

Identificación del Posicionamiento que Tendría el Café Santa María Para el Consumo de los Habitantes de San José de Miranda , Santander.

**Autor:**

Freddy Mauricio Basto Carrillo

**Trabajo de Grado Para Optar el Título de:**

Administración Agroindustrial

**Director:**

Ingrid Johana Álvarez cortes

Especialista en Gerencia de Proyectos

Profesional en Producción Agro Industrial

Universidad Industrial de Santander

Instituto de Proyección Regional Educación a Distancia (IPRED)

Administración Agroindustrial

Bucaramanga

2023

### **Dedicatoria**

Dedico esta tesis a mis padres que me dieron la vida y me apoyaron en lo posible, a mis hermanos que se empeñaron en colaborar y creyeron en mi esfuerzo personal, a mis profesores quienes con su sabiduría me guiaron y tuvieron paciencia en la evaluación de mis aciertos y errores, y a todos aquellos que con una voz de aliento me exhortaron para continuar mi carrera y así obtener el éxito en mis estudios. mi deseo es ser un profesional útil a la sociedad y con la ayuda de Dios ser un humilde servidor a mi pueblo en general.

### **Agradecimientos**

Agradezco a mis padres que me impulsaron con su poco conocimiento a ser un hombre de bien y útil a mi comunidad, a mis hermanos quienes con su ejemplo de trabajo y superación mejoraron mi autoestima y me encaminaron a estudiar con sacrificio y tesón , también fueron ellos quienes me proporcionaron la ayuda económica necesaria para alcanzar mi logro; a mis profesores quienes desde niño me enseñaron a valorar el estudio como forma de realización personal, a los docentes de la universidad quienes tuvieron sabiduría, aceptación y compromiso con mi nivel de preparación y así logramos cumplir los objetivos propuestos; a Dios quien con su infinita gracias me permitió sabiduría, conocimiento y capacidad de análisis y así entender la importancia de mi formación académica, y a todos y cada una de las personas que con su aporte o enseñanza día a día me formaron como un hombre de buen vivir y de valorar lo necesario para contribuir en el cambio de una sociedad unificada.

Cada esfuerzo, triunfo, o desaciertos de mi vida me conllevan a formarme como una persona que sabe valorar y comprometerme con el cambio que la sociedad nos ofrece en un país donde la tecnología nos muestra innumerables formas de interpretar la vida y que a la vez nos ofrece diversas formas de mejorar la convivencia de los pueblos para lograr una sociedad justa.

**Tabla de Contenido**

Introducción .....	11
1. Objetivos .....	13
1.1 Objetivo General .....	13
1.2 Objetivos Específicos.....	13
2. Cuerpo del Trabajo .....	14
2.1 Marco Referencial.....	14
2.1.1. Método .....	21
2.1.2. Resultados.....	22
3. Conclusiones .....	31
4. Recomendaciones .....	32
Referencias Bibliográficas .....	33

**Lista de Tablas**

**Tabla 1** *Estrategias de mercadeo para comercialización de café “santa maría”* ..... 30

**Lista de Gráficas**

Gráfica 1 <i>Género</i> .....	25
Gráfica 2 <i>¿cuál es su habito de consumo de café?</i> .....	26
Gráfica 3 <i>¿Qué cantidades consume?</i> .....	26
Gráfica 4 <i>¿Qué tipo de café consume?</i> .....	27
Gráfica 5 <i>¿Cada cuanto compra café?</i> .....	27
Gráfica 6 <i>¿Qué tipo de presentación y empaque le gustaría que llegara el café a su casa?</i> ....	28
Gráfica 7 <i>¿Compraría usted café Santa María, elaborado con buenas prácticas agrícolas, de manufactura e higiene, que utiliza materias primas orgánicas?</i> .....	28
Gráfica 8 De los siguientes rangos de precios <i>¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por la presentación de libra de café Santa María?</i> .....	29
Gráfica 9 <i>¿Desearía recibir más información de café Santa María?</i> .....	29

### Glosario

**Agricultura Comercializada:** Es la agricultura que se dedica a la explotación de productos agrícolas (Federación Nacional de Cafeteros de Colombia, 2022).

**Aroma:** Mezcla de olores agradables que percibe el olfato (Perez & Merino, 2017).

**Arvense:** Especies vegetales que conviven con los cultivos (Real Academia Española, 2022).

**Balanza Comercial:** Las relaciones entre el valor de los productos importados y exportados (López, 2020).

**Buenas Prácticas Agrícolas:** Utilización sostenible de los recursos naturales básicos para la producción, en forma benévola, de productos agrícolas alimentarios (CASAFE, 2022)

**Cafeto:** Árbol tropical de ramas abiertas y flexibles hojas perennes opuestas de color (Real Academia Española, 2023).

**Cliente:** Quien adquiere los productos de un negocio o servicio (Rodriguez, 2021).

**Comercialización:** Es el conjunto de actividades para facilitar la venta de un producto (Economipedia, 2021).

**Demanda:** La solicitud para adquirir algo es la calidad total de un bien o servicio (Ucha, 2022).

**Dulzura:** Se trata de un descriptor básico del sabor que deriva de las soluciones de sacarosa o fructosa, las cuales se asocian normalmente (Wordreference, 2021).

**Empacado del café:** El empacado es básico para asegurar que el Café no pierda su calidad y sus características protegiéndolo del oxígeno, la luz y de las condiciones ambientales (Cafe & Aroma, 2021).

**Exportación:** Envío fuera del país o de una zona (Montes, 2020).

**Extracto de Café:** Concentrado de café líquido empleado como materia prima para bebidas (Colombia, 2021).

**Orgánico:** Es un término usado para describir alimentos que son producidos sin el uso de productos químicos tales como fertilizantes (BioTerra, 2018).

## Resumen

**Título:** Desarrollo de Estrategias de Mercadeo Para la Comercialización de Café Orgánico de la Unidad Productiva Finca Santamaría del Caliche san José de Miranda Santander.

