

Información Importante

La Universidad Santo Tomás, informa que Andrés Bercelio Coy Tibacuy autor ha autorizado a usuarios internos y externos de la institución a consultar el contenido de este documento a través del Catálogo en línea de la Biblioteca y el Repositorio Institucional en la página Web de la Biblioteca, así como en las redes de información del país y del exterior con las cuales tenga convenio la Universidad.

Se permite la consulta a los usuarios interesados en el contenido de este documento, para todos los usos que tengan **finalidad académica**, nunca para usos comerciales, siempre y cuando mediante la correspondiente cita bibliográfica se le dé crédito al trabajo de grado y a su autor.

De conformidad con lo establecido en el Artículo 30 de la Ley 23 de 1982 y el artículo 11 de la Decisión Andina 351 de 1993, la Universidad Santo Tomás informa que “los derechos morales sobre documento son propiedad de los autores, los cuales son irrenunciables, imprescriptibles, inembargables e inalienables.”

**Bibliotecas Bucaramanga
Universidad Santo Tomás**

Informe final de práctica empresarial de
Café de la torre AUS

Andrés Bercelio Coy Tibacuy
Trabajo para optar título de Profesional en Negocios Internacionales

Director:

Dra. Wanda Ximena Ortiz Núñez

Universidad Santo Tomas Bucaramanga
Facultad de negocios internacionales
Bucaramanga abril de 2016

Tabla de contenido

Introducción	17
Justificación	18
1. Objetivos	18
2. Generalidades de la empresa café de la torre AUS.....	19
2.1.Historia	20
2.2.Misión	20
2.3.Visión	21
2.4.Objetivos	22
2.5.Valores Corporativos	22
2.6.Organigrama	23
2.7.Razón Social	23
2.8.Objeto Social	24
2.9.Portafolio de Productos	24
2.10. Proceso del café	25
3. Cargo y funciones	26
4. Marco normativo	42
5. Aportes	43
5.1.Del estudiante a la empresa	43
5.2.De la empresa al estudiante	44
6. Conclusiones	46
7. Recomendaciones	47

8. Apéndices48

Listado de Tablas

Tabla 1. Portafolio de Productos (Café Tostado)	24
Tabla 2. Portafolio de Productos (Café tostado Pasilla)	25
Tabla 3. Portafolio de Productos (Café verde en Grano)	26

Listado de figuras

Figura 1. Organigrama de la empresa	23
Figura 2. Proceso del Café	27
Figura 3. Generalidades del cliente #1	33
Figura 4. Generalidades del cliente #2	34
Figura 5. Generalidades del cliente #3	34
Figura 6. Generalidades del cliente #4	35
Figura 7. Generalidades del cliente #5	35
Figura 8. Generalidades del cliente #6	36
Figura 9. Generalidades del cliente #7	36
Figura 10. Generalidades del cliente #8	37

Apéndices

Apéndice A. Evento Expoespeciales de Café 2015	48
Apéndice B. Finca Hoyo frio; Curití, Santander	48
Apéndice C. Cultivo de Café en la finca Hoyo frio; Curití, Santander	49
Apéndice D. Finca Hoyo frio; Curití, Santander	50
Apéndice E. Recolección de Café de cosecha de Enero de 2016, Finca Hoyo frio; Curití, Santander	50
Apéndice F. Macro Rueda de negocios Bogotá D.C, Octubre de 2015; Negociación con (a la izquierda Gerente General Café de la Torre Aus, a la derecha Gerente Comercial de Old Coffee Taiwán)	51
Apéndice G. Macro Rueda de negocios Bogotá D.C, Octubre de 2015; Negociación con clientes internacionales (a la izquierda Practicante como auxiliar de Negociación en Rueda de Negocios para Café de la Torre Aus, a la derecha Gerente General de Café de la Torre Aus, Colombia) ..	52
Apéndice H. Primera Página de la Cámara de Comercio (Café de la Torre Aus)	53
Apéndice I. Segunda Página de la Cámara de Comercio (Café de la Torre Aus)	53
Apéndice J. Registro como exportador de Café	54
Apéndice K. Perfil de taza de Café de la Torre	54
Apéndice L. Registro y Permiso para entrar alimentos a Estados Unidos (FDA) pg1	55
Apéndice M. Registro y Permiso para entrar alimentos a Estados Unidos (FDA) pg2	55

Agradecimientos

Quiero agradecer a Dios por darme la oportunidad por culminar de la mejor manera esta carrera.

Quisiera agradecer a mis padres Martha Lilia Tibacuy y Bercelio Coy, a mi hermano Santiago Coy por el apoyo incondicional que me brindaron durante las dificultades y alegrías que pase durante mi carrera universitaria.

A Wanda Ortiz por su gran asesoramiento que me brindo durante toda la carrera y finalmente durante mi práctica.

A mis profesores por sus enseñanzas.

A todos aquellos que contribuyeron a mi formación.

GLOSARIO

Abono verde: Plantas cuya descomposición origina nutrientes naturales para los cultivos. Los abonos verdes se descomponen en la superficie de los suelos tropicales como materia orgánica para incrementar la fertilidad, la actividad microbiana y mejorar las condiciones físicas del suelo.

Acequias de ladera: Cauce artificial cavado con el fin de alejar las aguas lluvias de una zona peligrosa y llevarlas a un desagüe estable.

Almácigo: Lugar donde se ubican las bolsas de café con las chapolas sembradas para después ser transplantadas al sitio definitivo. Las plantas o colinos en el almácigo permanecen de cuatro a seis meses

Café: Semilla del cafeto, de forma ovalada, redondeada por una cara y con un surco longitudinal en la otra, que mide alrededor de un centímetro de largo y es de color amarillo verdoso; tras numerosas transformaciones se comercializan tostadas o tostadas y molidas.

Café Americano: Su preparación va con mucha agua y es ligero

Café cereza: Es el fruto del café que se recolecta maduro, compuesto de dos granos envueltos en una cáscara.

Café Capuchino: Se prepara el café con leche espumoso.

Café Cortado: Café con muy poca leche.

Café Descafeinado: Aquel al que se ha extraído la cafeína.

Café pergamino seco: Es el producto del beneficio del grano, el cual se obtiene después de quitarle la cáscara y el mucílago, lavarlo y secarlo hasta una humedad del 12%.

Cafeducto: Son sistemas de transporte del café en cereza dentro de tuberías cerradas de PVC con ayuda del agua y de la gravedad proporcionada naturalmente por la pendiente del terreno.

Cédula cafetera: documento que expide cada Comité Departamental de Cafeteros y que acredita a todo productor de café como federado (perteneciente al gremio caficultor)

Centicafé: Centro Nacional de Investigaciones de café "Pedro Uribe Mejía".

Control Cultural: Conjunto de prácticas de manejo del cultivo que contrarrestan el ataque de plagas y enfermedades. En el caso de la broca de la cereza del cafeto, se considera que la recolección permanente de los frutos maduros, sobre maduros y secos rompe el ciclo de vida del insecto y contribuyen en un porcentaje alto en el control de la plaga.

Control Legal: Legislación gubernamental a través de Institutos autorizados que reglamenta disposiciones, con el fin de lograr que la actividad agropecuaria esté libre de plagas y enfermedades o que dichos problemas no se transporten a otros sitios o países.

Café Irlandés: Café al que se agrega whisky, azúcar y nata.

Café Pergamino Seco: Este grano es el resultado del proceso de beneficio realizado por cada cafetero en su finca. Después de la recolección, a los granos cereza se les retira la pulpa y el mucílago y se procede a lavarlos y secarlos, hasta alcanzar una humedad del 12%. El café pergamino seco es la semilla de café protegida por una cáscara o cutícula amarilla (el pergamino) y es el estado del grano en el cual los cafeteros venden su café.

Café Verde: A este estado del grano de café también se le conoce en ciertos países como “café oro”, “semilla” o “almendra”. Se obtiene después de la remoción del pergamino como resultado del proceso de trilla. El café verde es el insumo básico para la elaboración del café tostado, el soluble y los extractos de café, y es la forma más común en la que es exportado a otros países.

Café Tostado: Se trata del producto que resulta de la transformación de los granos de café verde. Esto mediante un proceso de aplicación de calor que produce cambios físicos y químicos que potencializan el aroma y el sabor de cada grano.

Café Molido: Después del proceso de tosti3n, los granos de café son molidos antes de proceder a la preparaci3n de la bebida. Existen tres tipos de molienda: grueso, fino y medio, que hacen referencia a la granulometr3a. El tipo de molienda seleccionada dependerá del método de preparaci3n o de la cafetera usada para la preparaci3n final de la bebida.

Café Torrefacto: Proceso cuando el café es tostado con azúcar.

Café Vienes: Café con nata básica.

Desmucilagrador: Es un equipo utilizado en el beneficio del café, por medio del cual se le desprende el muc3lago, se lava y se clasifica el grano de café.

Desagües naturales: Son prácticas mecánicas de conservaci3n de suelos que buscan proteger el suelo de la erosi3n h3drica. Se hacen con el fin de evacuar el agua que corre por la superficie del suelo.

Despulpado: etapa del beneficio ecológico del café en la cual se separa los granos de café de la pulpa sin adición de agua.

Despulpadora: Máquina compacta que despulpa, selecciona y lava los granos de café. Despulpadora de un disco, zaranda clasificadora, lavadora, motor estacionario y sin fin para cáscaras.

Despedradora: Cuenta con un imán que evita que objetos de metal así como piedras pasen a la siguiente unidad de proceso.

Fertilizantes Compuestos: Fertilizantes en cuya composición hay varios nutrimentos. Ejemplo: El fertilizante completo 17-6-18-2, el cual posee nitrógeno, fósforo, potasio y magnesio.

Fertilizantes foliares: Compuestos de nutrimentos para ser absorbidos por las hojas de los cultivos

Fertilizantes Simples: Fertilizantes en cuya composición no hay sino un solo nutrimento. Ejemplo: la Úrea, la cual posee el 46% de nitrógeno.

