

PLAN DE NEGOCIOS PARA LOGRAR EXPORTAR CAFÉ DE MANERA EFECTIVA EN EL MUNICIPIO DE GIGANTE- HUILA

PRESENTADO POR:

Brenda Licet Rueda Baptiste. Cod 1511026345

Henry Yohandri Rodríguez Montoya. Cod 1521024183

Sandra Viviana Zúñiga. Cod 1611020455

PLAN DE NEGOCIOS PRESENTADO PARA OPTAR POR EL TÍTULO DE:

Profesional en Negocios Internacionales

DOCENTE TUTOR:

Claudia Milena Pico Bonilla

INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA POLITÉCNICO GRANCOLOMBIANO

FACULTAD DE NEGOCIOS, GESTIÓN Y SOSTENIBILIDAD

PROGRAMA VIRTUAL DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

2020

TABLA DE CONTENIDO

RESUMEN

ABSTRACT

1. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	5
2. JUSTIFICACIÓN	8
3. OBJETIVOS.....	10
3.1. OBJETIVO GENERAL	10
3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	10
4. ANTECEDENTES.....	10
5. MARCO TEÓRICO.....	13
5.1. VENTAJAS COMPARATIVAS	14
5.2. TEORÍAS DE DIFERENCIACIÓN DE PRODUCTOS.....	14
6. DISEÑO METODOLÓGICO	15
6.1. POBLACIÓN, MUESTRA Y ANÁLISIS DE DATOS	15
7. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD.....	16
7.1. ESTUDIO DE MERCADO.....	16
7.2. ESTUDIO TÉCNICO.....	18
7.3. ESTUDIO LEGAL.....	20
7.4. ESTUDIO FINANCIERO.....	22
8. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	22
9. BIBLIOGRAFÍA.....	24

ÍNDICE DE GRÁFICOS Y TABLAS

RESUMEN

El mercado del café es uno de los más importantes a nivel nacional, ya que Colombia está ubicado en 3 lugar como país exportador de café, lo que nos permite tener un reconocimiento a nivel mundial del producto y tener ingresos económicos del mismo en las zonas donde este se produce. Cabe resaltar que el departamento del Huila ha crecido en el aumento de producción de café, ya que sus mecanismos de producción y recolección del producto le han permitido tener un mayor reconocimiento, sin embargo, con el plan de mercado se busca conocer las estrategias, para mejorar el desempeño exportador en el municipio de Gigante en el Departamento del Huila. Teniendo en cuenta que hoy en día se están presentando distintas ayudas y procesos para que el Municipio tenga la oportunidad de potencializar su producción de café, lo cual permitiría aumentar la actividad económica, ya que es netamente agropecuaria enfocada en el cacao y el café, pero en los últimos años en los procesos productivos del café, se ha evidenciado que en el Municipio de Gigante ha aumentado ya que se están reforzando los procesos productivos del producto. Este plan de trabajo nos permitirá estudiar estas oportunidades comerciales obteniendo unos enfoques y procesos favorables de acuerdo al producto con el que se trabajara.

Palabras claves: Negocios Internacionales, Plan de Mercado, Estrategias, Café, exportación.

ABSTRACT

The coffee market is one of the most important nationally, since Colombia is located in 3 place as a coffee exporting country, which allows us to have a worldwide recognition of the product and have economic income from it in the areas where this occurs. It should be noted that the department of Huila has grown in increasing coffee production, since its production mechanisms and collection of the product have allowed it to have greater recognition, however, with the market plan it seeks to know the strategies, to improve export performance in the municipality of Gigante in the Department of Huila. Taking into account that today different aids and processes are being presented so that the Municipality has the opportunity to enhance its coffee production, which would allow increasing economic activity, since it is purely agricultural focused on cocoa and coffee, but In recent years in the productive processes of coffee, it has been evidenced that in the Municipality of Gigante it has increased since the productive processes of the product are being reinforced. This work plan will allow us to study these commercial opportunities, obtaining favorable approaches and processes according to the product with which we will work.

Key Words: International Business, Market Plan, Strategies, Coffee, export.

1. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

Colombia es el tercer país exportador a nivel mundial de café, sin embargo, durante los últimos años se han presentado una serie de problemas por las circunstancias de la pandemia, ya que no pueden trabajar la misma cantidad de personas, fuera de ello se debe realizar un protocolo adecuado para quienes se encuentran laborando, lo que ha disminuido la participación laboral de distintas personas. Por otro lado, se presentan distintas afectaciones en los terrenos y en la producción de café, como lo son la roya y la falta de insumos para cuidar los cultivos de café de acuerdo con su variedad, las cuales demuestran una disminución en la exportación del producto. Teniendo claro que la oferta y demanda mundial de este producto siempre ha sido alta, la disminución registrada afecta también la economía de los territorios en Colombia que producen café como lo es el caso del municipio de Gigante en el Departamento del Huila.

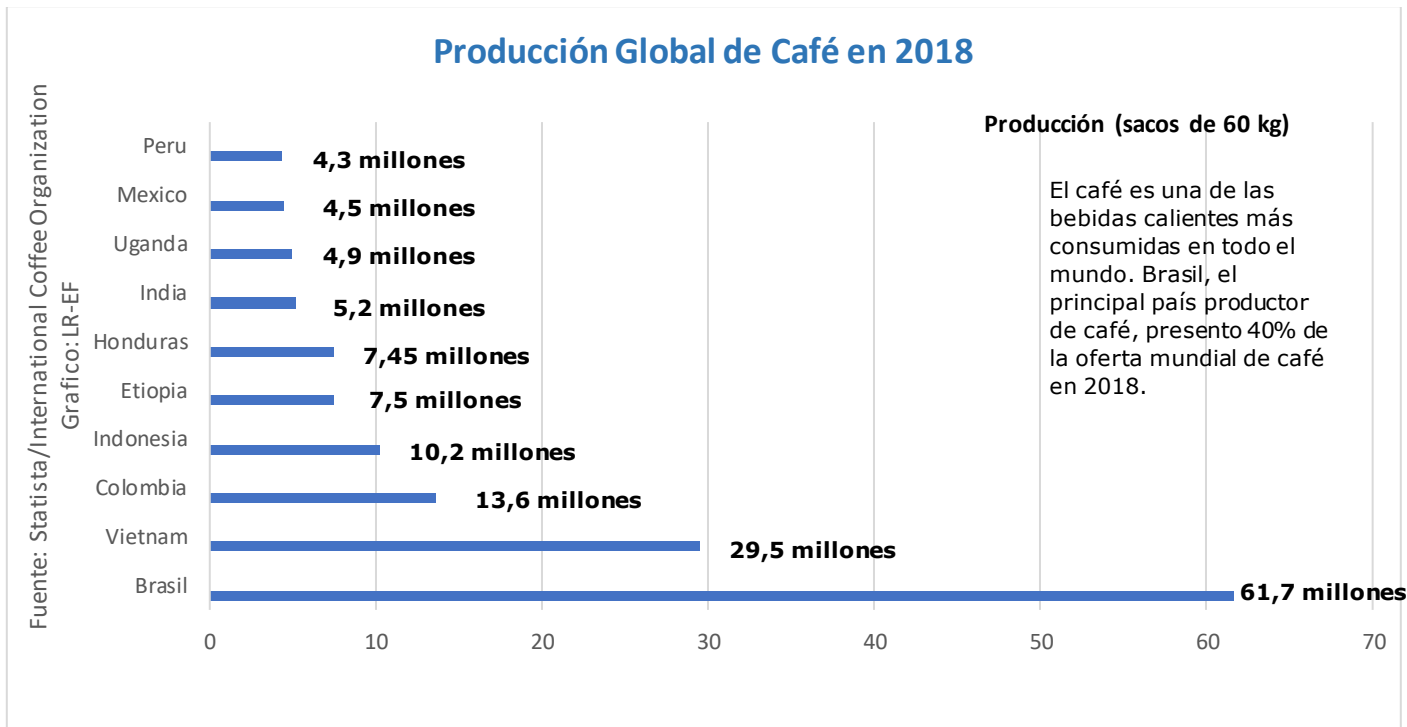


Gráfico 1: Producción Global de Café en 2018. Fuente: Statista/ International Coffee Organizer.