**Autor:** Freddy Mauricio Basto Carrillo.

**Palabras clave:** Aceptación, café, comercialización, demanda, oferta.

**Descripción:** Durante los últimos años se ha visto el interés de las empresas y las personas en fortalecer las cadenas productivas; este interés surge por el desarrollo económico de un país. Por consiguiente, en este trabajo se busca el posicionamiento del café. En el presente proyecto de investigación basado en las estrategias de mercadeo para el posicionamiento del café que lleva el nombre de la finca santa maría del caliche del municipio de San José de Miranda Santander básicamente se establecieron tres objetivos específicos, en los cuales como primera medida se analizó la oferta y la demanda relacionada con el tema de la comercialización del café a nivel global; no obstante en relación a conocer de primera mano cómo se encuentra el mercado del café en la región se realizó una encuesta directamente a noventa participantes a quienes se les pregunto básicamente la posible aceptación de café santa maría para su posterior comercialización.

Finalmente se adelantó un cuadro comparativo estratégico en donde se plantea diferentes métodos para poder posicionar y lograr una adecuada comercialización del café santa maría en el municipio de Sanjosé de miranda Santander.

**Abstract**

Title: Development of Marketing Strategies for the Commercialization of Organic Coffee from the Finca Santamaría del Caliche San José de Miranda Santander Production Unit.

Author: Freddy Mauricio Basto Carrillo.

Keywords: Acceptance, coffee, marketing, demand, supply.

Description: In recent years, the interest of companies and people in strengthening production chains has been seen; This interest arises from the economic development of a country. Therefore, this work seeks to position coffee. In the present research project based on marketing strategies for the positioning of the coffee that bears the name of the Santa María del Caliche farm in the municipality of San José de Miranda Santander, three specific objectives were basically established, in which, as a first measure, analyzed the supply and demand related to the issue of coffee marketing at a global level; However, in relation to knowing first-hand how the coffee market is in the region, a survey was conducted directly with ninety participants who were basically asked about the possible acceptance of Santa María coffee for subsequent commercialization.

Finally, a strategic comparative table was presented where different methods are proposed to be able to position and achieve adequate marketing of Santa María coffee in the municipality of San José de Miranda Santander.

## Introducción

El consumo de café en Colombia:

Kantar Colombia, de acuerdo con un estudio de consumo interno, reveló que el 88 % de los colombianos disfruta de una taza de café semanalmente, lo cual refleja el amor y el aprecio que hay por esta bebida única. Además, los hogares colombianos promedio adquieren alrededor de 3,8 kilogramos de café al año, siendo ciudades como Armenia y Manizales destacadas por su mayor consumo. Ante este panorama, en la apertura de Cafés de Colombia Expo 2023, que se realiza en Bogotá, el gerente general de la Federación Nacional de Cafeteros, compartió un objetivo del gremio, "y es que en 5 años duplicar el consumo interno de café en nuestro país, lo llevaremos a 4 kg/per cápita (vanguardia, 2023).

Por lo anterior se realizó el presente proyecto de investigación el cual tuvo como objetivo general desarrollar una estrategia de mercadeo para la comercialización de café orgánico de la unidad productiva finca santa maría del caliche san José de Miranda Santander, basado en ello se apoyó en la metodología de tipo de investigación descriptivo con enfoque mixto cualitativo ,cuantitativo ya que se utilizaron como herramientas o instrumentos de recolección de la información fuentes primarias y secundarias de las cuales se hizo uso de la revisión literaria y encuesta para noventa participantes como aceptación del café santa maría; es así que también se da respuesta a la pregunta problema planteada, la cual consistió como sería la aceptación del café santa maría en el municipio de San José de Miranda Santander? Así mismo, por medio de la realización del presente proyecto se puede fomentar una nueva alternativa de transformación para el café con manejo orgánico, aparte de ello se podría generar empleo en la región ,crear una seguridad alimentaria más saludable y en cuanto a la relación al medio ambiente de mayor conservación ya que el manejo directamente que se hace en el cultivo es con

manejo orgánico, lo que indica que el café procede de naturaleza bajo los estándares de calidad de este modo se satisface la necesidad y la demanda que tienen los consumidores de café en la region ya que Santander al ser el quinto departamento de mayor producción de este tipo de producto permite que se tenga la alternativa de producción y así pueda aumentar tanto la oferta y la demanda logrando un mejor posicionamiento del café santa maría en el departamento.

## **1. Objetivos**

### **1.1 Objetivo General**

Desarrollar Estrategias de Mercadeo Para la Comercialización de Café Orgánico de la Unidad Productiva Finca Santamaría del Caliche san José de Miranda Santander.

### **1.2 Objetivos Específicos**

Conocer la oferta y la demanda para el consumo de café orgánico mediante el uso de fuentes secundarias.

Realizar diagnostico para la identificación de la demanda del café orgánico en el municipio de san José de Miranda Santander.

Plantear estrategias de márquetin para posicionamiento y comercialización del café orgánico santa maría.

## **2. Cuerpo del Trabajo**

### **2.1 Marco Referencial**

A continuación, se relacionan los diferentes marcos, que son apoyo para el presente proyecto de investigación:

#### **A. Marco Teórico**

En la provincia de García Rovira se ha tomado como proyecto de mejoramiento y ayuda económica al sector agrícola, el cultivo de productos de la región como frutales de diversa índole como los cítricos, la sábila y el café donde se puede denotar las diversas formas para la producción y transformación del producto de manera que se comercialice a otros lugares y sirva directamente al consumidor: el cultivo de café requiere una serie de pasos y estrategias desde la selección de la semilla para su germinación, el proceso de la producción orgánica de abonos que permita una producción de matas saludables y óptimas para ser sembrados y los terrenos son preparados con ardo y renovado de sedimentos orgánicos para que al sembrar las plántulas estas crezcan sanas y de buen vigor; durante el crecimiento se mantiene cuidados especiales y revisión permanente en su follaje y en abonado orgánico en tiempo adecuado y suministro de riego cuando este lo solicite sobre todo en época de sequía.

