

Coopecafenor: plan de internacionalización para pymes

Coopecafenor: Internationalization Plan for SMEs

SIRIS MARÍA LÓPEZ-RODRÍGUEZ

Fundación Universitaria San Mateo

Colombia

direccion.negocios@sanmateo.edu.co

<https://orcid.org/0000-0001-7258-6301>

<https://doi.org/10.52948/rcca.v6i2.1078>

Artículo de investigación

Recepción: 26 de abril de 2024

Aceptación: 30 de octubre de 2024

Resumen

El objetivo principal del estudio es realizar una aproximación a un modelo que pueden usar las pequeñas y medianas empresas (pymes) en Colombia que buscan una ampliación en el mercado internacional; específicamente, del sector cafetero sin estar sujetos a la federación que representa a los caficultores del país; asimismo, se incluyen a los pequeños asociados de negocio de la compañía del nororiente colombiano Coopecafenor. Se propone que la ejecución de un plan de internacionalización brinda oportunidades tanto para pequeños cafeteros como para asociaciones nacionales de las diferentes regiones del país; de esta manera, permite que el café colombiano llegue a diferentes partes del mundo, por ejemplo, México. Se evidencia que en nuestro país las tierras son fértiles y productivas, permitiendo la producción de diferentes productos agrícolas para el consumo diario, como aromáticas, té y, por supuesto, el café. La propuesta está enfocada principalmente a la exportación para ferias de dicho producto a la Ciudad de México, teniendo en cuenta las técnicas de negociación empleadas para entablar relaciones con externos, competencia y marketing. Además, de viabilidad del producto en un país en el cual no se ha entablado relación comercial en el sector agrícola.

Palabras clave: café; crecimiento económico; apertura de mercado; pymes.

Abstract

The main objective of the study is to make an approximation to a model that can be used by small and medium-sized companies (SMEs) in Colombia that seek to expand their international market; specifically, in the coffee sector without being subject to the federation that represents the country's coffee growers. Also, it included the small business associates of the company from the northeast of Colombia, Coopecafenor. It proposed that the execution of an internationalization plan provides opportunities for both small coffee growers and national associations from the different regions of the country; in this way, it allows Colombian coffee to reach distinct parts of the world, for example, Mexico. It is evident that in our country the lands are fertile and productive, allowing the production of different agricultural products for daily consumption, such as aromatic plants, tea and, of course, coffee. The proposal is focused on the export of said product to Mexico City for fairs, considering the negotiation techniques used to establish relationships with external parties, competition and marketing. In addition, it established the viability of the product in a country where there is no commercial relationship in the agricultural sector.

Keywords: coffee; economic growth; market opening; SMEs.

Introducción

La investigación parte de las siguientes preguntas: ¿Qué se ha hecho con el TLC Colombia-México?, ¿qué oportunidades comerciales e internacionales puede llegar a tener una pyme como Coopecafenor, entrando por el medio aduanero y de comercio exterior?

Colombia cuenta con variedad de acuerdos comerciales y TCL que por alguna u otra razón no se han aprovechado al 100%. Entonces, se plantean diferentes hipótesis para dar solución a una pregunta general ¿Cuáles serían las oportunidades de la introducción del café a México de una pyme por fuera de la Federación Nacional de Cafeteros?

Lo anterior lleva a una investigación desde la planta, es decir, su producción o los lugares en Colombia en donde es mayor el cultivo; así como su distribución. También se refiere a las diferentes empresas que han ingresado en el mercado de las bebidas a base de

Café y, por consiguiente, sus receptores directos o indirectos. En ese sentido, se busca una opción de comercialización internacional, por lo que otro interés es que Colombia pueda ser reconocida por empresas externas a la Federación Nacional de Cafeteros (FNC) y la gran variedad de regiones agrícolas con las que cuenta Colombia.

Como resultado, se diseña un plan de comercialización para la pyme Coopecafenor como oportunidad de internacionalización directa, teniendo en cuenta que las exportaciones de café desde Colombia al resto del mundo se realizan por medio de la FNC. Una oportunidad de negocio en el exterior surge a partir de la necesidad de realizar la cadena logística sin intermediarios (Benavides y Meléndez, 2019; Toro et al., 2023; Cajas et al., 2022).