Fitosanidad: Corresponde al buen estado de salud de los especímenes del reino vegetal. Filtro vivo: material vegetal vivo utilizado para separar los sólidos en suspensión en un fluido.

Fungicida: Producto o agente que destruye los hongos.

Margen operativo: Es la diferencia entre el ingreso y el costo operacional. El costo operacional se refiere a la mano de obra directa, y a los insumos de una determinada actividad. Éste costo no se tiene en cuenta la administración que se paga por todo el predio, es sólo la mano de obra directa.

Mucílago: Sustancia hialina, incolora y más o menos turgente que recubre el fruto del café una vez se haya despulpado. El mucílago corresponde al 22% del peso total de la cereza y botánicamente se denomina el mesocarpo. El mucílago debe ser removido para permitir un fácil secado y una buena conservación del café.

Mulch: Cobertura muerta constituida por los residuos vegetales provenientes de desyerbas, raíces de sombrío, zoqueos de cafetales y desperdicios de cosechas, las cuales se esparcen sobre el sobre el suelo con el fin de formar una cubierta protectora contra la erosión.

Multiestrata: Denominación que se le da a un arreglo paisajístico en el cual existen varios estratos o niveles de altura. En el cultivo de café el estrato alto lo conforman los árboles de sombrío, el medio el cafeto y el bajo las coberturas.

Pancoger: Se denominan así aquellos cultivos que satisfacen parte de las necesidades alimenticias de una población determinada. En la zona cafetera son cultivos de pancoger: el maíz, el frijón, la yuca y el plátano.

Pozos sépticos: Hoyo profundo que se hace en el suelo con el fin de recoger los depósitos de putrefacción y evitar así la contaminación que producen sus olores y gérmenes en el ambiente.

Procesadores de pulpa: Son fosas o sitios donde se deposita la pulpa del café para su descomposición.

Pulpa: Es la cáscara del grano de café formada por el exocarpio (epidermis) y parte del mesocarpio. En el beneficio ecológico la pulpa es uno de los subproductos y se deposita en fosas para su descomposición y posterior utilización en el cultivo.

Roya: Enfermedad del café causada por el hongo *Hemileiavastatrix*. Las pústulas color ladrillo ubicadas en el envés de las hojas del café son su más típica sintomatología. La roya llegó a Colombia en 1983.

Saneamiento básico: Comprende todas las obras que se realizan para conseguir las mejores condiciones de salud en una vivienda. Las unidades sanitarias, los pozos sépticos y el reciclaje de basuras son fundamentales para obtener saneamiento básico.

Seguridad alimentaria sostenible: Es el acceso y la disponibilidad permanente de un individuo o grupo de personas a los alimentos necesarios para tener una vida sana y activa, con énfasis en cantidad, variabilidad y calidad. Cuando se enmarca en el desarrollo sostenible, la seguridad alimentaria se preocupa por la inocuidad de los alimentos y hace parte de los hábitos de vida saludables. El sector agropecuario aporta en este sentido con la producción “limpia” de los alimentos, en la cual se evitan al máximo las aplicaciones de productos químicos de síntesis.

Seleccionadora: Es usado para separar granos de café de acuerdo a su peso por gravedad así mismo separa los defectos de forma rápida y mejorar la calidad del producto.

Tostadora: Máquina que sirve para tostar granos de café, el tiempo de tostado depende del producto. Posee un cilindro horizontal con paletas en la pared del cilindro para efectuar el batido. La entrada del producto es por una tolva en la tapa superior; La salida del producto es por una compuerta regulable. Tiene sistema de enfriamiento.

Variedad Colombia: Variedad de café resistente a la roya. Producida en Cenicafé en 1982. Producto de una combinación en un cultivar de la variedad caturra, el cual aporta alta producción y otras características destacadas y la resistencia a la roya aportada por el Híbrido de Timor.

Variedad Arábica: Es la especie más difundida y a ella pertenecen la mayoría de variedades comerciales que se conocen.

Variedad Robusta: Más difundida y cultivada en los países africanos.

Variedad Catuai: Obtenida mediante cruce de Mundo Novo por Caturra, es originario de Brasil y tiene una altura aproximada de 2.25 mts.

Variedad Caturra: Es originario de Brasil y tiene una altura aproximada de 1.80 mts, y es un mutación con Variedad Bourbon.

Variedad Mundo Novo: Es un cruce de Sumatra (Typica) por Bourbon, es originaria de Brasil y mantiene un porte alto de 3.00 mts.

Variedad Bourbon: Es una variedad de porte alto con 3.00 mts, es de muy buena productividad.

Variedad Pache: Es originario de Guatemala, viene de una mutación con variedad Typica y mantiene un porte bajo de 1.80 mts.

Resumen

El presente texto tiene como objetivo evidenciar el proceso de la práctica empresarial llevado a cabo por el estudiante en la empresa Café de la Torre AUS durante Octubre de 2015 a Abril de 2016. En el Informe Final de Práctica se exponen los aspectos institucionales y académicos que orientaron el desarrollo de la práctica en el ámbito comercial y de internacionalización de la empresa. Se incluye aspectos que se realizó de las necesidades de la Empresa, los ejes de Intervención desarrollados y una reflexión de la práctica empresarial, los resultados obtenidos, las conclusiones y finalmente las recomendaciones.

Palabras Clave: Práctica Empresarial, Sector Agroindustrial cafetero, Internacionalización.

ABSTRACT

The present text has as aim demonstrate the process of the practice carried out by the student in the company Coffee of the Tower Aus during October 2015 to April 2016. In the Final Report of Practice there are exposed the institutional and academic aspects that orientated the development of the practice in the commercial area and of internationalization of the company. There are included aspects that were realized of the needs of the Company, the axes of Intervention developed and a reflection of the managerial practice, the obtained results, the conclusions and finally the recommendations.

Keywords: Business Practice, coffee Agroindustrial Sector, Internationalization.

Introducción

Café de la Torre Aus se dedica a producción y comercialización de Café en Colombia, manteniendo su mercado fuerte en la costa Atlántica de Colombia. Debido a que su mercado interno está un poco saturado se decide abrir un área de Comercio Exterior y tener una persona en calidad de practicante que realice un una búsqueda de mercados internacionales, generando un nuevo enfoque que permitan crear estrategias dirigidas al incremento de ingresos de la empresa. Para ello se suministran todas las herramientas de trabajo necesario así como la autonomía en toma de decisiones enfocadas al cumplimiento de los objetivos propuestos. Después de un análisis de la situación en el área correspondiente se determinó que en la actualidad no se aprovecha la capacidad ni el potencial que se tiene en las oficinas de promoción de exportaciones en Colombia por lo tanto se opta por incluir las estrategias del practicante las cuales consisten en búsquedas de nuevos clientes potenciales internacionales, a su vez, realizar un cronograma de actividades para lograr eficiencia en los tiempos de la empresa. Este plan de práctica pretende abrir relaciones comerciales con nuevos clientes y así diversificar su mercado para dejar la dependencia del mercado nacional y así aumentar la participación en el mercado de las posibles sucursales. Seguidamente se desarrolla el Marco Conceptual que guió y sustentó la práctica empresarial, también se desarrolla los análisis de los resultados del ejercicio de práctica. Finalmente se exponen las dificultades presentadas, las conclusiones y recomendaciones.

Igualmente se pretende crear otra visión de los clientes hacia los nuevos procesos que mantiene el sector cafetero en Colombia debido a que por motivos culturales no todos los clientes internacionales ven con buenos ojos invertir en empresas colombianas.

Justificación

Para un estudiante es importante poner en práctica las habilidades y en general todos los aprendizajes que pudieron obtener durante sus estudios antes de que se lancen a la vida profesional.

En mi caso no hay excepción, por lo que también quería probar todas mis habilidades obtenidas durante la experiencia de mi pregrado así que quise escoger un campo y un sector de la industria como lo es de llevar a cabo una internacionalización en un sector que tiene mucha historia a nivel mundial como lo es el mercado del café. Y es así que con la oportunidad que la empresa Café de la Torre Aus me pudo brindar he podido tener más cerca aquellas experiencias que como profesional en negocios Internacionales debo afrontar de la mejor manera para sacar con éxito los proyectos que se presenten.

1. Objetivos

1.1 Objetivo General

Fortalecer el aprendizaje obtenido durante la carrera universitaria en el área de Negocios Internacionales.

1.2 Objetivos Específicos

- Desarrollar actividades que aporten a la formación como profesional en Negocios Internacionales.
- Implementar herramientas de comercio exterior para culminar las tareas operativas de la empresa.

2. Generalidades de café de la torre AUS

Nombre empresa: Café de la Torre AUS

Teléfono: (57) (7)7241923

Celular: (57)3102118134; (57)3162275411

Mail: cafedelatorre@outlook.es

Ubicación San Gil, Santander, Colombia

Logo:



Imagen del Producto Estrella:



2.1 Historia

Café de la Torre AUS es una pequeña empresa agroindustrial ubicada a pocos kilómetros de San Gil, Departamento de Santander, especializada en la producción y comercialización de café, se encuentra establecida desde el año 2014, una iniciativa de emprendimiento con el fin de ayudar a mejorar factores en el panorama del sector cafetero de la región y a nivel nacional que vienen con algunas falencias económicas y sociales. Complementado con un equipo de trabajo con ganas de emprender nuevos retos para su mejor desarrollo en el sector, que diariamente los caracteriza su compromiso para integrar nuevas ideas que aporten en pro a gestiones de la empresa ya que ayudaría a fortalecer y diversificar el mercado colombiano con comercialización de café tostado estandarizado Nacional e Internacionalmente. Café de la Torre Aus, una iniciativa donde al observar que año tras año el precio del café ha venido fluctuando, y como consecuencia esto ha generado un gran problema social en el sector cafetero en Colombia le dio valor a sus fundadores para participar en el programa de Red de Emprendedores de Bavaria en el sector de ayuda social a la población vulnerable y/o campesinos de la región de Santander, es así que haciendo un buen trabajo Café de la Torre Aus gano Red de Emprendedores Bavaria en el área de ayuda social en 2015.