Se requiere de una forma manual de recolección cuando el grano está en su color rojo normal y procesado en las desbabadoras, secado al aire libre y al sol para maduración y conservación del sabor. Para el tostado se hace mediante uso de estufas de leña y en fondos normales de hierro pues por las condiciones económicas no se ha podido obtener maquinaria avanzada que permita mejorar y disminuir tiempo para mejor producción y ganancia de tiempo y dinero.

A pesar de ser un trabajo manual el nivel de producción avanza y el sabor, la calidad del producto al final es de buena calidad, buen sabor y con aceptación del cien por ciento de los consumidores. Se espera a futuro mejorar la producción adquiriendo maquinaria más avanzada y con tecnología y así aumentar en cuanto a espacio más plantas y así lograr ampliar la producción en hectáreas.

Gracias a entidades como las universidades, el SENA, y aprendizaje por medio de las TIC hemos avanzado en conocimiento sobre las diversas especies de café, su problemática con las plagas, el uso de insecticidas controlados o a base de productos naturales y mejoras en la transformación del producto como tipo exportación

Así mismo la universidad del uní Cauca pretende diseñar un plan para el mejoramiento del Café orgánico cultivado por la asociación manos laboriosas este cultivo hace referencia a un café libre de químicos y pesticidas cuyo cultivo se rige por unas normas de producción al eliminar el uso de agroquímicos aumenta el desarrollo de buenas prácticas agrícolas en el cultivo de café (Montaño, 2016).

Por otra parte, La universidad del rosario adelanto un emprendimiento en la comercialización de café

En el que pretendió mostrar el desarrollo de un proyecto de emprendimiento el cual surgió de una conversación y las ganas de apoyar e impulsar la venta de productos cien por ciento elaborados o cultivados por manos campesinas o de regiones cuyo nivel de vida se esta viendo afectado por diversos factores como lo son mercados monopolizados y los intermediarios. (Mercado, 2019)

Por su parte la universidad libre de Pereira desarrollo un trabajo el trabajo se llevo a cabo en la finca los ángeles del municipio de balboa departamento de Risaralda país Colombia la

forma para llevarse acabo el proceso de diagnóstico la investigación comercial y el desarrollo de estrategias planeadas por el mejoramiento se dio a partir del acercamiento a los procesos comerciales que tienen actualmente en la finca para dar a conocer y comercializar vender el café especial producido por ellos.)

teniendo en cuenta que el café es un producto relativamente nuevo el mercado nacional e internacional que contribuye al mejoramiento de la salud de la población y del medio ambiente valdría la pena incentivar la producción. Por su parte la universidad la Salle diseñó un plan para el mejoramiento comercial de café orgánico cultivado por la asociación manos laboriosas del cauca aso Malaca para posesionar el café en la region y dar un valor agregado por medio de la transformación del grano.

## **B. Marco Conceptual**

**Propiedades del café:** dentro de las propiedades del café se puede encontrar algunas características de las cuales se encuentran las siguientes:

Es rico en antioxidantes. ...

Activa la mente. ...

Café contra el dolor de cabeza esporádico. ...

Es adecuado para deportistas. ...

Contribuye a la pérdida de peso. ...

Puede proteger frente a cáncer, ictus y enfermedades coronaria. ...

Combate el Alzheimer y el Parkinson (cafesabora, s.f.)

**Maquila del café:** La maquila de café comienza por la trilla donde retiramos la cascarilla del pergamino seco mediante un proceso mecánico (fricción), luego seleccionamos los mejores

granos de café por medio de una máquina que elimina por color la mayor cantidad de defectos para que solo lo mejor sea tostado ( Desarrolladores de cafe , 2021)

**Colorimetría del café:** La colorimetría es un método físico no destructivo muy utilizado para determinar el color de una muestra. Para medir el color se utiliza un instrumento calibrado denominado colorímetro o un espectrofotómetro que también permite obtener la curva espectral.

**Tabla del consumo de café en el mundo:** El consumo de café en el mundo creció el 1,9% en promedio cada año desde 2010. Es un producto que cuenta con más adeptos, incluso en culturas lejanas como la asiática, y les gana terreno a otras bebidas como el té. Colombia tiene oportunidades para aumentar sus exportaciones de café y sus derivados a por lo menos 44 países, especialmente de cafés con valor agregado. El consumo del café cambia, las nuevas generaciones, la influencia de las redes sociales, el mayor poder adquisitivo (especialmente de los jóvenes), la creciente conciencia ambiental.

**Tostón del café:** La tosti3n es un proceso de transformaci3n fisicoquímico aplicado a los granos de café verde con el fin de realzar sus cualidades sensoriales.

**Molienda del café:** La molienda es el proceso mediante el cual el café tostado en grano se convierte en polvo, más o menos grueso, apto para elaborar infusiones de café. Para moler el café se utiliza un molinillo. La mayoría de las marcas venden un café molido.

### **C. Marco Legal**

**Normas ISO:** Las normas ISO son un conjunto de estándares con reconocimiento internacional que fueron creados con el objetivo de ayudar a las empresas a establecer unos niveles de homogeneidad en relación con la gestión, prestación de servicios y desarrollo de producto.

La industria del café verde también tiene su normalización: Normas ISO y Norma calidad del café.

La Organización Internacional de Estandarización ha desarrollado y publicado un nuevo estándar para certificar la calidad del café 100% puro soluble. Una norma que establece el máximo de pureza y calidad para este tipo de café en polvo, y que será fundamental en la detección de ofertas engañosas y falsificación de productos. La nueva normativa, denominada ISO 24114:2011 quiere fijar unos criterios de autenticidad, gracias al trabajo de laboratorios homologados, para ofrecer al consumidor una propuesta segura. La importancia de la noticia en la industria de las máquinas expendedoras es, por tanto, evidente.

