarias del mercado objetivo.

- Establecer de acuerdo al término de negociación la liquidación (de exportación) en pesos, dólares y las formas de pago utilizadas.

4. DISEÑO METODOLOGICO

4.1 TIPO DE ESTUDIO

Para desarrollar el presente estudio se utilizará la **investigación descriptiva**, ya que esta permite reseñar las características o rasgos de la situación o fenómeno objeto de análisis.

La Investigación descriptiva tiene como propósito la delimitación de los hechos que conforman el problema de investigación por esto es posible:

“Establecer las características demográficas de unidades investigativas (número de población, distribución por edades, niveles de educación, estado civil, entre otros). Identifica formas de conducta y actitudes de las personas que se encuentran en el universo de investigación (comportamientos sociales, preferencias de consumo, aceptación de liderazgo, motivación frente al trabajo, decisión de compra, etc.)”²⁹

“Establece comportamientos concretos; por ejemplo: cuantas personas demandan el producto; cuál es su actitud frente a su líder, a los problemas de desempleo, de ingresos; como se ejerce la función de auditoría, como se maneja las técnicas contables, como son los procesos de decisión, cuáles son las necesidades de la gente”³⁰.

“Descubre y comprueba la posible asociación de las variables de investigación, como son: la relación entre el precio y el consumo de un producto, actitud frente al líder autocrático y los mecanismos de control, la forma como el mercado se afecta

²⁹ MÉNDEZ ÁLVAREZ, Carlos Eduardo, Metodología, Diseño y Desarrollo el Proceso de Investigación con Énfasis en Ciencias Empresariales. 4 ed. Bogotá: Limusa 2008, Pág. 230.

³⁰ *Ibíd.* p., 230.

*por variables económicas y sociales, la aplicación de la sistematización y su uso en los principios contables, los análisis financieros y la auditoría y control*³¹.

De acuerdo a lo anterior, las funciones principales de la investigación descriptiva es la capacidad para seleccionar las características fundamentales del objeto de estudio y su descripción detallada de las partes, categorías o clases de dicho objeto.

4.2 MÉTODO DE INVESTIGACIÓN

El método de investigación que se va a emplear en el presente estudio donde se plantea una guía para empresas que deseen iniciar un proceso exportador de café especial, es el deductivo.

Este método de investigación permite al investigador organizar la información que se recopile, empleando las diferentes técnicas para ello, en un procedimiento lógico, es decir que se pueda emplear dicha información para hacer los análisis correspondientes y poder así llegar a conclusiones individualmente válidas.

El método deductivo es un proceso de conocimiento que se inicia con la observación de fenómenos generales con el propósito de señalar las verdades particulares contenidas explícitamente en la situación general.

Este método muestra las condiciones actuales del mercado y permite estudiar la viabilidad del proyecto desde diferentes enfoques, partiendo de la observación de hechos generales, es decir, la manera como las empresas han exportado este tipo de bienes y como se puede hacer de manera individual (como lo podría hacer una organización), a partir de este hecho generalizado, se elabora el manual

³¹ *Ibíd.* p., 230

exportador para que una empresa de manera particular pueda iniciar su proceso de internacionalización.

4.3 FUENTES Y TÉCNICAS PARA LA RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN

Para adquirir la información necesaria para la realización de este proyecto se utilizarán técnicas secundarias, como textos, prensa, documentos, internet (páginas especialmente de la DIAN y de Proexport Colombia), tesis hechas por otros investigadores, entre otros documentos que puedan servir como textos de apoyo y consulta para la complementariedad del manual exportador.

4.4 TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN

La información recopilada será organizada de forma coherente, de esta manera se puede obtener un buen instructivo para que todos los empresarios que deseen iniciar un proceso exportador tengan un instrumento técnico (Guía exportadora) para que por lo menos conozcan los pasos más importantes que deben realizar si deciden iniciar un proceso de internacionalización de su compañía.

4.5 LIMITANTES / LIMITACIONES

La principal limitante que se tiene para la realización del manual exportador, es el factor tiempo que se requiere por parte del equipo de trabajo para la búsqueda de la información, para visitar entidades como la Federación Departamental de Cafeteros, la DIAN, oficinas de Proexport, entre otras, que contribuyan con información para la consolidación de la guía exportadora.

1. CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO A EXPORTAR Y LA CAPACIDAD EXPORTADORA DE UNA EMPRESA

1.1 PRODUCTO

El producto para llevar al mercado internacional es un café especial tipo exportación tal como se aprecia en las siguientes figuras:

Figura 1. Muestra de café especial



Fuente: <https://www.google.com.co/search?q=imagenes+de+cafe&biw>

Figura 2. Tipo de café especial



Fuente: <https://www.google.com.co/search?q=imagenes+de+cafe&biw>

El café debe ser adquirido por las empresas de manera directa a los productores de café de la región, para garantizar la calidad del mismo se deben cerciorar que este provenga de aquellos productores que manejen buenas prácticas de agricultura, de manera que con ellos se contribuya a la conservación del medio ambiente y conlleve un alto grado de responsabilidad social, que son requisitos fundamentales para poder entrar con este tipo de bienes a los mercados internacionales.

1.2 CARACTERISTICAS Y ATRIBUTOS DEL PRODUCTO

Nombre del producto: Café supremo

Nombre técnico de producto:

- **Nombre Científico:** Coffea

- **Familia:** Rubiaceas
- **Variedad:** Exportación
- **Presentación:** Libras y Kilos
- **Unidades Comerciales:** Libras de 500 gr o kilos de 1.000 gr.
- **Peso Neto:** 456.6 gramos y 913.2 gramos(Si fuere para el mercado norteamericano)

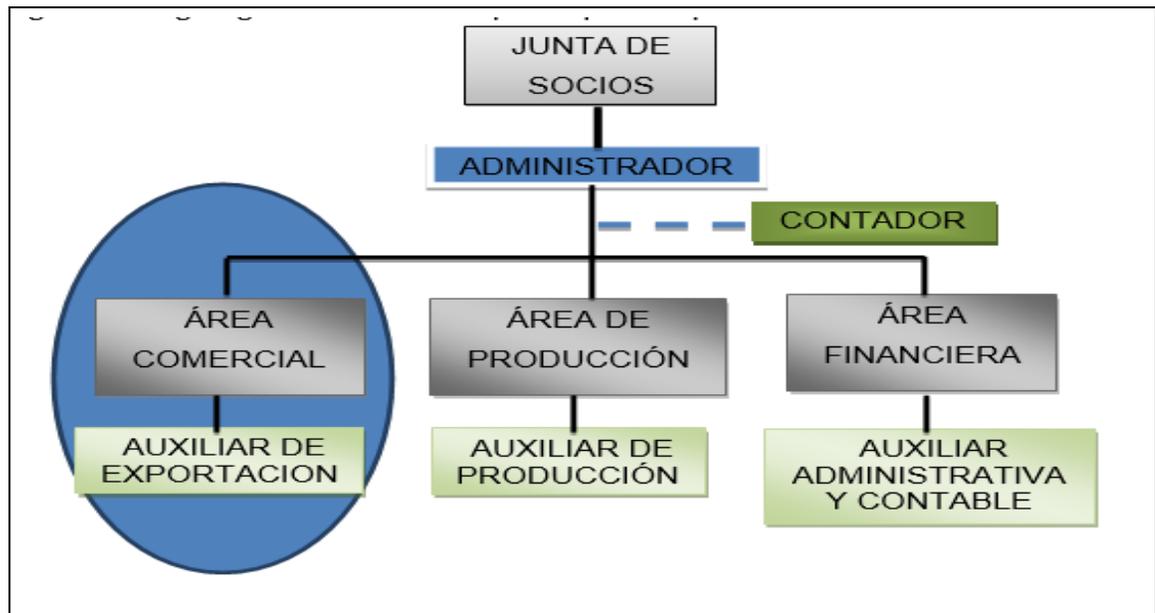
Para la exportación se acopian las unidades comerciales en cajas de 10 kilogramos.

1.3 CAPACIDAD EXPORTADORA DE UNA EMPRESA

1.3.1 Generalidades. Una empresa que desee ingresar al mercado exterior con un producto como el café tostado debe como mínimo tener claro lo siguiente:

- Nombre de la empresa:
- NIT:
- Objeto social.
- Sector económico al que pertenece
- Misión.
- Visión.
- Políticas de la empresa
- Objetivos: Objetivos comerciales, Objetivos operativos y Objetivos financieros
- Organigrama: Mínimo que tenga la siguiente estructura organizacional:

Figura 3. Organigrama de una empresa para exportar



Fuente: Elaboración propia

1.3.2 Control. Toda organización está compuesta por un conjunto de funciones complejas en su conformación y funcionamiento, una de ellas es vigilar si los resultados prácticos se ajustan lo más preciso posible a los programas establecidos por la empresa, el control actúa en todas las áreas y en todos los niveles jerárquicos de la organización.

Comparar los resultados actuales con los estándares y poner en práctica la acción correctiva cuando la realidad se desvía de la previsión o la planeación.

Las principales áreas de control en las empresas son:

a) Área de producción: En esta área es necesario establecer algunos controles que se deben cumplir indispensablemente para lograr un buen funcionamiento, así:

Este es un aspecto importante para la comercialización del producto que se desea exportar, una vez que debe cumplir con algunos estándares de calidad, para ingresar al mercado internacional, teniendo en cuenta que se trata de un café diferenciado (llamado café especial) y que es precisamente eso lo que se establece que van a ofertar las empresas. Por eso es indispensable que las fincas productoras y proveedoras del fruto cuenten con el apoyo y asesoría de entidades encargadas de ello como son Comité Departamental de Cafeteros (a través de los ingenieros agrónomos), la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia, el ICA, entre otros entes, que para tal efecto existen, pues estas entidades prestan gran apoyo y colaboración a los pequeños y medianos microempresarios cuando se trate de fomentar empresa, más aun cuando se trata de una organización para exportar.

En este orden de ideas, se cuenta con el apoyo de estas entidades quienes prestan asesoría, certifican el producto y aprueban la exportación.

Las empresas que deseen iniciar un proceso de internacionalización deben realizar controles de calidad especialmente en la compra del fruto, se debe verificar que este sea de buena calidad, libre en lo posible de plagas como la broca y otras que suelen atacar estos frutos. De igual manera se establece controles de calidad durante el proceso de producción y el almacenamiento del producto para exportación. Estos controles los ejercerán las empresas antes de llevar el café al puerto para embarque, de manera que se esté seguro de la calidad el fruto para que cuando sea sometido a los controles que ejerce sobre las exportaciones la Federación Nacional no se tenga problemas al respecto.

En el puerto la Federación Nacional de Cafeteros, realiza los análisis de calidad del café tipo exportación, para lo cual este organismo de control, toma una muestra representativa para medir la humedad, que no debe superar el 12%, cuando el clima en el país es lluvioso autorizan hasta un máximo de 13%. De la

misma manera examinan los defectos como son: el color (que no esté alterado el color normal del café), que sea un producto uniforme, que no presente ningún otro problema.

Finalmente el café es sometido a la captación por un experto, que puede ser rechazado si este detecta algún sabor a químico o vinagre.

b) Área comercial: Es el área de la empresa que se encarga de vender o comercializar el producto, para ello se propone el control en los siguientes aspectos:

- **Control de ventas:** Cumplir con la proyección de ventas estimada de acuerdo a la capacidad operativa (músculo financiero, capacidad de compra, almacenamiento, logística, entre otros) de cada empresa, sobre el estándar de ventas se ejercerá el control.

- **Control de costos:** Verificar continuamente los costos de ventas del producto, de esta manera se puede realizar las cotizaciones de ventas del mismo en el mercado extranjero.

c) Área financiera: Es el área de las empresas que se encarga de los recursos financieros, como el capital, la facturación, los pagos, costos, gastos, entre otros. allí se ejerce el Control presupuestario, es decir, se controlan los gastos y costos presupuestados, para corregir cualquier desvío en los mismos de las empresas.

d) Área de logística: Se encarga de coordinar el despacho y envío del producto. Se debe seguir un estricto control en la entrega del producto: El transporte del bien se debe realizar a partir de la consolidación de carga, esta debe ir en un container debidamente inspeccionado, libre de humedad, con una

temperatura ambiente. Cualquier retraso en el tránsito normal del producto puede ocasionar la entrega tardía de la exportación y por consiguiente se pueden presentar incumplimientos de lo acordado con el cliente. Por tal motivo se debe controlar cada paso de la exportación con el fin de que esta no sufra tropiezos que puedan afectar la negociación, calidad del producto, tiempo de entrega, activación de pólizas de cumplimiento, entre otras.

