

Posicionamiento del café de Colombia y Brasil en el mercado chino.

Ivan Santiago Velasco Ayala

Trabajo de grado para optar el título de Profesional en Negocios Internacionales

Opción de grado: Ensayo Periplo

Director

Edgar Javier Gómez Parada

Magister en Evaluación en Educación

Universidad Santo Tomás, Bucaramanga

División de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables

Facultad de Negocios Internacionales

2025

Contenido

1. Posicionamiento del café de Colombia y Brasil en el mercado chino	7
1.1 Tema: explicación del tema y justificación de su escogencia.	7
1.2 Problema: Obstáculos logísticos para la consolidación del café colombiano en el mercado chino	9
1.3 Hipótesis.....	9
1.4 Plan de trabajo.	10
2. Argumentos a favor de la hipótesis.....	11
2.1 Argumento 1: La optimización de la logística exportadora como condición para competir en China	11
2.2 Argumento 2: El fortalecimiento de las relaciones comerciales entre Colombia y China como soporte estratégico.....	12
3. Argumentos en contra u objeciones.....	13
3.1 Exposición de las objeciones con sus respectivos argumentos	13
3.2 Razones por las que no se aceptan las objeciones.....	13
4. Propuestas Alternativas.....	14
4.1 Mejora de la infraestructura logística nacional y portuaria.....	14
4.2 Implementación de modelos de negocio innovadores y multiplataforma.....	15
4.3 Enfoque en sostenibilidad, calidad y certificaciones internacionales	15
5. Recapitulación y conclusión.	16
Referencias.....	18

Lista de figuras

Figura 1. <i>Importaciones de café realizadas por China (2020–2024)</i>	8
--	---

Resumen

Este trabajo analiza el posicionamiento del café colombiano en el mercado chino, centrado en los desafíos logísticos, comerciales y de diferenciación que limitan su consolidación. Se plantea que la reducción de costos y tiempos logísticos, a través de inversiones en infraestructura, digitalización y modelos de negocio innovadores, es fundamental para fortalecer la competitividad internacional del café colombiano y el bienestar de las regiones productoras. El análisis compara la experiencia de Brasil como referente en eficiencia logística y expansión en mercados asiáticos, y examina el papel de la reciente profundización de las relaciones bilaterales entre Colombia y China. Asimismo, se destaca la creciente demanda china por cafés sostenibles y de especialidad, lo que refuerza la necesidad de certificaciones y trazabilidad. Finalmente, se proponen estrategias orientadas al fortalecimiento portuario, la digitalización exportadora y la especialización de la oferta, concluyendo que la articulación institucional y la modernización logística son claves para aprovechar las oportunidades del mercado chino

Palabras clave: café colombiano, exportaciones, logística internacional, mercado chino, competitividad

Abstract

This paper analyzes the positioning of Colombian coffee in the Chinese market, focusing on the logistical, commercial, and differentiation challenges that limit its consolidation. It argues that reducing logistics costs and times through investments in infrastructure, digitization, and innovative business models is essential to strengthening the international competitiveness of Colombian coffee and the well-being of producing regions. The analysis compares Brazil's experience as a benchmark in logistics efficiency and expansion in Asian markets and examines the role of the recent deepening of bilateral relations between Colombia and China. It also highlights the growing Chinese demand for sustainable and specialty coffees, which reinforces the need for certification and traceability. Finally, strategies aimed at strengthening ports, export digitization, and supply specialization are proposed, concluding that institutional coordination and logistics modernization are key to taking advantage of opportunities in the Chinese market.

Keywords: Colombian coffee, exports, international logistics, Chinese market, competitiveness

Glosario

Certificaciones internacionales: avales emitidos por organismos reconocidos globalmente que garantizan que el café cumple con estándares de calidad, sostenibilidad y prácticas responsables. Algunas de las más conocidas son Rainforest Alliance, Fair Trade y el sello Orgánico. Estas certificaciones permiten el acceso a mercados premium y mejoran el precio y reputación del producto.

Competitividad: capacidad de una empresa, sector o país para sostenerse y destacarse frente a sus competidores mediante eficiencia, innovación y diferenciación, logrando mayor participación y rentabilidad dentro del mercado.