En ese sentido, se ofrecerá una breve introducción de quién es Coopecafenor, una pyme que opera en Santander, exactamente en Bucaramanga, como comerciantes al por mayor de productos agrícolas de materias primas. Adicionalmente, como asociación cooperativa tiene el objetivo principal contribuir al desarrollo y crecimiento social, político, económico, cultural y ambiental de los asociados y la comunidad agropecuaria en particular, preferencialmente a los productores de café. Su fin es mejorar la calidad de vida de la comunidad cafetera del nororiente colombiano actuando como intermediario en la comercialización y regulación del mercado cafetero.

Teniendo en cuenta el fin de esta cooperativa se crea un plan de comercialización directa en el cual se evidencia una oportunidad de negocio; a su vez, se realiza una caracterización de la empresa y producto para conocer esta primera instancia de mejor manera, de vital importancia para realizar el proceso de comercialización (Desfrancois y Mayorga, 2022; Torres, 2022). En un segundo momento se lleva a cabo la conceptualización y descripción del proceso de comercialización del producto en el exterior y, de la mano, se realiza un estudio del comportamiento que ha tenido el producto al mercado de destino mexicano.

La Cooperativa Cafetera del Nororiente Colombiano (Coopecafenor) es una empresa colombiana, con sede principal en Bucaramanga, Santander. Opera en comercio al por mayor de productos agrícolas de materias primas industria. La empresa fue fundada el 5 de febrero de 1997. Actualmente (2020) emplea a 40 personas, teniendo un acuerdo cooperativo en virtud del cual se mantiene en funcionamiento la cooperativa. Tiene como objetivo principal contribuir al desarrollo y crecimiento social, político, económico, cultural y ambiental de los

asociados y la comunidad agropecuaria en particular, preferencialmente a los productores de café, fomentando la ayuda mutua y la solidaridad.

Figura 1

Ubicación de Coopecafenor



Nota. Tomado de Google Maps.

Figura 2

Ubicación de Coopecafenor, barrio Gaitán



Nota. Tomado de Google Maps.

Caracterización del café en Santander

Actualmente Santander cuenta con 51.196 hectáreas de café que hacen presencia en 75 municipios de la zona en los cuales Socorro y municipios cercanos son los que sustentan la producción ofreciendo plantaciones renovadas de 6.3 años y con un 82% de sobra de excelente manejo, convirtiéndose así en la zona de caficultoras más jóvenes y productivas del país llegando a los 810.000 sacos por año ubicando así al departamento como el séptimo en área y el sexto en producción con una participación del 5.565% a nivel nacional.

La caficultura en Santander es representada por 32.442 familias y en 37.820 fincas que en total equivale a 41.000 empleos directos en zonas rurales. De esta manera, aporta al sustento de 1012 veredas del departamento. Las 51.196 hectáreas sembradas representan el 23% de la producción agrícola departamental, convirtiéndose el producto de mayor

exportación en el sector agropecuario en el departamento y el segundo después del petróleo y combustibles (EMIS, 2018).

Tecnología de Cenicafé

Son los primeros en implementar la tecnología de Cenicafé donde la investigación científica y desarrollo de la FNC por medio del Centro Nacional de Investigaciones del Café (Cenicafé). Esto permite contar con variedades de semilla mejoradas y más productivas, resistentes a enfermedades y con mejor adaptación a la variabilidad climática, siendo así el reflejo de tener 97% de sus cultivos tolerantes a la roya de café, considerada una de las enfermedades de plantas más catastróficas, llegando a acabar con cientos de cultivos si no se maneja de manera eficiente (Coopecafenor, 2021).

Caracterización del café en producción

A continuación, se realiza una descripción de los procesos del café colombiano. Primero, se seleccionan las semillas de café: se deben escoger las mejores plantas, árboles sanos y con alta producción o escoger semillas certificadas. Estas últimas se siembran en germinadores de arena y a los 37 días aproximadamente se comienza a ver el brote de la chapola (hoja verde redondeada).