1.3.3 Capacitación. Brindar al personal de cada empresa la capacitación necesaria para el manejo del producto en cuanto a calidad (tamaño, color, aroma, entre otras). De igual forma se le debe brindar todo el entrenamiento al personal, sobre los procesos de exportación donde esté involucrada una actividad de la empresa propiamente dicha, es decir, aquellas funciones que no desarrollen los operadores logísticos o las SIA's. (Sociedades de Intermediación Aduaneras).

La capacitación se debe orientar a la satisfacción del cliente, velando por ofrecerle un producto diferenciado que satisfagan sus principales gustos y necesidades que suple el producto como tal.

1.4ANÁLISIS DE LA CAPACIDAD EXPORTADORA DE UNA EMPRESA

Para determinar la capacidad exportadora de una empresa dedicada a la exportación de café, se deben analizar los siguientes aspectos:

1.4.1 Análisis de producción. Una vez comprado el café a los productores y trasladado a las instalaciones de cada empresa, empieza el proceso de producción, para ello: ... *“el grano se seca en un tambor giratorio para eliminar cualquier residuo de humedad, después se lleva a una temperatura de aproximadamente 200 °C. La primera fase del tueste es de intercambio de calor: el*

*grano en bruto empieza a absorber el calor, lentamente se seca y toma un color dorado, mientras se forma un agradable perfume a tostado*³².

*“Seguidamente, el grano adquiere el 60% de su volumen, adoptando un ligero color pardo. Surge el primer tronido del café (o primer crack), indicando su expansión en volumen. El aroma se fortalece, y se vuelve un poco picante, ácido, ya que el café no ha desarrollado aún sus propiedades. El café se expande hasta al doble de su tamaño original y pierde un 15% de su peso. Una vez alcanzados los 220°C, se obtienen los cafés claros. El humo que despide es blanquizo, formado por el dióxido de carbono, pero el aroma ya es mucho más agradable, dejando percibir los aromas frutales del café. Entre los 225 y 227 °C, se obtienen cafés de tuestes medios, y cerca del 228°C, se obtiene un segundo tronido (o segundo crack), indicando que se entra a la región de tuestes medio oscuros. Hasta los 230°C se consideran en este nivel de tueste, y a partir de ahí, se vuelven tuestes oscuros (existen subdivisiones de estos tuestes: cubano, italiano y francés)”*³³.

*“A medida que el grano se tuesta pierde densidad (pierde peso y gana volumen). Pierde CO₂, un proceso que continúa durante varios días después del tueste. Pierde acidez por la ganancia de cuerpo (amargura) y puede llegar a exponer sus aceites en la superficie, dando al café un sabor amargo”*³⁴.

“El nivel de tueste es importante para obtener diferentes perfiles de café para satisfacer los distintos gustos del consumidor. El nivel de tueste lo determina la agudeza del tostador, quien en su experiencia determina el momento preciso en que hay que sacar los granos para obtener el sabor deseado. El aroma a café

³² Anónimo. La tiendita, Proceso de producción del café. [en línea]. [Consultado el 23 de mayo de 2014]. Disponible en: <http://www.cafelanacional.com/nosotros/proceso-de-produccion-del-cafe/>

³³ *Ibíd.* p., 2.

³⁴ *Ibíd.* p., 2.

*fresco tostado llena el ambiente, seduciendo a todo aquel que se encuentre cerca, e invitándolo a deleitarse con una rica taza*³⁵.

*“Una vez alcanzado el grado de tueste deseado, el café debe ser enfriado. El proceso de enfriamiento por aire deja intactos los mejores aromas y preserva el café de cualquier rastro de humedad, tal como se puede apreciar en la siguiente figura”*³⁶:

Figura 4. Proceso de tueste del café



Fuente: <http://www.cafelanacional.com/nosotros/proceso-de-produccion-del-cafe/>

“El café tostado sin moler puede ser conservado por un máximo de 30 días, después de los cuales ya ha perdido la mayor parte de sus aceites esenciales y compuestos volátiles. La pérdida de sus aromas comienza tan pronto es tostado, y es debido al contacto con el aire. Sin embargo, es la oxidación o añejamiento de sus aceites lo que provoca que pierda su sabor. Esto es, el café tostado sin moler,

³⁵ *Ibíd.* p., 2.

³⁶ *Ibíd.* p., 3.

en el momento del tueste expide aromas, y lo sigue haciendo en el tiempo, pero con menor intensidad. Esto no es tan grave, debido que aún conserva sus aromas y sabores en el interior. Pero pasados los 30 días, los aceites del café comienzan a experimentar la misma oxidación que sufrieron tiempo atrás los compuestos responsables del aroma. Esto lo vuelve en un sabor rancio, menos intenso y que se detecta en la taza. Se pierde su sabor volviéndose más plano, incapaz de mostrar sus tonos o su profundidad. Idealmente, se debe consumir en las tres primeras semanas después de tostado”³⁷.

“El molido es todavía un proceso más crítico. Al moler el café, incrementa su área superficial, esto es, el área en contacto con el aire, por lo que los procesos de oxidación se aceleran tremendamente, logrando que el café molido solo pueda estar en condiciones de ambiente un máximo de 3 días, de ahí la importancia de empacarlo de manera rápida para que conserve sus propiedades, este empaque lo hace la empresa al vacío, con lo cual se conserva su aroma una vez que se mantiene aislado del aire, evitando su oxidación”³⁸.

Una vez empacado el producto al vacío se coloca el estiker de cada empresa, con todas las indicaciones del producto (para exportar debe colocárseles también en el idioma original de cada país). Posteriormente se almacena en un lugar fresco y seco a temperatura ambiente.

A continuación se muestra la oferta exportable, es decir, la cantidad de café que a exportado Colombia en los últimos tres años, así:

³⁷ *Ibíd.* p., 3.

³⁸ *Ibíd.* p., 4.

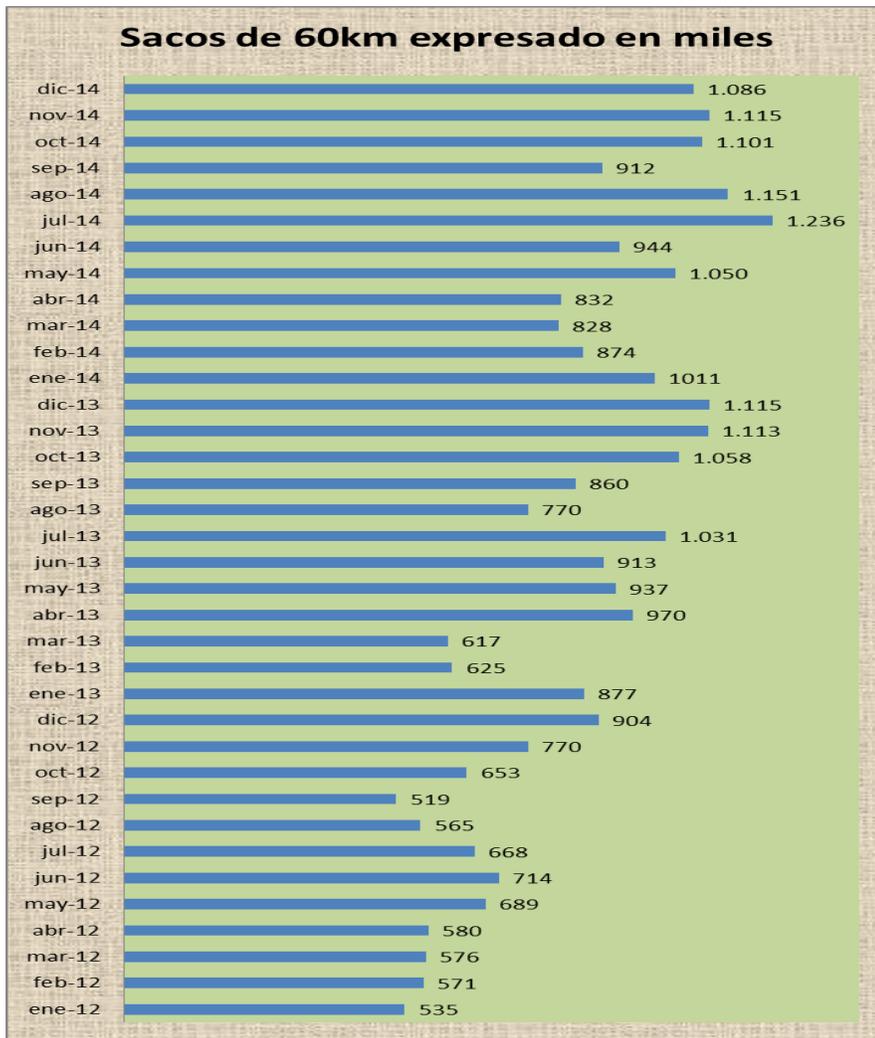
Tabla 1. Exportaciones de café colombiano en los últimos tres años

Periodo	Sacos de 60kg expresado en miles
ene-12	535
feb-12	571
mar-12	576
abr-12	580
may-12	689
jun-12	714
jul-12	668
ago-12	565
sep-12	519
oct-12	653
nov-12	770
dic-12	904
ene-13	877
feb-13	625
mar-13	617
abr-13	970
may-13	937
jun-13	913
jul-13	1.031
ago-13	770
sep-13	860
oct-13	1.058
nov-13	1.113
dic-13	1.115
ene-14	1011
feb-14	874
mar-14	828
abr-14	832
may-14	1.050
jun-14	944
jul-14	1.236
ago-14	1.151
sep-14	912
oct-14	1.101
nov-14	1.115
dic-14	1.086

Fuente: Federación Nacional de Cafeteros de Colombia, disponible en: http://www.federaciondecafeteros.org/particulares/es/quienes_somos/119_estadisticas_historicas/

El siguiente gráfico presenta dicho comportamiento:

Gráfica 1. Comportamiento de las exportaciones de café colombiano en los últimos tres años



Fuente: elaboración propia a partir de las cifras histórica de la Federación Nacional de Cafeteros.

1.4.2 Tecnología y estado del equipo. Las empresas deben hacer un análisis de la maquinaria y equipo que requiera para la producción, de manera que esta sea la más adecuada, de forma que soporte un proceso productivo adecuado para llegar con el producto al mercado exterior en condiciones de competitividad.

1.4.2 Nivel de utilización de la capacidad instalada. Cada empresa debe estimar su capacidad utilizada de manera que pueda responder ante posible demanda creciente en el mercado internacional que aborde.

1.4.3 Mantenimiento del equipo. A los equipos de producción se les debe hacer mantenimiento cada vez que se utilizan, este mantenimiento es de limpieza, pero también de manera bimensual se debe hacer mantenimiento preventivo, esto con el fin de detectar posibles fallas en los equipos.

A los equipos de comunicación y computación se les propone hacer un mantenimiento semestral (se formatean) porque de esto depende la operación de cada empresa en cuanto a su objeto social, especialmente en la comercialización del café a nivel internacional.

1.4.4 Políticas ambientales. La actividad económica a la que se dedican estas empresas, no es una actividad que contamine el medio ambiente, por lo tanto los cuidados que se deben tener son realmente pocos, sin embargo, las firmas deben procurar todo lo posible por evitar empaques que no sean biodegradables, de igual manera en la exportación se debe procurar adquirir los pallet o sea las estibas en lugares autorizados para ello, que cumplan las condiciones de la norma NIMF N°. 15 emanada del ICA, y que el proveedor de dichos materiales cumpla con el plan de reforestación.