Según publica el medio norteamericano *Coffee Club Network* se presentan, de forma más o menos habitual, algunas ofertas que no son 100% puras para una degustación soluble de garantías; añadiendo elementos adicionales que confunden al consumidor y crean una competencia desleal entre los productores e intermediarios. El café puro soluble se define como un producto elaborado, exclusivamente, de la extracción del café tostado en grano. Esta norma pretende ser un apoyo inestimable para que los fabricantes que se adhieran a esta forma de producción estén respaldados, al tiempo que se refuerza la confianza de los consumidores. La intención es desterrar cafés solubles adulterados con materias primas que no sean de grano de café y, además, no están especificados en las etiquetas (Camcafeperu, 2023).

Para la confección de esta norma, se han analizado más de 1.000 muestras comerciales de café soluble, detectando la deformación mediante dos indicadores de hidratos de carbono cuasi infalibles, como son la glucosa y la xilosa. Los límites en estas sustancias, para que la pureza de la solubilidad sea total, se establecen en 2,46 y un 0,45% respectivamente de máximos.

Cualquiera de las proporciones que superen estos límites, ya entran en el ámbito de la adulteración. Estos límites se han establecido, durante el proceso de los análisis y teniendo en cuenta multitud de combinaciones en la mezcla de las distribuciones. ISO trabaja con comités y subcomités que se especializan en cada una de las temáticas, productos y formas de trabajo. La ISO 24114 ha sido desarrollada por el Comité Técnico ISO/TC 34 y el subcomité SC 15 de la organización. La nueva norma estará disponible en los institutos nacionales miembros de la ISO o dirigiéndose directamente a la Secretaría General o al Departamento de Comunicación de la Organización (HOSTELVENDING, 2023).

Certificación ISO para empresas de Venta de café y té.

UNE-EN ISO 18862:2020

Preparación De Documentación Norma ISO 9001

ICC 102-9

Norma técnica ntc colombiana 5181 buenas prácticas de ICC-134-1

### ***Normatividad en materia de café artesanal y orgánico***

Normatividad sector cafetero | Mind Map

Nueva norma de calidad para el café

3 ntc

NTC 5181 | PDF | café | Calidad (comercial) Café tostado, en grano o molido.

Norma técnica ntc colombiana 5181 buenas prácticas.

Normas Icontec Café NTC 2758 Análisis Sensorial.

Ntc 3633 café pasilla by Lina Marcela Camacho Salazar

NTC 3314

NTC 2441 café tostado y molido

***Norma colombiana 5247***

4 leyes

Ley no, -969 11 jul 2019

Ley 798 de 2003

Ley del café

Ley Sobre Elaboración y Venta de Café Tostado

Ley para Imponer un Derecho de Importación al Café.

Ley para la Reactivación del café

***Decretos***

Decreto sobre exportación de café

Decreto número 401

Decreto número 47, que crea el consejo estatal del café.

Decreto 4-2019 -Ley para la Reactivación Económica de

Decreto número 19-69

Decreto 1612 de 2022 - Gestor Normativo

Decreto 900 de 1932

Decreto 1461 de 1932

***Resoluciones***

Resolución 02 de 2016 - (25 de abril)

Resolución No. 01 DE 2009

Resolución N° 2458 Ref. Expediente N° 15283935

Resolución 2484 Café de la Sierra Nevada.pdf

Resolución 1627 DE 1994 (septiembre)

Resolución 2 de 2016 Café Verde | PDF

Resolución No. 1407 de 2022

Reglamento de Uso de la DO-IGP Café de Colombia.

### ***Conpes***

Aprobado Conpes cafetero, fruto de labor conjunta de documento Conpes.

3286 - Conpes - Departamento Nacional de Planeación.

Anexo A. Documento CONPES 4052

3139 - Conpes - Departamento Nacional de Planeación

Conpes 3418

Inversiones en café, el Congreso aprueba el CONPES 4052

Aprobado Conpes cafetero que establece la hoja de ruta.

#### **2.1.1. Método**

Se realizó una encuesta del producto del café Santa María a 90 personas, en la cual se pedía el número del celular y también se hicieron unas preguntas como las siguientes: a cuál género pertenecían si era masculino o femenino; también se les preguntó a las personas cuál era el hábito de consumo de café, si era en la tarde, en la mañana o noche; también le preguntamos a las personas qué cantidades de café consume si pocillo de 50 gramos, si pocillo mediano de 100 gramos o taza de 250 gramos; a las personas también se les preguntó qué tipo de café consume tradicional, orgánico o los dos tipos de café; también le preguntamos a las personas qué cada cuánto compra café semanal, quincenal, cada veinte días, mensualmente; a las personas encuestadas también se les preguntó cómo quería que les llegara la presentación del café Santa María bolsa de papel, bolsa plástica, bolsa de aluminio con válvula y frasco de

vidrio. A las personas encuestadas también se les pregunto que, si compraban café Santa María, elaborado con buenas prácticas agrícolas, de manufactura e higiene, ¿que utiliza materias primas orgánicas? Algunos dijeron si, otros dijeron no y otros dijeron talvez. A su vez, se les pregunto por los siguientes rangos de precios ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por la presentación de libra de café Santa María? Algunos dieron las siguientes respuestas: de quince mil a veinte mil, otros dijeron de veintiún mil a veinticinco mil, otros dijeron de veinticinco mil unos a treinta mil; también se les pregunto a las personas que si desearían recibir más información de café Santa maría algunos dijeron si, otros dijeron no. Por último, se les pregunto a las personas que por cual medio desearían recibir información si por correo electrónico o por redes sociales como WhatsApp.