2.2 Misión

Producir y comercializar café de excelente calidad siguiendo los estándares de vanguardia que caracteriza el café colombiano para lograr la satisfacción de nuestros clientes y consumidores en

los mercados Regional, Nacional e Internacional, generando beneficio a través de experiencias nuevas y diferentes al mercado. Establecernos como la empresa que trabaje de la mano con los cafeteros en la compra de café, para posteriormente sea procesado siendo capaces de salvaguardar el nombre del café colombiano, como uno de los mejores del mundo estando a la vanguardia en los estándares de calidad, nacionales e internacionales complementando con los cambios tecnológicos, ambientales, esto con el fin de entregar experiencias nuevas y, diferentes al consumidor; teniendo como principal eje el tema de carácter social.

2.3 Visión

Nos vemos en 10 años como una empresa eficiente, rentable, innovadora, sostenible y competitiva, con diversificación de nuestros productos entregando la mejor calidad de nuestro café colombiano de acuerdo a las necesidades y expectativas de los clientes y consumidores, con personal competente en permanente desarrollo. Adoptando tecnologías limpias de avanzada, en busca de un óptimo desarrollo sostenible en sus procesos, para competir con éxito en los mercados, cumpliendo y acatando reglamentación para la preservación del medio ambiente en la región Santandereana.

 Ser una empresa que pueda vender café procesado a diferentes países llevando a nuestros clientes experiencias de producción limpia y sostenible de cafeteros que producen este grano en Santander.

2.4 Objetivos

- 1- Posicionar a Café de la torre Aus en mercados Nacionales e internacionales.
- 2- Garantizar al cliente que está llevando un producto de excelente calidad.
- 3- Optimizar y consolidar los sistemas innovadores aplicables a la empresa.
- 4- Integrar de manera eficaz sistemas sociales para la participación de los agricultores.

2.5 Valores Corporativos

- **Solidaridad:** Nos sentimos comprometidos con el acontecer de La Empresa y asumimos que nuestras acciones afectan a los demás.
- **Participación:** Somos una organización democrática, donde cada asociado y trabajador tiene incidencia en la toma de decisiones e igualdad de oportunidades.
- **Equidad:** Valoramos el desarrollo integral del asociado trabajador y sus familias, mediante la distribución justa e imparcial de los beneficios cooperativos.
- **Honestidad:** realizamos todas las operaciones con transparencia y rectitud.
- **Lealtad:** Somos fieles a La Empresa y buscamos su desarrollo y permanencia en el tiempo.
- **Responsabilidad:** Obramos con seriedad, en consecuencia con nuestros deberes y derechos como asociados y trabajadores.
- **Respeto:** Escuchamos, entendemos y valoramos al otro, buscando armonía en las relaciones interpersonales, laborales y comerciales.

- **Confianza:** Cumplimos con lo prometido al ofrecer los mejores productos.
- **Trabajo en Equipo:** Con el aporte de todos los que intervienen en los diferentes procesos de La Cooperativa buscamos el logro de los objetivos organizacionales

2.6 Organigrama

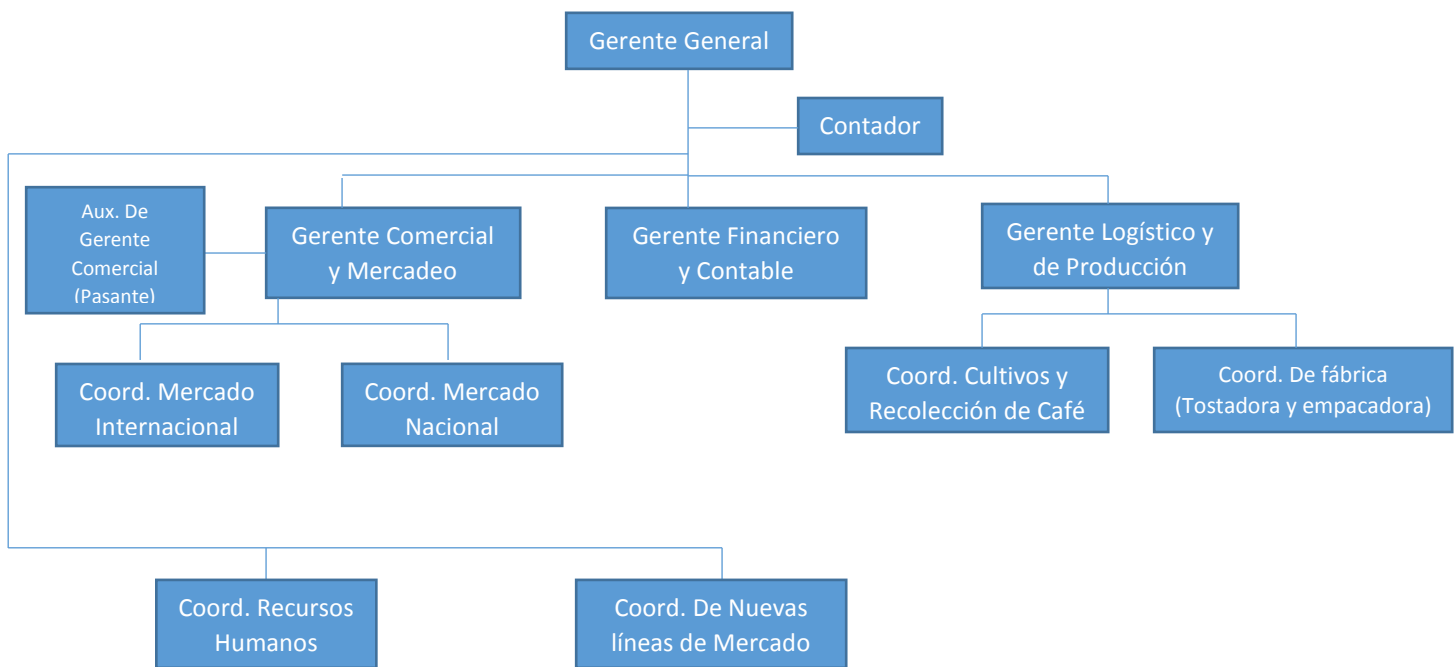


Figura 1. Organigrama

Fuente: Café de la Torre Aus

2.6 Razón Social

Café de la Torre Aus por ser una empresa que hace poco fue constituida como PYME, inicio su razón social como una empresa unipersonal, al ver que su mercado ha crecido sustancialmente

han decidido hacer el cambio de razón social, por el momento el proyecto está siendo aprobado entre los asociados.

2.7 Objeto Social

Café de la Torre Aus desde su creación inicio siendo productor y comercializador de café como lo especifica en la cámara de comercio y que lo estipula en su actividad económica.

2.8 Portafolio de Productos:

Tabla 1.


Portafolio de Productos (Café Tostado)

Café Tostado
Premium Line
Presentaciones de 250 grs y 500 grs.
 The image shows three bags of Café de la Torre Premium Line coffee. The bags are dark brown with a textured pattern and feature the brand name 'Café de la Torre' in gold lettering. Each bag has a small gold logo above the text. The bags are arranged in a row, with the middle one being slightly taller than the two on either side. The text 'Peso Neto 250 g' is visible at the bottom of each bag.

Fuente: Archivo Café de la Torre Aus.

Tabla 2.


Portafolio de Productos (Café tostado Pasilla)

Café Tostado Tipo Pasilla
Presentaciones en bultos de 50Kg, 60Kg y 70Kg
Nota: El peso del bulto depende a gusto del Cliente o Mercados (Nacional o Internacional)


Fuente: Archivo Café de la Torre Aus.

Tabla 3.

Portafolio de Productos (Café verde en Grano)

Café en grano
En grano verde en bultos
Presentaciones en bulto de 70 kg


Fuente: Archivo Café de la Torre Aus.

