

**ESTRATEGIAS INNOVADORAS DE OTROS PAÍSES, QUE SE PUEDEN
IMPLEMENTAR EN EL SECTOR CAFETERO, PARA MEJORAR LA ECONOMÍA
DEL PAÍS.**

Presentado por:

Laura Camila Cristancho Fernández

**MONOGRAFÍA DE GRADO COMO REQUISITO PARA OPTAR POR EL
TÍTULO DE ADMINISTRADOR DE EMPRESAS.**

Tutor de monografía:

Camilo Andrés Osorio Pulido

Universidad Santo Tomas

Facultad de Administración de Empresas

2022

AGRADECIMIENTOS

Agradezco primeramente a mi familia por su amor y apoyo siempre, por su compañía y comprensión, por darme las herramientas para hoy estar donde estoy.

Agradezco a la universidad, por abrirme las puertas, de esta grandiosa institución, de no solo sus instalaciones, si no también sus conocimientos, me siento orgullosa de pertenecer a esta gran comunidad.

Gracias a los profesores por trasmitirme sus conocimientos, por su comprensión y estima, gracias a ustedes pude adquirir muchos conocimientos no solo a nivel profesional, si no también nivel personal.

Tabla de Contenido

Resumen	7
Abstract	8
1. INTRODUCCIÓN	9
2. OBJETIVOS	11
2.1 OBJETIVO GENERAL	11
2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	11
3. REVISIÓN LITERARIA	12
3.1 Entidades relevantes en el sector del Café colombiano.....	14
3.2 Futuro del sector cafetero en Colombia.....	16
3.3 Representantes del café en Colombia.....	16
3.4 ¿Cuánto cuesta producir café en Colombia?	17
4. METODOLOGÍA	18
4.1 RECOLECCIÓN DE DATOS	18
4.2 ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN.....	18
4.3 TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN.....	19
5. DISCUSIÓN DE RESULTADOS	20
5.1 IMPACTO DEL CAFÉ Y COMO INFLUYE EN EL PRODUCTO INTERNO DEL PAIS.	21

5.1.1 Sector cafetero en Colombia.....	21
5.1.2 Sector cafetero aporte al producto interno bruto	24
5.2 ESTRATEGIAS LLEVADAS A CABO A NIVEL INTERNACIONAL EN EL SECTOR CAFETERO	25
5.2.1 Estrategias cafeteras en Brasil	26
5.2.2 Estrategias cafeteras en Vietnam	27
5.2.3 Estrategias cafeteras en Etiopia	29
5.3 ESTRATEGIAS QUE SE PODRÍAN IMPLEMENTAR EN COLOMBIA	30
6. CONCLUSIONES	34
7. REFERENCIAS	36
8. ANEXOS.....	44

Lista de Figuras

	Pag
Grafica 1. Costo producir café	17
Grafica 2. Área, producción y rendimiento nacional.....	20
Grafica 3. Área de producción departamental.....	21
Grafica 4. Estrategias sector cafetero Etiopía.....	29

Lista de tablas

	Pág.
Tabla 1. Área cultivada con café total departamental.....	38
Tabla 2. Producción mensual.....	39

Resumen

El DANE (2022) señala que “El café es uno de los productos más importantes en Colombia, ya que este aporta al producto interno bruto nacional aproximadamente el 1%, representa el 10% de las exportaciones colombianas y es el sustento de aproximadamente 560.000 familias” (p.1). Aunque el sector Cafetero es muy productivo en Colombia, tiene falencias que perjudican temas relacionados con la producción, comercialización y exportación del producto, ya que, aunque este país tiene todas las herramientas para convertirse en el primer exportador del mundo en el café, tiene falencias que no se lo permiten. Aunque Colombia podría convertirse en un alto exportador de café, le es difícil convertirse en primer productor de café, ya que existen países con mayores extensiones de tierra, pero respecto a la exportación Colombia si pudiera llegar al primer lugar. Por años ha ocupado el tercer lugar a nivel mundial en esta categoría. Las falencias mencionadas se enfocan principalmente en qué Colombia no implementa estrategias adecuadas de producción, comercialización o marketing dentro del sector Cafetero y por esta razón sigue estando en el tercer lugar, a pesar de que nuestro país puede ocupar fácilmente el primer lugar. Basados en lo anterior, se analizan estrategias implementadas en países como Brasil, Vietnam y Eutopía relacionadas con la producción orgánica, inversión en estrategias competitivas, la colaboración al pequeño, mediano y gran productor o empresario de café, el desarrollo de estrategias de marketing y publicidad, disminución en los costos de insumos que intervienen directamente en la elaboración del café. Se menciona una lista de estrategias que fácilmente se podrían implementar en el país y contribuir a hacer de Colombia un competidor aún más fuerte en el sector cafetero en el mundo.

Palabras clave: Café, Productor, Estrategias, Colombia y Brasil.

Abstract

DANE (2022) points out that "Coffee is one of the most important products in Colombia, since it contributes approximately 1% to the national gross domestic product, represents 10% of Colombian exports and is the livelihood of approximately 560,000 families." (p.1). Although the coffee sector is very productive in Colombia, it has shortcomings that harm issues related to the production, marketing and export of the product, since, although this country has all the tools to become the world's leading exporter of coffee, it has shortcomings that they are not allowed. Although Colombia could become a high coffee exporter, it is difficult for it to become the first coffee producer, since there are countries with larger extensions of land, but with respect to exports Colombia if it could reach first place. For years it has ranked third worldwide in this category. The shortcomings mentioned are mainly focused on why Colombia does not implement adequate production, commercialization, or marketing strategies within the Coffee sector and for this reason it continues to be in third place, despite the fact that our country can easily occupy first place. Based on the above, strategies implemented in countries such as Brazil, Vietnam and Etiopia related to organic production, investment in competitive strategies, collaboration with small, medium and large coffee producers or entrepreneurs, the development of marketing and advertising strategies are analyzed., decrease in the costs of inputs that intervene directly in the elaboration of coffee. A list of strategies that could easily be implemented in the country and contribute to making Colombia an even stronger competitor in the world coffee sector is mentioned.

Keywords: Coffee, Producer, Strategies, Colombia, and Brazil.

1. INTRODUCCIÓN

Café de Colombia (2022), afirma que “El café es la segunda bebida más consumida en el mundo, después del agua” (p 2.). Colombia es el tercer productor de café en el mundo, el café colombiano es reconocido a nivel internacional por su suavidad, textura y dulzura, muchos aseguran que es el más rico del mundo. Además, dicho producto es relevante en la economía colombiana, ya que el aporte del sector Cafetero al producto interno bruto nacional, en promedio es del 1% y además genera empleos formales en zonas Rurales del país, dónde no existen muchas oportunidades para sus habitantes.

A pesar de la importancia del producto a nivel económico y social dentro de Colombia, la verdad es que no se implementan estrategias en el sector Cafetero, que permitan incrementar de manera positiva la producción, exportación y venta de este producto a nivel nacional e internacional. Colombia cuenta con condiciones geográficas, de clima, mano de obra, fertilizantes y conocimientos, que lo destacan a nivel mundial, referente a producir el mejor café del mundo. Siendo ilógico que al contar con todas estas herramientas mencionadas, no se ubique en el primer o segundo lugar a nivel mundial en la exportación del café y esto es porque cuenta con muchas falencias que estancan el crecimiento y éxito del sector Cafetero a nivel mundial, existen países que no cuentan con condiciones óptimas referente a terreno, clima, mano de obra o fertilizantes para producir café, pero cuenta con mayor o igual número de exportaciones que nuestro país.

De acuerdo al libro Juan Valdez, la estrategia detrás de la marca se menciona como el mercado Colombiano debe enfrentarse a diferentes variables del mercado mundial, ya que el Café es uno de los productos, que tiene pocos compradores y pocos vendedores, por lo cual si se

analiza la oferta y la demanda, se puede concluir que es uno de los mercados más complejos, por lo cual desde su inicio el fondo nacional de cafeteros ha querido adoptar la estrategia de tener productos con un valor agregado que permita la diferenciación y poder posicionarme en la mente de todos los consumidores.

La diferencia primordial entre países como Brasil, Eutopía, Vietnam, Suiza o México, con Colombia es que estos le brindan al sector Cafetero la importancia que este merece, y la inversión generada por estos países, en temas de marketing, publicidad, marca, comercialización, exportación y capacitación entre otros aspectos importantes, es lo que le permiten exportar con y sin condiciones óptimas, el mismo o mayor número de exportaciones que Colombia.