### **2.1.2. Resultados**

#### ***Objetivo1: oferta y demanda en Colombia del café:***

Colombia es el tercer país productor y exportador de café en el mundo. Sin embargo, exporta el 90-95% de lo que produce debido a que el café suave colombiano es muy valorado en los mercados internacionales.

En diciembre del 2022 se exportó +3.51% más de lo que se produjo y es que según la Federación Nacional de Cafeteros, “el café colombiano debe venderse a quien mejor pague por él, y si la gran mayoría son extranjeros, buena parte de la producción se vende para exportación a precios superiores”.

En este sentido, queda preguntarse ¿Qué tipo de café se consume en el país si la mayoría de lo que se produce se exporta? ¿Cómo se cubre la demanda interna? de acuerdo con otro

estudio realizado por Kantar, el 41 % de los colombianos son amantes del café pues manifestaron consumir entre 2 a 3 veces por día.

Se realizó un estudio en la región de San José de Miranda y se pudo establecer que la mayoría del personal consume al menos una taza de café al día, lo que nos conlleva a determinar que el consumo es permanente y por ende la producción dará resultados favorables en esta área de producción y comercialización.

Respecto a la presentación preferida al momento de consumir café, el 63 % de los encuestados indicó que lo prefieren molido mientras que el restante eligió la bebida instantánea. Ahora, en términos de método ¿Cuál es el favorito?

7 de cada 10 encuestados indicaron que prefieren tomar la bebida de filtro

5 de cada 10 expresó

2 de cada 10 de máquina expendedora

1 de cada 10 de máquina de cápsula.

El consumo de café per cápita ha estado aumentando (según Fedecafé, en el 2018, una persona mayor de 12 años consumía en promedio 1.8kg y en el 2021 aumentó a 2.8 kg), pero la producción ha disminuido, y como es más rentable exportar, al país le ha tocado importar café de otros países.

Particularmente el 2018, la producción de café colombiano estuvo alrededor de los 14 millones de sacos de 60 kg, de los cuales 13 millones se exportaron. Por lo tanto, quedó un millón para consumo interno.

Los colombianos durante ese año demandaron 1,8 millones de sacos (actualmente es de 2,2 millones de sacos). Esto se traduce en un déficit de 800.000 sacos, que terminan siendo importados; lo que significó que el 45% del café que se tomó en el país haya sido del exterior.

Hoy el café hace presencia en todas las Provincias de Santander y son 53,017 hectáreas en 75 municipios, siendo El Socorro y otros municipios cercanos quienes ostentan los primeros renglones de producción con características muy diferentes, con tecnificación del 99.90% mayores densidades, variedades resistentes a la roya, plantaciones renovadas cambiando su edad desde 12.87 años en el 2008 hasta 6.16 años en diciembre de 2021, con 78% bajo sombra de excelente manejo, convirtiéndose así en una de las caficulturas más jóvenes y productivas del país. Su producción tuvo un incremento superior al 100% en los últimos 10 años, llegando a la fecha a 695.000 sacos por año, ubicando a Santander en el sexto departamento en área y el séptimo en producción con un 5.51% a nivel nacional.

La actividad cafetera en Santander es adelantada por 32.929 familias cafeteras en 38.351 fincas y genera el equivalente a 42.000 empleos directos en las zonas rurales, aportando como ningún otro subsector razones de permanencia, arraigo y fortalecimiento del tejido social en más de 1.012 veredas del departamento. Las 53.017 hectáreas sembradas en café, representan el 23% de la producción agrícola departamental, convirtiéndola en una de las actividades que más superficie utiliza, mayor mano de obra genera, y el producto con mayor exportación del sector agropecuario en el departamento y el segundo después de petróleo y combustibles.

### **Discusión.**

Hace referencia a la evaluación e interpretación de las implicaciones de los resultados que arrojó el estudio. Se enfatiza en las consecuencias teóricas de los resultados y la validez de las conclusiones.

### **Calidad del Café de Santander**

En el año 2014 Santander recibió la primera Denominación de Origen Protegida, y esta fue para el Café de Santander, otorgada por La Superintendencia de Industria y Comercio. Este

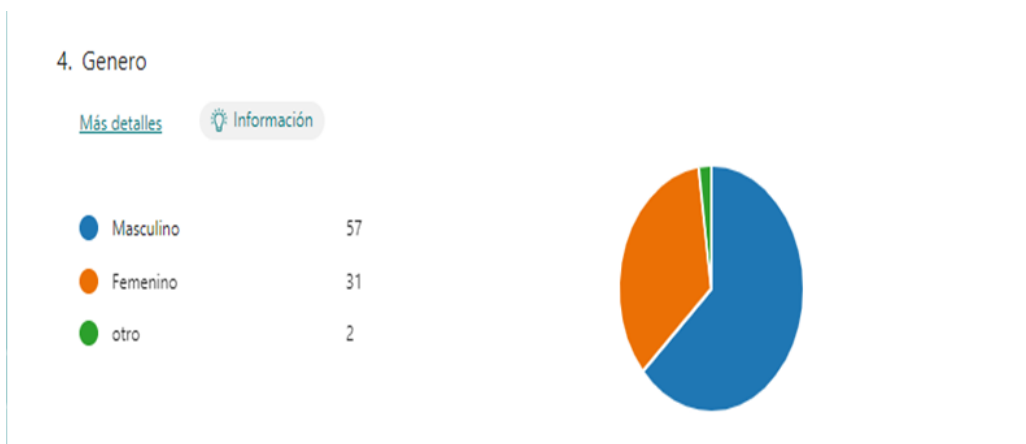
es un justo reconocimiento al crecimiento que el sector cafetero ha tenido en esta región el cual se convierte en un instrumento diferenciador, de propiedad colectiva de los cafeteros Santandereanos, que vincula el Origen del Café de Santander con sus atributos de calidad, expresadas en características únicas y representativas de la región como son el componente humano, cultural y de tradición, y como resultado de las buenas prácticas de cuidado del cultivo bajo sombra, recolección y beneficio.