2.9 Proceso del café

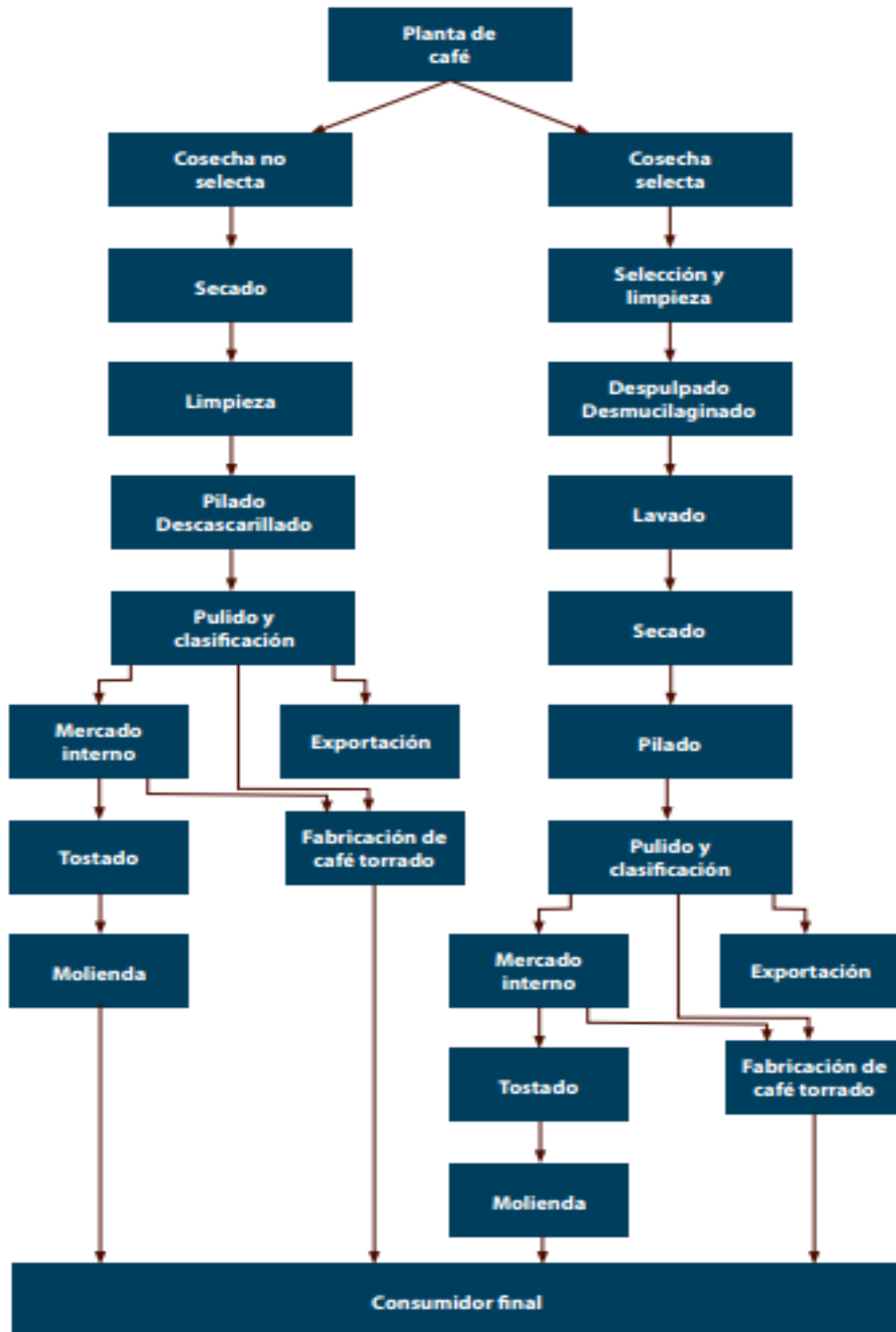


Figura 2. Proceso del Café

Fuente: Café de la Torre Aus

3. Cargo y funciones

Principalmente la empresa Café de la Torre Aus al ver la necesidad de dar apertura a una nueva área de comercio exterior, pone a cargo del tema a gerencia comercial para que lo atienda, es así que al ver esta necesidad de la empresa, solicito un estudiante para hacer parte y laburar como auxiliar de comercio exterior y gracias a esto tengo esta oportunidad.

Desde el momento que entro a hacer parte del grupo de trabajo de la empresa me encargan de cumplir funciones como la búsqueda de clientes internacionales, revisión de la documentación de cada intermediario para exportar, análisis y revisión de ventas en mercados nacionales e internacionales, informes mensuales a clientes internacionales, estudios de mercado a clientes potenciales en Colombia y el exterior.

Ha sido una gran labor que se ha hecho durante estos meses con Café de la Torre Aus, a la vez un gran reto ya que mis funciones era de gran compromiso, para comenzar quisiera agradecerles a los directivos y asociados por brindarme la confianza para tomar decisiones durante mi labor como practicante.

Para comentarles de mi primera tarea la cual fue la búsqueda de clientes internacionales, quiero contarles que inicialmente fuí asignado para ser auxiliar de la Macro Rueda de negocios en el marco de la feria Internacional de Expoespeciales de café que se llevó a cabo en la ciudad de Bogotá D.C los días 14, 15 y 16 de Octubre del 2015. Fué una preparación corta pero de abundancia información, esto debido a que me enviaron a conferencias con la cámara de comercio de Bucaramanga (-Como negociar con extranjeros-) el cual fue de gran ayuda ya que tuvimos acceso a licencias y software para poder conocer de la manera que negocian otros

países; aprovechando que la empresa ya tenía agenda con clientes internacionales para la Macro rueda de Negocios en Bogotá adelanté estrategias para poder llegar a cada cliente en especial. Por otra parte durante la conferencia que tuvo duración de 8 horas se hizo actividades prácticas entre los asistentes y conocimiento de generalidades, promedios, estadísticas, datos especializados de los países que con los que los asistentes podrían llegar a tener una negociación, en el caso de Café de la Torre Aus agenda clientes Sur Coreanos, australianos, Taiwaneses, Canadienses y Americanos.

Siguiendo con la preparación para la Macro Rueda de negocios también tuve la oportunidad de capacitarme con varias conferencias que estuvieron a cargo de Procolombia que se realizaron en Bucaramanga, Socorro y San Gil, esto con el fin de que los exportadores conocieran las herramientas con las que podían contar a la hora de exportar. Por ejemplo la federación tiene que aprobar su certificado como exportador y toda la documentación requerida; Almacafe es una entidad que trabaja de la mano con la Federación Nacional de Cafeteros y es la agencia encargada para hacer aduanamiento, transporte, revisión de documentación para poder realizar la exportación en el sector cafetero.

Días anteriores a la rueda de negocios me encargaron en hacerle un estudio a cada cliente con el que se iba a negociar.

Rápidamente compartiré algunos datos que se desarrollaron para estos informes. Para los clientes Sur Coreanos se revisó la hoja de vida de los negociadores, como su cargo en la empresa, su influencia dentro de la empresa..., de igual forma se estudia la empresa en aspectos como capacidad de demanda de productos, historia, sus objetivos, su mercado interno y externo, cada cuanto compran, sucursales o alianzas que tengan, tipo de café que compran, de que países compran el café normalmente, pagos por café comprado entre otros. Aspectos de su logística

también son importantes como su ubicación, sus puertos y aeropuertos más cercanos, viabilidad para el medio de transporte, análisis en los tiempos de entrega desde Colombia hasta el país y ciudad de destino, posibles empresas navieras y aéreas que hacen líneas al país de destino, frecuencia de envíos de mercancía entre otros. Desarrollo de estrategias de negociación implementado los términos de negociación (INCOTERMS) en donde los más usados para exportar en este caso son FOB, CIF y en casos especiales DDP. Posibles cotizaciones esto depende en la cantidad que demanden los compradores (normalmente se hacen 4 propuesta de cotización). Análisis de mercado tanto del país en general como de la empresa. No puede faltar una introducción de nuestra empresa Café de la Torres Aus con su respectivo brochure de nuestros productos y aspectos generales de la empresa.

Pasando al momento de la rueda de negocios ya en Bogotá voy junto al Gerente general y Gerente Comercial, son días extensos y de bastante trabajo, durante el primer día de negociación atendimos cuatro (5) compradores (Sur Coreanos, Chinos, Taiwaneses y un comprador Canadiense), fue uno de los días más extensos de trabajo ya que la forma de negociar de los Asiáticos son un poco más lenta que la de los demás. Para Café de la Torre Aus era su primera rueda de negocios y por lo tanto no había mucha experiencia, así que ese primer día hubo fallas en los análisis de las cotizaciones de capacidad de producción y aspectos de pago así que esa noche se tuvo que hacer correcciones para el siguiente día de negociaciones.

El segundo día de negociaciones tuvimos la oportunidad con ocho (8) compradores (americanos, canadienses, belgas, australianos, ingleses, polacos), fue un poco más rápido la negociación con ellos pero aun así fue bastante trabajo.

El tercer día fueron pocos los compradores que atendimos (americanos, australianos y holandeses).

Haciendo un balance sobre las negociaciones en la rueda de negocios nos dio resultados positivos para los intereses de las ventas, de hecho para los compradores que pudimos avanzar tuvimos la oportunidad de seguir en contacto los días posteriores al evento, fue así que con un cliente australiano, un taiwanés y uno belga simpatizamos mucho y actualmente seguimos en contacto para posibles exportaciones en las próximas semanas.

Durante estos meses de práctica también estuve a la tarea de ponerme en contacto con las entidades que regulan las exportaciones. Estuve reunido con asesores de Almacafe para dejar lista la documentación para poder exportar en caso de hacerlo, los encuentros se llevaron a cabo en la oficina principal de Almacafe ubicada en Bogotá en el edificio de la Federación Nacional de Cafeteros, ya que para la documentación ante la policía de Antinarcóticos se tenía que estar de forma presencial para las firmas y actividades de protocolo tuve la oportunidad de acompañar al representante legal de la empresa al Aeropuerto Internacional el Dorado en Bogotá, aprovechando la visita en Bogotá el asesor de Almacafe nos recomendó trabajar con la Naviera Evergreen ya que por ser clientes de Almacafe nos tratarían con precios de preferencia.

Otro caso que tuve que ponerme al frente fue buscar la inscripción ante la Súper Intendencia de industria y Comercio, ya que la empresa estaba buscando poder registrar la marca de Café de la Torre a nivel nacional esto con el fin de evitar acciones legales en contra de demás empresas comercializadoras y productoras nacionales. Por medio de la oficina de Procolombia y a la que está a cargo el Dr. Oscar Portilla la cual me brindo a mí y en general a la empresa su colaboración para comunicarnos con la directora de la oficina de Procolombia en Bogotá y así agilizar el contacto frente a la Superintendencia de Industria y Comercio.

También se trabajó en la autorización para el permiso ante la FDA (Foods and Drugs Administration), durante esto ingenieros adscritos a la FDA visitaron los cultivos y las bodegas

de la empresa, este proceso de acreditación se hizo porque la empresa mantenía de anterioridad una relación comercial con un cliente en Washington, entonces para poder exportar en micro lotes se debía contar con el permiso de la FDA para el ingreso del café, y pues ya contando con esto estábamos confiados que ya podríamos ir a la búsqueda de más clientes en Estados Unidos.

Se realizaron citas con empresas transportadoras de carga terrestre para cotizar los costos que se pudieran incurrir a la hora de transportar nuestro café en las diferentes presentaciones demandadas por nuestros clientes nacionales e internacionales, gracias a estas citas actualmente la empresa se encuentra trabajando con la transportadora OPL Carga.

Se gestionaron citas con empresas en Bogotá especialistas en empaques biodegradables, ya que la empresa llevaba un proyecto de empaques amigables con el medio ambiente. Desde el primer encuentro negociamos con la empresa Green Pack empresa líder en producción de empaques bio degradables que se encuentra ubicada en Mosquera, Cundinamarca, se llevó a cabo la negociación y actualmente se trabaja con ellos para producirnos los empaques amigables con el medio ambiente.

Desde los días posteriores a la Macro rueda de negocios se ha tenido constante contacto con nuestros clientes potenciales en el exterior, así que se me definió la tarea de una forma de mantenerlos en contacto es enviarles informes detallados y promociones de nuestro portafolio de productos.