Colombia se puede centrar en darle más recursos, formación tecnológica y legal a los productores del café, lo cual redundará en un incremento económico para ellos y para la economía del país; y así poder repercutir positivamente en esta la industria para que sea beneficiosa y traer los modelos estratégicos que usan los países del otro lado del mundo, que hoy cuentan con gran éxito para poder implementarlos y darle un mundo diferente al sector cafetero, no solamente que se caracterice por tener el mejor café, si no por aportar más a cada persona que hace parte del proceso , volver a incentivar el trabajo a las fincas de todos los jóvenes para poner a prueba conocimientos nuevos que tiene la era tecnológica con el fin de tener un progreso óptimo.

Partiendo de lo anterior en el presente proyecto se pretende, indagar sobre aquellas estrategias implementadas en diferentes países a nivel mundial, en el sector Cafetero que favorecen el éxito, la producción, exportación comercialización y ventas de este.

2. OBJETIVOS

2.1 OBJETIVO GENERAL

- Investigar las estrategias innovadoras implementadas en el sector cafetero internacional, en aras de determinar cuáles de estas acciones se pueden implementar en el sector cafetero colombiano, lo anterior se logrará por medio de una investigación fidedigna y concisa del tema objeto.

2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Explicar el impacto del café y cómo influye en el producto interno del país, para determinar la importancia de este sector en la economía colombiana.
- Elaborar un diagnóstico que permita identificar cuáles son las estrategias principales aplicadas por otros países en el sector cafetero, para determinar cuáles de sus modelos de éxito pueden aplicarse en Colombia.
- Relacionar las estrategias que se puedan adoptar en Colombia, las cuales hayan sido exitosas en el exterior, con el fin de crear mayor competitividad en el mercado del café.

3. REVISIÓN LITERARIA

“Los caficultores jamás han fallado en su ardua tarea de abastecer de café al mundo y es hora de que el mundo no le falle a quienes aseguran una bebida caliente cada mañana.”

(El espectador, 2020)

Con base al objetivo de la investigación, se necesita estudiar referencias actuales en bases de datos, revistas, libros y diferentes consultas previas que se encuentran realizadas sobre el panorama del sector cafetero dentro de Colombia y en el exterior, para ello se han consultado diferentes medios que nos permitirán entender el panorama; es importante entender el papel que juega el café en el mundo, ya que se convirtió en uno de los commodities más grandes en temas de comercio internacional, es producto insignia que mueve grandes ingresos y muchas ventajas.

De acuerdo a un informe del comité de cafeteros, “La federación Nacional de Cafeteros como institución de carácter gremial, ha diseñado estrategias, con el fin de disminuir el riesgo asociado a la volatilidad de precios y cumplir con el propósito de transferir el mayor precio internacional al productor, estas estrategias son: 1) Contratos de compra con entrega futura de café (CCCEF) los cuales permiten fijar un precio y volumen de venta hasta por un periodo máximo de 15 meses, que se ofrece a través de las Cooperativas de caficultores. 2) Mecanismo de venta con participación; Este mecanismo permite negociar el precio del café para entrega inmediata, que a la vez le permite adquirir un derecho para participar del incremento del precio en la bolsa de Nueva York. 3) Contrato de protección del precio (CCP) permite que los productores fijen el precio de venta a futuro para el café que se espera cosechar. 4) Gestión activa de cambios de

posición de cobertura, el objetivo es cubrir el riesgo del precio del producto que se mantiene en inventario” (Federación nacional de cafeteros, 2008, p.12). De acuerdo a esto es importante entender que para los productores es de gran beneficio contar con una denominación de origen nacional e internacional, ya que esto permite diferenciarse del origen del café Colombiano con otros alrededor del mundo.

Las estrategias implementadas que se han analizado, tanto en Colombia como diferentes partes del mundo, entendieron como el planeta se comporta en cuanto a tendencias de consumo y la mejor manera para comprar una taza de café, por lo cual de acuerdo a una investigación previa se concluye que “los factores más importantes que han influido en el desarrollo o incremento del consumo de estos cafés es la calidad, la sostenibilidad del café, el desarrollo a nivel mundial de las tiendas de café, el barismo, los micro lotes y un nuevo concepto de tiendas de conveniencia. La sostenibilidad es un concepto asociado a la responsabilidad ambiental, la equidad social y económica de los procesos de producción del café” (Samir Kiuhan, 2006, p. 13)

De acuerdo a Colombia productiva, que impulsa a los empresarios en todos los procesos, realizan sus capacitaciones con compra de café, Colombia buscando la iniciativa del Marketplace y la denominación de origen con el fondo nacional de cafeteros, ya que existen muchas plataformas para vender café, pero se tienen pocos recursos para promocionarlos y posicionarlos.

El congreso nacional (2020), de cafeteros en sus avances en la gestión de la estrategia de valor menciona lo importante de la estrategia sobre “La sostenibilidad como propuesta de valor para el caficultor está desarrollada bajo cuatro ejes basados en principios económicos, sociales, ambientales y de gobernanza, en los cuales se han determinado las áreas de acción con impacto directo. La implementación de la estrategia de valor se logra a través de acciones específicas que permiten mover los objetivos de cada uno de los ejes hacia las metas propuestas”

3.1 Entidades relevantes en el sector del Café colombiano

Es importante destacar que la federación nacional del café juega un papel importante en el tema de la investigación, debido a que es uno de los principales organismos para representar a los cafeteros, como organización han implementado varias estrategias que volvieron a impulsar al café y que día tras día siguen trabajando en el producto insignia del país, para que se pueda ir consolidando con bases fuertes para un mejor futuro. Es importante hablar los logros que tienen, entre ellos que para el 2019 contaban con cifras de ingresos alrededor de 7.2 billones lo más alto en la historia de Colombia, para el año 2021 de acuerdo con lo que la federación menciona tuvo una “recuperación del sector se confirma como motor clave de la economía colombiana, pues su Producto Interno Bruto (PIB) creció 21,4% en el primer trimestre y jalonó el PIB agropecuario de 3,3%. Es decir que el FNC, cuenta con ingresos muy positivos, 7.2 billones de pesos, en una economía como la colombiana con un valor muy relevante; sinónimo de lo que representa el café en este país, donde su aporte al producto interno bruto es bastante favorable.

Otra de las entidades más importantes del país, como el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) (2020), asegura que el PIB nacional en el primer trimestre de 2021 creció 1,1%, por lo que el sector cafetero creció también 6,5 veces el PIB agropecuario y 19,5 veces el PIB nacional. Un crecimiento del sector de 6.5 veces, demuestra no solo la importancia del sector cafetero en Colombia, sino también la buena gestión que tiene dicho sector en el país, una administración sinónimo de excelencia, teniendo en cuenta las excelentes cifras económicas, determinadas tanto por la FNC y el DANE.

Otra entidad relevante es el fondo nacional de cafeteros, este fomenta la productividad y calidad del café, ayudando al sector a mejorar el producto para poder incrementar el nivel

exportador desde una mejora en las regiones hasta un nivel de marketing óptimo que le siga dando a Colombia el reconocimiento que necesita. Como fondo se tiene un objetivo para el 2022 y es exportar 12,5 millones de sacos de café. Se podría indicar entonces que dicha entidad desarrolla acciones muy importantes en el sector cafetero, pues las estrategias creadas e implementadas por este, contribuye a la mejora del producto, su calidad y el nivel de exportación, con metas claras y muy probables a ejecutarse.

Es importante hablar de la denominación de origen ya que la federación nacional de cafeteros implemento esta estrategia, para que se reconozca el esfuerzo de los cafeteros y se distinga a nivel mundial, por lo cual destacan un artículo llamado protección del origen café de Colombia, donde mencionan “La Federación Nacional de Cafeteros de Colombia adelanta desde el año 2004 una estrategia orientada a fortalecer la defensa del origen tanto en Colombia como en el exterior. En esta estrategia existen diferentes iniciativas y se incluyen instrumentos legales asociados con el desarrollo de propiedad intelectual. Los instrumentos legales que se utilizan son la Denominación de Origen de Café de Colombia y sus Cafés Regionales y las Marcas Registradas” (Federacion nacional de cafeterios, s.f.)