1.5 ANÁLISIS FINANCIERO

En el análisis del área financiera de las empresas se debe establecer sí se cuenta con todas las condiciones para soportar el proceso de exportación del café, además observar la posibilidad de adquirir un préstamo para capital de trabajo, ya que generalmente en un proceso de comercio exterior se debe financiar una parte de la mercancía enviada, mientras se hace el proceso de retorno de visas, para

ello las empresas deben establecer el nivel de endeudamiento, que se determina mediante la siguiente expresión:

Endeudamiento	=	$\frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Activo Total}}$
----------------------	---	---

Para financiar un proceso de exportación, en Colombia existen diferentes fuentes de financiamiento como es el caso de Bancoldex, el cual es un banco de segundo piso que hace préstamos a los empresarios a tasa de interés mucho más económicas que las registradas en la banca financiera de primer piso. De igual forma hay otras entidades que ofrecen apoyo y créditos a los empresarios que coloquen en funcionamiento empresas tipo exportación, por ejemplo Proexport Colombia aporta hasta un 50% de las inversiones requeridas para la iniciación de la actividad exportadora, otra posible fuente de financiación es el IFI y FOMIPYME, todas estas son alternativas que se deben tener presentes para analizar las diversas alternativas de préstamos para financiar sus actividades operativas – comerciales.

Para el manejo de la contabilidad, las empresas deben contar con un software contable especializado, como es por ejemplo el Apolo, Nubox, Siigo, entre otros que les permita llevar una contabilidad adecuada y puedan responder de manera inmediata a la información necesaria para la toma oportuna de las decisiones, lo cual contribuye con agilidad y confianza en la información recopilada y consignada en este medio; por lo tanto se hace posible obtener, analizar y organizar información oportuna de un modo bastante económico.

Una vez analizados estos aspectos se puede establecer preliminarmente si una organización puede iniciar o no el proceso de internacionalización del producto.

2. HERRAMIENTAS QUE DEBE EMPLEAR UN EMPRESARIO PARA DETERMINAR EL PAÍS OBJETIVO

Para determinar el país meta, es decir, aquella nación que ofrezca las mejores condiciones para exportar el producto, se debe diligenciar la matriz de preselección de mercados que para tal efecto maneja Proexport Colombia, la cual se muestra a continuación:

Tabla 2. Matriz de selección de países

SELECCIÓN DE MERCADO OBJETIVO

PAIS 1			PAIS 2			PAIS 3			PAIS 4			PAIS 5		
Ind.	Calif.	Peso												

A. FACTORES MACROECONOMICOS

Moneda	5%			0			0			0			0			0
PIB US\$	10%			0			0			0			0			0
PIB Per cápita	5%			0			0			0			0			0
Crecimiento del PIB	15%			0			0			0			0			0
Ingreso per cápita	10%			0			0			0			0			0
Inflación	5%			0			0			0			0			0
Tipo de Cambio	10%			0			0			0			0			0
Desarrollo Económico	5%			0			0			0			0			0
I.E.D	5%			0			0			0			0			0
Deuda Externa	5%			0			0			0			0			0
Balanza bilateral	5%			0			0			0			0			0
IPC	5%			0			0			0			0			0
Tasa de Interés	5%			0			0			0			0			0
Balanza Comercial	10%			0			0			0			0			0
TOTAL	20%			0												

B. INDICADORES DEMOGRAFICOS

Idioma	10%			0			0			0			0			0
Religión	5%			0			0			0			0			0
Población	20%			0			0			0			0			0
% Población Económicamente Activa	15%			0			0			0			0			0

Tasa Desempleo	5%			0			0			0			0			0
Tasa Natalidad	5%			0			0			0			0			0
Tasa Mortalidad	5%			0			0			0			0			0
% Población Industrial	5%			0			0			0			0			0
Crecimiento Poblacional hab.	10%			0			0			0			0			0
Densidad Poblacional Km2	10%			0			0			0			0			0
Concentración Rural %	5%			0			0			0			0			0
Concentración Urbana %	5%			0			0			0			0			0
TOTAL	5%			0												

C. SITUACION POLITICA

Tipo de Gobierno	25%					0				0					0		
Panorama Político-Económico general	50%					0				0					0		
Índice de Percepción de Corrupción	25%					0				0					0		
TOTAL	10%			0		0				0					0		

PAIS 1			PAIS 2			PAIS 3			PAIS 4			PAIS 5		
Ind.	Calif.	Peso												

D. BARRERAS COMERCIALES

Gravamen Arancelario	30%			0			0			0			0			0
Arancel a terceros	10%			0			0			0			0			0
IVA	7%			0			0			0			0			0
Acuerdo Internacional	7%			0			0			0			0			0
Barreras no Arancelarias	5%			0			0			0			0			0
Otros Impuestos Internos	5%			0			0			0			0			0
Costos Registros Sanitarios	3%			0			0			0			0			0
Costos registro marca	7%			0			0			0			0			0
Tiempo registro marcas	2%			0			0			0			0			0
Exigencias Certificaciones de Calidad	1%			0			0			0			0			0

Normas Ambientales	2%		0		0		0		0		0		0
Exigencias otras normas	1%		0		0		0		0		0		0
Bancos representados	5%		0		0		0		0		0		0
Confiabilidad en pagos	8%		0		0		0		0		0		0
Oficinas comerciales	7%		0		0		0		0		0		0
TOTAL	20%		0										

E. COMERCIO EXTERIOR

Posición Arancelaria	0%		0		0		0		0		0		0
Total US\$ Export. Colomb. 2010	25%		0		0		0		0		0		0
Total US\$ Export. Colomb. 2011	25%		0		0		0		0		0		0
Total US\$ Import. Colomb. 2010	25%		0		0		0		0		0		0
Total US\$ Import. Colomb. 2011	25%		0		0		0		0		0		0
TOTAL	15%		0										

F. LOGISTICA INTERNACIONAL

Empaque y Embalaje													
Transporte Aéreo	Flete	30%		0		0		0		0		0	
	Frecuencia	5%		0		0		0		0		0	
	Tiempo Transito	5%		0		0		0		0		0	
Transporte Marítimo	Flete	35%		0		0		0		0		0	
	Frecuencia	5%		0		0		0		0		0	
	Tiempo Transito	5%		0		0		0		0		0	
Transporte Terrestre	Flete	5%		0		0		0		0		0	
	Frecuencia	5%		0		0		0		0		0	
	Tiempo Transito	5%		0		0		0		0		0	
TOTAL		10%		0									

PAIS 1			PAIS 2			PAIS 3			PAIS 4			PAIS 5		
Ind.	Calif.	Peso												

G. ANALISIS DE LA COMPETENCIA

Proveedores Internacionales	50%			0				0				0			0
Proveedores Nacionales	50%			0				0				0			0
TOTAL	10%			0				0				0			0

H. MERCADO

Segmento del Mercado	30%			0				0				0			0
Medios de Comunicación	20%			0				0				0			0
Ferias Especializadas	30%			0				0				0			0
Canales de Distribución	10%			0				0				0			0
Tradición de Compra	5%			0				0				0			0
Estacionalidad	5%			0				0				0			0
TOTAL	10%			0				0				0			0

I. EXPERIENCIAS COMERCIALES

Exportaciones Directas	0%			0				0				0			0
Exportaciones Indirectas	0%			0				0				0			0
Visitas al País	0%			0				0				0			0
Participación en Ferias del País	0%			0				0				0			0
Experiencias con entidades estatales	0%			0				0				0			0
TOTAL	0%			0				0				0			0

GRAN TOTAL				0				0				0			0
-------------------	--	--	--	----------	--	--	--	----------	--	--	--	----------	--	--	----------

Fuente: Proexport Colombia

Ahora para hacer el ejercicio de la manera como se diligencia la matriz, se seleccionarán cuatro países que se consideran pueden ser considerados mercado objetivo para el producto que se desea exportar en este caso el café y se procede a su diligenciamiento, así:

Tabla 3. Ejemplo de la matriz de selección de países

I. SELECCIÓN DE MERCADO OBJETIVO

China			Rusia			India			Estados unidos		
Indicador	Calif.	Peso	Indicador	Calif.	Peso	Indicador	Calif.	Peso	Indicador	Calif.	Peso

A. FACTORES MACROECONOMICOS

Moneda	5%	Yuan Chino	1	0,05	RUB	1	0,05	Rupia	1	0,05	Dólar	5	0,25
		\$8.227.102.629									\$15.684.800.000		
PIB US\$	10%	.831	4	0,4	\$1.479.819.000.000	2	0,2	\$4.463.100.000.000	3	0,3	0	5	0,5
PIB Per cápita	5%	\$6.121	4	0,2	\$10.351	3	0,15	\$3.595	2	0,1	\$50.338	5	0,25
Crecimiento del PIB	15%	8%	5	0,75	4%	4	0,6	3,20%	3	0,45	2%	2	0,3
Ingreso per cápita	10%	\$ 6.091	4	0,4	\$ 14.037	3	0,3	\$ 1.489	2	0,2	\$ 50.610	5	0,5
Inflación	5%	2,65%	4	0,2	6,45%	2	0,1	8,90%	2	0,1	1,96%	4	0,2
Tipo de Cambio	10%	Dólar	5	0,5	Dólar	5	0,5	Dólar	5	0,5	Dólar	5	0,5
Desarrollo Económico	5%	Ingresos Elevados	5	0,25	Renta Media Alta	4	0,2	Bajos Ingresos	1	0,05	Ingresos Elevados	5	0,25
		\$121.080.000.000											
I.E.D	5%	00	4	0,2	\$51.416.000.000	3	0,15	\$25.543.000.000	2	0,1	\$167.620.000.000	5	0,25
		\$697.200.000.000									\$14.710.000.000.000		
Deuda Externa	5%	00	3	0,15	\$519.400.000.000	3	0,15	\$289.700.000.000	3	0,15	0	3	0,15
		\$			\$			\$			\$		
Balanza bilateral	5%	(3.783.909.663)	1	0,05	(832.346)	1	0,05	212.005.557	5	0,25	8.496.169.264	5	0,25
IPC	5%	2,70%	4	0,2	6,50%	1	0,05	11,06%	1	0,05	1,96%	5	0,25
Tasa de Interés	5%	3,30%	3	0,15	8,20%	1	0,05	9,04%	1	0,05	1,20%	5	0,25
Balanza Comercial	10%	-141964833400	1	0,1	-141.964.833.400	1	0,1	-141.964.833.400	1	0,1	297.804.892.802	5	0,5
TOTAL	20%			0,72			0,53			0,49			0,88

B. INDICADORES DEMOGRAFICOS

Idioma	10%	Mandarín	1	0,1	Ruso	1	0,1	Hindú	1	0,1	Ingles	5	0,5
Religión	5%	Politeísta	3	0,15	Ortodoxa	3	0,15	Hinduismo	3	0,15	Protestante	3	0,15

Población	20%	1.344.130.000	5	1	142.960.000	3	0,6	1.241.491.960	4	0,8	311.591.917	4	0,8
% Población Económicamente Activa	15%	816.584.623	5	0,75	76.420.864	2	0,3	476.663.507	5	0,75	159.068.557	4	0,6
Tasa Desempleo	5%	6,50%	3	0,15	6,60%	3	0,15	9,80%	3	0,15	9%	3	0,15
Tasa Natalidad	5%	12,31	4	0,2	10,94	4	0,2	20,6	5	0,25	13,68	5	0,25
Tasa Mortalidad	5%	7,17	3	0,15	16,03	3	0,15	7,43	3	0,15	8,39	3	0,15
% Población Industrial	5%	13,09%	5	0,25	4,70%	4	0,2	4,80%	4	0,2	4,10%	4	0,2
Crecimiento Poblacional hab.	10%	0,50%	4	0,4	0,40%	4	0,4	1,40%	5	0,5	0,70%	5	0,5
Densidad Poblacional Km2	10%	144	4	0,4	9	1	0,1	418	5	0,5	34	3	0,3
Concentración Rural %	5%	50%	4	0,2	26,2	3	0,15	69%	1	0,05	18%	5	0,25
Concentración Urbana %	5%	51%	4	0,2	73,8	3	0,15	31%	1	0,05	82%	5	0,25
TOTAL	5%			0,198			0,133			0,183			0,205

C. SITUACION POLITICA

Tipo de Gobierno	25%	Comunista	2	0,5	Federal Democracia Parlamentaria	4	1	Federal Democracia Parlamentaria	4	1	Federal Democracia Representativa	4	1
Panorama Político-Económico general	50%	Alto	5	2,5	Baja	2	1	Media Baja	3	1,5	Media - Alta	4	2
Índice de Percepción de Corrupción	25%	Media Alta	3	0,75	Alta	3	0,75	Media Alta	3	0,75	Baja	5	1,25
TOTAL	10%			0,375			0,275			0,325			0,425