Santander es reconocido por sus cafés especiales, siendo a la fecha donde más programas de certificación y verificación existen, logrando así que más de 28.000 hectáreas y más de 13.000 cafeteros tengan hoy esta condición que le permite abrir puertas a mercados y por tanto a mejores Precios.

**Desarrollo objetivo 2**

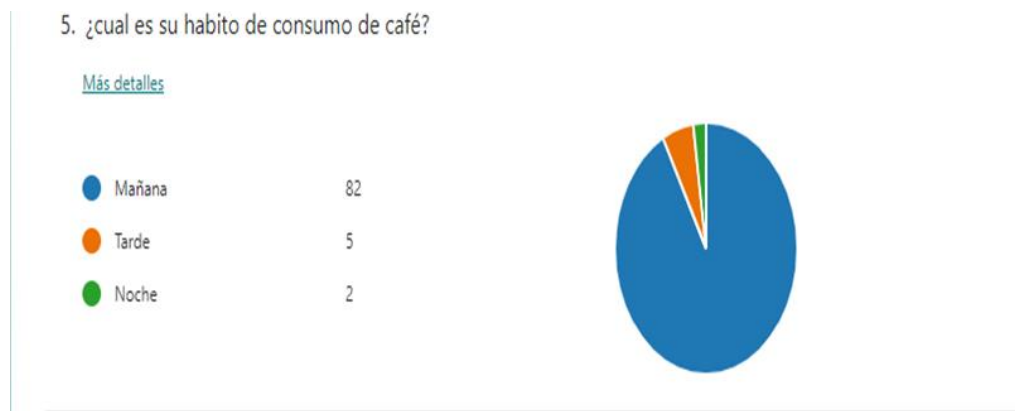
A continuación, se realiza el respectivo análisis de cada pregunta realizada en la encuesta con el fin de tener un diagnostico propicio sobre el tema a estudiar.

**Gráfica 1 Género**



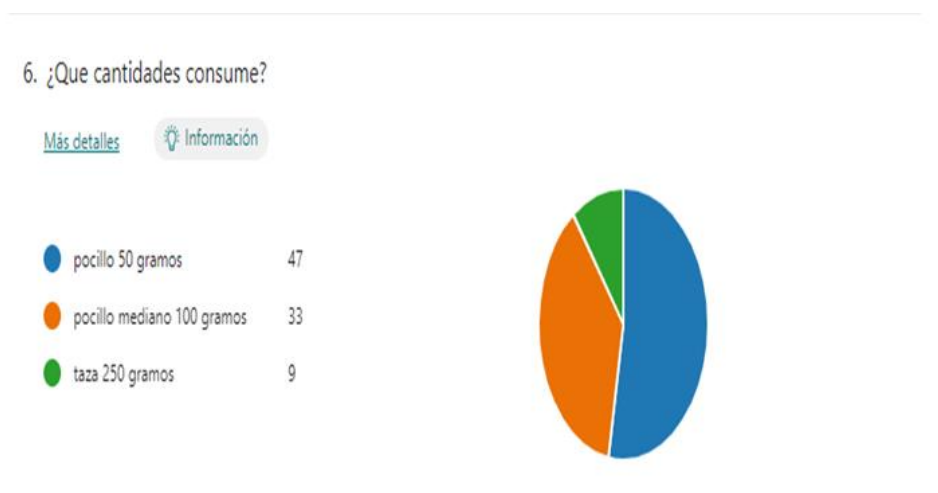
En la gráfica anterior porcentaje más alto es el de género masculino con un 63% y el femenino con el 34% por ciento mientras que la palabra otro tiene un porcentaje de 2%.

**Gráfica 2** ¿cuál es su habito de consumo de café?



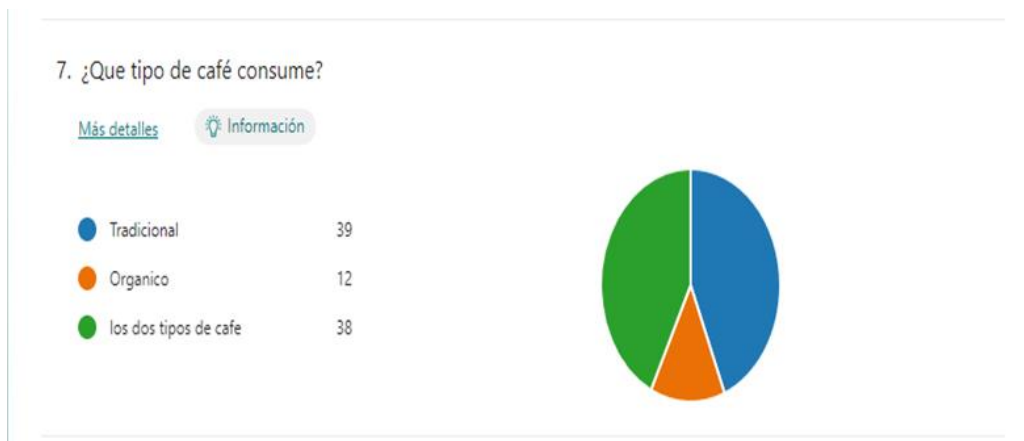
En la gráfica anterior el 92% por ciento del género masculino consume café en la mañana mientras que el género femenino el 6% consume café en la tarde y en la noche solo el 2% consume café.

**Gráfica 3** ¿Qué cantidades consume?



El 53% por ciento del género masculino consume pocillo de 50 gramos el 37% por ciento de género femenino consume pocillo mediano de 100gramos el 10% por ciento consume una taza de 250gramos.

**Gráfica 4** ¿Qué tipo de café consume?



El 44% del género masculino consume café tradicional el 13% por ciento del género femenino consume café orgánico mientras que los dos tipos de café tenemos un porcentaje del 43%.

**Gráfica 5** ¿Cada cuanto compra café?

8. ¿Cada cuanto compra café?