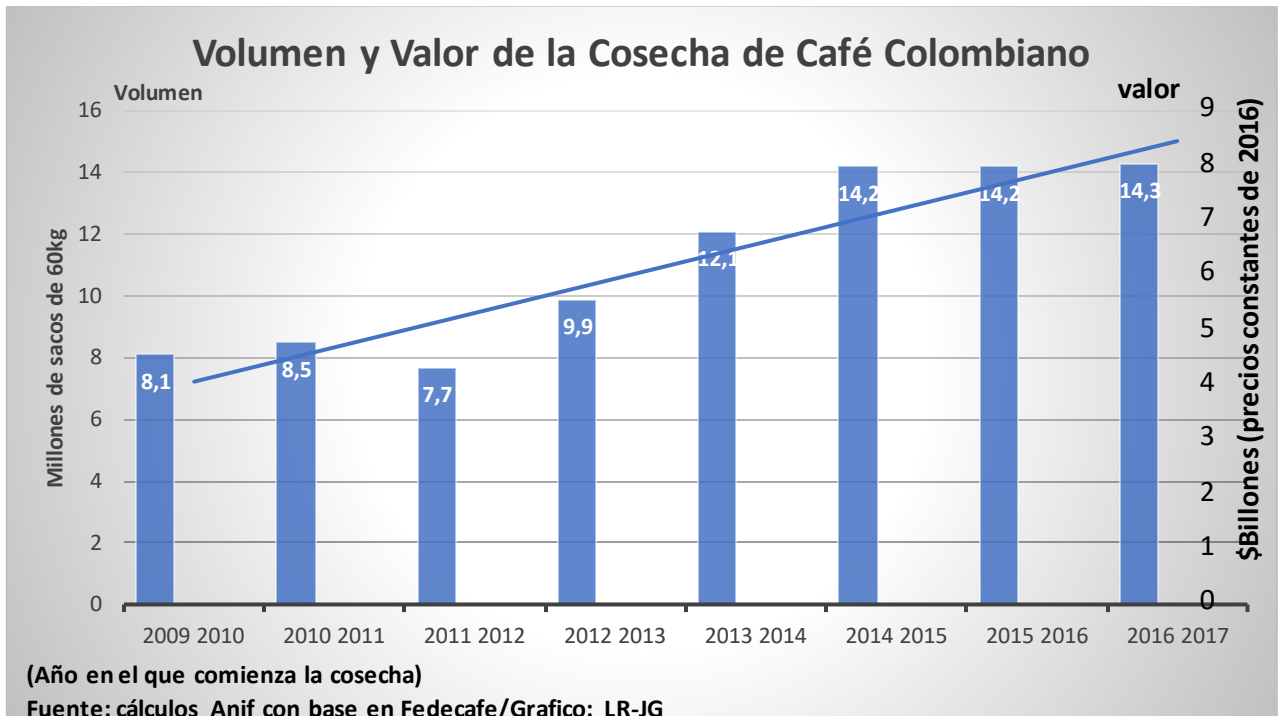


Gráfico 7: Volumen y valor de la cosecha de café colombiano. Fuente: Cálculos Anif con base en Fedecafe

Como se evidencia en la (gráfica 7) en todos los países en general para el año 2018 no se mantuvo un índice alto de exportación por parte de ninguno, incluyendo también a Colombia, ya que la cantidad de sacos exportados según las cifras evidenciadas en el grafico se presentó una reducción pues se exportaron 13.6 millones de sacos, lo cual demuestra que la economía del sector cafetero en Colombia se ve afectada en comparación del año 2017, ya que se exportaron 14.3 millones de sacos de café.

Esto demuestra que para Colombia hubo una disminución en la producción de café para exportar, lo que conlleva a determinar la realización de un plan de negocios enfocados en uno de los Departamentos productores de café como lo es el Huila y en uno de sus Municipios como lo es Gigante, permitiendo no solo conocer los procesos productivos que se tienen en la zona, sino realizando la implementación de nuevos procesos y tecnologías que le permita al Municipio sobresalir y realizar otro tipo de procesos productivos, ya que los productores de café del departamento no cuentan siempre con el dinero suficiente para adquirir los fertilizantes y productos necesarios para la manutención del café, fuera de ello tampoco tienen la oportunidad de tener todo el personal necesario para el cuidado de los cultivos, ya que por motivos de la pandemia no se puede tener la misma cantidad de trabajadores que habían antes. Por ello, para lograr una producción que le permita al municipio y al departamento generar un aporte significativo, se busca implementar un plan de negocios que abarque la producción y distribución del producto lo que permite aumentar las exportaciones de café del municipio y por ende del país.

Cabe resaltar que la disminución de las exportaciones se presenta ya que existe una inelasticidad, lo que hace referencia a una disminución del volumen de exportación ya que los precios de compra del producto disminuyen, y las bajas recolecciones de café también disminuyen por factores de riesgo como el clima y las plagas como ocurre en distintos países. Hay que tener en cuenta que el departamento del Huila no es el único municipio en Colombia productor de café, por ende, esto hace que el precio de compra disminuya y no se genere la misma rentabilidad a los caficultores, pues van a influir factores como la calidad del café los cuales van a afectar en la producción del producto. Por ello, es importante que el Departamento del Huila, pueda brindar opciones de producción en general eficientes que le permitan al Municipio de Gigante mejorar no solo los sistemas de producción y de recolección, sino brindar garantías adecuadas para los caficultores, permitiendo que estos tengan procesos efectivos, que les permitan no solo continuar con la producción sino también con la exportación del producto.

Para mejorar el mercado del café influyen muchos factores, ya que hay una cadena productora bastante amplia, que inicia desde el cultivador el cual necesita no solo una tierra fértil y en determinado lugar, sino que necesitan los productos y fertilizantes necesarios para poder cuidar el cultivo, permitiendo así obtener cosechas completas que le generen ganancias efectivas. Fuera de ello, se deben contar con las garantías necesarias para los trabajadores en especial en este momento que nos afecta una pandemia mundial y esto puede dificultar que las personas puedan trabajar de la misma manera, ya que se deben utilizar unos protocolos de bioseguridad que no afecten la vida de los recolectores. Fuera de ello en el municipio de Gigante uno de los entes reguladores de dicho producto es la Federación Nacional de Cafeteros, fuera de las cooperativas y los grupos asociativos que brinda una serie de ayudas a los productores de café del municipio para poder vender el producto y tener una serie de garantías efectivas para sus cultivos y producción.