D. BARRERAS COMERCIALES

Gravamen Arancelario	30%	12%	2	0,6	12,20%	2	0,6	12%	2	0,6	0%	5	1,5
Arancel a terceros	10%	ND		0	ND		0	ND		0	ND		0
IVA	7%	17%	2	0,14	18,00%	2	0,14	13%	2	0,14	7%	5	0,35
Acuerdo Internacional	7%	NO		0	NO		0	NO		0	SI		0
Barreras no Arancelarias	5%	ND		0	ND		0	ND		0	ND		0
Otros Impuestos Internos	5%	ND		0	ND		0	ND		0	ND		0
Costos Registros Sanitarios	3%	ND		0	ND		0	ND		0	ND		0
Costos registro marca	7%	ND		0	ND		0	ND		0	ND		0
Tiempo registro marcas	2%	ND		0	ND		0	ND		0	ND		0
Exigencias Certificaciones de Calidad	1%	ND		0	ND		0	ND		0	ND		0
Normas Ambientales	2%	ND		0	ND		0	ND		0	ND		0
Exigencias otras normas	1%	ND		0	ND		0	ND		0	ND		0
Bancos representados	5%	ND		0	ND		0	ND		0	ND		0
Confiability en pagos	8%	ND		0	ND		0	ND		0	ND		0
Oficinas comerciales	7%	ND		0	ND		0	ND		0	ND		0

TOTAL	20%			0,148			0,148			0,148			0,37
-------	-----	--	--	-------	--	--	-------	--	--	-------	--	--	------

E. COMERCIO EXTERIOR

Posición Arancelaria	0%	11051		0	11051		0	11051		0	11051		0
		\$			\$			\$			\$		
Total US\$ Export. Colomb. 2010	25%	1.967.000.000	3	0,75	60.092.310	4	1	363.000.000	4	1	16.918.000.000	4	1
		\$			\$			\$			\$		
Total US\$ Export. Colomb. 2011	25%	1.457.866.410	3	0,75	64.167.654	4	1	277.005.557	4	1	20.358.035.820	4	1
		\$			\$			\$			\$		
Total US\$ Import. Colomb. 2010	25%	3.343.551.709	3	0,75	Menos de 65 Mill US	4	1	Menos de 65 Mill US	4	1	9.303.447.960	4	1
		\$			\$			\$			\$		
Total US\$ Import. Colomb. 2011	25%	5.241.776.073	3	0,75	Menos de 65 Mill US	4	1	Menos de 65 Mill US	4	1	11.861.866.556	4	1
		\$			\$			\$			\$		
TOTAL	15%			0,45			0,6			0,6			0,6

F. LOGISTICA INTERNACIONAL

Empaque y Embalaje													
Flete	30%	ND		0	ND		0	ND		0	ND		0
Transporte Aéreo													
Frecuencia	5%	Todos los días	4	0,2	Todos los días	4	0,2	Todos los días	4	0,2	Todos los días	4	0,2
Tiempo Transito	5%	N/A		0	N/A		0	N/A		0	N/A		0
		\$			\$			\$			\$		
Transporte Marítimo													
Flete	35%	885	4	1,4	1.000	1	0,35	1.777	1	0,35	829	5	1,75
Frecuencia	5%	Semanal	5	0,25	Semanal	5	0,25	Semanal	5	0,25	Semanal	5	0,25
Tiempo Transito	5%	37 Días	1	0,05	20 a 25 Días	1	0,05	35 a 56 Días	1	0,05	10 Días	5	0,25
Transporte Terrestre													
Flete	5%	N/A		0	N/A		0	N/A		0	N/A		0
Frecuencia	5%	N/A		0	N/A		0	N/A		0	N/A		0
Tiempo Transito	5%	N/A		0	N/A		0	N/A		0	N/A		0
TOTAL	10%			0,19			0,085			0,085			0,245

G. ANALISIS DE LA COMPETENCIA

Proveedores Internacionales	50%	ND		0									
Proveedores Nacionales	50%	ND		0									
TOTAL	10%			0			0			0			0

H. MERCADO

Ségmento del Mercado	30%			0			0			0			0
Medios de Comunicación	20%			0			0			0			0
Ferías Especializadas	30%			0			0			0			0
Canales de Distribución	10%			0			0			0			0
Tradicón de Compra	5%			0			0			0			0

Estacionalidad	5%		0		0		0		0
TOTAL	10%		0		0		0		0

GRAN TOTAL		2,08	1,77	1,83	2,73
-------------------	--	------	------	------	------

Fuente: elaboración propia

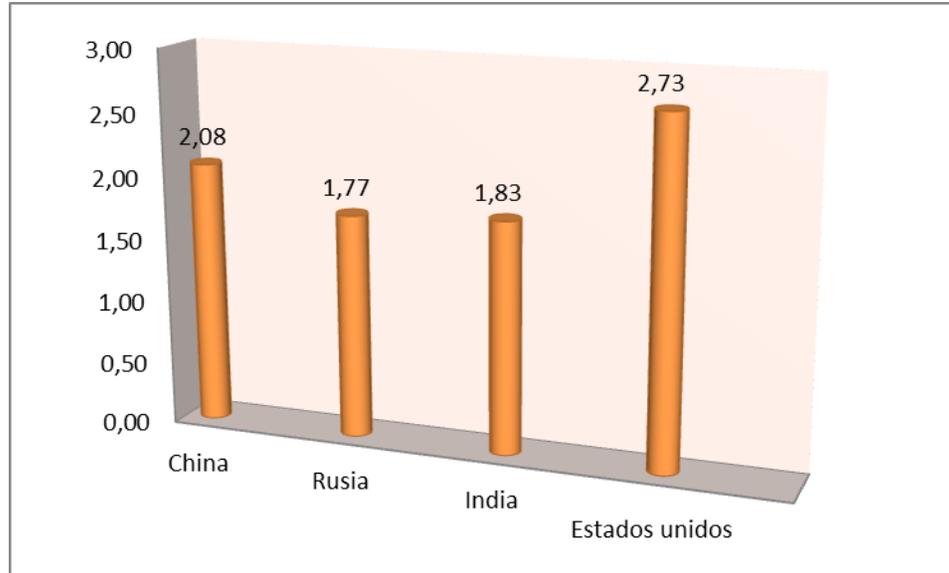
NA= No Aplica: Cuando la variable no aplica al mercado. Ej: Transporte terrestre de Colombia a USA. (No existe esta variable).

ND=No disponible. Cuando la información no pudo ser obtenida. No se debe llenar para no alterar el resultado final.

NOTA: Es importante que todas las casillas sean llenadas. Si una variable de un país no se llena, la misma variable de los demás países.

Los resultados obtenidos se pueden apreciar en la siguiente gráfica:

Gráfica 2. Resultados de la preselección de mercados



Fuente: elaboración propia

Como se puede apreciar, el mercado que debe seleccionarse para adelantar toda la investigación concerniente a la posibilidad de exportar el producto es los Estados Unidos, seguido de China, luego India y finalmente Rusia, con esta herramienta se permite orientar de mejor manera la posibilidad de lograr el éxito cuando se emprende un proyecto de estas condiciones.

Se debe seleccionar cinco países que por diversos aspectos (Tratados de Libre Comercio, afinidad cultural, balanza cambiaria, población que consumen café, entre otros), que el empresario crea que son los países más convenientes para llegar con el producto; una vez seleccionados, se inicia la búsqueda de la información de todas las variables que conforman la matriz, en la casilla azul se coloca el indicador, en la casilla café se coloca la calificación y el peso es obtenido por la multiplicación entre el porcentaje que ya está establecido en la matriz por la calificación asignada a cada factor. Finalmente se suman todos los pesos y aquel país que obtenga el mayor valor deberá ser preseleccionado como el país mercado objetivo.

Nota: NA= No Aplica: Cuando la variable no aplica al mercado. Ej: Transporte terrestre de Colombia a USA. (No existe esta variable).

ND=No disponible. Cuando la información no pudo ser obtenida.

Es importante que todas las casillas sean llenadas. Si una variable de un país no se llena, la misma variable de los demás países no se debe llenar para no alterar el resultado final.

Una vez seleccionado el país objetivo para llegar con el café, se debe profundizar en los siguientes aspectos:

1. AFINIDAD CULTURAL Y COMERCIAL
2. DESTINO ACTUAL DE LAS EXPORTACIONES DEL PAÍS OBJETIVO
3. COMPETIDORES
4. PREFERENCIAS ARANCELARIAS
5. DISPONIBILIDAD DE TRANSPORTE
 - 5.1 Panorama general.
 - 5.2 Acceso Marítimo.
 - 5.3 Acceso Aéreo.
6. EXIGENCIAS DE ENTRADA

6.1 Cuotas de Importación.

6.2 Etiquetado.

6.3 Requisitos de etiquetado.

6.4 Estándares de inspección y requerimientos especiales del café.

6.5 Impuesto sobre el valor añadido.

Lo anterior con el fin de confirmar que efectivamente el país seleccionado es la mejor alternativa para introducir el bien. De lo contrario, si se encuentra alguna barrera que impida la entrada en condiciones de competitividad del producto, se debe descartar y por lo tanto tomar el siguiente país con la calificación más alta según la matriz de preselección de mercados.

3. BARRERAS DE ENTRADA, ARANCELARIAS Y NO ARANCELARIAS DEL MERCADO OBJETIVO

Para establecer las barreras de entrada de un producto (para este caso específico el café), es necesario conocer la posición arancelaria del bien a exportar, para ello se debe realizar el siguiente procedimiento:

Se ingresa a la página de la DIAN, link consulta de arancel.

Figura 5. Ingreso a la página de la DIAN para consulta de arancel

The screenshot shows the DIAN website interface. At the top left is the DIAN logo (Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales) and at the top right is the Colombian coat of arms (República de Colombia). A green navigation bar contains links: 'Sobre la DIAN', 'Normatividad', 'Cifras y Gestión', 'Servicio al Ciudadano', 'Contratación', and 'Ventas y Remates'. Below this is a breadcrumb trail: '¿Dónde estoy?: Inicio | Consultas Arancel'. The main content area is titled 'Consultas Arancel' and 'SERVICIOS EN LÍNEA MUISCA'. On the left, there is a vertical menu with icons and text for 'Inscripción RUT', 'Nuevos Usuarios', 'Usuarios Registrados', 'Guía de Servicios en línea', 'Gestión Aduanera', and 'Otros Servicios'. Below this is a 'Destacados del mes' section with 'Firma Digital' and 'Obtener en 2 pasos su Copia del RUT'. On the right, a table lists various consultation options. A red arrow labeled 'Clic' points to the 'Estructura nomenclatura' row in the table.

General	Consulta por subpartida arancelaria de toda la información adjunta a ella.
Por medidas	Consulta de una medida determinada, aplicada a una subpartida o varias subpartidas.
Por código de nomenclatura	Dada una Partida o subpartida arancelaria, el sistema muestra toda la estructura arancelaria que depende de dicho código.
Estructura nomenclatura	Consulta de la estructura del Arancel partiendo de las secciones, mostrando desdoblaminetos y Notas Legales de Sección y Capítulo.
Índice alfabético arancelario	Consulta de las subpartidas a partir del nombre de la mercancía.
Reglas generales	Consulta de las Reglas Generales Interpretativas de la Nomenclatura.
Por texto	Consulta de las subpartidas arancelarias, partiendo de los textos que contienen la descripción de la nomenclatura.