Digitalización: proceso de incorporación de herramientas tecnológicas que permiten registrar, automatizar y gestionar información dentro de la cadena exportadora. Facilita la trazabilidad, la comunicación comercial y el acceso a mercados internacionales.

Logística internacional: conjunto de procesos relacionados con el transporte, almacenamiento y gestión de productos desde su origen hasta su destino en otro país, asegurando eficiencia en tiempos, costos y conservación de la calidad.

Mercado emergente: país o región que presenta crecimiento acelerado, modernización económica y creciente participación en el comercio internacional. China es actualmente uno de los principales mercados emergentes para el consumo de café.

1. Posicionamiento del café de Colombia y Brasil en el mercado chino

1.1 Tema: explicación del tema y justificación de su escogencia.

El tema seleccionado, Posicionamiento del café de Colombia y Brasil en el mercado chino, surgió a partir del interés despertado durante mi experiencia académica en la Pontificia Universidad Católica de Río de Janeiro, donde tuve la oportunidad de asistir a charlas sobre el comercio internacional entre Brasil y China y el papel estratégico del café, un producto emblemático para Colombia. La relevancia del tema radica en que Brasil, reconocido como el principal exportador mundial de café, alcanzó en 2024 exportaciones por un valor aproximado de 11.373.629 miles de USD, mientras que las exportaciones del café colombiano durante ese mismo año fueron de 3.545.448 miles de USD (Trade Map, s. f.). Esta cifra refleja su liderazgo en la industria global y su estrecha relación comercial con China, país que ha incrementado notablemente sus importaciones de café en los últimos años, convirtiéndose en un mercado emergente de alto potencial tanto para Brasil como para Colombia. La elección del tema responde, entonces, al interés por analizar la interacción entre las políticas de promoción comercial y los factores logísticos y productivos que influyen en el posicionamiento internacional del café colombiano y brasileño, comprendiendo cómo este escenario económico dinámico plantea desafíos y oportunidades para el fortalecimiento del sector cafetero nacional.

Al analizar la evolución de las importaciones de café realizadas por China entre 2020 y 2024, se observa que Brasil ha consolidado un posicionamiento mucho más sólido que Colombia dentro del mercado chino. Tal como muestra la gráfica, durante este periodo Brasil no solo mantuvo su liderazgo como principal proveedor de café a China, sino que amplió significativamente la brecha frente a Colombia, reflejando una tendencia ascendente sostenida tanto en volumen como en valor de sus exportaciones hacia este destino. Colombia, si bien se

mantiene entre los cinco principales proveedores de café para China, conserva una participación más moderada y estable, lo que evidencia los desafíos que aún enfrenta para fortalecer su presencia en este mercado dinámico y competitivo.

Figura 1. Importaciones de café realizadas por China (2020–2024)



Nota. La foto fue tomada de trademap (s. f.). <https://www.trademap.org/>

También es Importante destacar que, aunque tanto Brasil como Colombia figuran entre los mayores proveedores de café para China, este mercado no se ubica entre los cinco principales destinos de exportación para ninguno de los dos países. En el caso del gigante asiático, el café colombiano y el brasileño compiten dentro de un nicho de consumo en rápida expansión, pero la profundidad de la relación comercial todavía dista de la que ambos países mantienen con socios tradicionales como Estados Unidos, Europa o Japón refuerzan la necesidad de identificar y superar los obstáculos logísticos y comerciales que han limitado la consolidación del café colombiano en el contexto asiático, justificando así que la problemática abordada en el ensayo se centre en las brechas de posicionamiento y las oportunidades de mejora para el sector exportador nacional.