Por ello, realizar un trabajo investigativo que permita medir la producción que tienen los caficultores en el municipio de Gigante y evaluar los factores de riesgo de su producción como lo son las plagas, los efectos climáticos como el fenómeno del niño y de la niña e incluso la pandemia mundial que se está viviendo ahora, permitiendo que la economía no se vea afectada y que este sea un ingreso amplio para cada uno de los sectores que se benefician con ello.

Por esta razón surge una pregunta fundamental, para el caso del Café en el Municipio de Gigante-Huila ¿Qué estrategias se pueden formular para mejorar el desempeño exportador del café producido en el municipio de Gigante-Huila?

2. JUSTIFICACIÓN

Fuera de ello es importante resaltar que en el caso de Colombia maneja un desarrollo importante en la economía y comercialización de este como ocurre en el departamento del Huila en el Municipio de Gigante.

A Gigante se le conoce como la “Capital Cacaotera del Huila”, pero paradójicamente su principal producto, el que lo distingue y lo matiza es el café, ya que en sus fértiles suelos es sembrado un grano de calidad única que con el amor y los cuidados que recibe, fue tomando esa cualidad de especial, sobre todo ahora que hay asociaciones de manos femeninas que con su paciencia y su entrega sacan el mejor provecho de una semilla noble y generosa que da lo mejor de sí en la medida en que se le brinde entorno y un posterior e impecable beneficio. (Nuñez, 2018)

De esta manera se puede evidenciar como el Municipio de Gigante día a día busca crecer no solo en la producción de café sino también en la exportación de este para poder crecer con un producto de manera mundial. Gracias al proyecto Gigante Exporta, cuentan con una idea clave como lo es: “trabajar unidos es con el fin de adquirir una fortaleza dada la necesidad de abastecer clientes en mercados internacionales que tienen el compromiso de mantener un producto en oferta todo el año”. (Exporta, 2020) El proyecto Gigante Exporta, es un paso que se abre para poder implementar más a fondo un plan de mercado que permita realizar un trabajo global con los caficultores del Municipio en donde se puedan capacitar en las distintas áreas, permitiendo cultivar y comercializar café de calidad y que el mismo se pueda exportar.

Por ello, es importante tener en cuenta los distintos resultados que se presentan en el Municipio de Gigante – Huila, evidenciando cual ha sido el índice de productividad de un producto como el café y cuales han sido las ganancias que se han recibido por medio de este para el Municipio en general, dando a conocer la importancia de un plan de mercadeo que permita reconocer las debilidades productivas que no permiten realizar mayores exportaciones de café.

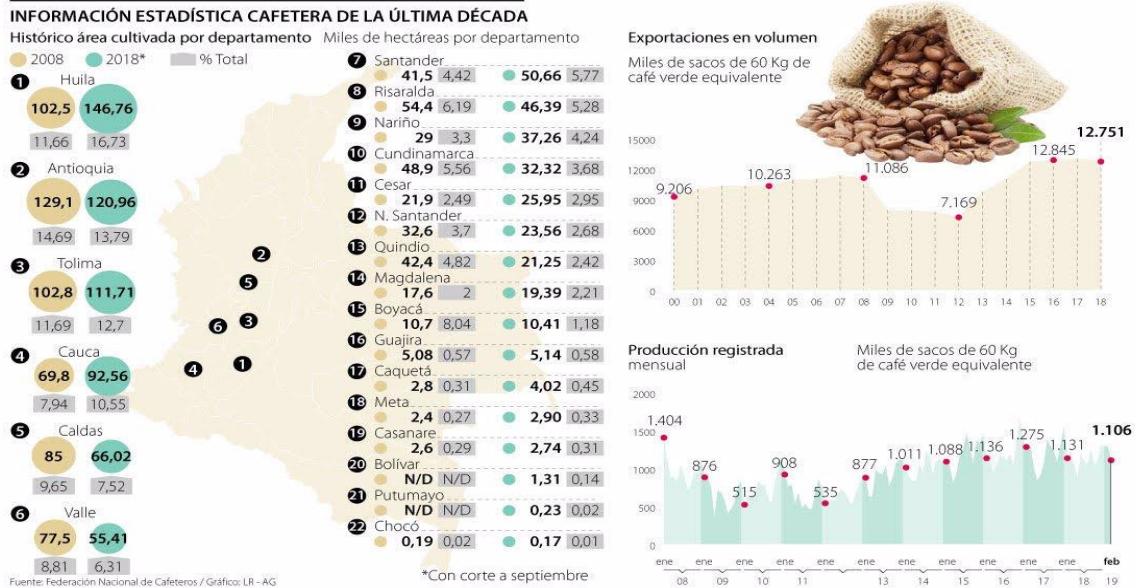


Figura III: Huila es el departamento líder cafetero con 16% del área cultivada. Fuente: Federación Nacional de Cafeteros.

De acuerdo con la gráfica anteriormente expuesta se puede evidenciar como para el año 2018 el Huila tiene un incremento de producción de café de 11.66% a 16.73% encontrándose en primer lugar a comparación de otros departamentos, lo que denota que el departamento en general tiene un excelente nivel de producción y que han mejorado sus índices cafeteros a nivel nacional. Lo que conlleva a tener un mejor desempeño para poder mejorar los niveles de exportación.

Para ello, es importante generar un plan de mercadeo, que permita manejar la producción que se está realizando en el municipio acompañado de estadísticas y graficas de producción, cosecha, venta entre otros los cuales permitan manejar procesos de mercadeo y de negociación para que el municipio de Gigante pueda posicionarse en primeros lugares a nivel nacional y generar así una mayor exportación del café, la cual no solo incremente los ingresos en la economía para sus productores, pues la mayor parte de la población del municipio se encuentra en la zona rural y su economía depende del café, sino para el municipio en general. Por ello se busca que la región en pueda obtener ayudas significativas departamentales, que permitan tener una buena producción y así junto al plan de mercadeo tener unos buenos niveles de exportación.

Es importante resaltar que el proceso investigativo, no solo permitirá realizar un estudio de la producción que se está manejando y como esta se está distribuyendo, sino que también va a generar conocimientos que no se tenían en distintas áreas que intervienen para la producción del producto, generando un vínculo entre la teoría que se evidencia en el

programa de Negocios Internacionales y los cambios que estos pueden producir en un plan de negocios como el que se va a manejar.

3. OBJETIVOS

3.1. OBJETIVO GENERAL

Analizar cuáles son los factores que permiten hacer un plan de mercadeo basado en el diagnóstico de las barreras para la exportación de café el municipio de Gigante-Huila.

3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Caracterizar el mercado cafetero que se presenta en Gigante-Huila, mediante un diagnóstico para conocer las debilidades.
- Evaluar los procesos productivos y con experiencia en exportación exitosos en Gigante-Huila, lo cual permite identificar los procesos claves de las estrategias de internacionalización.
- Analizar las ventajas económicas que representa la exportación de café en Gigante-Huila, para lograr una mayor participación a nivel nacional.