Fuente: DIAN - <https://muisca.dian.gov.co/WebArancel/DefMenuConsultas.faces;jsessionid=2B73045226C8AFEC22652BA66CA35704#>

Si no se conoce el arancel general ni la subpartida arancelaria, se puede hacer clic en el link de “Estructura nomenclatura”, allí se despliega el siguiente menú:

Figura 6. Consulta por estructura arancelaria – secciones

REPÚBLICA DE COLOMBIA
DIAN
 Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales

DIAN - MUISCA - ARANCEL

Consultas Arancel

General

Por medidas

Por código de nomenclatura

Estructura nomenclatura

Índice alfabético arancelario

Reglas generales de nomenclatura

Por texto

¿Dónde estoy?: Inicio | Consultas Arancel | Consulta por estructura arancelaria

Consulta por estructura arancelaria

servicios en línea muisca

Código	Designación de mercancías	Notas
SECCIÓN I	Animales vivos y productos del reino animal	
SECCIÓN II	Productos del reino vegetal	
SECCIÓN III	Grasas y aceites animales o vegetales; productos de su desdoblamiento; grasas alimenticias elaboradas; ceras de origen animal o vegetal	
SECCIÓN IV	Productos de las industrias alimentarias; bebidas, líquidos alcohólicos y vinagre; tabaco y sucedáneos del tabaco elaborados	
SECCIÓN V	Productos minerales	
SECCIÓN VI	Productos de las industrias químicas o de las industrias conexas	
SECCIÓN VII	Plástico y sus manufacturas; caucho y sus manufacturas	
SECCIÓN VIII	Pieles, cueros, peletería y manufacturas de estas materias; artículos de talabartería o guarnicionería; artículos de viaje, bolsos de mano (carteras) y continentes similares; manufacturas de tripa	
SECCIÓN IX	Madera, carbón vegetal y manufacturas de madera; corcho y sus manufacturas; manufacturas de espartería o cestería	

Fuente: DIAN - <https://muisca.dian.gov.co/WebArancel/DefConsultaEstructuraArancelaria.faces#5>

El producto que se estudia llevar al mercado internacional pertenece al reino vegetal, por lo tanto la nomenclatura del arancel inicia en la sección II, se da clic en este link y se despliega el menú que se muestra se continuación:

Figura 7. Consulta por estructura arancelaria por capítulos

REPÚBLICA DE COLOMBIA
DIAN
 Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales

¿Dónde estoy?: Inicio | Consultas Arancel | Consulta por estructura arancelaria

Consulta por estructura arancelaria

servicios en línea muisca

Código	Designación de mercancías	Notas
SECCIÓN I	Animales vivos y productos del reino animal	
SECCIÓN II	Productos del reino vegetal	
CAPÍTULO 06	Plantas vivas y productos de la floricultura	
CAPÍTULO 07	Hortalizas, plantas, raíces y tubérculos alimenticios	
CAPÍTULO 08	Frutas y frutos comestibles; cortezas de agrios (cítricos), melones o sandías	
CAPÍTULO 09	Café, té, yerba mate y especias	
CAPÍTULO 10	Cereales	
CAPÍTULO 11	Productos de la molinería; malta; almidón y fécula; inulina; gluten de trigo	
CAPÍTULO 12	Semillas y frutos oleaginosos; semillas y frutos diversos; plantas industriales o medicinales; paja y forraje	
CAPÍTULO 13	Gomas, resinas y demás jugos y extractos vegetales	
CAPÍTULO 14	Materias trenzables y demás productos de origen vegetal, no expresados ni comprendidos en otra parte	
SECCIÓN III	Grasas y aceites animales o vegetales; productos de su	

Fuente: DIAN - <https://muisca.dian.gov.co/WebArancel/DefConsultaEstructuraArancelaria.faces>

Se puede apreciar entonces que el café pertenece a la sección II, capítulo 9, si se hace clic allí se obtiene que la nomenclatura arancelaria es: sección II, capítulo 9, código 0901, tal como se aprecia en la siguiente figura:

Figura 8. Consulta por estructura arancelaria por código

REPÚBLICA DE COLOMBIA
DIAN
 Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales

¿Dónde estoy?: Inicio | Consultas Arancel | Consulta por estructura arancelaria
Consulta por estructura arancelaria

servicios en línea muisca

Sección	II	Productos del reino vegetal
Capítulo	09	Café, té, yerba mate y especias

Código	Designación de mercancías	Notas
0901	Café, incluso tostado o descafeinado; cáscara y cascarilla de café; sucedáneos del café que contengan café en cualquier proporción.	
0902	Té, incluso aromatizado.	
0903	Yerba mate.	
0904	Pimienta del género Piper; frutos de los géneros Capsicum o Pimenta, secos, triturados o pulverizados.	
0905	Vainilla.	
0906	Canela y flores de canelero.	
0907	Clavo (frutos, clavillos y pedúnculos).	
0908	Nuez moscada, macis, amomos y cardamomos.	
0909	Semillas de anís, badiana, hinojo, cilantro, comino o alcaravea; bayas de enebro.	
0910	Jengibre, azafrán, cúrcuma, tomillo, hojas de laurel, «curry» y demás especias.	

Fuente: DIAN - <https://muisca.dian.gov.co/WebArancel/DefConsultaEstructuraArancelaria.faces>

Al hacer clic en el código (0901), se obtiene la posición arancelaria de los diferentes cafés, así:

Figura 9. Consulta por estructura arancelaria para el café

REPÚBLICA DE COLOMBIA
DIAN
 Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales

DIAN - MUISCA - ARANCEL

¿Dónde estoy?: Inicio | Consultas Arancel | Consulta por estructura arancelaria

Consulta por estructura arancelaria

servicios en línea muisca

Sección II	Productos del reino vegetal
Capítulo 09	Café, té, yerba mate y especias
Partida 0901	Café, incluso tostado o descafeinado; cáscara y cascarilla de café; sucedáneos del café que contengan café en cualquier proporción.

Código	Designación de mercancías	Notas
0901.10	- Café sin tostar:	
0901.20	- Café tostado:	
0901.90	- Los demás	

Clic

Fuente: DIAN - <https://muisca.dian.gov.co/WebArancel/DefConsultaEstructuraArancelaria.faces>

Una vez identificada la posición arancelaria y dependiendo el tipo de café a exportar, se hace clic en los códigos, por ejemplo si el empresario va a exportar café tostado se tendría entonces la siguiente posición arancelaria:

Figura 10. Consulta por estructura arancelaria para diferentes tipos de café

REPÚBLICA DE COLOMBIA
DIAN
 Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales

¿Dónde estoy?: Inicio | Consultas Arancel | Consulta por estructura arancelaria

Consulta por estructura arancelaria

servicios en línea muisca

Sección II	Productos del reino vegetal
Capítulo 09	Café, té, yerba mate y especias
Partida 0901	Café, incluso tostado o descafeinado; cáscara y cascarilla de café; sucedáneos del café que contengan café en cualquier proporción.
0901.20	- Café tostado:

Código	Designación de mercancías	Notas
0901.21	-- Sin descafeinar:	
0901.22	-- Descafeinado	

Fuente: DIAN - <https://muisca.dian.gov.co/WebArancel/DefConsultaEstructuraArancelaria.faces>

Ahora bien si lo que se desea es exportar café sin descafeinar, al hacer clic en el respectivo código, se obtiene:

Figura 11. Consulta por estructura arancelaria para café sin descafeinar

REPÚBLICA DE COLOMBIA
DIAN
 Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales

DIAN - MUISCA - ARANCEL

¿Dónde estoy?: Inicio | Consultas Arancel | Consulta por estructura arancelaria

Consulta por estructura arancelaria

servicios en línea muisca

Sección II	Productos del reino vegetal
Capítulo 09	Café, té, yerba mate y especias
Partida 0901	Café, incluso tostado o descafeinado; cáscara y cascarilla de café; sucedáneos del café que contengan café en cualquier proporción.
0901.20	- Café tostado:
0901.21	-- Sin descafeinar:

Código	Designación de mercancías	Notas
0901.21.10	--- En grano	
0901.21.20	--- Molido	

Fuente: DIAN - <https://muisca.dian.gov.co/WebArancel/DefConsultaEstructuraArancelaria.faces>

Si lo que el empresario va a exportar es café molido, al hacer clic en el código 09012120 se tiene la posición arancelaria definitiva para este producto, así:

Figura 12. Consulta para arancel del producto a exportar

REPÚBLICA DE COLOMBIA
DIAN
 Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales

DIAN - MUISCA - ARANCEL

¿Dónde estoy?: Inicio | Consultas Arancel | Consulta por estructura arancelaria

Consulta por estructura arancelaria

servicios en línea muisca

Sección II	Productos del reino vegetal
Capítulo 09	Café, té, yerba mate y especias
Partida 0901	Café, incluso tostado o descafeinado; cáscara y cascarilla de café; sucedáneos del café que contengan café en cualquier proporción.
0901.20	- Café tostado:
0901.21	-- Sin descafeinar:
0901.21.20	--- Molido

Código	Comp	Supl	Designación de mercancías	Perfil	Notas
0901.21.20.00			--- Molido		

Fuente: DIAN - <https://muisca.dian.gov.co/WebArancel/DefConsultaEstructuraArancelaria.faces>

Finalmente se obtiene la posición arancelaria para el café tostado, sin descafeinar y molido que corresponde a 0901212000, con esta posición arancelaria es que se establecen todos los requisitos para la exportación. Si se hace clic en el icono perfil (ver figura anterior), se obtienen los datos generales del producto, así como un listado de medidas que sirven para determinar las condiciones en que el producto se puede exportar:

Figura 13. Perfil del producto

Consultas Arancel		Perfil de la mercancía						
General		DATOS GENERALES						
Por medidas		Nivel Nomenclatura	Código Nomenclatura	Código Complem.	Código Suplem.	Desde	Hasta	Leg
Por código de nomenclatura		ARIAN	0901.21.20.00			01-ene-2007	...	
Estructura nomenclatura		Descripción	Café, té, yerba mate y especias Café, incluso tostado o descafeinado; cáscara y cascarrilla de café; sucedáneos del café que contengan café en cualquier proporción. - Café tostado: -- Sin descafeinar: --- Molido			01-ene-2007	...	
Índice alfabético arancelario		Unidad física	kg - Kilogramo			01-ene-2007	...	
Reglas generales de la nomenclatura		MEDIDAS						
Por texto		Concepto	Importaciones	Exportaciones	Tránsito			
		Gravamen						
		IVA						
		Otras tarifas generales						
		Gravámenes por acuerdos internacionales						
		Medidas de protección comercial						
		Régimen de comercio						
		Bienes de capital						
		Índice Alfabético Arancelario						
		Notas de nomenclatura						
		Correlativas por apertura						
		Correlativas por cierre						
		Requisitos Específicos de Origen (REO)						
		Documentos soporte						
		Características especiales						
		Restricciones						
		Restricciones por Zonas de Régimen Aduanero Especial						
		Tarifas por Zonas de Régimen Aduanero Especial						
		Modalidades permitidas						
		Descripciones de mercancías						
		Documentos soporte por zona de RAE						
		Cupos de Mercancía						

Fuente: DIAN - <https://muisca.dian.gov.co/WebArancel/DefDocumentosPopUp.faces?nomenclatura=37408&codNomenclatura=0901220000&componente=10®imen=2&fechaConsulta=20141001&modoPresentacionSeleccionBO=dialogo>

Como el propósito es realizar exportaciones, es importante que el empresario se ubique en la tercera columna del cuadro anterior (como lo señala la flecha azul), en cada círculo sombreado de verde se encuentra información relevante que indica los requisitos mínimos que se deben tener presentes para realizar una exportación, al hacer clic en el icono de documentos soporte, se despliega una ventana con la siguiente información:

Figura 14. Documentos soporte requerido para la exportación



Documento - Entidad	Trámite	Requisito	Electrónico	Desde	Hasta	Países
Certificado de Exportación - Instituto Nacional De Vigilancia De Medicamentos Y Alimentos	PREVIO	OPCIONAL	SI	05-ago-2008	...	
Certificado de contribución cafetera - Federacion Nacional De Cafeteros De Colombia	EMBARQUE/DESEMB	OBLIGATORIO	NO	31-ago-2008	...	 Clic
Certificado de no obligatoriedad - Instituto Nacional De Vigilancia De Medicamentos Y Alimentos	PREVIO	OPCIONAL	SI	05-ago-2008	...	
Certificado de repeso - Federacion Nacional De Cafeteros De Colombia	PREVIO	OPCIONAL	NO	02-sep-2008	...	
Certificado fitosanitario - Instituto Colombiano Agropecuario	EMBARQUE/DESEMB	OPCIONAL	NO	22-ago-2008	...	
Guía de tránsito - Federacion Nacional De Cafeteros De Colombia	PREVIO	OPCIONAL	NO	01-may-2008	...	