1.2 Problema: Obstáculos logísticos para la consolidación del café colombiano en el mercado chino

Aunque China se ha convertido en el sexto destino del café colombiano en 2024, el principal desafío que enfrenta el sector radica en los altos costos y deficiencias logísticas que dificultan su consolidación competitiva y sostenible en este mercado (Anal dex, 2024a; Federación Colombia de Cafeteros (FNC, 2024)). Pese al crecimiento del 16 % en las exportaciones nacionales y los ingresos de US\$2.193 millones en los primeros ocho meses del año del 2024, los productores colombianos deben afrontar limitaciones estructurales como la escasez de contenedores, los largos tiempos de tránsito que pueden superar las seis semanas y costos logísticos hasta un 37 % más elevados que los de otros países productores (Anal dex, 2024a; Revista Mundo Asia Pacífico, 2015). Estas condiciones reducen los márgenes de ganancia y frenan el ritmo de crecimiento en China, un mercado donde el consumo aumenta a tasas del 15 % anual, especialmente en las zonas urbanas (Anal dex, 2024b). En consecuencia, mientras Brasil aprovecha ventajas logísticas y acuerdos bilaterales más favorables, Colombia necesita superar estas barreras para evitar rezagos en su competitividad y garantizar el bienestar de los más de 650 municipios que dependen directamente de la caficultura (FNC, 2024).

1.3 Hipótesis:

Si Colombia logra reducir de manera significativa los costos y tiempos logísticos, en especial mejorando la disponibilidad de contenedores y la eficiencia en los procesos de exportación, el café colombiano podrá aprovechar el crecimiento sostenido del consumo en China y consolidar una posición preferente frente a competidores como Brasil. Este avance permitiría incrementar la participación de mercado, aumentar el valor exportado y fortalecer los beneficios

sociales en las regiones productoras, impulsando el bienestar de los municipios cafeteros (Analdex, 2024a; FNC, 2024; ValoryDinero, 2024; Bloomberg Línea, 2024b).

1.4 Plan de trabajo.

El desarrollo del ensayo se realizará siguiendo una estructura argumentativa que permita analizar de manera integral el posicionamiento del café de Colombia y Brasil en el mercado chino. En primera instancia, se emplearán como fuentes primarias las charlas académicas recibidas durante el periplo en la Pontificia Universidad Católica de Río de Janeiro, a partir de las cuales se contextualizará el panorama actual del comercio entre Brasil y China y el papel del café dentro de esta relación. Posteriormente, se presentará el problema central relacionado con los obstáculos logísticos que enfrenta el café colombiano para consolidarse en el mercado chino y se introducirá la hipótesis del trabajo. A continuación, mediante la revisión de fuentes secundarias incluyendo informes de la Federación Nacional de Cafeteros, Analdex, OEC y bases estadísticas especializadas se desarrollarán los argumentos a favor de la hipótesis a través de un análisis comparativo entre Colombia y Brasil. Seguidamente, se integrarán objeciones y perspectivas alternativas que permitan contrastar la hipótesis y reconocer sus posibles limitaciones. Finalmente, se propondrán alternativas estratégicas orientadas a mejorar la eficiencia logística y el posicionamiento internacional del café colombiano, conectando dichas propuestas con la competitividad y el bienestar de las regiones productoras.

2. Argumentos a favor de la hipótesis

2.1 Argumento 1: La optimización de la logística exportadora como condición para competir en China

La optimización de la logística exportadora es una condición necesaria para consolidar el posicionamiento del café colombiano en el mercado chino. La reducción de los tiempos de tránsito, el aumento en la disponibilidad de contenedores y la disminución de los costos asociados al transporte permiten que el café colombiano llegue con mayor frescura y consistencia al consumidor chino, fortaleciendo su competitividad frente a orígenes de mayor volumen como Brasil. Informes recientes señalan que los tiempos de tránsito hacia China pueden alcanzar aproximadamente 45 días y que persisten problemas de escasez de contenedores, lo que incrementa los costos y ralentiza las exportaciones (Analdex, 2024a; FNC, 2024).

Paralelamente, la demanda china se ha incrementado de manera acelerada en los últimos años, lo que exige capacidad de respuesta ágil y eficiente por parte de los exportadores para no perder oportunidades en un mercado en expansión (Bloomberg Línea, 2024b). En este sentido, mejorar la logística no solo es una cuestión operativa, sino un factor estratégico que incide directamente en la calidad percibida, el acceso al mercado y la sostenibilidad económica del sector cafetero colombiano. Por tanto, la superación de las barreras logísticas constituye un componente central para hacer efectiva la competitividad del café colombiano en China, tal como lo plantea la hipótesis.