4. ANTECEDENTES

Colombia ha experimentado distintos cambios no solo en la Producción de café, sino en los procesos de recolección y exportación de este, lo cual se ha podido enmarcar en distintas investigaciones y trabajos como se evidencia a continuación. Cada una de las actividades económicas que se llevan a cabo en un territorio se encuentran enmarcadas por unos antecedentes, los cuales permiten no solo experimentar cambios, sino también mejorar las distintas prácticas que se realizan en los procesos productivos, en este caso la Producción de café ha tenido distintos cambios desde que llegó a Colombia, para ello es importante conocer cada uno de estos aspectos y poder trabajar de manera clara con cada uno de ellos.

El café en Colombia tiene alrededor de 300 años de historia desde que los jesuitas lo trajeron en el siglo XVIII. En el año 1835 se exportaban los primeros sacos producidos en la zona oriental, desde la aduana de Cúcuta. Cuenta una leyenda que el aumento de producción de café en Colombia fue gracias al sacerdote jesuita Francisco Romero en un pueblo de Santander llamado Salazar de las Palmas. La transición del siglo XIX al XX trajo consigo una gran caída de los precios internacionales y por consiguiente una crisis para los hacendados que cambió por completo el panorama. (Cafe de Colombia, 2020).

Los antecedentes históricos expuestos anteriormente permiten evidenciar los procesos y evoluciones que se han presentado en café desde que llegó a Colombia, lo cual genera un conocimiento más amplio en el cual se puede evidenciar de manera asertiva los cambios que se han presentado en el transcurrir del tiempo para mejorar los procesos de implementación para llevar a cabo en el plan de negocios.

La dinámica de la economía colombiana estuvo asociada a la del sector cafetero durante la mayor parte del Siglo XX y algunos autores consideran que antes de la era del café, Colombia todavía no era una nación, puesto que se encontraba desintegrada regionalmente y con enormes dificultades en comunicación. El café marcó el quiebre entre una economía basada en las mulas, el tabaco y el oro, a otra basada en ferrocarriles y bancos. La producción de café utilizó recursos anteriormente inexplotados y no requirió grandes montos de capital para desarrollarse. El grano ejerció una profunda influencia en la formación cultural del país y dio origen a la obsesión colombiana por la importancia del minifundista, a una marcada aversión al riesgo y al "conservadurismo" en algunas áreas de política económica. (Echavarría, 2013).

El cultivo permitió que las clases medias y altas de las regiones cafeteras adquirieran poder político a nivel nacional y hay quienes incluso han llegado a sugerir que las tasas de nupcialidad y natalidad en el país dependieron en ciertos períodos de los precios del café. El desarrollo de la economía cafetera estuvo estrechamente asociado a la Colonización Antioqueña, a la expansión de la frontera agrícola, a la ampliación del mercado interno y al desarrollo industrial del país. Importantes instituciones se desarrollaron alrededor del café. (Echavarría, 2013)

Como se mencionaba anteriormente, La Federación Nacional de Cafeteros (FNC) fue creada en 1927 por iniciativa de los productores y exportadores de café y desde un principio se le dotó con el producto de algunos impuestos a la exportación del grano. Algunos autores han considerado que la FNC se llegó a constituir como "un estado dentro del Estado", ya que esta institución, al menos parcialmente, pudo garantizar que buena parte del ingreso de los impuestos del café fuese reinvertido en las regiones cultivadoras del grano. Los recursos de estos impuestos ingresaban al Fondo Nacional del Café (FoNC), entidad que jugó un papel central en este andamiaje y desde comienzos de los años 1940s hasta casi finales del S XX. alrededor de este fondo giró incluso la política de estabilización macroeconómica en Colombia. (Echavarría, 2013)

Gracias a estos procesos Colombia ha logrado posicionarse año tras año en cada uno de los procesos de producción, comercialización y exportación del producto, lo cual le ha permitido como país posicionarse en el 3 lugar a nivel mundial para exportar café, sin embargo, también se encuentra una historia en el municipio de Gigante Huila, la cual le ha permitido crecer en la misma y tener procesos significativos, que benefician a gran parte de la población rural.

Los cafés especiales están a la orden del día y las mujeres asociadas le dan un toque aún más especial que hace que los paladares más exigentes miren al municipio como gran proveedor. A Gigante se le conoce como la "Capital Cacaotera del Huila", pero paradójicamente su principal producto, el que lo distingue y lo matiza es el café, ya que en

sus fértiles suelos es sembrado un grano de calidad única que con el amor y los cuidados que recibe, fue tomando esa cualidad de especial, sobre todo ahora que hay asociaciones de manos femeninas que con su paciencia y su entrega sacan el mejor provecho de una semilla noble y generosa que da lo mejor de sí en la medida en que se le brinde entorno y un posterior e impecable beneficio. (Nuñez, Diario La Economía, 2018)

Gigante es un bello municipio localizado en la zona centro del departamento del Huila; queda a tan solo hora y media de Neiva, y es un pueblo que durante años se ha sostenido de la agricultura. Los cultivos preponderantes son el café y el cacao; sin embargo, los agricultores han comenzado a incursionar en diferentes alimentos que han ganado cobertura en la última década. Cabe resaltar que la crisis frente a la venta y compra de café ha sido uno de los factores de esta transición de cultivos. En este momento, las mujeres de la vereda El Piñal se han convertido en protagonistas de llevar a cabo emprendimientos que son ecoamigables y contribuyen a su economía familiar; además, que demuestran que la vida en el campo puede ser en algún momento difícil, pero solo se trata de encontrar el camino correcto para saber disfrutar de las tierras que abastecen al país. (Bermeo, 2019)

En materia de café, las noticias son cada vez más alentadoras porque Gigante descubrió que sembrar café por sembrar no tenía sentido y por eso empezó a cambiar el chip y le dio fuerza a la producción de unos cafés especiales que marcan diferencia en taza y hacen que la caficultura se enarbole con cada carga que sale al mercado nacional de alta exigencia o al internacional que busca poner en la mesa una mejor bebida. Gigante ofrece café especial y café diferenciado de altísima calidad como el fony amarillo, rojo y negro o café natural, es por eso por lo que los colombianos de cualquier punto de la geografía o los extranjeros de la latitud que sea llegan a esta población que sabe y bien huele a café, pero del que se produce con la más alta taza y excelencia. (Nuñez, Diario La Economía, 2018)

En el apartado anterior se puede evidenciar como el municipio de Gigante-Huila ha crecido paulatinamente en los procesos del café, ya que en un principio su fuerte era el cacao y el café, pero el segundo se empezó a potencializar de manera significativa, en donde ofrecen cafés de calidad que le permiten al municipio posicionarse en aspectos significativos en el municipio y en el departamento. 41 familias de la asociación de cafeteros El Desarrollo se benefician de manera directa con la iniciativa de la Agencia de Desarrollo Rural -ADR, en el municipio de Gigante, en el departamento del Huila. La iniciativa tiene una inversión por parte de la ADR de 412 millones de pesos para la construcción e implementación de un sistema de secado solar con el fin de reducir la cantidad de humedad contenida en el grano y de esta manera realizar un proceso más riguroso que garantice la producción de un café de alta calidad. En este sentido, los caficultores de El Desarrollo recibieron los primeros 20 secaderos por parte de la Entidad, la cual busca dar cumplimiento a los lineamientos del presidente, Iván Duque: garantizar un campo con futuro, con vocación emprendedora, que permanezca en el tiempo y que trabaje por el relevo generacional. (ADR, 2019)