Fuente: DIAN - <https://muisca.dian.gov.co/WebArancel/DefDocumentosPopUp.faces>

En la última columna del cuadro anterior aparecen los países, de acuerdo a los documentos requeridos según el país destino para el café, por ejemplo, en la segunda fila se hace referencia al certificado de contribución cafetera – Federación Nacional de Cafeteros de Colombia, en la tercera columna aparece que este es un requisito obligatorio para exportar a cualquier país, si se hace clic en el círculo que corresponde a este ítem se despliega una ventana con todos los países del mundo con los cuales Colombia puede tener relaciones comerciales, así:

Figura 15. Otros documentos soporte reglamentarios

Documentos Soporte		Cerrar ventana
Documento	Certificado de contribución cafetera	
Entidad	Federacion Nacional De Cafeteros De Colombia	
Trámite	EMBARQUE/DESEMB	
Requisito	OBLIGATORIO	
Texto a buscar:		
<input type="radio"/> Todos los paises <input checked="" type="radio"/> Nombre del pais		
<input type="text"/>		
<input type="button" value="Buscar"/>		
Lugar		Leg
AFGANISTAN	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> DECRETO 2685 DEL 28-DEC-1999, MINISTERIO DE HACIENDA Y CREDITO PUBLICO. DIARIO OFICIAL NO. 43834 PÁG. 1 </div>	
ALBANIA		
ALEMANIA		
ANDORRA		
ANGOLA		
ANGUILLA		
ANTIGUA Y BARBUDA		
ANTILLAS HOLANDESAS		
ARABIA SAUDITA		
ARGELIA		
ARGENTINA		
ARMENIA		
ARUBA		
AUSTRALIA		
AUSTRIA		

Fuente: DIAN - <https://muisca.dian.gov.co/WebArancel/DefDocumentosPopUp.faces>

Al colocar el indicador del mouse en el icono de cada país de la columna leg, aparece la norma que reglamenta la exportación hacia el país seleccionado, por ejemplo si alguien decidiera exportar café hacia Afganistán deberá cumplir todo el reglamento del decreto 2685 del 28 de diciembre de 1999, esta información se encuentra disponible en la red (internet).

Una vez seleccionado el país y establecida la posición arancelaria del producto se puede establecer las barreras arancelarias y no arancelarias que pueda tener legalizado el país objetivo.

Las barreras arancelarias, a pesar de la globalización y el libre comercio, es una práctica muy acentuada en muchos países, incluso en los mismos Estados Unidos, que se auto cataloga como el país más libre en todos los aspectos.

Las barreras arancelarias, junto con las Barreras no arancelarias, impiden el desarrollo del libre comercio y en cierta forma favorecen a las grandes multinacionales que ya controlan gran parte del comercio mundial, en la medida que precisamente, este tipo de barreras son interpuestas por las grandes potencias económicas de donde son originarias las multinacionales, protegiéndolas de esta forma de la competencia emergente de los países en desarrollo.

Las barreras arancelarias son de diversas clases, así:

“Un "arancel de valor agregado" o ad valorem es el que se calcula sobre un porcentaje del valor del producto (CIF), ej: 10 centavos por cada dólar, mientras que un arancel específico, se basa en otros criterios como puede ser el peso, por ejemplo 5\$ por 10 kilos”³⁹.

- “Un "arancel de renta" es una serie de tarifas designadas fundamentalmente para recaudar fondos por un gobierno. Por ejemplo, un arancel para importación de café (en un país que no produce café) este percibe una cantidad estable para el gobierno”⁴⁰.

³⁹ Anónimo. Gerencie.com. Barreras arancelarias. [Consultado el 04 de mayo de 2014]. Disponible en: <http://www.gerencie.com/barreras-arancelarias.html>

⁴⁰ Ibíd. p., 2.

-“Un "arancel proteccionista" es usado para inflar los precios de manera intencionada sobre un producto importado, para proteger a la industria nacional de la competencia extranjera. Por ejemplo: un arancel del 50% sobre una máquina que los importadores habrían vendido a \$100 y ahora, a causa del arancel, venden a \$150. Sin ese arancel, los fabricantes locales sólo podían vender la máquina a \$100 o arriesgarse a que la gente se la compre a otros más barata, pero ahora pueden hacer la misma venta a \$150”⁴¹.

Lo anterior resalta la importancia de definir con exactitud el país, lo cual permite examinar cuáles son las barreras de entrada con el producto y cuáles son los aranceles aplicados.

3.1 BARRERAS DE ENTRADA A LOS EE UU

Solamente se puede exportar el café que cumpla los requisitos de calidad establecidos por el Comité Nacional de Cafeteros. La Federación Nacional de Cafeteros es la entidad encargada de vigilar el cumplimiento de este último requisito.

Las exportaciones de café son realizadas por el Fondo Nacional del Café o por los exportadores particulares debidamente autorizados; para ello, deberán diligenciar la solicitud de autorización de embarque, previas las verificaciones realizadas por la Federación Nacional de Cafeteros, en la cual constatará entre otras, la existencia de la guía de tránsito, toma de muestras para análisis de calidad y emisión del concepto de aprobación de exportación así como la expedición del certificado donde conste el reposo y la liquidación y pago de la contribución cafetera.

⁴¹ Ibíd. p., 2.

En Economía una barrera de entrada son todos aquellos obstáculos que surgen en el camino de una firma que quiere ingresar en un nuevo mercado

Algunas de estas barreras son:

- Globalización: La entrada de competidores globales en un mercado local dificulta la entrada de competidores locales.
- Lealtad de los consumidores: los consumidores pueden mostrarse reticentes a cambiar un producto al que están acostumbrados.
- Publicidad: las firmas ya establecidas pueden ponérselo difícil a los nuevos competidores haciendo un gasto extraordinario en publicidad que las firmas entrantes no pueden permitirse.
- Gasto de inversión: especialmente en industrias con grandes economías de escala o monopolios naturales.
- Regulación del mercado: en caso extremo pueden hacer imposible la entrada en el mercado instaurando un monopolio legal.
- Dumping: la competencia establece un precio por debajo de coste afrontando pérdidas que la firma entrante no se puede permitir. Ilegal en muchos casos pero difícil de demostrar.
- Propiedad intelectual: las patentes dan el derecho legal a la explotación de un producto durante un período.
- Economías de escala: las firmas experimentadas y de gran tamaño producen a un menor coste que las firmas pequeñas y de creación reciente, por lo que pueden fijar un precio que las nuevas firmas no se pueden permitir.
- Ventajas absolutas de costes: Implica que el establecido tiene unos costes inferiores que cualquier entrante porque es propietario de la tecnología, dueño de un insumo o puede adquirirlo en condiciones más favorables.

Barreras no arancelarias. Antes de iniciar cualquier proceso de exportación a los EE UU es indispensable revisar los puertos por los que se permite la entrada. En cuanto a los requisitos fitosanitarios, las exportaciones de café hacia el mercado

de Estados Unidos se adelantan siguiendo el mismo protocolo aplicado para otros productos agropecuarios, es decir, tienen libre acceso al mercado, previa autorización del Departamento de Agricultura de Estados Unidos - USDA, a través del Animal And Plant Health Inspection Service - APHIS (entidad encargada del control sanitario animal y vegetal en Estados Unidos) y mediante la aplicación de la disposición del Congreso de agosto de 1912 y el Código de Regulaciones Federales CFR 319.56-2.

Los productos vegetales que ingresan se dividen entre propagativos y no propagativos. Para los productos propagativos se solicita el permiso de Importación que es responsabilidad del importador en Estados Unidos quien deberá tenerlo vigente ante el USDA. Los productos no propagativos, entre éstos la mayoría de frutas y hortalizas, aparecen en las listas de APHIS y requieren de un intermediario y, en algunos casos, de tratamientos especiales.

APHIS trabaja con el Plant Protection and Quarantine – PPQ- cuyos funcionarios se encuentran en los puertos de ingreso de Estados Unidos. Los inspectores de PPQ examinan minuciosamente los productos presentados para la importación antes de su ingreso al mercado interno.

La Ley de Bioterrorismo de Estados Unidos que entró en vigencia el 12 de diciembre de 2003 implica una serie de acciones para todos aquellos que exporten productos agroalimentarios y farmacéuticos hacia Estados Unidos, entre estas es muy importante para los exportadores, estar conscientes de los siguientes requisitos:

- Todo exportador debe de estar registrado en la Administración de Drogas y Alimentos de Estados Unidos (FDA, por sus siglas en Ingles).
- Las instalaciones como plantas de empaque deberán ser certificadas por la FDA.

- Es recomendable que todo exportador cuente con un agente-representante en territorio de Estados Unidos para casos de emergencia en cuanto a la entrada de sus productos a territorio norteamericano.

Es indudable que estos cambios implican costos y procesos de tiempo adicionales a la exportación.

Según las regulaciones del Departamento de Agricultura (USDA), el café de Colombia tiene admisibilidad en Estados Unidos.

Barreras arancelarias: también existen barreras arancelarias, sin embargo para este caso específico el café no paga impuestos de importación debido a que tiene una clasificación especial para este país por el TLC que se tiene ratificado.

4. LIQUIDACIÓN DE LA EXPORTACIÓN EN PESOS, DÓLARES Y LAS FORMAS DE PAGO UTILIZADAS.

4.1 LIQUIDACIÓN DE LA EXPORTACIÓN EN PESOS Y DÓLARES

Para hacer la liquidación de la exportación se puede emplear la matriz que aparece en el anexo uno⁴².

Un ejemplo de esta, se hará realizando un embarque de 1.000 kgs a Miami EEUU, se supone una tasa de cambio de 1.880.37 pesos por dólar (TRM según el BR para el día 26/06/2014), a un precio de venta del café de 1.71 USD por libra, se supone una exportación de 1.000 kg de café.

La liquidación de la exportación empleando la matriz del anexo uno se presenta a continuación:

Tabla 4. Liquidación de la exportación

MATRIZ DE COSTOS DE DFI Y DE IMPORTACION		
INFORMACION DEL PRODUCTO, EMBARQUE Y NEGOCIACION	PRODUCTO. Nombre Técnico o Comercial	CAFÉ
	CANTIDAD COMERCIAL DE VENTA	1.000,00
	VALOR EX-WORKS POR UNIDAD COMERCIAL USD\$	3,42
	ORIGEN: / PAIS DE CARGUE - PUERTO DE EMBARQUE	COLOMBIA
	DESTINO: / PAIS - PUERTO DE DESEMBARQUE - ENTREGA	EEUU - Miami
	PESO TOTAL KG	1.000
	TERMINO DE VENTA (INCOTERM)	FOB
	VALOR TIPO DE CAMBIO UTILIZADO	1.880,37
PAIS EXPORTADOR	VALOR EXW	3.420
	TIPS: TRANSP. INTERNO PAIS DE SALIDA	266
	SEGURO PAIS EXPORTADOR	9

⁴² Ver anexo uno

	GX: GASTOS DE EXPORTACION	74
	ED: ESTIBA / DESESTIBA	14
	DOCUMENTACION	5
	MANIPULEO EMBARQUE	8
	VALOR FOB:	3.796

TRANSITO INTERNACIONAL	FI: FLETES INTERNACIONALES	166,67
	SEGURO INTERNACIONAL	0,95
	VALOR CIF:	3.963,52

PAIS IMPORTADOR	TIPD: TRANSPORTE INTERNO PAIS DESTINO	0,0
	ALMACENAMIENTO	1.000,0
	VALOR CIF DE LA MERCANCIA EN \$	7.452.891,98
	SEGURO 0,25% DEL CIF	18.632,23
	DOCUMENTACION	300.000,00
	ARANCEL 15 %	0,00
	IVA 16%	0,00

Casilla	DECLARACION IMPORTACION
---------	--------------------------------

58	TASA DE CAMBIO \$	\$ 1.880	
59	SUBPARTIDA ARANCELARIA	9012120000	
78	VALOR FOB USD:	3.795,91	
79	VALOR FLETES USD	166,67	
80	VALOR SEGURO:	0,95	
81	VALOR OTROS GASTOS:	0	
82	SUMATORIA FLETES, SEG. Y O. GASTOS	167,62	
83	AJUSTES VALOR USD:	0	
84	VALOR EN ADUANA USD	3.963,52	
92	ARANCEL	0%	
93	BASE: (VALOR EN ADUANA X TASA CAMBIO)		7.452.891,98
94	TOTAL ARANCEL LIQUIDADO EN PESOS \$		0,00
97	IVA	0%	
98	BASE (93 BASE + 94 TOTAL ARANCEL)	0%	7.452.891,98
99	TOTAL IVA LIQUIDADO EN PESOS \$		0,00
125	TOTAL (94 + 99)		0,00
980	TOTAL A PAGAR EN LA DECLARACION		0,00

COSTO UNITARIO

\$ 6.431	\$ 7.453	\$ 7.453
-----------------	-----------------	-----------------

Fuente: Cálculos propios, elaboración propia

El costo unitario obtenido es en Colombia como país origen y en EEUU país destino, liquidado en pesos.