Con bases de datos de la empresa resumiré un poco a cerca de la estructura de los informes enviados a nuestros clientes potenciales en el exterior que son:

CAFE DELAHAUT			
INFORMACIÓN GENERAL			
Sitio web	www.cafesdelahaut.be/		
País	Bélgica		
Departamento	5000		
Ciudad	NAMUR		
Número empleados	8		
Año creación	1864		
ACTIVIDADES DE LA EMPRESA			
Importador - Distribuidor			
Empresa especializada en torrefacción de Café, son además distribuidores e importadores de Thé y Café. tenemos además una boutique en Namur. Distribuye a particulares, profesionales y al canal de distribución Horeca.			
VENTAS ANUALES DE LA EMPRESA			
Año	Monto USD	% mercado nacional	% mercado internacional
2013	USD1.000.000 - USD5.000.000	100 %	0 %
2014	USD1.000.000 - USD5.000.000	100 %	0 %
2015 (Proyectada)	USD1.000.000 - USD5.000.000	100 %	0 %
SECTORES DE PRODUCTOS Y/O SERVICIOS DEMANDADOS			
Cafés especiales			
Café verde especial (Special coffee grown in altitude. Special coffee with different tastes and aromas)			
COMPRAS ANUALES DE LA EMPRESA			
Año	Monto USD	% mercado nacional	% mercado internacional
2013	USD250.000 - USD500.000	100 %	0 %
2014	USD500.000 - USD1.000.000	100 %	0 %
2015	USD500.000 - USD1.000.000	100 %	0 %
PRODUCTOS Y/O SERVICIOS DEMANDADOS			
Descripción del producto/servicio (español)		Capacidad de importación	
Cafés especiales cultivados en altitud		10 bags	
cafés especiales con diferentes gustos y aromas		10 bags	
Descripción en español de los productos/servicios de interés			
Interesado en encontrar cafés de diferentes orígenes y regiones de Colombia, con gustos y aromas diferentes, especialmente los que son cultivados en altitud.			
Descripción en inglés de los productos/servicios de interés			
Interested in finding coffees from different backgrounds and regions of Colombia, with different tastes and aromas, especially those that are grown at altitude.			

Figura 3. Generalidades del cliente #1

Fuente: Café de la Torre Aus

ALFA CAPPUCCINO IMPORTS INC			
INFORMACIÓN GENERAL			
Sitio web	www.espresso.com		
País	Canadá		
Departamento	Ontario		
Ciudad	CONCORD		
Número empleados	25		
Año creación	1986		
ACTIVIDADES DE LA EMPRESA			
Importador importer of food & coffee products. and equipment.			
VENTAS ANUALES DE LA EMPRESA			
Año	Monto USD	% mercado nacional	% mercado internacional
2013	USD500.000 - USD1.000.000	100 %	0 %
2014	USD250.000 - USD500.000	100 %	0 %
2015 (Proyectada)	USD1.000.000 - USD5.000.000	100 %	0 %
SECTORES DE PRODUCTOS Y/O SERVICIOS DEMANDADOS			
Cafés especiales Café procesado especial (tostado y soluble) (filter drip ,roast & ground, whole bean, espresso.)			
COMPRAS ANUALES DE LA EMPRESA			
Año	Monto USD	% mercado nacional	% mercado internacional
2013	USD250.000 - USD500.000	100 %	0 %
2014	USD500.000 - USD1.000.000	100 %	0 %
2015	USD1.000.000 - USD5.000.000	2.5 %	97.5 %
PRODUCTOS Y/O SERVICIOS DEMANDADOS			
Descripción del producto/servicio (español)			Capacidad de importación
coffee			22,000

Figura 4. Generalidades del cliente #2

Fuente: Café de la Torre Aus

BCAFE			
INFORMACIÓN GENERAL			
Sitio web	bcafe.ca		
País	Canadá		
Departamento	Ontario		
Ciudad	VAUGHAN		
ACTIVIDADES DE LA EMPRESA			
Comercializador B-CAFFEE is synonym of "Best or Buen" coffee. We start the project in 2014 as a small SINGLE ESTATE COFFEE DISTRIBUTOR located in Toronto, Ontario, Canada. Our Colombian background help us the possibility to bring one of the BEST COFFEE in the world to the Canadian market. We travel the main sourcing coffee farmers in Colombia, celebrating quality and complexity. We roast and packed the coffee in Ontario-Canada, to offer the market excellent " FRESH MOUNTAIN GROWN COFFEES FROM THE HILLS OF COLOMBIA". We believe that each coffee can tell a story and we strive to share that in every bag of coffee we sell.			
VENTAS ANUALES DE LA EMPRESA			
Año	Monto USD	% mercado nacional	% mercado internacional
2013	Menos de USD50.000	100 %	0 %
2014	Menos de USD50.000	100 %	0 %
2015 (Proyectada)	Menos de USD50.000	100 %	0 %
SECTORES DE PRODUCTOS Y/O SERVICIOS DEMANDADOS			
Cafés especiales Café verde especial Café procesado especial (tostado y soluble) (Cafe Especiales)			
COMPRAS ANUALES DE LA EMPRESA			
Año	Monto USD	% mercado nacional	% mercado internacional
2013	Menos de USD50.000	20 %	80 %
2014	Menos de USD50.000	20 %	80 %
2015	Menos de USD50.000	20 %	80 %
PRODUCTOS Y/O SERVICIOS DEMANDADOS			
Descripción del producto/servicio (español)			
Cafe Tostado Cafes especiales			

Figura 5. Generalidades del cliente #3

Fuente: Café de la Torre Aus

COFFEENURI			
INFORMACIÓN GENERAL			
Sitio web	www.coffeenuri.com		
País	Corea (sur) Rep. de.		
Departamento	GYEONGGI-DO		
Ciudad	SEOUL		
Año creación	2005		
ACTIVIDADES DE LA EMPRESA			
Importador - Distribuidor			
Fecha de Establecimiento: 2005 Productos Importados: café verde comercial y especial Importación Anual: 100 toneladas Importador, Tostador, Minorista y Distribuidor			
VENTAS ANUALES DE LA EMPRESA			
Año	Monto USD	% mercado nacional	% mercado internacional
2013	USD250.000 - USD500.000	100 %	0 %
2014	USD250.000 - USD500.000	100 %	0 %
2015 (Proyectada)	USD250.000 - USD500.000	100 %	0 %
SECTORES DE PRODUCTOS Y/O SERVICIOS DEMANDADOS			
Cafés especiales			
Café verde especial (All kind of special green coffee)			
COMPRAS ANUALES DE LA EMPRESA			
Año	Monto USD	% mercado nacional	% mercado internacional
2013	USD100.000 - USD250.000	0 %	100 %
2014	USD100.000 - USD250.000	0 %	100 %
2015	USD100.000 - USD250.000	0 %	100 %
PRODUCTOS Y/O SERVICIOS DEMANDADOS			
Descripción del producto/servicio (español)			
specialty green coffee			
commercial green coffee			

Figura 6. Generalidades del cliente #4

Fuente: Café de la Torre Aus

KALDI COFFEE			
INFORMACIÓN GENERAL			
Sitio web	www.kaldicoffee.co.kr		
País	Corea (sur) Rep. de.		
Departamento	SEOUL		
Ciudad	SEOUL		
Año creación	1991		
ACTIVIDADES DE LA EMPRESA			
Importador - Distribuidor			
Importador, Tostador y Distribuidor			
VENTAS ANUALES DE LA EMPRESA			
Año	Monto USD	% mercado nacional	% mercado internacional
2013	USD250.000 - USD500.000	100 %	0 %
2014	USD250.000 - USD500.000	100 %	0 %
2015 (Proyectada)	USD250.000 - USD500.000	100 %	0 %
SECTORES DE PRODUCTOS Y/O SERVICIOS DEMANDADOS			
Cafés especiales			
Café verde especial			
COMPRAS ANUALES DE LA EMPRESA			
Año	Monto USD	% mercado nacional	% mercado internacional
2013	USD100.000 - USD250.000	0 %	100 %
2014	USD100.000 - USD250.000	0 %	100 %
2015	USD100.000 - USD250.000	0 %	100 %
PRODUCTOS Y/O SERVICIOS DEMANDADOS			
Descripción del producto/servicio (español)			
green beans (Commercial & Speciality)			

Figura 7. Generalidades del cliente #5

Fuente: Café de la Torre Aus

CASTLE & COMPANY			
INFORMACIÓN GENERAL			
País	Estados Unidos		
Departamento	California		
Ciudad	SANTA MONICA		
ACTIVIDADES DE LA EMPRESA			
Importador Broker e importador de cafés especiales			
VENTAS ANUALES DE LA EMPRESA			
Año	Monto USD	% mercado nacional	% mercado internacional
2013	USD1.000.000 - USD5.000.000	30 %	70 %
2014	USD1.000.000 - USD5.000.000	30 %	70 %
2015 (Proyectada)	USD10.000.000 - USD50.000.000	40 %	60 %
SECTORES DE PRODUCTOS Y/O SERVICIOS DEMANDADOS			
Cafés especiales Café verde especial			
COMPRAS ANUALES DE LA EMPRESA			
Año	Monto USD	% mercado nacional	% mercado internacional
2013	USD5.000.000 - USD10.000.000	30 %	70 %
2014	USD5.000.000 - USD10.000.000	30 %	70 %
2015	USD10.000.000 - USD50.000.000	40 %	%
PRODUCTOS Y/O SERVICIOS DEMANDADOS			
Descripción del producto/servicio (español)		Capacidad de importación	
green coffee		3500 bags per month	