En la globalización que nos encontramos es muy importante destacar que las empresas agroalimentarias se están destacando en el mundo por su valor diferenciador, para poderse consolidar en un mercado, también se habla de la calidad donde el consumidor elige a través de diferentes características en los productos, por lo cual Michael Porter habla sobre la ventaja competitiva, como un eje central de posicionamiento y menciona “Colombia debe centrar sus esfuerzos en producir mejor lo que se produce y no concentrarse en sectores desconocidos, en donde la maduración de un cluster, sería lenta y riesgosa en el entorno de competitividad global: “Colombia debería empezar por mejorar los productos que ya exporta. Para aumentar las

exportaciones es preciso construir sobre áreas donde haya fortalezas para de esta manera aumentar su ingreso por unidad. En materia de agricultura, crecer en logística y avanzar hacia alimentos especializados”. (Universidad del rosario , s.f.)

3.2 Futuro del sector cafetero en Colombia

Se proyecta que, a finales del año 2022 la producción del café en Colombia será aproximadamente de 13.2 millones de sacos obteniendo un crecimiento respecto al año 2021 del 5%. (Ministerio de agricultura 2022). Este incremento del 5%, es alto, relevante y por supuesto muy positivo dentro del sector cafetero, estos pronósticos probablemente se podrían llegar a cumplir, por no decir a superar, teniendo en cuenta el crecimiento en los últimos años de la producción del café en Colombia y su alta capacidad de exportación a nivel mundial.

3.3 Representantes del café en Colombia

Actualmente uno de los representantes más importantes del café en Colombia, es Juan Valdez; una empresa que cuenta con 445 tiendas a nivel mundial, de las cuales 313 están en Colombia y 132 en otros 13 países, es importante destacar como Juan Valdez representa la marca y los valores de todo un país. Fue creado con el fin de impulsar el café en el mundo y seguir siendo reconocidos según cifras alentadoras estos aportan \$17.300 millones a la federación nacional de cafeteros, y es la marca Premium más conocida en el mundo. Esta información es muy significativa, ya que esta marca se convirtió en un icono del café en el mundo que representa a Colombia y debido a esto, trabajan cada día más para competir con grandes marcas consolidadas y el negocio se está localizando en los cafés especiales y que sean sostenibles

3.4 ¿Cuánto cuesta producir café en Colombia?

Para entender este panorama, es importante indagar con informes previos que se tengan sobre los precios de cuánto cuesta producir café para entender de donde empieza el problema, porque los mismos caficultores no entienden el costo de producción:

Grafica 1. Costo producir café



Fuente: perfect daily grind. (2018).

De acuerdo a la cadena de producción son muchas las variables que influyen o garantizan un precio sostenible, el gobierno debería poder garantizar los precios de venta, se necesita mejorar la vida de nuestros caficultores, se necesita una vida rural digna. No es rentable hoy tener una finca cafetera, ya que esto implica elevados costos que no se pueden cubrir con solo una compra, porque no se paga un precio justo de acuerdo a todos los gastos que se manejan a esto se le suma la devaluación de la moneda, los problemas que tiene el país, por lo cual para un cambio significativo, se requiere un cambio desde las fincas, se requiere un gobierno que apoye con la implementación de nuevas herramientas que más adelante se hablaran de cuáles podrían ser y con esto ayudar a una economía que puede sacar mayor provecho.

4. METODOLOGÍA

El aspecto metodológico en el cual se va a encaminar el presente proyecto de investigación se centrará en el método cualitativo, centrándose en el archivo registro, ya que por medio de esto se podrá encontrar y revisar información sobre el tema, para entender los comportamientos del sector cafetero y así poder concluir que estrategias se pueden implementar dentro de Colombia.

4.1 RECOLECCIÓN DE DATOS

En este aspecto para conseguir y revisar fuentes; como artículos de investigación precedentes, tesis, informes de revistas y de entidades dedicadas al estudio y análisis del sector cafetero colombiano, aproximadamente de 15 a 50 referencias obtenidas principalmente de la web en páginas fidedignas, todas estas relacionadas con el tema del café en Colombia y en las grandes potencias para analizar el panorama tanto de nuestro país. Centrándonos en la federación nacional de cafeteros para indagar un poco más el enfoque que están usando en el país, en cuanto a estrategias a largo plazo para representar un porcentaje mayor en la economía. Por otro lado, también es importante poder estudiar a fondo la cadena productiva, ya que el cultivador es el principal foco del problema.

4.2 ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN

La investigación presenta un enfoque cualitativo, ya que es un método que permite la recopilación de datos no numéricos, implementado para recopilar información sobre el comportamiento de un tema en particular, para el presente proyecto el sector Cafetero colombiano. Por medio de este método de investigación se permite comprender por medio de su

aplicabilidad, cuáles son las características del problema objeto de investigación o del tema que se pretende analizar, en consecución al cumplimiento del objetivo general y principal del proyecto. Además, una de las características más importantes de este enfoque de investigación es que los datos no son mensurables estadísticamente, lo cual permite dar una interpretación subjetiva al tema analizar y se pueden implementar métodos tales como la entrevista, la observación y la discusión de resultados.

4.3 TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

Cómo se mencionó anteriormente las técnicas de recolección de información que se pueden utilizar mediante el enfoque de investigación cualitativa son las entrevistas, la observación, la encuesta y la revisión de registros o focus grupo entre otras. Pero para llevar a cabo la presente investigación se utilizará el archivo de registro; una técnica de recolección de datos que permite utilizar documentos fiables y fuentes de información fidedigna, para llevar a cabo.

De esta manera se recolectarán, analizarán y deducirá información presente en artículos de investigación precedentes, tesis, informes de entidades tales como el DANE, FEDERACIÓN NACIONAL DEL CAFÉ e investigaciones de revistas de investigación, todas estas fuentes son profesionales y fidedignas de información. una nueva investigación, utilizando los datos que allí reposan para responder y cumplir cada uno de los objetivos propuestos en el presente proyecto.

5. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Agronegocios (2021), menciona que “El sector cafetero colombiano sigue siendo el aroma para la economía del país”.

La federación nacional de cafeteros busco como estrategia que el café de Colombia, se distinguiera por su calidad y por ser único, con esto se logró la protección y defensa en diferentes mercados , se quiso generar en el mundo que cuando se hable del café de Colombia, se cree un vínculo entre la calidad del café, el territorio y la tradición, de esta manera los clientes y consumidores sabrán por lo que están pagando a un mayor precio que está garantizado, por lo cual la federación expone que junto con el” Ministerio de Cultura trabajaron durante más de 10 años para lograr la declaración de la UNESCO del Paisaje Cultural Cafetero (PCC) como Patrimonio Mundial. La marca PCC que simboliza la región” (Federacion nacional de cafeteros, s.f., pág. 4).

En Colombia se tienen las siguientes denominaciones de origen:

El Café de Nariño: Un café de alta acidez, cuerpo medio, notas dulces, limpio, suave y aroma muy pronunciado. (Federacion nacional de cafeterios, s.f., pág. 9)

El café del Cauca: Un café de fragancia y aromas muy fuertes y acaramelados, y en taza presenta acidez alta, cuerpo medio, impresión global balanceada, limpia, suave con algunas notas dulces y florales. (Federacion nacional de cafeterios, s.f., pág. 10)

En cuanto a las estrategias de Marketing en el sector cafetero El café es uno de los productos, que más ha presentado volatilidad, porque el mundo cada día exige más cambios, es un mercado que presenta mucha competencia y los consumidores quieren productos diferentes, por lo cual algunas de las estrategias que se han adoptado al mundo del café y que dan mayor valor agregado y diferentes características han tenido mayor aceptación y ventajas para los

consumidores están “1) los pods de café: almohadilla-filtro de café de consumo individual, siendo este uno de los productos que 22 más popularizado la preparación automática con el uso de máquinas específicas para el hogar. 2) cafés listos para tomar, este ha tenido su mayor desarrollo en Japón, estos cafés se venden en máquinas automáticas (vending machines) 3) bebidas gaseosas a base de café, debidas energizada para consumidores jóvenes, esta bebida ha reportado un alto incremento de consumo en países como Estados Unidos, este segmento es una alternativa para equilibrar la caída gradual de los mercados maduros. 4) el café soluble, dependiendo de su técnica de fabricación se distingue el café aglomerado, soluble tradicional y liofilizado.” (Repositorio universidad militar, s.f.).