2.2 Argumento 2: El fortalecimiento de las relaciones comerciales entre Colombia y China como soporte estratégico

El fortalecimiento de las relaciones comerciales entre Colombia y China constituye un soporte estratégico para consolidar el posicionamiento del café colombiano en el mercado chino. En 2023, ambos países elevaron su vínculo diplomático al nivel de Asociación Estratégica, que incluyó la firma de doce instrumentos de cooperación relacionados con infraestructura logística, protocolos sanitarios, intercambio tecnológico y desarrollo agrícola (Cancillería de Colombia, 2023). Este marco institucional facilita la reducción de barreras administrativas, mejora las condiciones de acceso al mercado e impulsa la coordinación entre productores, exportadores y compradores, creando un entorno más favorable para el café colombiano. A su vez, el consumo de café en China ha crecido aproximadamente un 15% anual, y ciudades como Shanghái superan las 8.500 cafeterías, consolidándose como centros dinámicos de cultura cafetera contemporánea (Bloomberg Línea, 2024b).

Este cambio ha llevado a que China pasara de ser el decimotavo al sexto destino de las exportaciones de café colombiano en pocos años, evidenciando una oportunidad creciente para productos diferenciados y de alta calidad. Así, el fortalecimiento diplomático y comercial entre ambos países proporciona las condiciones estratégicas necesarias para que las mejoras logísticas y comerciales se traduzcan en un posicionamiento sostenible del café colombiano en el mercado chino.

3. Argumentos en contra u objeciones

3.1 Exposición de las objeciones con sus respectivos argumentos

Una de las principales objeciones a la hipótesis planteada es que, si bien la optimización logística es importante, existen factores ajenos a la voluntad de los exportadores colombianos que pueden condicionar el éxito en el mercado chino, independientemente de los esfuerzos en este aspecto. Primero, el problema global en la cadena de suministro marcada por la falta de contenedores, espacio en buques y congestión portuaria representa un obstáculo estructural que no depende solo de Colombia, sino de condiciones internacionales que afectan a todos los países exportadores de café. Según Asoexport, incluso cuando la producción es históricamente alta y los precios internacionales favorables, las restricciones logísticas externas amenazan los ingresos de la caficultura nacional por demoras y costos adicionales fuera del control local (AnalDEX, 2024a).

Un segundo argumento contrario es que, en períodos de precios internacionales elevados, la logística pasa a representar un porcentaje menor del costo total. Así, mientras existe una demanda fuerte y precios altos, los impactos negativos de las barreras logísticas pueden ser parcialmente absorbidos, permitiendo que el negocio siga siendo rentable a pesar de ineficiencias logísticas (Perfect Daily Grind, 2025).

3.2 Razones por las que no se aceptan las objeciones

A pesar de que los factores internacionales impactan la logística, omitir su importancia en la competitividad de Colombia sería desconocer el papel estratégico que juega la eficiencia operativa en un entorno tan competitivo como el mercado chino. Incluso en escenarios de precios altos, los sobrecostos logísticos repercuten en los márgenes de ganancia, limitan la capacidad de respuesta ágil ante un mercado dinámico y pueden poner en riesgo la calidad e inocuidad del café.

exportado por demoras o almacenamientos prolongados (Analdex, 2024a). Otros países como Brasil han logrado mitigar de mejor manera estos mismos retos internacionales gracias a una infraestructura portuaria avanzada y rutas diversificadas, lo que demuestra que sí es posible incidir positivamente con estrategias nacionales (Bloomberg Línea, 2024b). Finalmente, la naturaleza perecedera del café acentúa la necesidad de precisión y rapidez: la consolidación del café colombiano en China depende de la capacidad del país para asegurar envíos puntuales, consistentes y con normas de calidad, lo que refuerza el rol clave de la logística como factor diferenciador, incluso ante desafíos globales.

4. Propuestas Alternativas

Las estrategias para fortalecer el posicionamiento del café colombiano en el mercado chino han sido abordadas en diversas investigaciones y análisis sectoriales. A partir de estas fuentes, se plantean alternativas orientadas a superar las barreras logísticas y aprovechar las oportunidades de crecimiento identificadas.