Figura 8. Generalidades del cliente #6

Fuente: Café de la Torre Aus

KARLACA COFFEE COMPANY			
INFORMACIÓN GENERAL			
Sitio web	www.karlacacoffee.com		
País	Estados Unidos		
Departamento	Washington, D.C.		
Ciudad	WASHINGTON D.C.		
Número empleados	10		
Año creación	2013		
ACTIVIDADES DE LA EMPRESA			
Importador - Distribuidor Importa cafe verde y hace el proceso de tostado y distribución en Estados Unidos			
VENTAS ANUALES DE LA EMPRESA			
Año	Monto USD	% mercado nacional	% mercado internacional
2013	USD100.000 - USD250.000	100 %	0 %
2014	USD250.000 - USD500.000	100 %	0 %
2015 (Proyectada)	USD500.000 - USD1.000.000	100 %	0 %
SECTORES DE PRODUCTOS Y/O SERVICIOS DEMANDADOS			
Cafés especiales Café verde especial (Café verde especial y variedades exóticas con 100% de trazabilidad, puntaje en taza mayor a 85 puntos según la SCAA.)			
COMPRAS ANUALES DE LA EMPRESA			
Año	Monto USD	% mercado nacional	% mercado internacional
2013	USD50.000 - USD100.000	0 %	100 %
2014	USD100.000 - USD250.000	0 %	100 %
2015	USD250.000 - USD500.000	0 %	100 %
PRODUCTOS Y/O SERVICIOS DEMANDADOS			
Descripción del producto/servicio (español)		Capacidad de importación	
Cafe Especial Verde		1 tonelada verde	
Cafe Especial Tostado		1 tonelada de tostado	
Descripción en español de los productos/servicios de interés			
Generar nuevos contactos de negocio con productores de cafés especiales verde y tostado			

Figura 9. Generalidades del cliente #7

Fuente: Café de la Torre Aus

BLACK GOLD COFFEE CO., LTD.			
INFORMACIÓN GENERAL			
Sitio web	www.blackgold.tw		
País	Taiwan		
Departamento	TAIWAN		
Ciudad	TAICHUNG CITY 404		
ACTIVIDADES DE LA EMPRESA			
Importador - Representante - Distribuidor			
Importador			
VENTAS ANUALES DE LA EMPRESA			
Año	Monto USD	% mercado nacional	% mercado internacional
2013	USD50.000 - USD100.000	100 %	0 %
2014	USD50.000 - USD100.000	100 %	0 %
2015 (Proyectada)	USD50.000 - USD100.000	100 %	0 %
SECTORES DE PRODUCTOS Y/O SERVICIOS DEMANDADOS			
Cafés especiales			
Café verde especial (Buscamos Café de especialidad de mas de 85 puntos)			
Café procesado especial (tostado y soluble)			
COMPRAS ANUALES DE LA EMPRESA			
Año	Monto USD	% mercado nacional	% mercado internacional
2013	USD50.000 - USD100.000	0 %	100 %
2014	USD50.000 - USD100.000	0 %	100 %
2015	USD50.000 - USD100.000	0 %	100 %
PRODUCTOS Y/O SERVICIOS DEMANDADOS			
Descripción del producto/servicio (español)		Capacidad de importación	
Coffee		111	
Descripción en español de los productos/servicios de interés			
Hola somos una compañía que importamos café de especialidad con procesos o variedades especiales. Nos interesa café de altura de 1400 metros para arriba. También compramos café tipo comercial de alta calidad.			

Figura 10. Generalidades del cliente #8

Fuente: Café de la Torre Aus

Básicamente a cada cliente internacional se le envía mensualmente un informe manejando precios y estadísticas especiales para cada uno, ya que varía precios, cantidades, gastos en logística, variedad de café de la que demandan y noticias generales de la empresa para que se mantengan informados de nosotros por ejemplo de nuestras acreditaciones, convenios, alianzas, premios, ayudas sociales, redes sociales entre otras.

En la empresa es una gran fortaleza este modo de atender y estar en permanente contacto con sus clientes, ya sean nacionales o internacionales ya que nuestros clientes pueden estar seguros que podremos atender a su inquietud y/o demanda de la mercancía requerida por ellos.

Otra tarea importante son los estudios de mercado a los clientes ya mencionados y a posibles nuevos clientes y mercados potenciales para poder iniciar relaciones comerciales.

Se realizaron alrededor de cuatro (4) estudios de mercado a mercados en el exterior y uno (1) a mercado nacional.

Al mercado nacional:

1. Barranquilla, Atlántico, Colombia

Café de la Torre Aus desde su inicio ha venido trabajando dentro de su portafolio café tostado molido Premium Line y café tostado molido tipo pasilla ya sea a granel, bultos o en presentaciones más pequeñas. Cabe resaltar que su línea más fuerte a nivel nacional es la de café tostado molido tipo pasilla en todas las presentaciones y los mercados en los que tenemos presencia es en Departamentos de Boyacá y Santander y que en su gran mayoría se maneja el noventa y cinco por ciento (95%) en presentaciones de 500 gr y 250 gr.

De ahí partimos que la empresa debía encontrar un mercado que manejara mayor cantidades y en otras presentaciones, se me dio a la tarea de revisar el mercado de la costa atlántica de Colombia, así que analizando los datos estadísticos en Barranquilla, Atlántico se estaba generando muchas más empresas grandes que en departamentos como Bolívar y Magdalena, le presente el informe a mi jefe para que pudieran decidir avanzando en el estudio de mercado pero ahora entrar más a Barranquilla, días después fue positiva la respuesta y se me

encargo revisar más a fondo el mercado del café tostado molido tipo pasilla a granel en la ciudad de Barranquilla.

Tuve la oportunidad de tener información de primer nivel viajando directamente a Barranquilla por unos días y así darme cuenta del comportamiento del mercado, se hizo recolección de datos de empresas nacionales y extranjeras, de los puntos donde se tenía mayor número de ventas del café, de la cantidad de café que se consumía en barranquilla, de la cantidad de café que se comercializaba dentro y fuera de la ciudad.

Demoro unos días e inicie a viajar constantemente a Barranquilla a visitar las empresas que potencialmente podrían ser nuestros clientes.

Desde el primer momento vimos una multinacional Chilena (Algramo S.A) que hacía 5 meses se había radicado en Barranquilla y que estaba buscando proveedores de alimentos y uno de ellos era el café quisimos apostarle a ese cliente y por consiguiente se debía mantener una relación muy cercana para poder iniciar conversaciones de negociación, por mi parte tuve viajar casi una (1) vez por semana a Barranquilla para mantener en contacto con los directivos de la empresa y así hacerles saber que estábamos al tanto de lo que necesitaran.

Algramo Colombia S.A es una empresa que se especializa en mercados al por mayor, quiere decir que ellos compran a granel alimentos y productos para la limpieza del hogar que luego ellos la envasan en recipientes plásticos pequeños manejando su marca de Algramo, a su vez esta multinacional mantiene en sus objetivos ayudar a la población social y menos favorecida de Barranquilla.

Actualmente Café de la Torre Aus y Algramo Colombia S.A mantienen negociaciones para la compra de café tostado molido tipo pasilla por alrededor de 3 a 5 Toneladas mensuales

con una opción de venta trimestral a su casa matriz en Santiago de Chile pero de café tostado molido Premium Line.

Para lo siguiente les contare de uno de los cuatro estudios de mercado que lleve a cabo junto a mi jefe el gerente comercial que se realizaron a los mercados internacionales.

1. Taichung City, Taiwán

Meses anteriores a la Macro rueda de negocios realizada en Bogotá, Colombia, Café de la Torre Aus ya había iniciado en buscar mercado en Asia, al momento que la empresa Taiwanesea le confirmo la cita para negociación en Bogotá quiso optar y concentrarse en la búsqueda y recolección de datos esta vez en Taiwán. Al momento que ingreso como auxiliar de comercio exterior para el gerente comercial, me dejan a la tarea de continuar con el estudio de mercado para Taichung, Taiwán.

Esta vez como era la recolección de datos de un país lejano tuve que optar por recolectar información de segundo nivel, esto mediante bases de datos especializadas, referencias anteriores, portal de noticias económicas del país y de la ciudad entre otras.

Una de las ventajas para finalizar de la mejor manera con este estudio de mercado, se debe a que mantenemos contacto con una empresa Taiwanesea (Blackgold). Para realizar el anterior estudio fue necesario de mantener conversaciones vía skype con el Director Comercial de Blackgold en Taiwán, a su vez tuve que reforzar mi nivel de inglés debido a que sus directivos manejan la lengua inglesa, siempre estuve en contacto con el Sr. Vicent Wang que me enseñó algunos datos relevantes de la empresa como de la ciudad donde estaban ubicados (Tianchung).

El trabajo era fuerte ya que a su vez atendía el estudio de mercados de Barranquilla, Colombia, pero mi jefe y demás compañeros de trabajo me apoyaron de la mejor manera para seguir con el proceso, es así que me dieron la confianza para hablar de la empresa y de nuestro portafolio con el Director comercial de Blackgold.

Para finalizar les cuento que es un país complicado, mantienen una economía buena, pero el ingreso y poder iniciar a venderles a clientes Taiwanesees tiene que ser un poco más lento, así que desde hace 3 meses se lleva negociando con Blackgold para iniciar un tipo de relación comercial.

También quiero comentar que Café de la Torre Aus me inscribió a visitas de exposiciones varias de ellas fueron, expologística, que se llevó a cabo en Corferias, Bogotá, esto con el fin de tener en cuenta varias cotizaciones para posibles proyectos próximos a realizar por parte de la empresa, ya que la empresa está en pleno crecimiento se tiene pensado tener más procesos y maquinarias que sean eficientes para los procesos que se tienen proyectados.

Expodigital también en Corferias, Bogotá, consistía en una muestra de aplicaciones y software para uso empresarial con los objetivos de que poco a poco las empresas grandes y pequeñas llegaran a una tecnificación eficiente.

También tuve la oportunidad de asistir a las capacitaciones que realizo la Cámara de comercio de Bucaramanga de cómo negociar con otros países como lo comentaba anteriormente, la cual fueron 8 horas , que incluían actividades prácticas con los asistentes.

También me enviaron a una charla con el objetivo de saber la documentación y procesos exactos al momento de exportar café, esto tuvo lugar dentro de la Cámara de Comercio de Bucaramanga a cargo de la Federación Nacional de Cafeteros y Almacafe.

4. Marco Normativo

Cualquier sector económico en que se trabaje debe estar controlado y vigilado por un organismo, así tendrán los consumidores plena confianza a la hora de hacer uso o compra de bienes o servicios.