Para establecer el precio de venta en dólares, simplemente se divide el valor total obtenido en la matriz anterior en la TMR (Tasa Representativa del Mercado), así para el día 29 de enero de 2015 esta se encontraba en 2.362,42, por lo tanto: $\$7.453/2.362.42$, es igual a: 3,1548 dólares, es decir colocar un kilo de café en los EE UU cuesta alrededor de 3 dólares.

4.2 FORMAS DE PAGO UTILIZADAS

En cuanto a las condiciones de pago, las empresas pueden utilizar la carta de crédito, para que se pueda hacer efectivo se debe realizar el siguiente procedimiento:

“Una vez la empresa y el comprador hayan acordado un contrato de compraventa internacional, en cuanto a las condiciones de la transacción, (valor, forma de envío, forma de pago, calidad, cantidad, entre otras) , se inicia el cumplimiento de la obligación de crédito, en este caso el banco entrará a evaluarlo y lo emite al banco corresponsal o emisor, el cual asume la responsabilidad de pagarle al vendedor, una vez cumplida las condiciones de la transacción, el valor acordado entre el comprador y el vendedor, a su vez el banco le avisa al banco del vendedor, este beneficiario debe revisar que la carta de crédito, este redactada en los mismo términos y condiciones acordadas en un principio; una vez realizado este procedimiento, la empresa vendedora procede enviar la mercancía a su destinatario y a la recolección de documentos requeridos en la carta de crédito: (seguro, conocimiento de embarque, recibo de compra, entre otros) culminado el envío completamente, y el comprador haya recibido satisfactoriamente los documentos completos, se presenta al banco que notificó el vendedor, sobre el crédito a su favor, el cual verifica los documentos y los envía al banco emisor de

*la carta de crédito, este verifica nuevamente los documentos y ordena enviar el dinero al banco del vendedor, efectúa el pago y de esta manera el comprador reclama su mercancía”.*⁴³

La importancia de la carta de crédito, es que logra garantizar el pago por los productos enviados.

Datos que contiene una carta de crédito:

- El nombre del banco emisor y del corresponsal, si lo hubiere.
- El nombre del tomador y ordenante de la carta.
- El nombre del beneficiario.
- El máximo de la cantidad que debe entregarse, o por la cual puedan girarse letras de cambio a cargo del banco emisor o del banco acreditante.
- El tiempo dentro del cual pueda hacerse uso del crédito.
- Los documentos y requisitos que deban presentarse o ser acreditados para la utilización del crédito. (Art. 1409 Código de Comercio)

“La Carta de Crédito es un documento utilizado como instrumento de pago, el cual está sometido a regulaciones internacionales, a través de un banco (Banco Emisor) que realiza trámites de acuerdo a la solicitud y conformidad con las disposiciones de un cliente (ordenante) el cual debe hacer un pago a un tercero (beneficiario) contra la entrega de los documentos exigidos, de acuerdo al cumplimiento de los términos y condiciones previos del crédito; en detalle el banco asume la responsabilidad de efectuar el pago al vendedor; el banco recibe la entrega de los documentos requerido así como la carta de crédito, también es llamada crédito documentario, crédito comercial. La carta de crédito se define

⁴³ BIBLIOTECA LUÍS ÁNGEL ARANGO. Liquidación de una carta de crédito. [Consultado el 14 de mayo de 2014]. Disponible en: <http://www.gerencie.com/carta-de-credito.html>

*como una promesa de un banco en realizar el pago de cierta suma de dinero, con la presentación de los documentos que certifiquen lo acordado*⁴⁴.

*“La finalidad del contrato de crédito, es establecer la relación entre el banco emisor y ordenante, el cual se determinan las condiciones pactadas y donde el banco asume su responsabilidad, a plazo determinado”*⁴⁵.

Actualmente existen varios tipos de carta de crédito, así⁴⁶:

- **Revocable.** El crédito revocable, accede a ciertas modificaciones o cancelaciones del crédito, sin el consentimiento del exportador o beneficiario, razón por la cual existe riesgo para el exportador.
- **Irrevocable.** Un crédito irrevocable, requiere el consentimiento del banco emisor, tanto del beneficiario o exportador con el objeto de modificar o reformar detalles del crédito, generalmente este tipo de crédito es la que más se usa.
- **Transferible.** La carta de crédito irrevocable, puede ser transferible, las cartas transferibles el exportador puede transferir todo sus derechos a otra parte, de acuerdo a los términos y condiciones pactados; este tipo de crédito se utiliza cuando el exportador es el agente del importador o el intermediario entre proveedor y el importador.
- **Confirmada.** La carta de crédito confirmada, añade una segunda garantía de otro banco; el banco avisador, la sucursal o el banco corresponsal, mediante el banco emisor envía la carta de crédito, el cual se determina la obligación y compromiso del pago a la carta de crédito; la confirmación significa que el

⁴⁴ Ibíd. p., 10.

⁴⁵ Ibíd. p., 11.

⁴⁶ Ibíd. p., 11 y 12

vendedor /beneficiario puede determinar la liquidez del banco que confirma y asegura el pago.

Una vez realizado estos pasos se deben efectuar todos los procedimientos necesarios para el reintegro de las divisas, dichos trámites se encuentran establecidos en el decreto - ley 444 de 1967 (marzo 22) régimen de cambios internacionales y de comercio exterior, las principales bondades que incluyó dicha ley fueron la creación de un instrumento capaz de afrontar alteraciones económicas nacionales e internacionales y permitió reestructurar mediante el mantenimiento de un mayor equilibrio, el saldo de balanza de pagos, los resultados: una economía colombiana en crecimiento y el comercio exterior diversificado y en aumento.

Posteriormente el gobierno nacional promulgó la Ley 9 de 1.991 (Enero 17), considerada la ley marco de cambios internacionales que incluyó 4 grandes cambios, así:

1. Libre Tenencia y Posesión de Activos en el Exterior
2. Descentralización del Régimen Cambiario
3. Segmentación del Mercado Cambiario: Obligatorio / No Regulado
4. Nuevas Normas de Inversiones Internacionales

Luego el decreto 1735 de 1993 (septiembre 2) presenta algunos cambios importantes a saber:

- Define categorías de OPERACIÓN DE CAMBIO – S/N Ley 9 de 1991 (Art.4)
- Define la calidad cambiaria de RESIDENTE para efectos del Régimen Cambiario
- Califica la OPERACIÓN INTERNA ENTRE RESIDENTES para efectos contractuales
- Clasifica las OPERACIONES DE CAMBIO que obligatoriamente deben canalizarse al Mercado Cambiario

- Mantiene la aplicabilidad de normas especiales sobre SEGUROS EN DIVISAS

La RESOLUCION EXTERNA No. 8 DE 2000 (Mayo 5)

Junta Directiva del Banco de la República

Circular Reglamentaria DCIN-83 de 2.006 (Jun.2)

Banco de la República

Establece el mercado cambios y las operaciones que son de obligatoria canalización, las cuales se resumen en la siguiente tabla:

Tabla 5. Mercado cambiario - operaciones de obligatoria canalización

MERCADO CAMBIARIO	
OPERACIONES DE OBLIGATORIA CANALIZACION	OPERACIONES DE LIBRE TENENCIA, POSESIÓN Y NEGOCIACION
1. Importación y Exportación de Bienes 2. Operaciones de Endeudamiento Externo: 2.1. Créditos Pasivos 2.2. Créditos Activos (+) Costos financieros inherentes 3. Inversiones Internacionales: 3.1. Del exterior en Colombia 3.2. Colombianas en el exterior 4. Inversiones Financieras: 4.1. Títulos Emitidos 4.2. Activos Radicados en el exterior (+) Rendimientos Asociados 5. Avaluos y Garantías en <u>mdas. Exts.</u> 6. Operaciones de derivados 7. Regímenes de excepción: - Sectores de hidrocarburos y minería - Zonas francas industriales - Cuentas Corrientes de Compensación - Fondo Nacional del Café	1. Importación y Exportación de Servicios 2. Venta de bienes y/o Prestación de servicios a turistas extranjeros 3. Cuentas Corrientes Libres

Fuente: Banco de la república. <http://www.banrep.gov.co/>

RESOLUCION EXTERNA No. 8 DE 2000 (Mayo 5)

Junta Directiva del Banco de la República

Circular Reglamentaria DCIN-83 de 2.006 (Jun.2)

Banco de la República

Establece los intermediarios financieros en el mercado cambiario internacional, los cuales se resumen en la siguiente tabla:

Tabla 6. Intermediarios autorizados

MERCADO CAMBIARIO	
OPERACIONES DE OBLIGATORIA CANALIZACION	OPERACIONES DE LIBRE TENENCIA, POSESION Y NEGOCIACION
INTERMEDIARIOS AUTORIZADOS	
BANCOS COMERCIALES BANCOS HIPOTECARIOS CORPORACIONES FINANCIERAS COMPAÑIAS DE FINANCIAMIENTO COMERCIAL FINANCIERA ENERGETICA NACIONAL - FEN - BANCO DE COMERCIO EXTERIOR DE COLOMBIA S.A. - BANCOLDEX	
(*) Monto de capital pagado y reserva legal inferior al mínimo de Corporación Financiera (**) Patrimonio superior a \$3.500 MM (Ajuste según IPC Anual)	Cñías. De Financiamiento Comercial (*) Cooperativas Financieras (*) Sociedades Comisionistas de Bolsa Casas de Cambio (**)

Astrid Monzón Córdoba

Fuente: Banco de la república. <http://www.banrep.gov.co/>

Como se puede evidenciar hasta el momento, las exportaciones que realicen los empresarios colombianos están sujetas a una reglamentación para el reintegro de las divisas, para ello existen algunos formatos que ha elaborado el Banco de la República, que son necesarios diligenciar cuando se hacen operaciones de comercio internacional.

En este orden lógico, si se habla de exportaciones se debe diligenciar inicialmente el formulario número dos Declaración de Cambio por Exportaciones de Bienes, este aparece al final del proyecto en el anexo número dos (ver anexo dos). Este formulario se debe llenar siguiendo las indicaciones establecidas en la circular reglamentaria externa DCIN-83 de diciembre 16 de 2004, del Banco de la República.

De la misma manera se debe diligenciar el formulario número tres, que es la declaración de cambio por endeudamiento externo. De la misma manera se debe diligenciar siguiendo las indicaciones establecidas en la circular reglamentaria externa DCIN-83 de diciembre 16 de 2004, del Banco de la República, el formato se encuentra en el anexo número tres.

Una vez diligenciados estos formularios, presentados ante el organismo encargado (Banco de la República), y habiendo cumplido los demás requisitos legales se concreta así el ciclo exportable.

CONCLUSIONES

El empresario debe Identificar con mucha claridad las características del producto que desea exportar, así como la capacidad exportadora que debe tener la organización, de esta manera puede conocer la oferta exportable para poder iniciar el proceso de venta internacional sin el riesgo de incumplimientos que lo lleven a incurrir en pagos de pólizas, especialmente en las entregas, en la cantidad o calidad del producto.

Para seleccionar de manera adecuada y técnica el país al cual se desea llegar con el producto, el empresario debe diligenciar de manera apropiada la matriz de preselección de mercados internacionales que para tal efecto tiene establecido Proexport Colombia, allí se deben indicar y cuantificar los factores más relevantes de los países a los cuales el empresario cree preliminarmente que puede incursionar con el producto, una vez seleccionado el país se deben examinar otros aspectos que permitan determinar con mayor certeza que ese país realmente es el que mejor se ajusta a las expectativas de la empresa para exportar el café, asimismo iniciar el proceso de búsqueda del cliente específico en el país escogido.

Una vez seleccionado el país destino se deben examinar las posibles barreras de entrada tanto arancelarias como no arancelarias, de manera que permita determinar que no exista impedimento legal alguno que le impida el ingreso del café al mercado objetivo seleccionado, para ello se debe ubicar especialmente la posición arancelaria del producto y a partir de esta establecer las condiciones en que se podría exportar el bien.