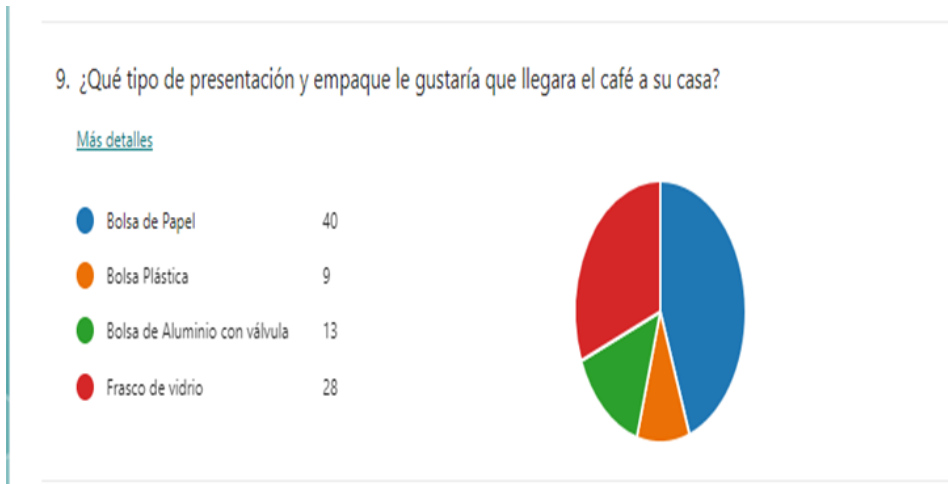
Más detalles Información

Frecuencia de Compra	Porcentaje
semanalmente	34
Quincenal	16
Cada 20 días	9
Mensualmente	31



En la gráfica se puede observar que el 34% compra café semanalmente, el 34% compra café mensualmente, quincenalmente el 16% y cada 20 días el 9%.

**Gráfica 6** ¿Qué tipo de presentación y empaque le gustaría que llegara el café a su casa?



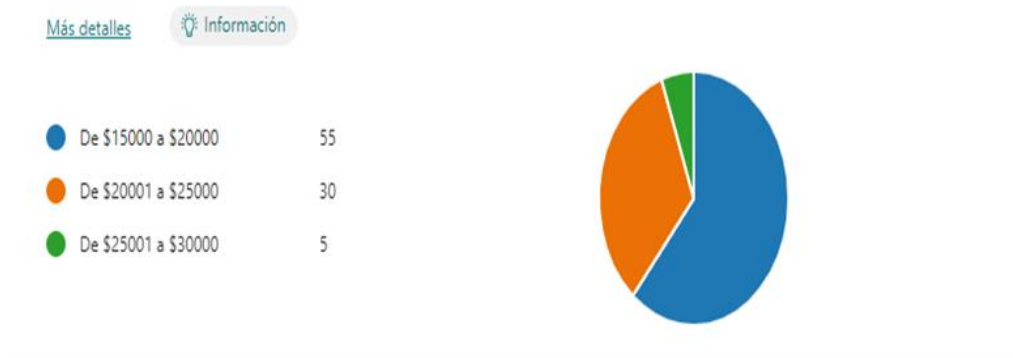
El 44% del género masculino prefiere bolsa de papel el 10% del género femenino prefiere bolsa plástica el 14% prefiere bolsa de aluminio con válvula mientras que el 31% por ciento prefiere frasco de vidrio.

**Gráfica 7** ¿Compraría usted café Santa María, elaborado con buenas prácticas agrícolas, de manufactura e higiene, que utiliza materias primas orgánicas?



El 87% por ciento del género masculino dijo que, si compraría café santa maría, el 2% por ciento del género femenino dijo que no compraría café santa maría, MIENTRAS EL 11% por ciento dijo que tal vez compraría café santa maría.

**Gráfica 8 De los siguientes rangos de precios ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por la presentación de libra de café Santa María?**



El 61% del género masculino dijo que estaría dispuesto a pagar por la presentación de libra de quince mil a veinte mil el 33% por ciento del género femenino estaría dispuesto a pagar por la presentación de libra de doscientos un mil a veinticinco mil el 6% por ciento estaría dispuesto a pagar por la presentación de libra de doscientos veinticinco mil unos a treinta mil.

**Gráfica 9 ¿Desearía recibir más información de café Santa María?**



El 89% por ciento del género masculino dijo que si desearía recibir información de café santa María mientras que el 11% por ciento del género femenino dijo que no desearía recibir información café santa maría.

### ***Desarrollo objetivo3***

Crear un plan de acción de la empresa para llegar a los posibles consumidores y convertirlos en clientes del consumo del café Santa María.

**Tabla 1** Estrategias de mercadeo para comercialización de café “santa maría”

<b>Ítems</b>	<b>estrategia</b>	<b>Recurso</b>	<b>tiempo</b>
<b>Servicio al cliente</b>	Realizar un diagnóstico de los gustos de café del cliente y ofrecer un producto acorde a sus necesidades y deseos.	Encuesta Tabulación y análisis de datos Computador TIC	30 días
<b>Posicionamiento</b>	Se ofrece un café de calidad con buena producción, maduración y secado y tostado a tiempo.	Finca Semillas Personal Maquinaria	20 días
<b>Cliente</b>	Generar confianza al cliente entre el valor del café y la calidad en su preparación y la adquisición.	Volantes Información por redes	10 días
<b>Competencia</b>	Teniendo en cuenta la gran variedad de marcas de café, ofrezco un producto altamente orgánico y con procesamiento manual.	Muestreo de presentaciones y degustaciones hechas con café Ofrecer productos a base de café	30 días
<b>Ubicación</b>	La finca santa maría se encuentra en el caso urbano del Municipio de	Revisión de ordenamiento territorial	30 días

Ítems	estrategia	Recurso	tiempo
	san José de Miranda		
<b>Comunicación</b>	Uso de publicidad radial, manejo de videos y volantes por medio del internet y los medios usados en las TIC.	Internet Computador Celular Volantes	30 días
<b>Financiamiento</b>	Buscar aliados que apoyen económicamente proyectos de este tipo.	Bancos Otras organizaciones	30 días

*Nota.* Crear un plan de acción de la empresa para llegar a los posibles consumidores y convertirlos en clientes del consumo del café Santa María

### 3. Conclusiones

El café es una bebida que se ha catalogado como indispensable en su consumo después de las comidas o cuando hace frío o como aperitivo o uso en postres, bebidas frías o complemento de ensaladas o tortas.