Hasta el momento la crisis económica global no ha afectado el consumo de café en el mundo, que en el 2008 alcanzó los 130 millones de sacos. Lo que sí hemos detectado es un

cambio en las preferencias de consumo. Así, en el actual contexto el consumidor prefiere, por motivos de precio, disfrutar de una taza de café en su casa, en vez de hacerlo fuera del hogar. Durante los últimos diez años el consumo de café en el mundo ha aumentado a un tasa anual de 2%, y se espera que continúe con un ritmo similar gracias a nuevos mercados como China y Rusia, y al crecimiento en el consumo de café en los países productores. (Federación Nacional de Cafeteros, 2013)

En cuanto a la cobertura de los precios en los mercados de futuros y opciones, el trabajo que inició la Federación hace un par de años, debe permitir abrir mucho más el esquema de intervención de precios local, utilizando el mecanismo de coberturas en el exterior para fijar el precio de compra en los contratos de venta anticipada en el mercado local y para reducir la incertidumbre que hoy acompaña a la modalidad de fijación de precios, diario o semanal. Este acierto hay que mantenerlo y ampliarlo, puesto que puede permitir la construcción de un mercado de futuros en Colombia. (Puerta, 2001)

5. MARCO TEÓRICO

Cabe resaltar que cada uno de ellos ha necesitado de la intervención de un plan de negocio que les permita tener un buen manejo de la producción, para lograr ventas significativas y un comercio estable que les permita tener una buena cadena de comercio del producto. Por ello en el siguiente apartado se va a evidenciar como la teoría puede sustentar el plan de negocio que se va a llevar a cabo en el municipio de Gigante-Huila.

El café es un producto que se ha hecho atractivo en la sociedad, debido a la variedad que se encuentra hoy del mismo, permitiendo obtener aromas diferentes y distintos productos derivados de este los cuales generan un mayor consumo del producto no solo a nivel nacional sino a nivel internacional, lo que ha permitido que países como Colombia puedan posicionarse a nivel mundial como los terceros en exportación de sacos de café, lo cual beneficia a todos los departamentos y municipios de Colombia que se encargan de aportar a la producción total del café que se envía a otros países. Cabe resaltar que no solo se exporta mediante la federación nacional de cafeteros, este proceso también se realiza mediante cooperativas y pequeños gremios que se manejan en los municipios, los cuales se encargan de implementar buenos procesos que permitan tener un buen plan de negocio del café.

Por ello es importante contar, con la planeación ambiental que tenga éxito la cual debe ir acompañada de un proceso de gestión ambiental, que defina claramente los mecanismos operativos o de acción requeridos en las etapas del proceso productivo. Un Sistema de Gestión Ambiental se basa en el “PHVA”: planear, hacer, verificar y ajustar. Dicho sistema está conformado por los siguientes elementos: Revisión y mejoramiento, Seguimiento y monitoreo, Implementación de las medidas ambientales, Planeación y Política ambiental. (Arcila, Info Cafes, 2010)

5.1. VENTAJAS COMPARATIVAS

La ventaja comparativa en los productos es un plan fundamental que permite medir las estrategias y los procesos que se van a utilizar para el proceso de mercadeo de determinado producto, fuera de ello permite evidenciar los beneficios que un producto tiene a diferencia de otro y de esta manera lograr posicionarse de manera fácil y practica en el mercado, como se busca plasmar con el siguiente plan de mercado.

En 1817, el economista inglés, David Ricardo (1772-1823), publicó el libro Principios de economía política y tributación que contiene la Teoría de las ventajas comparativas, reconocida por algunos expertos como la base de la teoría moderna, pues contiene los elementos importantes que hoy se utilizan para explicar los beneficios del libre comercio de mercancías. Así, esta teoría introduce por primera vez los términos de intercambio y explica que los países deben conocer qué producen más barato, pero igual de importante es conocer qué bienes están recibiendo a cambio y las capacidades que tienen para producir estos. Es decir, para Ricardo el valor de los bienes que se entregan es el valor de los productos que se reciben. Es importante resaltar que en esta teoría el valor del trabajo es el principal elemento en el valor del bien que se produce. (Legiscomex, 2020)

En el comercio internacional se ve este mismo efecto. Por su situación relativa en sueldos, costes, recursos naturales y tecnología, etc., países se especializan en lo que mejor producen siguiendo las reglas de la ventaja comparativa y comercian con otros países que se enfocan en lo que ellos mejor hacen, para el beneficio de los dos. Posteriormente, se avanzó la teoría con el modelo Heckscher–Ohlin donde se enfocó en la ventaja que tienen los países por tener fuerte posición en alguno de los factores de producción; materias primas, fuerza laboral o capital. Ejemplos del modelo Heckscher–Ohlin en acción son la ventaja de Oriente Medio en petróleo y de China en fuerza laboral relativamente barata. (Alvarez-Moro, 2010)

5.2. TEORÍAS DE DIFERENCIACIÓN DE PRODUCTOS

Una idea extendida es que para lanzar un producto la empresa debe realizar un estudio de mercado, con sus encuestas y recogida de datos. Es una opción, pero no es posible con una encuesta se puede descubrir el potencial de un nuevo producto de forma fiable. La única forma de ver los resultados de una determinada línea de negocio es probándola en el mundo real, comercializándola y viendo los resultados. Las encuestas y estudios de mercado tienen unas limitaciones enormes porque las respuestas y datos no pueden recoger todos los ángulos y consecuencias reales que se producirán cuando el consumidor tenga la opción de comprar el producto. (Saenz, 2017)

Diferenciarse requiere abandonar la posición “segura”. Diferenciarse requiere desaprender los trillados argumentos de ventas y adoptar argumentos ahora sí relevantes. La trampa está en creer que mantener el status quo es más seguro, más barato y más fácil. Todo lo contrario. Cuando una marca tiene claro su diferencial y lo comunica efectivamente, hay claridad mental y seguridad en la propuesta de valor. Nada más poderoso que eso. (Gomez D. , 2014)

Cabe resaltar que luego de ver la importancia de la producción del producto las condiciones en las que se encuentra sembrado y lo que requiere para poder tener una buena producción que permita tener un café de alta calidad el cual permite generar más ventas, las cuales brindan mayores ganancias. Por ello se deben también evidenciar los planes de negocio que benefician el proceso de comercialización, teniendo un empalme entre producción y comercio del producto, para efectuar el plan de negocios en general.

6. DISEÑO METODOLÓGICO

El siguiente proyecto va a manejar un enfoque metodológico mixto, ya que vamos a requerir de datos cuantitativos y cualitativos que permitan reconocer las estrategias para mejorar el desempeño exportador del café.