5.1 IMPACTO DEL CAFÉ Y COMO INFLUYE EN EL PRODUCTO INTERNO DEL PAIS.

5.1.1 Sector cafetero en Colombia

Según una investigación realizada por el Ministerio De Agricultura en el año 2021, el sector cafetero es fundamental para la economía colombiana, ya que este genera gran parte de los recursos económicos de la nacional. Según MIN AGRICULTURA (2021), “La comercialización del producto tiene buena demanda en el mundo, en donde la mayoría de la producción colombiana se exporta, gracias al reconocimiento del Café Colombiano por su suavidad y calidad” (Pág. 4).

Grafica 2. Área, producción y rendimiento nacional

Variable	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2021
Área (has)	914.413	921.068	931.000	974.011	949.308	940.919	931.876	903.726	877.144	853.698	844.744
Producción (Miles Sacos 60 kg)	8.923	7.809	7.700	10.886	12.140	14.175	14.232	14.194	13.566	14.752	13.890
Rendimiento (Sacos 60 kilos)	11,99	10,79	11,06	14,13	15,50	17,20	18,03	18,50	19,30	21,40	19,40

Fuente: MIN AGRICULTURA (2021).

Además, según dicho informe desde el año 2010 al 2021, la producción cafetera viene presentando un incremento año a año, registrando las producciones más altas de los últimos 20 años en el país.

Para el año 2021, se determinó cuáles fueron los departamentos de Colombia más productores de Café, siendo para este periodo los mayores productores Huila, Antioquia, Tolima, Cauca y Caldas. En dicha investigación se establece un ranking de los 16 mayores productores de café.

Grafica 3. Productores de café 2021

	DEPARTAMENTO	% 2021
1	HUILA	18,06
2	ANTIOQUIA	15,09
3	TOLIMA	13,30
4	CAUCA	10,94
5	CALDAS	7,29
6	VALLE DEL CAUCA	5,60
7	SANTANDER	5,51
8	RISARALDA	5,06
9	NARIÑO	4,50
10	CUNDINAMARCA	3,23
11	CESAR/GUAJIRA/BOLÍVAR	2,95
12	NORTE DE SANTANDER	2,64
13	QUINDIO	2,13
14	MAGDALENA	1,76
15	BOYACÁ	1,00
16	OFICINAS COORDINADORAS	0,94

Fuente: Venegas (2021).

En datos más recientes, en el año 2022, según Salazar (2021), “EL SECTOR CAFETERO COLOMBIANO SIGUE SIENDO EL AROMA PARA LA ECONOMÍA DEL PAÍS”. Pues este sector genera valor agregado, turismo y empleo formal en zonas rurales del país, para el año 2020 el total de empleados en la producción de café era 5.300 personas (Statista 2022). Uno de los sectores económicos más importantes de la compañía, por el papel que juega a nivel social, económico y en ejes internacionales, ya que como se sabe el café colombiano es reconocido a nivel internacional.

Aunque cabe resaltar, que si para algunos expertos el futuro del sector cafetero en el año 2022 es muy prometedor, en lo que va corrido del presente año se han presentado dificultades que dicen lo contrario, pues por el fenómeno de la Niña, la producción del café pasaría de 14.5 millones de sacos a 11.5 millones (Sectorial 2022). Una baja en la producción de café prevista, muy baja y por supuesto negativa, dada por fenómenos ambientales, esto afecta la producción, exportación y venta del café colombiano, lo cual le da a la competencia internacional del café, una gran ventaja.

Si bien es cierto que los principales productores y exportadores de café en el mundo, son Brasil y Vietnam, Colombia en los últimos años ha presentado un crecimiento importante y positivo respecto a este tema “La producción cafetera nacional alcanzó los 13.8 millones de sacos al término del año cafetero 2018-2019, manteniéndose prácticamente inalterada frente a un año atrás” Clavijo (2020). Lo anterior tuvo relación, con que Colombia paso de producir 18.8 sacos por hectárea en el 2019 a 19.1 en el año 2020, Clavijo también menciona respecto a este tema que:

En 2019-2020, la producción cafetera de Colombia aumentaría marginalmente hasta los 14.3 millones de sacos, producto de las favorables condiciones climáticas. El valor de esa producción podría rondar los \$7.1 billones en 2019-2020 (vs. \$6.4 billones en 2018-2019), equivalente al 0.7% del PIB, siempre y cuando se tenga un repunte del precio internacional hacia los US\$1.1/libra.(Página 3).

A pesar del crecimiento en la producción y exportación del café en los últimos años, no se logran superar o por lo menos llegar cerca a índices de producción de países como Brasil o Vietnam. Ya que Brasil en promedio produce 3.009 toneladas al año, aproximadamente el 40% del café del mundo (Walton 2021). Por su parte Vietnam, segundo productor de café en el mundo, produce un promedio anual de 1.683 toneladas y Colombia para el año 2021 un promedio de 1.260 toneladas (Federación de cafeteros 2021). Otros de los países principales productores de café son Indonesia, Etiopia, Honduras, Perú, India, Uganda y Guatemala.

Colombia a pesar de contar con la tierra, el conocimiento y demás herramientas fundamentales, no llega a las cifras de producción y exportación presentadas en países como Brasil o a tener el comportamiento de crecimiento de otros países de América Latina como México y Honduras. Lo anterior dado principalmente por la falta de estrategias que implementa el país o sus principales exportadores para incrementar la producción y comercialización del producto.

5.1.2 Sector cafetero aporte al producto interno bruto

“Según cifras del Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), el PIB nacional en el primer trimestre de 2021 creció 1,1%, por lo que el sector cafetero creció 6,5 veces el PIB agropecuario y 19,5 veces el PIB nacional” (Federación cafetero 2022). Dichas

cifras son muy positivas en el sector, pues su crecimiento y comportamiento es mucho mayor al sector agropecuario y al PIB nacional.

Lo anterior teniendo en cuenta que para el año 2021, las exportaciones de café representaron el 7.5% de las ventas a nivel nacional (DANE 2022), lo cual representa una participación muy importante en las ventas de Colombia, que comprueba que el café es relevante e imprescindible en la economía del país.

También por el lado del PIB agropecuario, el sector cafetero representa el 15% de este. (EFE 2021). Es por esto que según pronósticos efectuados, se espera que en el año 2022 se produzca en el país 13.5 millones de sacos de café y se exporten alrededor de 12.5 millones, con lo cual el aporte del sector cafetero al PIB será aún mayor y muchos mas positivo, esto no solo es importante a nivel económico, sino también a nivel social pues para EFE (2022) “su actividad devengan el sustento unas 560.000 familias”

5.2 ESTRATEGIAS LLEVADAS A CABO A NIVEL INTERNACIONAL EN EL SECTOR CAFETERO

La productores y exportadores principales de café en el mundo son Brasil, Vietnam, Colombia, Indonesia y Etiopia. (Agronegocios 2021). Brasil es uno de los países que ha liderado por años, la producción y exportación de café y aunque el café colombiano es el mas rico del mundo y además nuestro país cuenta con todas las herramientas para producir más café que Brasil, Colombia no ha logrado “desbancar” a este país.

Lo anterior probablemente porque a Colombia le falta diseñar e implementar estrategias que le permitan ganar una ventaja competitiva sobre países como Brasil y Vietnam; competencia principal del café colombiano. Pero cuales son esas estrategias que precisamente ponen a países como Brasil en el primer exportador de Café en el mundo y a Vietnam como el segundo, que

deja a nuestro país en el tercer lugar, para responder a dicho cuestionamiento en el presente apartado se describen las acciones aplicadas por estos países en el sector cafetero. Con lo cual al final se podrá determinar, si algunas de estas pueden implementarse en Colombia.

PAIS	INNOVACION Y TECNOLOGIA	DENOMINACION DE ORIGEN	PRECIO VENTA EN USD	COMERCIALIZACION Y MARKETING	CONSUMO EXPORTACION IMPORTACION
Colombia 	*Variedades resistentes calidad física del grano y calidad sensorial. *Ecomill LH300 beneficio con fermentación natural del grano. *Derribadora DSC18, reducir costos de recolección por kilogramo de café.	*Café de Colombia. *Café del Huila. *Café del Cauca. *Café del Tolima. *Café de la sierra nevada.	\$9,2 billones al año.	*Juan Valdez, lo que funcionó de manera comercial para instalar el nombre del producto.	Exporto 12,5 millones de sacos de café y importa 800.000 sacos de café y un consumo de 2,2 kg al año.
Brasil 	*Sensores remotos y datos de estaciones meteorológicas, proyectó la producción de café arábica de Brasil	*Cerrado Mineiro. *Mantiqueira de minas. *Montanhas do espirito.		*un Grand Cru que fue diseñado para reflejar las mejores cualidades sensoriales de un cafezinho brasileño.	Exportación 36,3 millones de sacos y importa 26,9 millones de sacos del grano.
Suiza 	*Sacar de esta bebida el mejor precio, sin necesidad de cosecharla. *Líder en el mercado de café Premium en porciones individuales.	*Nespresso	*379 millones de francos.	*exporta tostado y empaquetado a un precio mucho mayor.	Importo 139 238 toneladas de café y es un país que no exporta porque no cuenta con ningún cultivo.