En el caso de Café de la Torre Aus debido a que su actividad económica inicia desde el cultivo de café y actividades posteriores al cultivo como lo certifica en la Cámara de Comercio, eso quiere decir que hay leyes y normativas que se acoge con el Ministerio de Agricultura y desarrollo rural, la Federación Nacional de Cafeteros, Instituto Colombiano Agropecuario (ICA), Instituto Colombiano de Desarrollo Rural (INCODER), Banco Agrario de Colombia.

La segunda actividad certificada por la Cama de Comercio es la trilla, tostión y la molienda del café ya sea con o sin cafeína, algunos organismos son el Ministerio de Industria Comercio y Turismo, de nuevo esta la Federación Nacional de Cafeteros, Procolombia, Bancoldex, DIAN, Invima, Banco de la Republica, Cámaras de Comercio, Bancos Comerciales, empresas independientes de transporte terrestre con operación a nivel Nacional, Empresas Navieras, Aerolíneas de Carga, agentes aduaneros, Transportadoras de carga internacional, Almacenes de depósito de Carga, Superintendencia de industria y comercio.

Como las mencionaban anteriormente a la hora de una comercialización ya sea en el exterior o a nivel nacional se debe acudir y regirnos por controles que estén actualmente descritas por ellos, no solamente a la hora de comercialización sino también desde su cultivación donde se certificara a la finca y/o cultivos por sus buenos manejos y así acreditar permisos como la FDA y certificados para ingresar a la comunidad Europea.

5. Aportes

5.1 Aportes de la empresa hacia el estudiante

Es bien conocido que las actividades prácticas es un factor bien importante para un estudiante que está a puertas de ser profesional y de iniciar su vida laboral para ello las instituciones educativas en varias carreras manejan un formato de prácticas profesionales/empresariales para grado que hace que le aporta a su estudiante más autonomía para poder afrontar cargas laborales que en un futuro pueda tener y en sí el desarrollo de sus habilidades en el ámbito laboral.

En este caso Café de la Torre Aus es uno de esas empresas protagonistas que dan la oportunidad que los estudiantes puedan sacar a flote sus habilidades en sus respectivos campos.

En mi caso la empresa Café de la Torre Aus desde el primer momento que entre a formar parte de su grupo de trabajadores ha buscado reforzar aspectos que en algunos momentos uno como estudiante no aprende en la Universidad, por ejemplo la presión laboral, de mostrar avances y resultados benéficos para el crecimiento de la empresa, en mi caso las ventas y búsqueda de mercados internacionales, ya que el no rendir le significa a la empresa perdidas en sus finanzas y que realmente nadie como gerente o asociado quiere tener ya que es una cadena que con el tiempo puede tener un efecto domino negativo hacia sus empleados. Y otros aspectos han sido para potencializarlos, ya que uno como estudiante viene con conceptos básicos para poder afrontar situaciones laborales, otro cosa que una práctica empresarial nos potencializa son las habilidades que cada persona pueda tener, en mi caso me denomino como un buen líder, entonces a la hora que tuve que afrontar varias situaciones que debía tomar decisiones

importantes que podrían afectar a la empresa en general, mis tutores o jefes me daban la confianza para tomarlas de una manera proactiva.

Me siento satisfecho por mi trabajo realizado como practicante en Café de la Torre Aus, fue una experiencia que me hizo crecer profesionalmente y que me hace sentir con más confianza para afrontar situaciones de presión más adelante en los trabajos que pueda tener.

5.2 Aportes del estudiante a la empresa

Antes de llevar a cabo el objetivo de este punto, si quisiera hablar acerca de la realidad que sucede entre las empresas y/o convenios con las universidades, todo esto desde mi punto de vista.

También cabe resaltar que las prácticas en empresas tienen por objeto complementar la formación académica de los estudiantes con el trabajo práctico en las empresas, en el mediodo sus estudios universitarios. Y también recordamos que la finalidad de este proceso de prácticas para estudiantes tienen como objetivos como: adaptarse a un ambiente de trabajo, fomentar el pensamiento creativo, mejorar la capacitación profesional completando la formación recibida en la universidad y facilitar la selección de profesionales bien calificados para las empresas.

La mayoría de las grandes empresas, y pymes, han integrado estos procesos a practicantes como parte de su política social y de recursos humanos, ya que tanto las universidades y el Estado en general emiten numerosas peticiones para que puedan hacer fortalecimiento de procesos con los estudiantes, cabe resaltar que la contrastada utilidad de las prácticas como

mecanismo de reclutamiento, selección y de gran utilidad hace que para las empresas sea de muy bajo costo.

Quisiera también que otra manera de incluir en procesos de prácticas empresariales es realizando visitas técnicas a empresas ya que produce motivación para seguir teniendo una buena preparación durante la carrera universitaria, es así que el hecho de visualizar diferentes espacios del ambiente académico proporciona un nuevo sentido a los estudiantes. Entender los procedimientos operativos de una organización e intercambiar experiencias con colegas de profesión, son factores que pueden determinar una mejor participación y la aceptación por gran parte de los estudiantes.

Retomando el punto, por mi parte me sentí que fue muy valorado mi trabajo que en estos meses puede haber desarrollado, tuve la oportunidad de estar como auxiliar en varias negociaciones con clientes internacionales en ruedas de negocio, al ver que la empresa estaba iniciando con su área de comercio exterior mis jefes encargados me dieron la confianza de revisar y estructurar el funcionamiento de esta área en la empresa, esto a que uno como estudiante viene con un chip de teoría bien estructurada para poder implementarla y desarrollarla en una empresa, es ahí que en su gran mayoría en una empresa debe existir una fuerza laboral equitativa y se refiere a que deben integrarse jóvenes con personas con experiencia.

6. Conclusiones

Se debe tener claro la importancia de tener un área comercial bien estructurada y no hablo solamente de tener un buen funcionamiento del área de comercio exterior, a lo que me refiero de un buen funcionamiento es que se mantengan bien proyectadas las personas a la búsqueda de nuevos mercados y/o clientes ya sea internacionales o no, esto con el objetivo para que no caigan como los economistas lo denominan la enfermedad holandesa, con una buena estructura en esta área las empresas llegarán a tener mejores resultados en cuanto a ventas y presencia en nuevos mercados tanto internos como los externos para lo cual la empresa dejará de depender de un mismo mercado.

Así mismo como lo reiteraba anteriormente para una empresa es importante tener profesionales que traigan nuevas ideas y conocimientos que puedan ser implementadas, así que formando un equipo de trabajo equitativo se podrá lograr el cumplimiento de los objetivos establecidos por la empresa.

7. Recomendaciones

Se recomienda que las empresas no solamente Café de la Torre Aus cuente con un grupo diversificado y capacitado que respondan por las metas establecidas, de esta manera no depender de un solo mercado y más bien salir a la búsqueda de nuevas ideas para llegar a tener una mayor presencia en el mercado.

Ser un poco más organizado a la hora de desarrollar las funciones de cada trabajador, Ya que esto ha generado una declinación en su crecimiento como empresa y por lo tanto no llegaran a cumplir con las metas esperadas. Pueda que el motivo de su mala organización es porque es una empresa pequeña que aún le falta por aprender, pero si se debe implementar más orden en las funciones de cada trabajador.

Es importante que el trabajo realizado en esta primera fase en su área de comercio exterior se le dé continuidad y que la empresa establezca la metodología si es a través de practicantes o de una persona de tiempo completo que se encargue de las diferentes actividades de clientes y/o mercados internacionales.

Apéndice A. Evento Expoespeciales de Café 2015



Apéndice B. Finca Hoyo frio; Curití, Santander.



Apéndice C. Cultivo de Café en la finca Hoyo frio; Curití, Santander.



Apéndice D. Finca Hoyo frio; Curití, Santander.



Apéndice E. Recolección de Café de cosecha de Enero de 2016, Finca Hoyo frio; Curití, Santander.



Apéndice F. Macro Rueda de negocios Bogotá D.C, Octubre de 2015; Negociación con (a la izquierda Gerente General Café de la Torre Aus Félix Torres, a la derecha Director Comercial de Blackgold Taiwán, Vicent Wang).




Apendice G. Macro Rueda de negocios Bogotá D.C, Octubre de 2015; Negociación con clientes internacionales (a la izquierda Practicante como auxiliar de Negociación en Rueda de Negocios para Café de la Torre Aus, Andrés Coy, a la derecha Gerente General de Café de la Torre Aus, Colombia Félix Torres).



Apéndice H. Primera Página de la Cámara de Comercio (Café de la Torre Aus)

CÁMARA DE COMERCIO DE BUCARAMANGA

 CÁMARA DE COMERCIO DE BUCARAMANGA

CERTIFICADO GENERADO A TRAVÉS DE LAS VENTANILLAS
LUGAR Y FECHA DE EXPEDICIÓN: BUCARAMANGA, 2015/10/27 HORA: 15:39:57
6902209

CÓDIGO DE VERIFICACIÓN: 1NZL02354C

LA PERSONA O ENTIDAD A LA QUE USTED LE VA A ENTREGAR EL CERTIFICADO PUEDE VERIFICAR EL CONTENIDO Y CONFIABILIDAD, INGRESANDO A WWW.CAMARADIRECTA.COM OPCIÓN CERTIFICADOS ELECTRONICOS Y DIGITANDO EL CÓDIGO DE VERIFICACIÓN CITADO EN EL ENCABEZADO. ESTE CERTIFICADO, QUE PODRÁ SER VALIDADO POR UNA ÚNICA VEZ, CORRESPONDE A LA IMAGEN Y CONTENIDO DEL CERTIFICADO CREADO EN EL MOMENTO EN QUE SE GENERÓ EN LAS VENTANILLAS O A TRAVÉS DE LA PLATAFORMA VIRTUAL DE LA CÁMARA.