4.1 Mejora de la infraestructura logística nacional y portuaria

La Federación Nacional de Cafeteros de Colombia ha avanzado desde 2024 en la implementación de un modelo logístico integral basada en la industrialización del café, el fortalecimiento de centros de acopio regional, la optimización de rutas de transporte y la incorporación de tecnologías de procesamiento y empaque avanzadas. Este modelo, inicialmente consolidado en exportaciones hacia Estados Unidos y actualmente en expansión hacia mercados asiáticos, permite reducir costos logísticos y tiempos de entrega, además de garantizar la conservación de la frescura y calidad del producto durante el tránsito. De acuerdo con Almacafé,

la comercialización de café procesado en origen puede disminuir los costos logísticos hasta en un 50% frente a métodos tradicionales, lo que representa una ventaja competitiva determinante para ingresar con mayor fuerza al mercado chino (FNC, 2024). La articulación entre productores, infraestructura portuaria y plataformas de distribución internacional se configura, así como una estrategia clave para enfrentar los desafíos estructurales del comercio exterior colombiano.

4.2 Implementación de modelos de negocio innovadores y multiplataforma

Según la Revista Mundo Asia Pacífico (2015), la diversificación de canales de distribución mediante comercio electrónico, plataformas digitales chinas y alianzas con empresas asiáticas permite ampliar la presencia del café colombiano en nichos urbanos de alto crecimiento. Estas estrategias facilitan la adaptación a patrones de consumo dinámicos y reducen la dependencia de intermediarios, favoreciendo una inserción más competitiva en el mercado chino.

4.3 Enfoque en sostenibilidad, calidad y certificaciones internacionales

Diversos reportes del sector cafetero colombiano señalan que los cafés diferenciados con certificaciones de sostenibilidad y atributos de origen tienen una creciente aceptación en segmentos premium del mercado chino (ValoryDinero, 2024). Fortalecer las capacidades técnicas de los productores en estándares internacionales y promover el valor cultural y sensorial del café colombiano contribuye a consolidar su reputación como un producto de alta calidad y trazabilidad, diferenciándolo de sus competidores en Asia.

Un aspecto clave para evaluar la viabilidad de las propuestas planteadas es su relación con las estrategias actuales del sector cafetero colombiano. La Federación Nacional de Cafeteros (FNC), en su Informe de Gestión 2024, destaca acciones como la industrialización en origen, la

modernización de los centros de acopio, la expansión internacional de la marca cafetera y la promoción del acceso a nuevos mercados, con especial atención en Asia. La FNC resalta además la importancia de trabajar de manera conjunta entre instituciones públicas y privadas, fortalecer la logística y aprovechar las alianzas estratégicas como herramientas para aumentar la competitividad del café colombiano frente a la creciente demanda del mercado chino (FNC, 2024).

Un ejemplo claro de cómo estas estrategias se aplican es el caso de la marca Juan Valdez. En 2024, la empresa anunció su entrada al mercado chino mediante la apertura de tiendas propias en ciudades estratégicas, como parte de un plan de expansión internacional que busca diversificar los canales de venta y ofrecer productos premium adaptados al gusto del consumidor asiático. Esta iniciativa no solo fortalece la imagen del café colombiano en el exterior, sino que también demuestra la capacidad del país para innovar y competir en mercados exigentes como el chino (Bloomberg Línea, 2024a).

De esta manera, la conexión entre las propuestas planteadas en este ensayo, las estrategias desarrolladas por la FNC y la experiencia de Juan Valdez evidencia el potencial del café colombiano para consolidarse en el mercado internacional, si se mantiene una visión conjunta de modernización, innovación y apertura comercial.