Fuente: Elaboracion propia basada en (Estadisticas cafeteras, s.f.)

5.2.1 Estrategias cafeteras en Brasil

El café con el pasar de los años ha dominado la escena social, económica, política y cultural de Brasil, este país es el mayor productor y exportador mundial de Café. Brasil desarrollo los cultivos de cafés robustos principalmente en el estado de Espirito Santo y con este se da origen a la comercialización y la industrialización de cafés instantáneos. Se tiene información que en la

última década se logró un aumento de la producción de café en un 50%, lo anterior según (Junguito 2020).

Además de la productividad, las ventajas de Brasil radican en la producción de café robusta y la industrialización y exportación de cafés instantáneos. Este tipo de situaciones hace que Brasil se convirtiera en una agroindustria con una participación pública y privada. Y que Brasil pueda aumentar la productividad, la producción total y su participación en el mercado actual es mayor y con mejores ventajas que las que existen actualmente en Colombia. (Junguito 2020).

En Brasil manejan una estrategia que les ofrece un gran beneficio ya que la mayoría de los cafetales son tecnificados, además una alta proporción de ellos permite, dar origen a la mecanización de muchas operaciones como son la recolección. De ahí se puede decir que se da origen a que los costos de producción de Brasil sean mucho más bajos que de los competidores. Allí mismo se dio origen a la situación en la cual se podía vender el café más económico sin que las ganancias de los caficultores tecnificados cayeran por debajo de los niveles aceptados. Su mecanismo nunca fue vender poco a un gran precio, sino que todo lo contrario siempre buscaron vender todo lo que se pudiera a un precio que diera ganancia a sus productores, con este tipo de estrategias Brasil ha logrado conquistar el mercado mundial y ser uno de los productores más eficientes entre otras grandes características que tiene el café de Brasil. (Moncada 2018).

5.2.2 Estrategias cafeteras en Vietnam

Otro de los mayores productores y exportadores de café es Vietnam. Un país que no era exactamente reconocido por la producción del café hace algunos años, pero que rápidamente tuvo un cambio muy importante y positivo donde su meteórico crecimiento lo ayudó a convertirse lo que es hoy en día, uno de los más grandes productores de café en el mundo. Está dramática expansión se dio a raíz de una serie de acontecimientos como: (1) estímulos directos

del gobierno, (2) Liberación agrícola y 3 estrategias implementadas por el país para el desarrollo en el mercado mundial del café. Estos acontecimientos vinieron acompañados por una serie de estrategias, implementadas por este importante país de Asia.

Crédito: El gobierno de Vietnam, como estímulo principal a finales de la década de los 70 otorgó crédito preferencial para los cultivadores y exportadores de café en el país, estos créditos se otorgaban a dicha población o público objetivo, con intereses muy bajos en el mercado, lo que favorecía el fácil acceso a este. Los recursos otorgados debían implementarse en actividades concernientes a la exportación y producción del café, que les permitieran a estos agricultores crecer en el mercado de manera competitiva.

Ambiente: Por otra parte, en temas de ambiente muchos de los bosques de este país, fueron despejados para implementar nuevas plantaciones de café, esta es forestación contribuyó a un incremento de área cultivada de café entre los años 1990 y el año 2000 del 38%.

Valor agregado en las exportaciones: Vietnam es un país que se caracteriza principalmente por producir el café a bajos costos, esto en consecución a las inversiones realizadas en el sector en temas de infraestructura y equipo de procesamiento, explorando además nuevas prácticas sostenibles de cultivo certificadas. La combinación de todas estas acciones tiene como resultado que los costos de producción del café para sus principales empresarios sean bajos, lo que promueve la generación de mayor porcentaje de ganancias y permite al exportador aplicar sobre sus productos los precios consecuentes a sus estrategias comerciales o empresariales.

Otras muchas más estrategias son implementadas por países como Vietnam, para alcanzar a ser el segundo productor de café en el mundo, pero en este apartado se resumieron las más importantes y las que probablemente no se han implementado en Colombia y hacen falta en nuestro país, para ser más competitivos a nivel mundial en nuestro producto estrella, EL CAFE.

5.2.3 Estrategias cafeteras en Etiopia

Al otro lado del mundo, se encuentra la denominada cuna del café: Etiopia en este País procede la mayoría del café Arábico. El origen de esta bebida según los historiadores se originó mayormente en las regiones etíopes, alrededor del siglo IX. De allí se procedió a llevarlo hasta Yemen su país vecino, con el pasar del tiempo se transportó hasta la India y por último se introduce en Europa, pero no fue sino hasta el siglo XVIII donde se generalizo un poco más su consumo. (Villegas 2021).

Con el transcurso del tiempo el gobierno de Etiopia para mejorar la visibilidad de sus café en el mercado, implemento varias estrategias, las cuales se describen a continuación:

- Realización de acuerdos de licencias que estuvieran libres de todo lo que tuviera que ver con la regalía en los que el beneficiario, se comprometiera a vender cafés selectos por así decirlo y a su vez utilizando una marca registrada de forma gratuita cuando se trate de productos elaborados de forma exclusiva a base únicamente de cafés de Etiopia.
- Promocionar el café de Etiopía dándolo a conocer entre sus clientes. Con esta estrategia se espera que se logre tener una mayor apreciación de las marcas existentes en el café de Etiopia entre los consumidores nacionales e internacionales, de esta manera se logra que los agricultores y los pequeños empresarios actualmente de Etiopia obtengan un beneficio más estable y acorde a su labor en la venta del café. (Organización mundial de la propiedad intelectual 2019)
- Es importante mencionar que, en este país, según la organización mundial de la propiedad intelectual (2019), el café representa el 60% de sus ingresos, lo cual hace que este producto, sea de gran relevancia a nivel social y económico, según esto 15

millones de personas están vinculadas con este producto de manera directa o indirecta. Pero existen épocas que por las alzas de los insumos del producto en cuestión, la ganancia para los agricultores es baja y muchos empresarios deciden no apostarle más al café, en base a lo anterior el gobierno de Etiopía, implementa estrategias en cuanto a disminución de precios de insumos o generación de beneficios fiscales, para evitar que esta situación se presente con mayor incremento.

Grafica 4. Estrategias sector cafetero Etiopia.



Fuente: Organización mundial de la propiedad intelectual 2019

5.3 ESTRATEGIAS QUE SE PODRÍAN IMPLEMENTAR EN COLOMBIA

Tras el análisis de los tres países mencionados en el anterior apartado, se podría determinar que muchas de estas estrategias implementadas en países como México, Brasil o Eutopía, se podrían implementar o aplicar en nuestro país con el fin de incrementar la producción, exportación, comercialización e ingresos del café en Colombia, que como ya se mencionó es relevante no solo a nivel económico, sino también a nivel social, por su generación de empleo formal, la contribución de este al producto interno del país y la imagen que tiene Colombia en el exterior gracias a esta bebida.

Se analizan países como México teniendo en cuenta que este, basado en las problemáticas que presentó en un período, implementa estrategias que favorecieron la producción y exportación de este, y que aunque hoy en día no es el primer exportador de Café, logro mitigar todas aquellas falencias del pasado. Ahora, Brasil es uno de los países más importantes en la producción y exportación del café a nivel mundial; pues es el primer productor y exportador del mundo en el café y Eutopía se considera la cuna de café; muchos historiadores afirman que de dicho país provino esta deliciosa bebida, que hoy en día es tan importante y querida en el planeta. Es así como se considera que las estrategias que se pueden implementar en Colombia:

- Basados en las estrategias implementadas por Brasil, en Colombia se puede tecnificar todos los Cafetales existentes y los nuevos a crear, lo cual permite dar mecanización a muchos procesos llevados en la producción del café, tales como la recolección de este, pues de esta estrategia parte que los costos de producción en este país sean mucho más bajos que las de sus competidores. Además, los bajos costos de producción permiten a los caficultores vender su producto a un precio que sea atractivo para el mercado y que les genere ganancias y es precisamente esta estrategia lo que convierte a Brasil en el productor y exportador principal del café en el mundo, una estrategia que de implementarse en Colombia los resultados serían espectaculares.
- Por su parte las estrategias implementadas por Vietnam, las más importantes se podrían basar en el apoyo del gobierno, el ambiente y el valor agregado de las exportaciones. El gobierno colombiano debe apoyar más a los productores de café nacional, por medio de la facilitación de préstamos bancarios a baja tasa de interés que les permitan a estos financiarse e invertir en sus negocios, para qué principalmente

estos caficultores pequeños, puedan crecer dentro de una competencia tan alta, como es el sector cafeteo.