6.1. POBLACIÓN, MUESTRA Y ANÁLISIS DE DATOS

Para ello nos centraremos en el municipio de Gigante Huila. Gigante, más conocido como la Capital Cacaotera del Departamento del Huila, es un Municipio de gran importancia para el desarrollo integral de la región, el cual está localizado en la parte centro-oriental del territorio huilense, sobre la Troncal del Magdalena, entre el Cerro Matambo – margen izquierda del río Magdalena - y la Cordillera Oriental. Superficie: 626 Km² - 62.600 has. Altitud: 860 msnm. Posición Astronómica: Latitud norte de 2° 23´23’’ y una Longitud de 75° 33´ al Oeste del Meridiano de Greenwich. Temperatura media: 24°C Clima: Cálido, Medio, Frío y Páramo. (Alcaldía Municipal de Gigante Huila, 2020)

Por esta razón utilizaremos como mecanismos de recolección de información, entrevistas, encuestas, procesos de observación y estudios de caso que permitan realizar graficas en algunos casos para analizar los procesos productivos que se manejan en las fincas cafeteras del municipio, esto permitirá obtener información de carácter cualitativo y cuantitativo. Esto permitirá hacer un análisis más certero de los procesos que necesitamos evaluar para poder realizar los procesos de exportación que se buscan plantear con el producto como el café.

Cabe resaltar que se deben realizar una serie de teorías y aspectos que permitan conocer el proceso de internacionalización del producto, de acuerdo con la normatividad y referencias bibliográficas, las cuales van a permitir realizar un análisis cualitativo y cuantitativo de los

distintos procesos que se han venido presentando en distintos lugares de Colombia y de qué manera estos se pueden implementar en el municipio de Gigante-Huila, para así dar una respuesta más puntual a la pregunta problema que presentamos en el plan de mercado.

Finalmente se busca realizar un análisis descriptivo, que permita evidenciar la importancia de los procesos de exportación en la economía del municipio, realizando un estudio de factibilidad y un estudio financiero que permita conocer la viabilidad del plan de mercado que se llevara a cabo, para fortalecer la exportación de café del municipio en general.

7. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

Aunque en “Colombia por las grandes alturas y pendientes donde es sembrado el café, se dificulta la mecanización de los procesos de cosecha y en la selección del grano en la recolección del café, dado que dichos procesos se realizan de manera manual y requieren mucho personal. Por esta razón, y por el cambio en la calidad de vida de las personas, hoy en día se presenta escasez en conseguir la cantidad de mano de obra requerida, factor influenciado por las oportunidades en la ciudad, el acceso al estudio y por otro estilo de vida diferente a la del campo, lo que genera un problema para la agricultura, por la pérdida de producción de las cosechas. (Gaviria, 2017)

En el estudio financiero se especifican las necesidades de recursos a invertir, con detalles de las cantidades y fechas para los diversos ítems señalados, su forma de financiación (aporte propio y créditos) y las estimaciones de ingresos y egresos para el período de la vida útil del proyecto. Ósea el 54 estudio financiero permite establecer los recursos que demanda el proyecto, los ingresos y egresos que generara y la manera como se financiera. (Flores, 2013)

7.1. ESTUDIO DE MERCADO

La situación actual consiste en un ciclo repetitivo que va de un aumento sustancial en los precios causados por una helada o sequía en el Brasil, seguido por un nuevo ciclo de caídas en los precios 5 ó 7 años más tarde cuando se ha cumplido el periodo vegetativo de los árboles y se da inicio a una nueva cosecha. Caída en respuesta a la sobreproducción que sigue a la subida de los precios y mejoras en la eficiencia agronómica en respuesta a la disminución de los precios. En efecto, la historia de los precios del café puede considerarse como una serie de choques que en ocasiones introdujo cambios hacia un nuevo paradigma. Los cambios actuales son quizás los más sustanciales experimentados alguna vez. (Lewin, Giovannucci, & Varangis, 2020)

Aparte de la sobreoferta, hay dos tipos de cambios de paradigma que subyacen a la situación actual:

1. Un cambio estructural en la naturaleza de la oferta, particularmente un incremento tanto en la calidad como en la cantidad de los cafés brasileños y vietnamitas. (Lewin, Giovannucci, & Varangis, 2020)
2. Los cambios estructurales en la demanda van desde los incrementos en los pedidos por cafés diferenciados, nuevas tecnologías que permiten mayor flexibilidad en las mezclas, así como cambios tanto generacionales y/o geográficos en los gustos por diferentes tipos de productos de café. (Lewin, Giovannucci, & Varangis, 2020)

Gracias a la gran variedad y calidad de suelos que poseemos y la buena manipulación y entrega al cultivo por nuestros campesinos se ha logrado producir un buen café de tipo exportación y con ello se logró poco a poco una aceptación en el mercado exterior, logrando una buena demanda y con ello colocando así el nombre de Colombia como un gran exportador del café. Entre octubre de 2012 y septiembre de 2013 las ventas externas superaron los 8,8 millones de sacos de 60 kilos dando un crecimiento del 21% frente a los 7,3 millones de sacos puestos en los mercados internacionales en igual periodo de un año atrás. Si Colombia no se esfuerza por seguir tecnificando este cultivo lo único que se espera es que todo lo que se ha logrado conseguir con gran esfuerzo y dedicación por muchos productores se valla al piso poco a poco y ver cómo nos superan los países como Brasil; se espera que el gobierno colombiano acoja los campesinos y así seguir sacando adelante este gran e importante grano del café. (Lozada, 2015)

La ley de la demanda dice, que cuando el precio de un producto sube la cantidad demandada baja, o viceversa, cuando la cantidad demandada aumenta es porque el precio disminuye, esta es la ley general, pero como toda regla tiene sus excepciones, Imaginémonos que pasa en la época de semana santa en los pueblos que se encuentran en la costa o sea costeños. Disminuye la cantidad de carnes demandadas, pero no es porque el precio aumente como lo dice la ley, sino por tradiciones religiosas o culturales, pero en el caso del café si aplica como podremos observar a continuación. El consumo por el café en Colombia ha aumentado y viene creciendo rápidamente y eso lo podemos saber, porque ha incrementado el consumo per cápita dando paso a que la demanda por café aumente. (Bohorquez, 2010)

La ley de la oferta dice, que cuando aumenta la cantidad demandada aumenta la cantidad producida. ejemplo, que pasaría si en una tienda se venden todos los días 20 tarros de café, y al siguiente día se venden 30 y al siguiente día 40 o sea que se ha incrementado la cantidad demandada por lo tanto se tiene que aumentar la cantidad producida por lo tanto si aplica la ley de la oferta. Ahora veremos la oferta de café en Colombia, cómo el vendedor desea ofrecer este bien (café); y además puede hacerlo, es decir tiene capacidad productiva (tecnología, instalaciones, disponibilidad de recursos, etc.) (Bohorquez, 2010)

7.2. ESTUDIO TÉCNICO

El cafeto necesita para su perfecto desarrollo un clima caliente y húmedo. Nativo de las regiones ardientes del África, este arbusto sólo puede desarrollarse en aquellos lugares cuya temperatura es suficientemente elevada para conservar el calor, que es indispensable a sus funciones vegetativas. La acción de la temperatura sobre la vegetación es conocida. El calor determina la evolución de los gérmenes poniendo en juego su energía vital, entre ciertos límites, y en relación con el grado de humedad, favorece la floración y la fructificación; pero para que la influencia de esos elementos sea eficaz es necesario que se mantenga en límites precisos. Así, una temperatura elevada favorece la absorción por las raíces; la transpiración por las hojas asegura y acelera la floración, la fecundación y la maduración de los frutos. Por el contrario, una temperatura fría produce resultados opuestos, disminuye las funciones de todos y cada uno de los órganos, entorpece y aun suspende la vegetación. (Gomez G. , 2010)