CERTIFICADO DE MATRICULA MERCANTIL DE:
TORRES MORANTES FELIX ALBERTO

EL SECRETARIO DE LA CAMARA DE COMERCIO DE BUCARAMANGA, CON FUNDAMENTO EN LAS MATRICULAS E INSCRIPCIONES DEL REGISTRO MERCANTIL

C E R T I F I C A

FECHA DE RENOVACIÓN: MARZO 27 DE 2015

C E R T I F I C A

MATRICULA: 05-282846-01 DEL 2014/01/08
NOMBRE: TORRES MORANTES FELIX ALBERTO
CEDULA DE CIUDADANIA : 1100956227
NIT: 1100956227-1

DIRECCION COMERCIAL: VEREDA PUENTE TIERRA FINCA HOYO FRIO
MUNICIPIO: CURITI - SANTANDER
TELEFONO1: 3162275411
TELEFONO2: 7241923
TELEFONO3: 3125699091
EMAIL : FELIXALBERTO.TORRES@GMAIL.COM

NOTIFICACION JUDICIAL
DIRECCION: VEREDA PUENTE TIERRA FINCA HOYO FRIO
MUNICIPIO: CURITI - SANTANDER
TELEFONO1: 3162275411
TELEFONO2: 7241923
TELEFONO3: 3125699091
EMAIL : FELIXALBERTO.TORRES@GMAIL.COM

ACTIVOS : 2.600.000

C E R T I F I C A
CIU-CODIFICACION ACTIVIDAD ECONOMICA

Apéndice I. Segunda Página de la Cámara de Comercio (Café de la Torre Aus)

PAGINA 2

TORRES MORANTES FELIX ALBERTO

OTRA ACTIVIDAD 1 : 0163 ACTIVIDADES POSTERIORES A LA COSECHA.

OTRA ACTIVIDAD 2 : 1062 DESCAFEINADO, TOSTIÓN Y MOLIENDA DEL CAFÉ.

C E R T I F I C A

MATRICULA ESTABLECIMIENTO: 282847 DEL 2014/01/08
NOMBRE: CAFE DE LA TORRE AUS
ULTIMO AÑO RENOVADO: 2015
FECHA DE RENOVACIÓN: MARZO 27 DE 2015
DIRECCION COMERCIAL: VEREDA PUENTE TIERRA FINCA HOYO FRIO
MUNICIPIO: CURITI - SANTANDER
TELEFONO: 3162275411

ACTIVIDAD PRINCIPAL : 0123 CULTIVO DE CAFÉ.
ACTIVIDAD SECUNDARIA : 0163 ACTIVIDADES POSTERIORES A LA COSECHA.
OTRA ACTIVIDAD 1 : 1061 TRILLA DE CAFÉ.
OTRA ACTIVIDAD 2 : 1062 DESCAFEINADO, TOSTIÓN Y MOLIENDA DEL CAFÉ.

C E R T I F I C A

QUE EL MATRICULADO TIENE LA CONDICIÓN DE PEQUEÑA EMPRESA DE ACUERDO CON LO ESTABLECIDO EN EL NUMERAL 1 DEL ARTICULO 2 DE LA LEY 1429 DE 2010.

C E R T I F I C A

PROCEDENCIA DE LOS ANTERIORES DATOS: QUE LA INFORMACION ANTERIOR HA SIDO TOMADA DIRECTAMENTE DE LOS FORMULARIOS DE MATRICULA DILIGENCIADOS POR EL COMERCIANTE.

EXPEDIDO EN BUCARAMANGA, A 2015/10/27 15:39:57 - REFERENCIA OPERACION 6902209

LOS ACTOS DE REGISTRO AQUÍ CERTIFICADOS QUEDAN EN FIRME DIEZ DIAS HÁBILES DESPUÉS DE LA FECHA DE INSCRIPCIÓN, SIEMPRE QUE, DENTRO DE DICHO TERMINO, NO SEAN OBJETO DE LOS RECURSOS DE REPOSICIÓN ANTE ESTA ENTIDAD, Y / O DE APELACIÓN ANTE LA SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO.

EL PRESENTE CERTIFICADO NO CONSTITUYE CONCEPTOS FAVORABLES DE USO DE SUELO, NORMAS SANITARIAS Y DE SEGURIDAD.

Apéndice J. Registro como exportador de Café, emitido por la FEDECAFE.**Apéndice K.** Perfil de taza de Café de la Torre

FEDERACIÓN NACIONAL DE CAFETEROS					
PROGRAMA DE CALIDAD DEL CAFÉ DE SANTANDER					
RESULTADO ANÁLISIS DE CALIDAD					
ESTE ANÁLISIS CORRESPONDE A UNA MUESTRA DE CAFÉ PRESENTADA POR EL SERVICIO DE EXTENSIÓN Y NO REPRESENTA LA PRODUCCIÓN DE LA FINCA. ESTE INFORME ES DE CARÁCTER EDUCATIVO, NO TIENE FIN COMERCIAL.					
PRODUCTOR	Frank Alexis Torres		CONSECUTIVO	M24	
SECCIONAL	Fonce		IDENTIFICACION	5/25657	
INFORMACION GENERAL DE LA MUESTRA					
Fecha de recepción	24/06/2015	Entrega de resultados	24/06/2015	Presentación	Pergamino
Fecha de proceso	24/06/2015	Cantidad	500	Cantidad procesada gr	500
INFORMACION AGRONOMICA DE LA FINCA					
Finca	Hoyo Frio	Certificaciones	NR-4C-CP	Sist. Beneficio	Tienda local
Vereda	el Rodeo	Variedad	Castillo-Coombia	Sis. secado	tradicional
Municipio	Cundi	Altura (ASNM)	1900	edad lote años	3 años
Extensionista	Bladmir Perea Gomez				
ANALISIS FISICO					
	Peso en grs	Porcentaje %	Color y Olor	Caracteristico	
Humedad	250	11	pergamino		
Merma en Tilia	0	0	Color y Olor excelso	Caracteristico	
Almendra despues de la Tilia	0	0	Observaciones de Analisis fisico	color y olor caracteristicos	
Almendra Sana	0	0,0			
Almendra defectuosa	0	0,0			
Broca	0,0	0,00			
ANALISIS SENSORIAL					
Fragancia/Aroma	7,87				
Sabor	8,23				
Sabor residual	8,52				
Acidez	8,75				
Cuerpo	7,94				
Balance	8				
Uniformidad	8,31				
Taza limpia	1,0				
Dulzor	8,0				
Impresión global	8,0				
Defecto	No				
Observaciones de Analisis Sensorial	Café con fragancia intensa; en su sabor se puede apreciar ligeros sabores vinosos, acidez pronunciada, cuerpo intenso, sabor, translucido y balanceado.				
Recomendaciones					
Continuar con las buenas practicas de beneficio beneficiar solo frutos maduros, durante el lavado clasificar y separar los "falidos" (granos verdes, negros y blancos)					

Apéndice L. Registro y Permiso para entrar alimentos a Estados Unidos (FDA) pg1.

DEPARTMENT OF HEALTH AND HUMAN SERVICES

Food and Drug Administration
 5100 Paint Branch Parkway, HFS-681
 College Park, MD 20993

Date: October 14, 2015

The U.S. Food and Drug Administration (FDA) is hereby providing you with a confirmation copy of the information FDA received regarding registration of your facility with the FDA as required by 21 CFR Part 1, Subpart H, and the Public Health Security and Bioterrorism Preparedness and Response Act of 2002. The FDA Registration of Food Facilities database shows:

Food Facility Name:	Café de la Torre
Food Facility Reaistration Number:	18678543646
PIN:	9176E713

Street Address Line 1:	Vereda El Rodeo, Finca Hoyo Frio		
Street Address Line 2:			
City:	Cundi	State/Province:	Santander
ZIP/Postal Code:	684031		
Country/Area:	COLOMBIA		

You may want to review the accuracy of the registration in the attached paper document. **If the information is correct, no action is necessary.**

If the information is **incorrect**, you must update your registration within 15 days of receipt of this letter.

You can update your registration electronically via the FDA Industry Systems web site at <https://www.access.fda.gov/>.

If you have not used the FDA Industry Systems previously, you first will need to create an account. There are tutorials at the above web address that will explain how to do so. If you did not create this registration online, you will need to link the registration to your account so you can view, update or cancel it.

Apéndice M. Registro y Permiso para entrar alimentos a Estados Unidos (FDA), Pag 2.

U.S. Food and Drug Administration
 5100 Paint Branch Parkway, HFS-6B1
 College Park, MD 20993
 Fax: 301-436-2804

You should include a copy of this letter with your mailed or fax response along with your request. Please use Form 3537 if submitting a paper update to your registration, and be sure to check in Section 1 of the form the items applicable to the update.

You may contact the FDA Industry Systems Help Desk via telephone at: 1-800-216-7331 (Domestic) or 301-575-0156 if you have questions.

Thank You.
 FDA Unified Registration and Listing and Prior Notice System Helpdesk

Date: Oct 14, 2015 3:06:15 PM

Section 1 Type of Registration

1a FOREIGN REGISTRATION

1b INITIAL REGISTRATION: 18678043646	VIN NUMBER: 9046723
--------------------------------------	---------------------

ARE YOU THE NEW OWNER OF A PREVIOUSLY REGISTERED FACILITY? Yes No

1c PREVIOUS OWNER'S TITLE: PREVIOUS OWNER'S NAME: PREVIOUS OWNER'S REGISTRATION NUMBER:

Section 2 Facility Name/Address Information

FACILITY NAME: Café de la Torre

FACILITY NAME SUFFIX: AUS

FACILITY STREET ADDRESS, Line1: Avenida El Rodón, Zona Diego Felo

FACILITY STREET ADDRESS, Line2:

CITY: Cádiz	STATE/PROVINCE/TERRITORY: Santander
-------------	-------------------------------------

ZIP CODE (POSTAL CODE): 694051

COUNTRY/AREA: COLOMBIA

PHONE NUMBER (Include Area/Country Code): 57 7 3162073411

FAX NUMBER (Include Area/Country Code):

E-MAIL ADDRESS: cad@cafetera@colteck.es

Section 3 Preferred Mailing Address Information

Referencias Bibliográficas

Café de la torre AUS, 2014, Curití, Santander, Obtenido el marzo de 2015, obtenido de:
<http://cafedelatorre.com/es/inicio/>