- Fomentar el tema de la innovación, convertirnos en la cadena de valor hasta los que vendemos el producto, ineficiencia en las fincas por descuidos simples y la alta oferta de investigación en el país. Colombia tiene uno de los centros de investigación en café más importantes del mundo.
- Procesos de transferencia desarrollados, pero insostenibles.
- En temas de ambiente, también interviene el gobierno, en países como Vietnam, se adecuaron muchos bosques para implementar nuevas plantaciones de café, en este caso esta estrategia no se podría llevarse a cabo en Colombia, por temas medioambientales; pues considero personalmente que se debe respetar el medio ambiente y la deforestación de este no es algo positivo o una opción. Pero si se podrían adecuar varias zonas en Colombia que en la actualidad se encuentran inhabitadas y que probablemente tras un estudio realizado, éstas sean una acción para la plantación de café.
- Y finalmente teniendo en cuenta las estrategias implementadas por Vietnam, el segundo productor de café en el mundo, se podría por parte del gobierno Colombiano invertir más en el sector Cafetero, en temas de infraestructura y equipo de procesamiento, lo cual va de la mano con la reducción de costos de producción mejores ganancias para los agricultores, precios más atractivos para el mercado y mayor número de exportaciones.

- Las estrategias que se podría rescatar de un país como Etiopía, es la realización de acuerdos a nivel internacional para las licencias y la promoción de café en el mundo, es decir acciones de marketing que permiten conocer el café de este país a nivel internacional, estas estrategias se podrían implementar en Colombia aportando más acciones de marketing que favorezcan la exportación del café Colombia a nivel internacional.

6. CONCLUSIONES

- Cómo se mencionó con anterioridad el sector Cafetero, es muy importante dentro de la economía colombiana, no solo a nivel económico sino también a nivel social, el aporte de este al producto interno bruto, la economía del país y la generación de empleo es de gran relevancia. Si Colombia le prestara a este exitoso sector, la importancia que este merece, e invierte más en temas de estrategias de producción, marketing, marca y capacitación entre otros, muy probablemente el café colombiano tuviera el mismo comportamiento de países como Brasil; donde este producto representa el 60% de los ingresos. Además, la generación de empleos e ingresos fuese aun mayor, disminuyendo así problemáticas en nuestro país generada por la desigualdad social y la falta de empleo, si bien es cierto que el sector Cafetero es productivo y favorable, si la inversión en este sector fuera aun mayor, los beneficios obtenidos para el país serían innumerables.
- De acuerdo con la cadena de producción son muchas las variables que influyen o garantizan un precio sostenible, el gobierno debería poder garantizar los precios de venta, se necesita mejorar la vida de nuestros caficultores, se necesita una vida rural digna. No es rentable hoy tener una finca cafetera, ya que esto implica elevados costos que no se pueden cubrir con solo una compra, porque no se paga un precio justo de acuerdo a todos los gastos que se manejan, a esto se le suma la devaluación de la moneda, los problemas que tiene el país, por lo cual para un cambio significativo, se requiere un cambio desde las fincas, se requiere un gobierno que apoye con la implementación de nuevas herramientas de cuáles se puede sacar mayor provecho.

- Juan Valdez se convirtió en un icono del café en el mundo que representa a Colombia y debido a esto, ellos trabajan cada día más para competir con grandes marcas consolidadas y el negocio se está localizando en los cafés especiales y que sean sostenibles.
- Las estrategias implementadas en otros países implícitamente en el sector Cafetero tienen que ver directamente con la inversión que genera el gobierno en este sector, para contribuir de manera positiva a la actividad económica realizada por los productores de café, centrándose en los más pequeños. También se centra en la inversión en maquinaria y equipo que busca mejorar la productividad, calidad y la disminución en los costos del café y finalmente el acceso a crédito por parte de los productores de café.
- Estas tres estrategias anteriormente mencionadas son las puntuales, principales y más relevantes aplicadas en países como Brasil, Etiopía y Vietnam; países que gracias a estas acciones han logrado situarse en la lista de los principales productores y exportadores del café a nivel mundial, dos de ellos Etiopía y Vietnam en realidad no cuentan con la infraestructura adecuada para producir café, pero llevan a cabo actividades que les permite cumplir con esta acometida.

7. REFERENCIAS

- Agronegocios. (2021). INDIA AHORA ES EL SÉPTIMO PRINCIPAL PRODUCTOR DE CAFÉ EN EL MUNDO, COLOMBIA TOP TRES. Recuperado de: <https://www.agronegocios.co/agricultura/india-ahora-es-el-septimo-principal-productor-de-cafe-en-el-mundo-colombia-top-tres-3250204#:~:text=Se%20trata%20de%20Brasil%2C%20Vietnam,de%20sacos%20de%2060%20kg.>
- Café de Colombia. (2022). HISTORIA DEL CAFÉ DE COLOMBIA. Recuperado de: <https://www.cafedecolombia.com/particulares/historia-del-cafe-de-colombia/>
- Clavijo, S. (2020). Panorama cafetero 2019-2020. LAREPUBLICA. Recuperado de: <https://www.larepublica.co/analisis/sergio-clavijo-500041/panorama-cafetero-2019-2020-2920631>
- Celis, F. (2015). El modelo de comercialización y consumo de café en México. Revista vinculada. Recuperado de: <https://vinculando.org/documentos/comercializacioncafemexico.html>
- Coffee, C. (08 de 08 de 2018). Recuperado de: <https://perfectdailygrind.com/es/2018/08/08/esto-es-lo-que-cuesta-producir-cafe-en-latinoamerica/>

- EFE (2022). Producción de café en Colombia cayó un 16% en febrero de 2022. Portafolio. Recuperado de: <https://www.portafolio.co/economia/finanzas/produccion-de-cafe-en-colombia-cayo-en-febrero-2022-562480>
- El campesino . (9 de 07 de 2019). Recuperado de: <https://elcampesino.co/cafe-en-colombia-un-cultivo-rentable/>
- El espectador. (27 de 06 de 2020). Recuperado de: <https://www.elespectador.com/colombia/mas-regiones/un-mundo-sin-cafe-article/>
- Fondo nacional de cafeteros . (s.f.) Recuperado de: <https://federaciondecafeteros.org/wp/listado-noticias/cafe-crece-214-en-primer-trimestre-y-jalona-pib-agropecuario-de-33/>
- Federación nacional de cafeteros. (2022). Café crece 21,4% en primer trimestre y jalona PIB agropecuario de 3,3%. Recuperado de: <https://federaciondecafeteros.org/wp/listado-noticias/cafe-crece-214-en-primer-trimestre-y-jalona-pib-agropecuario-de-33/#:~:text=Seg%C3%BAn%20cifras%20del%20Departamento%20Administrativo,5%20veces%20el%20PIB%20nacional.>
- Globoeconomia.(s.f.) Hamartia. (03 de 02 de 2022). recuperado de:

- <https://www.larepublica.co/globoeconomia/compradores-sufren-perdidas-por-agricultores-decolombia-que-no-logran-cumplir-3245473>
- Infobae (26 de 09 de 2021). Recuperado de:
<https://www.infobae.com/america/colombia/2021/09/26/por-que-suiza-que-no-tiene-una-solaplanta-gana-mas-dinero-con-el-cafe-que-colombia/?outputType=amp-type>
- Junguito, R. (2020). El café en Brasil y Colombia. Portafolio. Recuperado de:
<https://www.portafolio.co/opinion/roberto-junguito/cafe-brasil-colombia-88952>
- La republica. (07 de 12 de 2017). Recuperado de:
<https://amp.larepublica.co/economia/juan-valdez-ha-aportado-17300-millones-a-la-federacionnacional-de-cafeteros-2578672>
- Nuestrocafe.com.(s.f.). Recuperado de:
http://www.nuestrocafe.com/opcion/torrefactores_19_83.php
- MIN AGRICULTURA. (2017). SECTOR CAFÉ Informe sectorial. Recuperado de:
<https://sioc.minagricultura.gov.co/Cafe/Documentos/2017-04-30%20Cifras%20Sectoriales.pdf>
- Ministerio de agricultura. (2022). Proyectamos que la producción de café estará en 13,2 millones de sacos este 2022, lo que representará un crecimiento de 5% frente al

año anterior”: ministro Rodolfo Zea Navarro. Recuperado de:

<https://www.minagricultura.gov.co/noticias/Paginas/Proyectamos-que-la-produccion-de-cafe-estar-en-13,2-millones-de-sacos-este-2022,-lo-que-representar-un-crecimiento-de-5-f.aspx>

- Moncada, G. (2018). Características del café brasileño. Artículo de investigación. Cali: Universidad del valle. 2018.
- Organización mundial de la propiedad intelectual. (2019). La guerra del café: la historia de Etiopía y Starbucks. OMPI. Recuperado de:
<https://www.wipo.int/ipadvantage/es/details.jsp?id=2621#:~:text=La%20estrategia%20que%20se%20adopt%C3%B3,caf%C3%A9s%20selectos%20de%20Etiop%C3%ADa%2C%20202>
- Perfect daily grind. (2018). Esto es lo Que Cuesta Producir Café en Latinoamérica. Recuperado de: <https://perfectdailygrind.com/es/2018/08/08/esto-es-lo-que-cuesta-producir-cafe-en-latino-america/>
- Salazar, C. (2021). “EL SECTOR CAFETERO COLOMBIANO SIGUE SIENDO EL AROMA PARA LA ECONOMÍA DEL PAÍS”. Agro negocios. Recuperado de:
<https://www.agronegocios.co/agricultura/el-sector-cafetero-colombiano-sigue-siendo-el-aroma-para-la-economia-del-pais-3271986>

- Statista. (2022). Número de empleados en el sector de producción de café en Colombia de 2014 a 2020. Recuperado de:
<https://es.statista.com/estadisticas/1284745/empleo-en-la-produccion-de-cafe-en-colombia/>
- Sectorial. (2022). Por Fenómeno de La Niña, Potencial de Producción de Café Pasaría de 14,5 Millones de Sacos a 11,5. Recuperado de:
<https://www.sectorial.co/informativa-cafe/item/544081-clima-afecta-produccion-de-cafe>
- Villegas, A. (2021). Los países con mejor café del mundo. Público. Recuperado de:
<https://www.publico.es/sociedad/dia-internacional-cafe-paises-mejor-cafe-mundo.html>
- (2021). recuperado de Minagricultura:
<https://sioc.minagricultura.gov.co/Cafe/Documentos/2021-03-31%20Cifras%20Sectoriales.pdf>
- (12 de 2021). recuperado de Minagricultura:
<https://sioc.minagricultura.gov.co/Cafe/Documentos/2021-03-31%20Cifras%20Sectoriales.pdf>

- (12 de 2022). Recuperado de Minagricultura:
<https://sioc.minagricultura.gov.co/Cafe/Documentos/2021-0331%20Cifras%20Sectoriales.pdf>
- *Portafolio*. (12 de 01 de 2022). recuperado de <https://www.portafolio.co/indicadores-economicos/produccion-de-cafe-en-colombia-durante-el-2021-560457>
- *El espectador* . (s.f.). recuperado de <https://www.elespectador.com/economia/en-2022-se-produciran-132-millones-de-sacos-de-cafe-ministerio-de-agricultura/>
- Portafolio. (30 de 11 de 2021). Obtenido de <https://www.portafolio.co/indicadores-economicos/exportaciones-de-cafe-colombiano-en-2022-serian-de-12-5-millones-de-sacos-559133>
- Federacion nacional de cafeterios. (s.f.). recuperado de <https://www.cafedecolombia.com/static/integrador/cartilla.pdf>
- *Federacion nacional de cafeterios*. (s.f.). recuperado de <https://www.cafedecolombia.com/static/integrador/cartilla.pdf>

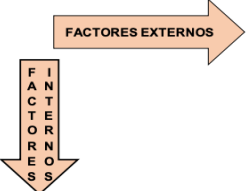
- Universidad del rosario . (s.f.). Recuperado de
<https://repository.urosario.edu.co/bitstream/handle/10336/1491/32939151.pdf?sequence=>
- Vanegas, F. (2021). Ranking Departamentos productores de café 2021. Recuperado de: <https://www.yoamoelcafedecolombia.com/2021/11/18/ranking-departamentos-productores-de-cafe-2021/>
- Repositorio universidad militar. (s.f.). recuperado de
<https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/13047/GONZALEZ%20PACHON%20DIANA.pdf?sequence=2&isAllowed=y>
- **Universidad del valle. (s.f.). Obtenido de**
<https://bibliotecadigital.univalle.edu.co/bitstream/handle/10893/20805/Dise%C3%B1o-Plan-Marketing-Astudillo-Jesica-3845-A859d.pdf?sequence=1>
- Lopez, H. A. (s.f.). innovatik. recuperado de
<https://www.eafit.edu.co/escuelas/administracion/emprendimiento-academico/bitacora-de-innovacion/casos-catedra-de-innovacion/Documents/articulo-innovakit.pdf>
- Estadísticas Cafeteras. (s.f.). Obtenido de
<https://federaciondecafeteros.org/wp/estadisticas-cafeteras/>

- Estadísticas cafeteras. (s.f.). Obtenido de
<https://federaciondecafeteros.org/wp/estadisticas-cafeteras/>
- (s.f.). Recuperado el 2022, de Federación nacional de cafeteros:
<https://www.cafedecolombia.com/static/integrador/cartilla.pdf>
- (s.f.). recuperado de Federación nacional de cafeterios:
<https://www.cafedecolombia.com/static/integrador/cartilla.pdf>

8. ANEXOS

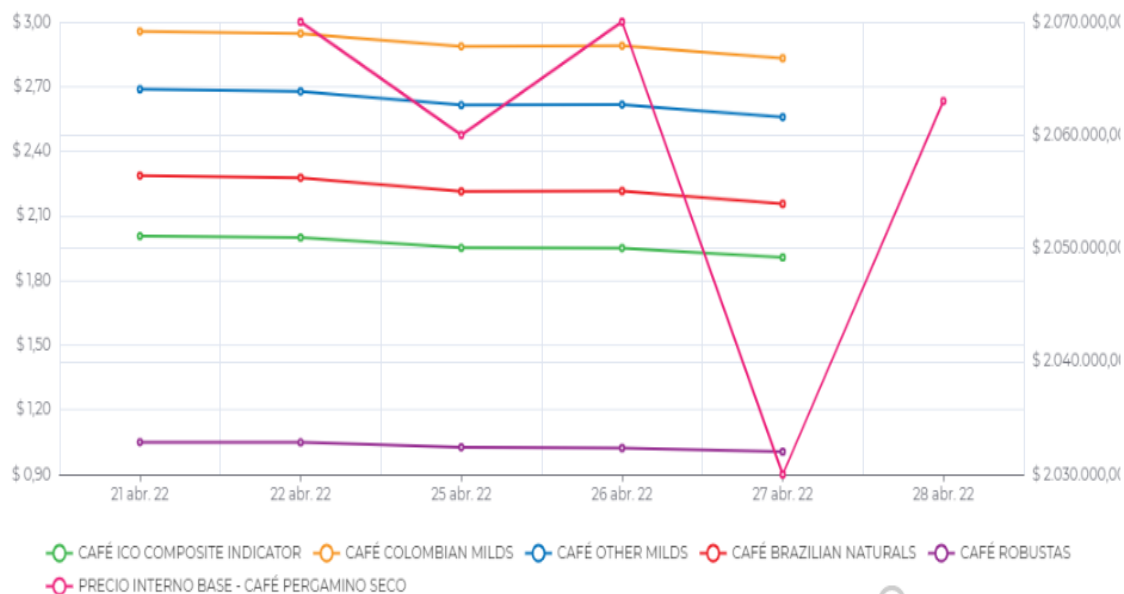
Como anexos, se presentan algunos datos económicos sobre sector cafetero en Colombia.