La importancia macroeconómica como social para Colombia prevalece, de acuerdo con la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia (FNC) 563 000 familias encuentran su sustento económico directo en la caficultura; las plantaciones de café en el país se desarrollan bajo diferentes sistemas de cultivo, desde aquellos tradicionales con bajos rendimientos hasta aquellos tecnificados con gran variedad de insumos. Las cosechas principales se dan en dos periodos de tiempo, principalmente entre septiembre y diciembre y posteriormente entre abril y junio. (Valencia Sandoval, 2016)

A pesar de que el precio del café se ve influido de manera directa por la interacción de su oferta y demanda, existen otras variables que contribuyen a intensificar la volatilidad en los precios, como la especulación, clima adverso y escasez en la producción (Pérez, 2006). Debido a que el café se negocia en la bolsa de Nueva York, el valor del dólar influye de igual manera en la determinación del precio. En los países importadores la volatilidad de los precios dificulta el control de los costos de producción afectando las utilidades. Según la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (Sagarpa), los precios se encuentran volátiles ante la sequía que enfrentan zonas productoras de Brasil, cuya producción se encuentra en floración lo que puede afectar su desarrollo. (Valencia Sandoval, 2016)

Este es un trabajo artesanal y en muchos lugares se hace igual que hace un siglo. Pero la tecnología avanza y aunque lamentablemente no está alcance de todos, es posible realizar este trabajo más sencillo y sin perder calidad. Como toda la maquinaria agraria, es cara, y los gobiernos no suelen ayudar para comprarla. Pero la unión hace la fuerza y a veces son los compradores extranjeros lo que echan una mano, para mejorar la finca de dónde sacan su materia prima. (Granado, 2016)

- **Separadoras gravimétricas:** Como su nombre indica sirve para separar granos de café de acuerdo con su peso por gravedad. También separa los defectos de forma rápida y mejorar la calidad del producto, manejo simple, consumo mínimo de energía, control de distribución de fluido de aire. Mínimo ruido. También hay varias opciones a elegir, dependiendo de los kilos/hora que procesan. Y también se necesitan 2 personas para su manejo.

- **Despulpadoras:** Despulan y seleccionan los granos de café. No lesiona granos si se regula adecuadamente, no pierde granos en las cáscaras, despulpadora de tambor con regulador de acuerdo con el tamaño del grano y poco consumo de agua. Las hay de varios canales, lo que permite procesar más kilos. Se necesitan 2 trabajadores para su manejo.
- **Separadora de café:** Nos permite separar los granos verdes o secos de las cerezas maduras. Es de fácil regulación, no lesiona granos (mordidos), no pierde granos, tiene tolva despedradora y usa agua reciclada. Se necesitan 2 personas para su uso.
- **Lavadoras de café:** Limpia el grano de toda impureza luego del despulpado. Se recupera el 2% de peso, ahorro en consumo de agua. Podemos elegir diferentes tipos dependiendo de la productividad. Se necesita solo 1 persona para operarla.
- **Pulidora:** Pela y pule los granos de café secos. Estas máquinas son rápidas en el proceso, de fácil regulación, no lesionan granos (mordidos), no pierde granos y cuentan con tolva despedradora. También varían según su productividad y necesitan 2 operarios.

Finalmente, las máquinas ofrecen consistencia y eficiencia, cuando se utilizan correctamente. Por el contrario, existe también el riesgo de tener uniformidad, no en cuanto a la calidad del café, sino en los métodos de producción. La clave sigue estando en comprender el café, la finca y el mercado, dependiendo del lote exacto. La combinación de las manos de las personas y la tecnología es lo que garantiza que la calidad siga siendo alta. (Petrich, 2019)

7.3. ESTUDIO LEGAL

Tipología de acuerdo	Concepto	Vigencia	Beneficios	Aplica / No Aplica	Productos
Ley 67 de 1979	“Por la cual se dictan las normas generales a las que deberá sujetarse el presidente de la República, para fomentar las exportaciones a través de las Sociedades de Comercialización internacional, y se dictan otras disposiciones para el fomento del comercio exterior”	Actualmente se encuentra vigente.	Beneficia el comercio nacional, pues se pueden ejecutar políticas de comercio exterior que facilitan la exportación de distintos productos de Colombia a otros países.	Aplica para el proceso de comercialización internacional del café, ya que es una ley interna, que se rige a nivel nacional. Por ende, le permite al municipio de Gigante- Huila, acogerse a la misma.	Todos los productos que se van a exportar de Colombia a otros países.
Ley 1457 de 2011	Por medio de la cual se aprueba el "Protocolo modificadorio al Tratado de Libre Comercio entre los Estados Unidos Mexicanos, la República de Colombia, el trece de junio de mil novecientos noventa y cuatro" firmado simultáneamente en Bogotá.	Actualmente se encuentra vigente.	Beneficia al país de Colombia, ya que dichas exportaciones que ha realizado a un país como E.E.U.U. le ha permitido llegar a posicionarse como el 3 país que más exporta café en el mundo.	Aplica para el proceso, ya que el café colombiano es uno de los productos que mas se consume en E.E.U.U.	Se tienen estipulados una serie de productos y algunos de ellos cuentan con condiciones específicas.
Ley 7 de 1991	Normas generales sobre comercio	Actualmente se encuentra vigente.	Beneficia al país colombiano	Aplica para todos los productos que se	Todos los productos que se van a

	<p>exterior, se crea el Ministerio de Comercio Exterior, composición y funciones del Consejo Superior de Comercio Exterior, se crean el Banco de Comercio Exterior y el Fondo de Modernización Económica</p>		<p>ya que es el mecanismo de protección externo que tienen los distintos productos que se exportan en Colombia.</p>	<p>exportan en Colombia.</p>	<p>exportar de Colombia a otros países.</p>
<p>Ley 48 de 1983</p>	<p>Ley Marco de Comercio Exterior. Creo el Certificado de Reembolso Tributario CERT.</p>	<p>Actualmente se encuentra vigente.</p>	<p>Este beneficia y protege los productos de acuerdo con su mercado y el tratado que se tenga para su exportación, generándose como un incentivo que brinda el gobierno.</p>	<p>Aplica para todos los productos que se exportan en Colombia.</p>	<p>Todos los productos que se van a exportar de Colombia a otros países.</p>

7.4. ESTUDIO FINANCIERO

El café ocupa cerca del 30% de la superficie sembrada en cultivos de tardío rendimiento, aporta el 15% del producto interno bruto agrícola y genera cerca de 758.000 empleos directos en más de 15 departamentos entre los cuales se destacan como mayores productores Antioquia, Huila, Caldas, Tolima, Valle, Risaralda, Cauca, Quindío, entre otros. (Arcila, Infocafes, 2010)

Indicador	TI	Situación sin proyecto	Situación con Proyecto			
			Producción (sacos de café)	Ventas	Cantidades	Ganancias
2019	5%	\$750.000.000	5.000.000	X	X	X
2020	10%	\$800.000.000	10.000.000	\$1.000.000.000	10.000.000	\$1.000.000.000
2021	15%	\$850.000.000	15.000.000	\$1.500.000.000	15.000.000	\$1.500.000.000
2022	20%	\$900.000.000	20.000.000	\$2.000.000.000	20.000.000	\$2.000.000.000
2023	25%	\$950.000.000	25.000.000	\$2.500.000.000	25.000.000	\$2.500.000.000
2024	30%	\$1.000.000.000	30.000.000	\$3.000.000.000	30.000.000	\$3.000.000.000

Fuente: Elaboración Propia

8. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

En Colombia el mercado cafetero se encuentra liderado por los departamentos de Antioquia, Cauca y el Huila. Los cuales cuentan en su mayoría con el apoyo de la Federación Nacional de Cafeteros, la cual no solo les brinda los insumos necesarios para la manutención de los cultivos, sino que también compra su producto a determinado precio lo cual les permite exportar el café a distintos lugares en el mundo.