El segundo paso es el almácigo de café: luego de pasados 55 días aproximadamente, después de haber sembrado la semilla de café, se pasa al almácigo. Es un proceso en el cual se trasplantan las chapolas de café en bolsas de tierra abonada, teniendo especial cuidado con la raíz, ya que si se dobla la planta ya no servirá. Pasados de seis a ocho meses de sembrada la chapola en el almácigo, las plantas con sus hojas forman dos pares de cruces indicando que están listas para ser trasplantadas al sitio definitivo.

El tercer procedimiento consiste en la siembra del café en el terreno: cuando el terreno ya es definido se debe preparar el terreno, teniendo en cuenta la distancia entre cada mata de café. Para esto se debe saber qué tan alto y frondoso va a ser el árbol, según la semilla seleccionada, pues así se puede manejar de 3300 y 4500 plantas por hectárea. Después de esta siembra, y el cuidado adecuado, las plantas demoran 18 meses aproximadamente en dar sus primeros granos de café. Su capacidad de producción está alrededor de los tres años desde su siembra.

El cuarto paso es la recolección de café: solo los granos de café que alcanzan el estado de madurez completa deben ser recogidos, reconocidos por el color rojo y amarillo. Si se recogen aquellos verdes o pintones se afectaría la calidad del café; además, generan un sabor astringente a la hora de beber una taza de café. En Colombia tenemos recolección de café todo el año, que también depende de la región del país. Para el caso de Antioquia, Boyacá, eje cafetero y Magdalena la época de cosecha se da entre los meses de octubre a enero, el resto del país entre abril y junio.

El quinto paso es el despulpado del café: en Colombia aún se encuentra que la gran mayoría de los caficultores utilizan la despulpadora de tambor. Para tener la mejor calidad, debe contar con un mantenimiento frecuente, con el objetivo de garantizar un adecuado proceso de despulpado. Por ejemplo, una en mal estado puede arruinar el grano de café, afectando el trabajo y cuidado del proceso.

Como sexto paso, se realiza la fermentación del café en unos tanques donde se introduce el café despulpado con agua limpia para lograr descomponer el mucílago (miel que cubre el pergamino de textura gelatinosa), el cual se disuelve en el agua. Este proceso es de gran importancia, ya que en ese punto se define la calidad del café en la taza; además, se puede lograr resaltar sabores especiales en el café.

El séptimo paso consiste en el lavado del café: Cuando se tiene el punto apropiado de fermentación se procede a limpiarlo, este proceso se realiza en el canal de correteo. Para verificar que el grano está bien lavado se utiliza como práctica coger un puñado de granos para frotarlos entre sí. En caso tal se sientan ásperos los granos, el lavado está correcto.

El octavo proceso es el secado del café, el cual debe realizarse de manera uniforme. En ese sentido, se riegan los granos de café sobre una superficie plana en capas de 3cm de espesor, donde este se debe revolver cuatro veces al día, para poder pasar al siguiente paso: el trillado del café. Por tanto, se debe dejar secar al sol por 30 horas aproximadamente. Por su parte, el proceso de trilla permite quitar el pergamino y cáscara plateada a través de procesos físicos por fricción, quedando el café de grano verde en su presentación de exportación para ser tostado posteriormente.

El último procedimiento es el tueste del café: debe ser lento y tener una pérdida máxima en peso de 16.5%. Es en este punto es donde se puede percibir mejor las

características organolépticas del café en sus diferentes sabores y aromas, resaltando todos los atributos que caracterizan el café de Colombia como el más suave del mundo.

Propuesta de internacionalización para Coopecafenor

Esta propuesta de internacionalización se desarrollará en cinco fases: primero, la caracterización de la empresa y el producto. Esto se puede evidenciar en lo ya dicho y a lo largo del documento. Segundo, establecer un plan de promoción: fue posible evidenciar anteriormente que el café de Santander tiene certificación de Cenicafé, un buen aval de calidad del departamento. En ese sentido, el presente proceso de promoción se basa en destacar la región y contar la historia tanto de los cafeteros de Santander como de su café de alta calidad.