- DOFA sobre estrategias del café

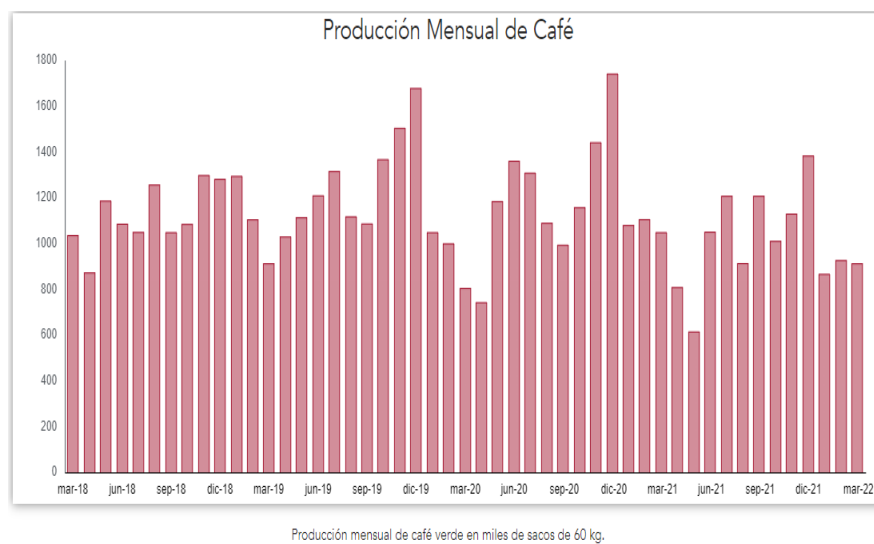
MATRIZ DOFA		
	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
	1. Mercado campesino y comercio justo 2. Tendencias de consumo de productos naturales 3. Cultura en torno al café 4. Virtualización del mercado a causa del COVID-19 5. Avances científicos y tecnológicos respecto a nuevas variedades de café y herramientas técnicas y tecnológicas	1. Aumento de la competencia en el sector 2. Aumento del consumo de productos sustitutos 3. Normatividad en torno a la producción y comercialización de alimentos 4. Nueva legislación y limitaciones en la movilización, respecto a bioseguridad a causa del COVID-19
FORTALEZAS	ESTRATEGIAS FO	ESTRATEGIAS FA
1. Buena calidad del producto 2. Atención orientada al cliente 3. Precios competitivos en el mercado 4. Proceso de producción semiartesanal	1. Participar en ferias de comercio que permitan llegar a más público dando a conocer la marca y la propuesta de valor (Calidad, precios). (F1, F3, F4, O1, O5) 2. Diseñar una plataforma de comercio virtual que facilite y agilice la relación con el cliente, la compra del producto y promueva la cultura del consumo del café. (F2, O3, O4) 3. Crear una campaña publicitaria enfocada en las características naturales del producto, como valor agregado y promueva la cultura del consumo del café. (F4, O2, O3)	1. Realizar una campaña publicitaria enfocada a las ventajas del consumo de café frente a otros productos y la competencia. (F1, F4, A1, A2) 2. Incluir en la etiqueta del producto recetas breves, para estimular el consumo en diferentes preparaciones que incluyan sus productos sustitutos (Café Moca, Mocaccino, café campesino, etc) (F1, 2, 3, 4, A2) 4. Mejorar el empaquetado y etiquetado que se ajuste de acuerdo a lo establecido en la legislación. (F1, F2, A1, A3) 5. Estimular la compra a domicilio, respetando el protocolo de bioseguridad y la legislación en torno a ésta. (F2, A4)
DEBILIDADES	ESTRATEGIAS DO	ESTRATEGIAS DA
1. No cuenta con área de contabilidad 2. No hay reconocimiento de la marca 3. No se cuenta con canales de distribución sólidos 4. No se realiza publicidad y promoción del producto 5. Bajo posicionamiento en el mercado 6. Poca cobertura de plazas	1. Fortalecer una estrategia publicitaria, utilizando los medios virtuales (D4, F4) 2. Posicionarse mediante la participación en eventos de comercio justo. (D5, D6, O1) 3. Gestionar con diferentes intermediarios la comercialización del producto. (D3, D4, D5, D6, O1) 4. Implementar un proceso contable o a través de outsourcing con una oficina contable. (D1, O5)	1. Ampliar el margen de competencia mediante el posicionamiento en espacios de comercio alternativo y con la apertura de nuevos canales de comercialización. 2. Estimular el consumo estableciendo promociones esporádicas con aumento de contenido 500 a 650 GRM, 1000 a 1200 GRM 3. Establecer un protocolo de entregas y recepción de pedidos y rutas de entregas respetando los protocolos de bioseguridad y la normatividad en torno a ellos

Fuente: Elaboración propia 2022.

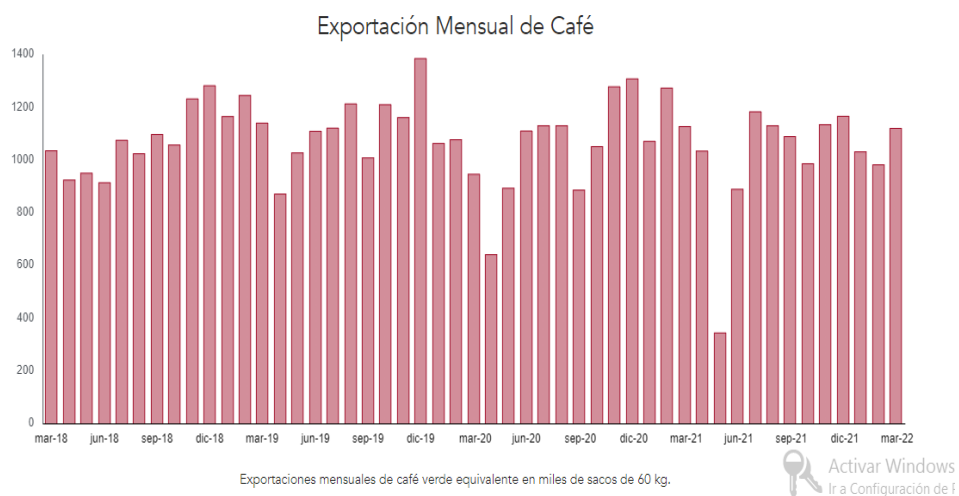
- Indicadores económicos del café



- Producción del café mensual



- Exportación Mensual de Café



- Área cultivada con café total departamental

Tabla 1. Área cultivada con café total departamental

Departamento	2015*	2016*	2017*	2018*	2019*	2020*	2021*
Antioquia	128,63	126,40	123,26	120,96	119,16	117,53	116,29
Arauca	n/d	n/d	n/d	n/d	n/d	0,11	0,11
Bolívar	1,16	1,18	1,23	1,31	1,39	1,40	1,40
Boyacá	11,52	11,45	10,57	10,41	10,25	10,14	10,24
Caldas	72,37	70,79	68,97	66,02	63,05	60,82	59,28
Caquetá	4,09	4,16	4,05	4,02	3,99	3,80	3,73
Casanare	3,20	3,17	2,92	2,74	2,60	2,54	2,47
Cauca	92,62	95,75	93,30	92,56	92,67	91,94	93,00
Cesar	28,91	29,02	28,03	25,95	23,63	23,89	22,99
Chocó	0,16	0,16	0,17	0,17	0,18	0,18	0,18
Cundinamarca	37,92	37,68	35,43	32,32	30,31	29,71	29,64
Huila	154,09	151,87	147,80	146,76	144,90	144,31	144,12
La Guajira	6,12	6,13	5,86	5,14	4,25	4,22	3,85
Magdalena	20,39	20,52	20,17	19,39	17,96	17,97	17,66
Meta	3,53	3,61	3,40	2,90	2,89	2,80	2,87
Nariño	38,85	38,75	38,17	37,26	36,16	35,76	35,49
N. Santander	25,44	24,34	23,99	23,56	23,03	23,10	22,89
Putumayo	0,13	0,00	0,22	0,23	0,21	0,21	0,21
Quindío	27,02	25,68	23,76	21,25	20,02	19,65	18,87
Risaralda	50,80	50,26	48,52	46,39	45,13	44,47	43,39
Santander	51,14	50,61	50,16	50,66	51,35	52,01	53,03
Tolima	118,43	117,27	112,87	111,71	108,17	106,99	107,03
Valle	64,39	62,96	61,11	55,41	52,41	51,19	51,38
TOTAL	940,92	931,75	903,95	877,14	853,70	844,74	840,11

Fuente: Federación nacional de cafeteros. (2022).