La competencia que se genera con otros departamentos y municipios en Colombia con el producto como el café dan una ventaja a los exportadores colombianos ya que les permite manejar unas ventajas económicas, gracias a la biodiversidad del clima permitiendo ofrecer variedades de café, lo cual permite ofrecer un producto atractivo a los demás países.

La inversión en publicidad del producto es fundamental, ya que esto permite posicionar el café de Gigante-Huila y tener una competencia con los demás cafés de Colombia, lo cual se convierte en un reto para los pequeños caficultores, pero les permite tener unos procesos innovadores para la exportación del producto.

Colombia cuenta con un marco normativo, el cual le permite realizar una serie de procesos de comercio internacional con determinados productos como cafés, en otros países beneficiando tanto a quienes producen el producto como quienes lo reciben.

Sería importante que por la situación que se está viviendo hoy en día a causa de la pandemia, los caficultores que tienen la oportunidad de ofrecer café terminado, implementen procesos de dropshipping, los cuales les brindan más oportunidades de comercializar los productos que ofrecen y mayor conocimiento de los caficultores.

9. BIBLIOGRAFÍA

- ADR. (16 de Diciembre de 2019). *ADR*. Obtenido de <https://www.adr.gov.co/sala-de-prensa/Paginas/ADR-entrega-20-secaderos-a-cafeteros-de-Gigante-Huila.aspx>
- Alcaldía Municipal de Gigante Huila. (2020). *Alcaldía Municipal de Gigante Huila*. Obtenido de <http://www.gigante-huila.gov.co/municipio/nuestro-municipio>
- Alvarez-Moro, O. (29 de Septiembre de 2010). *El Blog Salomon*. Obtenido de <https://www.elblogsalmon.com/conceptos-de-economia/que-es-la-ventaja-comparativa>
- Arcila, S. M. (2010). *Info Cafes*. Obtenido de <http://infocafes.com/portal/wp-content/uploads/2017/04/T11.10-A26p.pdf>
- Arcila, S. M. (2010). *Infocafes*. Obtenido de <http://infocafes.com/portal/wp-content/uploads/2017/04/T11.10-A26p.pdf>
- Bermeo, D. F. (10 de Junio de 2019). *El Campesino.co*. Obtenido de <https://www.elcampesino.co/mujeres-en-gigante-huila-se-capacitaron-en-siembra-y-crianza-de-gallinas/>
- Bohorquez, A. M. (17 de Noviembre de 2010). *DEMANDA Y OFERTA DEL CAFÈ EN COLOMBIA*. Obtenido de <http://alfonsoeconomico.blogspot.com/2010/11/nuestro-cafe-colombia-dispone-de.html>
- Cafe de Colombia. (20 de Septiembre de 2020). *Cafe de Colombia*. Obtenido de <https://www.cafedecolombia.com/particulares/historia-del-cafe-de-colombia/>
- Echavarría, J. J. (Marzo de 2013). *Universidad del Rosario*. Obtenido de <https://www.urosario.edu.co/Mision-Cafetera/Antecedentes/#ur>
- Exporta, G. (18 de Septiembre de 2020). *Gigante Exporta*. Obtenido de <http://www.findglocal.com/CO/Gigante/109380130558053/Gigante-Exporta>
- Federación Nacional de Cafeteros. (2013). El Tesoro del Cerezo. *Federación Nacional de Cafeteros*, 22.
- Fenner, J. (2013). Shaping the coffee commodity chain: Hamburg merchants and Consumption of guatemalan coffee in Germany, 1889-1929. *Am. Lat. Hist. Econ.*, 28.
- Flores, M. R. (Julio de 2013). *ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CAFÉ PERGAMINO SECO EN LA PARROQUIA APUELA DE LA ZONA INTAG, PROVINCIA DE IMBABURA*. Obtenido de

<http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/2439/1/02%20ICA%20545%20TESIS.pdf>

- Gaviria, L. F. (2017). *ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA PRODUCIR CAFÉS ESPECIALES EN LAS FINCAS CAFETERAS GRANDES Y MEDIANAS EN EL MUNICIPIO DE ANDES, ANTIOQUIA*. Obtenido de https://repository.eafit.edu.co/bitstream/handle/10784/11947/Laura_Fern%C3%A1ndezGaviria_2017.pdf?sequence=2
- Gomez, D. (5 de Diciembre de 2014). *BLOG BIEN PENSADO*. Obtenido de <https://bienpensado.com/el-arte-de-la-diferenciacion/>
- Gomez, G. (2010). CULTIVO Y BENEFICIO DEL CAFÉ. *Revista de Geografía Agrícola*, 45.
- Granado, N. (12 de Diciembre de 2016). *Que maquinas necesita una finca de café*. Obtenido de <http://www.cafekineti.net/maquinaria-finca-cafe/>
- Legiscomex. (2020). *Legiscomex*. Obtenido de <https://www.legiscomex.com/Documentos/abccomercio-ventaja-comparativa>
- Lewin, B., Giovannucci, D., & Varangis, P. (2020). Obtenido de <https://federaciondecafeteros.org/static/files/3.ElMercadodelCafe.pdf>
- Lozada, I. C. (5 de Octubre de 2015). *Agroindustria analiza la Economía*. Obtenido de <http://agrounicauca.blogspot.com/2015/10/oferta-y-demanda-del-cafe-colombiano.html>
- Núñez, G. E. (17 de Febrero de 2018). *Diario La Economía*. Obtenido de <https://diariolaeconomia.com/tomemos-cafe/item/3556-en-el-huila-hay-un-gigante-que-siembra-cafe-especial-suenos-y-esperanza.html>
- Núñez, G. E. (17 de Febrero de 2018). *Diario La Economía*. Obtenido de <https://diariolaeconomia.com/tomemos-cafe/item/3556-en-el-huila-hay-un-gigante-que-siembra-cafe-especial-suenos-y-esperanza.html>
- Petrich, I. (19 de abril de 2019). *PERFECT DAILY GRIND*. Obtenido de <https://perfectdailygrind.com/es/2019/04/19/procesamiento-del-cafe-especial-el-papel-de-las-maquinas/>
- Puerta, J. H. (2001). El café: Problemas y Oportunidades. *El Tiempo*, 1.
- Saenz, E. G. (10 de Abril de 2017). *InBestia*. Obtenido de <https://inbestia.com/analisis/la-diferenciacion-de-productos-como-resultado-de-la-competencia-y-el-proceso-de-prueba-y-error>
- Valencia Sandoval, K. (2016). *Ciencia Ergo Sum*, vol. 23, núm. 3. Obtenido de <https://www.redalyc.org/jatsRepo/104/10448076001/10448076001.pdf>