La mayoría de los encuestados toman café ya sea orgánico o tradicional por la consistencia de su sabor, aroma y textura que da al paladar en su preparación.

Por medio de la encuesta pude verificar que el café sin importar la marca es indispensable en la alimentación del ser humano y es un reconfortante y que cuando lleva un proceso natural de maduración transformación es más delicioso su sabor al paladar.

En definitiva, el consumo de café en Colombia ha estado creciendo sin embargo la producción ha disminuido la mayoría de lo que se produce se exporta por lo tanto se ha visto un incremento de las importaciones para suplir la demanda interna.

Por otra parte, las tablas de mercadeo son estudios de marketing que permiten buscar soluciones a posibles falencias y determinar una estrategia sostenible que permita mantener el mercado o el producto en el mercado sin tener pérdidas.

Cuando planeamos o proyectamos a futuro debemos estar al tanto de los cambios que puedan ocurrir en el clima, la economía, las alzas en impuestos o alguna enfermedad que afecte la producción, y si estamos preparados lograremos beneficiarnos de forma inmediata.

Por último, para que haya equilibrio en la economía a nivel municipal, o del país se debe concordar las producciones de los diversos productos ya que dependiendo de la existencia de capital todos los productos tendrán una salida al mercado favorable y todos salen beneficiados sin importar que clase de cultivo se esté generando.

#### **4. Recomendaciones**

Para que un café sea de buena calidad debe ser abonado de forma orgánica aplicando abonos basados en materia orgánica y micorrizas que ayudan a hidrogenar el suelo. Esto hace la formación de granos gruesos y resistente a las plagas.

Cuando algunos granos maduros caen al suelo antes de ser recogidos se deben recolectar y procesar porque estos ayudan a que las plagas se mantengan en el suelo y ataquen los cultivos.

### Referencias Bibliográficas

- BioTerra. (2018). *¿que significa Organico?* Obtenido de <http://bioterra.com.uy/2014/03/24/que-significa-organico/>
- Cafe & Aroma. (2021). Obtenido de <https://store.cafeyaroma.com/empacado-del-cafe/>
- Cafesabora. (2023). <https://cafesabora.com/es>. Obtenido de <https://www.google.com/url?sa=i&url=https%3A%2F%2Fcafesabora.com%2Fes%2F10-beneficios-del-caf%25C3%25A9-para-tu-salud-que-seguramente-desconoces&psig=AOvVaw2tLFsSOY-cw71OX6RN0XhH&ust=1694620512343000&source=images&cd=vfe&opi=89978449&ved=0CBEQjhqxqFwoTCNi4>
- Camcafeperu. (30 de Octubre de 2023). *El impacto del cafe en Peru*. Obtenido de Camcafeperu: <https://camcafeperu.com.pe/ES/>
- CASAFE. (2022). Obtenido de Buenas practicas agricolas: <https://www.casafe.org/buenas-practic-as-agricolas/>
- Colombia, F. N. (2021). *extracto de cafe*. Obtenido de <https://federaciondefeferos.org/wp/glosario/extracto-de-cafe/>
- Desarrolladores de cafe . (2021). Medellin Colombia : Tours, Experiencias.
- Economipedia. (2021). Obtenido de comercializacion : <https://economipedia.com/definiciones/comercializacion.html#producto>
- Federación Nacional de Cafeteros de Colombia. (2022). Obtenido de agricultura : <https://federaciondefeferos.org/wp/glosario/agricultura-comercializada/>
- Federacion nacional de cafeteros . (2023 ). Bogota. Colombia : paisaje natural cafetero .

- HOSTELVENDING.com. (2023). *HOSTELVENDING.com*. Obtenido de <https://www.hostelvending.com/noticias-vending/nueva-norma-iso-para-certificar-la-calidad-del-cafe-100-soluble>
- López, J. F. (2020). *Balanza Comercial*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/balanza-comercial.html>
- Montaño, V. M. (2016). Plan de mejoramiento para la comercialización de café.
- Montes, J. (2020). *Exportacion*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/exportacion.html>
- Perez, J., & Merino, M. (2017). *Aroma - Qué es, definición y concepto*. Obtenido de <https://definicion.de/aroma/>
- Real Academia Española*. (2022). Obtenido de <https://dle.rae.es/arvense>
- Real Academia Española*. (2023). Obtenido de cafeto: <https://dle.rae.es/cafeto>
- Rodriguez, J. (2021). *Hubspot*. Obtenido de <https://blog.hubspot.es/sales/que-es-un-cliente>
- Ucha, A. (2022). Obtenido de Demanda: [https://es.wikipedia.org/wiki/Demanda\\_\(econom%C3%ADa\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Demanda_(econom%C3%ADa))
- vanguardia. (2023). *vanguardia.com*. Obtenido de [vanguardi.com: https://www.vanguardia.com/economia/nacional/el-consumo-de-cafe-en-colombia-se-duplicara-en-los-proximos-cinco-anos-federacion-nacional-de-cafeteros-AH7810222](https://www.vanguardia.com/economia/nacional/el-consumo-de-cafe-en-colombia-se-duplicara-en-los-proximos-cinco-anos-federacion-nacional-de-cafeteros-AH7810222)
- Wordreference. (2021). Obtenido de <https://www.wordreference.com/definicion/dulzura>