En la tercera fase se puede evidenciar los costos asociados a este plan de internacionalización, mediante tablas de Excel que identifica un promedio de inversión para hacer realidad este proyecto. La cuarta es de comercialización, es decir, llevar el producto al mercado extranjero, principalmente a ferias cafeteras internacionales, donde sea posible destacar la marca como proveedor de alta calidad y permitir esta consolidación en el mercado, empezando con muestras y propuestas de comercialización para así generar futuras alianzas comerciales.

La opción más favorable es Expo Café en México, la feria más importante del país. Considerado el centro más valioso para forjar alianzas y negocios. Para el año 2021 se realizó en las fechas del 9 al 11 de septiembre; así como la exportación por medio de Courier Internacional, ya que no es necesario entrar en costos de aduana teniendo en cuenta que esta primera entrada del producto al mercado mexicano será una fase de prueba. Por último, en la quinta fase se realizará el análisis de comportamiento del producto en el mercado.

Conclusiones

En el desarrollo del presente trabajo se han encontrado diversos aspectos positivos para la exportación de café de Coopecafenor a México para el TLC entre Colombia y México, tales como, primero, beneficios en la entrada del producto a México, lo que permite exportar el producto sin ningún tipo de restricción administrativa mexicana, excepto las anteriormente

mencionadas. Cabe destacar los beneficios del producto cultivado bajo los estándares de calidad.

El mercado del café colombiano ha venido creciendo en México por su inigualable sabor. En ese sentido, sobre su comercialización en dicho país se evidenció que las personas en Colombia consumen café desde los diez años, incluso, entre más adulto sea más consumen, ya sea como bebida caliente, fría o combinando el café con algo más. El país de México tiene mucha similitud cultural con Colombia por lo que esta característica facilita el diseño de los productos para comercializar el café colombiano en México.

Finalmente, se puede destacar el TLC como herramienta principal para esta exportación. Como las relaciones políticas que existen entre los dos países son favorables, entonces, se puede decir que este proyecto es viable según el estudio y el proceso realizado durante el trabajo.

Como recomendación para comercializar el café: indicar a las personas los beneficios del café colombiano del nororiente colombiano. De esta manera, dar a conocer la variedad de regiones y sabores que existen en Colombia, ya sea utilizando las redes sociales o páginas web, además de la feria internacional en la cual se participará.

Referencias

- Benavides, J. y Meléndez, C. (2019). *Plan de negocios “Café Tip&co”* [Tesis de maestría, Universidad Externado de Colombia]. Repositorio institucional. [https://bdigital.uexternado.edu.co/bitstream/001/1884/1/ABCAA-spa-2019-Plan de negocios Cafe Tipico](https://bdigital.uexternado.edu.co/bitstream/001/1884/1/ABCAA-spa-2019-Plan_de_negocios_Cafe_Tipico)
- Cajas, V., Ponce, P. y Arteaga, B. (2022). Factores de innovación para fortalecer el emprendimiento en América Latina: un mapeo sistemático. *Revista Colombiana de Ciencias Administrativas*, 4(2) , 58-74. <https://doi.org/10.52948/rcca.v4i2.619>
- Desfrancois, P. y Mayorga, T. (2022). La corrupción en el Ecuador: un análisis económico. *Revista Colombiana De Ciencias Administrativas*, 4(2), 8-25. <https://doi.org/10.52948/rcca.v4i2.614>
- EMIS. (2018, marzo 19). *Cooperativa Cafetera del Nororiente Colombiano Coopecafenor (Colombia)*. https://www.emis.com/php/company-profile/CO/Cooperativa_Cafetera_Del_Nororiente_Colombiano_Coopecafenor_es_118995_0.html
- Toro, J., Tulcán, A., Calva, G. y Chancusig, K. (2023). Análisis del diseño e implementación de la estructura organizacional en las pymes del distrito metropolitano de Quito. *Revista Colombiana De Ciencias Administrativas*, 5(2). <https://doi.org/10.52948/rcca.v5i2.802>
- Torres, G. . (2022). Impacto de la simplificación tributaria en Bogotá, Colombia. *Revista Colombiana De Ciencias Administrativas*, 4(1), 105–137. <https://doi.org/10.52948/rcca.v4i1.555>