Una vez determinado el país al cual se puede incursionar con el producto, se debe hacer un análisis de la Distribución Física Internacional (DFI), para cuantificar a partir de un presupuesto, cuánto es el costo de la exportación, de manera que el empresario pueda apropiarse de los recursos para este proceso, así mismo establecer

el costo de la mercancía dependiendo el epígrafe (Incoterms) negociado, de igual manera tener claro los costos del café y de la exportación como una herramienta fundamental para realizar la negociación internacional.

RECOMENDACIONES

Procesar café tostado o molido por parte de los empresarios de la región que deseen iniciar un proceso de internacionalización de su compañía, haciendo uso de este manual de exportación que le ayudará significativamente en este proceso.

Diligenciar adecuadamente la matriz de preselección de mercados para definir de manera técnica el país más apropiado para iniciar el proceso de comercio exterior.

Acudir a instituciones como Proexport Colombia, la Dian, Bancoldex y otras que le ayudan al empresario en procesos de internacionalización de sus compañías, de lo contrario se recomienda acudir a la asesoría de un profesional en comercio internacional que le pueda brindar esta ayuda, para evitar incurrir en gastos y/o costos que puedan afectar de manera grave la estabilidad económica de la compañía.

Examinar de manera adecuada la calidad del producto, es decir que sea de calidad tipo exportación, antes de llevarse a puerto para evitar devoluciones por parte de los organismos encargados de este aspecto o desde el país destino que sería aún más oneroso para la empresa.

Determinar con mucha certeza la oferta exportable de la empresa, de manera que se abstenga de firmar compromisos incapaces de cumplir.

BIBLIOGRAFÍA

Anónimo. Informe: Mercado internacional y mercado financiero. La moneda y su valor. [en línea]. [Consultado el 30 de abril de 2014]. Disponible en: <http://www.ruthlesscriticism.com/mercado.htm>

Anónimo. Gerencie.com. Barreras arancelarias. [Consultado el 04 de mayo de 2014]. Disponible en: <http://www.gerencie.com/barreras-arancelarias.html>

Anónimo. La tiendita, Proceso de producción del café. [en línea]. [Consultado el 23 de mayo de 2014]. Disponible en: <http://www.cafelanacional.com/nosotros/proceso-de-produccion-del-cafe/>

Anónimo. Mercado Asegurador. El Seguro de Crédito: Reforzando Compromisos. [en línea]. [Consultado el 30 de abril de 2014]. Disponible en: <http://www.mercadoasegurador.com.ar/adetail.asp?id=2336>

Anónimo. Química.es. Propiedades organolépticas. [en línea]. [Consultado el 30 de abril de 2014]. Disponible en: http://www.quimica.es/enciclopedia/Propiedades_organol%C3%A9pticas.html

BANCOLDEX. Definición Bancos de segundo piso. [en línea]. [Consultado el 20 de abril de 2014]. Disponible en: <http://www.bancoldex.com/acerca-de-nosotros92/Banco-de-segundo-piso.aspx>

BANCO DE GUATEMALA. Informe Comercio internacional. [en línea]. [Consultado el 18 de abril de 2014]. Disponible en: http://www.revistafiscal.net/index.php?option=com_content&view=article&id=421:comercio-internacional&catid=43:comercio-exterior&Itemid=491

BIBLIOTECA LUÍS ÁNGEL ARANGO. Liquidación de una carta de crédito. [Consultado el 14 de mayo de 2014]. Disponible en: <http://www.gerencie.com/carta-de-credito.html>

COMITÉ NACIONAL DE CAFETEROS. Resolución Número 2 de 1998. [en línea]. [Consultado el 03 de mayo de 2014]. Disponible en: <http://www.cafedecolombia.com/familia>

DIAN. Consultas arancel, servicios en línea, Muisca. [en línea]. [Consultado el 30 de abril de 2014]. Disponible en: <https://muisca.dian.gov.co/WebArancel/DefMenuConsultas.faces>

ECO-FINANZAS. Diccionario de finanzas. [en línea]. [Consultado el 21 de abril de 2014]. Disponible en: http://www.eco-finanzas.com/diccionario/B/BANCOS_DE_PRIMER_PISO.htm

FARFÁN VALENCIA, Fernando. CENICAFÉ, Cafés especiales. [Consultado el 24 de abril de 2014]. Disponible en: <http://www.cenicafe.org/es/documents/LibroSistemasProduccionCapitulo10.pdf>

MÉNDEZ ÁLVAREZ, Carlos Eduardo, Metodología, Diseño y Desarrollo el Proceso de Investigación con Énfasis en Ciencias Empresariales. 4 ed. Bogotá: Limusa 2008, 356 Pág.

PEREIRA, Jorge E. Marketing y Ted Levitt. [en línea]. [Consultado el 20 de abril de 2014]. Disponible en: http://www.mercadeo.com/58_Levitt.htm
1<http://www.proexport.com>.

PROEXPORT COLOMBIA. Definición carta de crédito. [en línea]. [Consultado el 25 de abril de 2014]. Disponible en: <http://www.proexport.com>.

UNIVERSIDAD NACIONAL DE COLOMBIA. Higiene e inocuidad en la industria de alimentos. [en línea]. [Consultado el 25 de abril de 2014]. Disponible en: <http://www.virtual.unal.edu.co/cursos/agronomia/higiene/unidad1/capitulo5/index5.html>

ANEXOS

Anexo 1. Matriz de liquidación de la exportación

COTIZACIÓN (COSTOS DE DFI)

INFORMACION DEL PRODUCTO, EMBARQUE Y NEGOCIACION	PRODUCTO. Nombre Técnico o Comercial	Café
	CANTIDAD COMERCIAL DE VENTA	
	VALOR EX-WORKS POR UNIDAD COMERCIAL USD\$	
	ORIGEN: / PAIS DE CARGUE - PUERTO DE EMBARQUE	COLOMBIA
	DESTINO: / PAIS - PUERTO DE DESEMBARQUE - ENTREGA	
	PESO TOTAL KG	
	TERMINO DE VENTA (INCOTERM)	FOB
	VALOR TIPO DE CAMBIO UTILIZADO	

PAIS EXPORTADOR	VALOR EXW	
	TIPS: TRANSP. INTERNO PAIS DE SALIDA	
	SEGURO PAIS EXPORTADOR	
	GX: GASTOS DE EXPORTACION	
	ED: ESTIBA / DESESTIBA	
	DOCUMENTACION	
	MANIPULEO EMBARQUE	
	VALOR FOB:	

TRANSITO INTERNACIONAL	FI: FLETES INTERNACIONALES	
	SEGURO INTERNACIONAL	
	VALOR CIF:	

PAIS IMPORTADOR	TIPD: TRANSPORTE INTERNO PAIS DESTINO	
	ALMACENAMIENTO	
	VALOR CIF DE LA MERCANCIA EN \$	
	SEGURO 0,5% DEL CIF	
	DOCUMENTACION	
	ARANCEL %	
	IVA %	

Casilla	DECLARACION IMPORTACION		
---------	--------------------------------	--	--

58	TASA DE CAMBIO \$		
59	SUBPARTIDA ARANCELARIA		
78	VALOR FOB USD:		
79	VALOR FLETES USD		
80	VALOR SEGURO:		
81	VALOR OTROS GASTOS:		
82	SUMATORIA FLETES, SEG. Y O. GASTOS		
83	AJUSTES VALOR USD:		
84	VALOR EN ADUANA USD		
92	ARANCEL		
93	BASE: (VALOR EN ADUANA X TASA CAMBIO)		
94	TOTAL ARANCEL LIQUIDADO EN PESOS \$		
97	IVA		
98	BASE (93 BASE + 94 TOTAL ARANCEL)		
99	TOTAL IVA LIQUIDADO EN PESOS \$		
125	TOTAL (94 + 99)		
980	TOTAL A PAGAR EN LA DECLARACION		

COSTO UNITARIO

\$ 0		
------	--	--

Anexo 2. Formulario #2. Declaración de cambio de exportaciones de bienes



Declaración de Cambio por Exportaciones de Bienes
Formulario No. 2
 Circular Reglamentaria Externa DCIN-83 de diciembre 16 de 2004

L TIPO DE OPERACIÓN

1. Número:

II. IDENTIFICACIÓN DE LA DECLARACIÓN

2. Ciudad 3. NIT del I. M. C. o código cuenta de compensación 4. Fecha AAAA-MM-DD 5. Número

III. IDENTIFICACIÓN DE LA DECLARACIÓN DE CAMBIO ANTERIOR

3. NIT del I. M. C. o código cuenta de compensación 7. Fecha AAAA-MM-DD 8. Número

IV. IDENTIFICACIÓN DEL EXPORTADOR

9. Tipo 10. Número de identificación D.V. 11. Nombre o razón social

V. DESCRIPCIÓN DE LA OPERACIÓN

12. Código moneda reintegro 13. Valor moneda reintegro 14. Tipo de cambio a USD

VI. INFORMACIÓN DECLARACIONES DE EXPORTACIÓN DEFINITIVAS

15. Número	16. Fecha AAAA-MM-DD	17. Ciudad aduana	18. Numeral	19. Valor reintegrado USD
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
20. Total valor FOB				<input type="text"/>
21. Total gastos de exportación (numeral cambiarlo 1510)				<input type="text"/>
22. Deducciones (numeral cambiarlo 2016)				<input type="text"/>
23. Reintegro neto (FOB + gastos - deducciones)				<input type="text"/>

Condiciones de pago:

Condiciones de despacho:

Observaciones:

Para los fines previstos en el Artículo 83 de la Constitución Política de Colombia, declaro bajo la gravedad de juramento que los conceptos, cantidades y demás datos consignados en el presente formulario son correctos y la fiel expresión de la verdad.

VII. IDENTIFICACIÓN DEL DECLARANTE

24. Nombre 25. Número de identificación 26. Firma

Anexo 3. Formulario # 3. Declaración de cambio por endeudamiento externo

	Declaración de Cambio por Endeudamiento Externo Formulario No. 3 Circular Reglamentaria Externa DCIN-83 de Diciembre 16 de 2004	USO EXCLUSIVO DEL BANCO DE LA REPUBLICA		
<input type="button" value="Diligenciar en línea"/>				
I. TIPO DE OPERACIÓN				
1. Número:		▼		
2. Operación de:		▼		
II. IDENTIFICACIÓN DE LA DECLARACIÓN				
3. Ciudad	4. Nit del I.M.C. O código cuenta de compensación	5. Fecha AAAA-MM-DD	6. Número	
III. IDENTIFICACIÓN DE LA DECLARACIÓN DE CAMBIO ANTERIOR				
7. Nit del I.M.C. O código cuenta de compensación	8. Fecha AAAA-MM-DD	9. Número		
IV. DESCRIPCIÓN DE LA OPERACIÓN				
10. Número de préstamo	11. Tipo	12. Número de identificación	DV	
13. Nombre del deudor o acreedor				
14. Código moneda contratada	15. Valor total moneda contratada	16. Código moneda negociación	17. Valor total moneda negociación	
18. Base de interés (días por año)	19. Tipo de cambio moneda negociación	20. Valor total en dólares		
360 <input type="checkbox"/> 365 <input type="checkbox"/>				
21. Nombre del acreedor (créditos pasivos) o el deudor (créditos activos)				
V. INFORMACION DE NUMERALES Y LIQUIDACION DE INTERESES				
22. Numeral	23. Valor moneda negociación	24. Valor moneda contratada	25. Valor USD	
26. Valor base moneda contratada	27. Fecha inicio AAAA-MM-DD	28. Fecha final AAAA-MM-DD	29. Días	30. Tasa
VI. INFORMACION DECLARACIONES DE EXPORTACION DEFINITIVAS				
31. Número	32. Fecha AAAA-MM-DD	33. Código ciudad aduana	34. Numeral	35. Valor nítrogo USD
Observaciones			36. Total valor FOB	
			37. Total gastos (numeral 1510)	
			38. Deducciones (numeral 2016)	
Para los fines previstos en el artículo 83 de la constitución política de Colombia, declaro bajo la gravedad de juramento que los conceptos, cantidades y demás datos consignados en el presente formulario son correctos y la fiel expresión de la verdad.				
VII. IDENTIFICACION DEL DECLARANTE				
39. Nombre		40. Número de identificación	41. Firma	
Para uso exclusivo del Banco de la República				