5. Recapitulación y conclusión.

En síntesis, este ensayo analizó cómo los obstáculos logísticos y comerciales continúan limitando la consolidación del café colombiano en el mercado chino, incluso en un contexto de fortalecimiento de las relaciones bilaterales y creciente demanda en ese país. Se estableció como hipótesis central que la reducción significativa de los costos y tiempos logísticos a través de mejoras en infraestructura, digitalización y modelos de negocio más eficientes permitiría aumentar

la competitividad internacional del café colombiano y fortalecer el bienestar económico de las regiones productoras. Los argumentos desarrollados demostraron que la eficiencia logística, la diversificación comercial y el cumplimiento de estándares internacionales de calidad son factores determinantes en el posicionamiento sostenible del café colombiano en China. Asimismo, se evidenció que Brasil ha logrado ventajas competitivas gracias a una infraestructura más robusta y alianzas estratégicas directas, lo que refuerza la necesidad de que Colombia acelere su modernización logística para no quedar rezagada en este mercado emergente.

Las propuestas alternativas presentadas orientadas a mejorar la infraestructura portuaria, expandir la digitalización exportadora y promover cafés especiales y sostenibles cuentan con respaldo académico y sectorial. En conclusión, la inserción exitosa del café colombiano en China depende tanto de la capacidad de adaptación logística y comercial del país, como del fortalecimiento institucional y la articulación entre actores públicos y privados. Solo mediante la integración de esfuerzos estratégicos será posible aprovechar plenamente las oportunidades del mercado asiático y consolidar un posicionamiento internacional sólido y sostenible para el café colombiano.

Referencias

- Analdex. (2024a, 27 de noviembre). Buen momento exportador del café está amenazado por falta de contenedores: Asoexport. <https://analdex.org/2024/11/28/buen-momento-exportador-del-cafe-esta-amenazado-por-falta-de-contenedores-asoexport/>
- Analdex. (2024b, 9 de octubre). China, camino a ser el segundo comprador más importante de café colombiano en el mundo. <https://analdex.org/2024/10/10/china-camino-a-ser-el-segundo-comprador-mas-importante-de-cafe-colombiano-en-el-mundo/>
- Bloomberg Línea. (2024a, 23 de mayo). Exclusiva: Juan Valdez abrirá tiendas por primera vez en China y Brasil; CEO explica plan. <https://www.bloomberglinea.com/latinoamerica/colombia/exclusiva-juan-valdez-abrira-tiendas-por-primera-vez-en-china-y-brasil-ceo-explica-plan/>
- Bloomberg Línea. (2024b, 1 de diciembre). China quiere más café de Brasil y Colombia: ¿cuál es el reto de venderle al gigante asiático? <https://www.bloomberglinea.com/latinoamerica/colombia/china-quiere-mas-cafe-de-brasil-y-colombia-cual-es-el-reto-de-venderle-al-gigante-asiatico/>
- Cancillería de Colombia. (2023, 24 de octubre). Colombia y China suscribieron 12 instrumentos de cooperación y avanzan hacia una Asociación Estratégica. <https://www.cancilleria.gov.co/newsroom/news/colombia-china-suscribieron-12-instrumentos-cooperacion>
- Federación Nacional de Cafeteros. (2024). Informe de gestión FNC 2024. <https://federaciondefcafeteros.org/app/uploads/2025/06/Informe-de-Gestion-FNC-2024.pdf>

- Mundo Asia Pacífico. (2015). Café Colombiano en China: Oportunidades y Desafíos. *Revista Mundo Asia Pacífico*, 30, 51–56.
<https://publicaciones.eafit.edu.co/index.php/map/article/download/3365/2821/13094>
- Perfect Daily Grind. (2025, 10 de abril). Los retos logísticos de la exportación de café siguen en aumento en 2025. <https://perfectdailygrind.com/es/2025/04/retos-logisticos-exportacion-cafe/>
- Trade Map. (s. f.). Exportaciones de producto 0901 (Café, incluido tostado o descafeinado) — país de origen 4. International Trade Centre.
https://www.trademap.org/Country_SelProduct_TS.aspx
- Trade Map. (s. f.). List of supplying markets for product 0901 (Coffee) – China. International Trade Centre. https://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx
- ValoryDinero. (2024, 1 de diciembre). China revoluciona el mercado cafetero: Brasil y Colombia en la mira del gigante asiático. <https://valorydinero.com/2024/12/02/china-revoluciona-el-mercado-cafetero-brasil-y-colombia-en-la-mira-del-gigante-asiatico/>