



**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA EXPORTACIÓN DE CAFÉ TOSTADO A
OTTAWA- ONTARIO CANADÁ POR PARTE DE LA ASOCIACIÓN DE MUJERES
CAFETERAS DEL OCCIDENTE DEL HUILA “LAS ROSAS COFFEE” DEL MUNICIPIO
DE LA PLATA HUILA**

Martínez Ramírez Daniela

Código: 20701723177

Fierro Betancourt José Gerardo

Código: 20701914025

Universidad Antonio Nariño

Programa de Comercio Internacional

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

Neiva-Huila, Colombia

2023

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA EXPORTACIÓN DE CAFÉ TOSTADO A
OTTAWA- ONTARIO CANADÁ POR PARTE DE LA ASOCIACIÓN DE MUJERES
CAFETERAS DEL OCCIDENTE DEL HUILA “LAS ROSAS COFFEE” DEL MUNICIPIO
DE LA PLATA HUILA**

Martínez Ramírez Daniela

Fierro Betancourt José Gerardo

Proyecto de grado presentado como requisito parcial para optar al título de:
Profesional en Comercio Internacional

Director (a):
Natali Aguirre Perafan
Alexander Pastrana Monje

Línea de Investigación:
Economía Internacional

Universidad Antonio Nariño

Programa de Comercio Internacional

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

Neiva-Huila, Colombia

2023

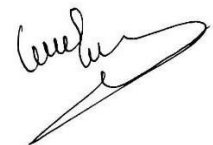
NOTA DE ACEPTACIÓN

El trabajo de grado titulado Estudio de factibilidad para
la exportación de café tostado a Ottawa-Ontario
Canadá desde el Municipio de la Plata-Huila,
Asociación de mujeres cafeteras del occidente del
Huila.

Cumple con los requisitos para optar
Al título de profesional en Comercio Internacional.



Firma del Tutor



Firma del Tutor



Firma Jurado

Neiva, Huila 31 de Mayo del 2023

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	15
1. ESTUDIOS PRELIMINARES.....	18
1.1 Planteamiento del problema	18
1.2 Objetivos del proyecto	21
1.2.1 Objetivo General.....	21
1.2.2 Objetivos Específicos	21
1.3 Alcance.....	21
1.4 Justificación.....	22
2. METODOLOGÍA.....	27
2.1 Fuentes de información primarias	27
2.2 Población muestra	27
2.3 Técnicas e instrumentos para recolectar la información	27
2.4 Técnicas e instrumentos para analizar la información.	29
2.5 Fuentes de información secundarias.....	30
2.6 Definición y justificación del tipo de estudio.....	31
*DESARROLLO DEL PROYECTO.....	33
3. ESTUDIO DE MERCADO.....	33
3.1 Análisis de los antecedentes	33
3.1.1 Producto.....	34
3.1.2 Características del consumidor.....	38
3.1.3 Análisis de la demanda	40
3.1.4 Análisis de la oferta	46
3.1.5 Análisis de precios.....	49
3.1.6 Sistema de comercialización.....	52
3.2 Proyección de mercado	53
3.2.1 Proyección de la demanda	53
3.2.2 Proyección de la oferta	56
3.2.3 Proyección de la Oferta del producto (exportación).....	58
3.2.4 Proyección de precios.....	58
3.2.5 Sistema de comercialización a utilizar	60
4. ESTUDIO TÉCNICO.....	63
4.1 Tamaño: mercado, localización y financiamiento.....	63
4.2 Localización: macro localización y micro localización tanto del país de origen como del país de destino	65

4.3	Ingeniería del proyecto (Logística): Proceso de Importación o exportación del bien o servicio, Proceso de Producción, Distribución de la planta y/o bodega.....	79
4.4	Cálculo de inversiones: capital de trabajo, inversión fija, gastos operativos	83
5.	ESTUDIO ADMINISTRATIVO.....	85
5.1	Impacto empresarial generado con el proyecto	85
5.2	Estructura Organizacional	87
5.3	Planeación Estratégica.....	88
6.	ESTUDIO LEGAL	96
6.1	Tipo de empresa	96
6.2	Requisitos legales (minuta) de constitución o reestructuración de empresa	96
6.3	Normatividad aplicable para el producto en el país de origen (Colombia).....	97
7.	ESTUDIO FINANCIERO	104
7.1	Inversiones y fuentes de financiamiento	104
7.2	Presupuesto de ingresos, costos y gastos.....	105
7.3	Determinación de los costos unitarios de exportación	106
7.4	Estado de resultado del proyecto.....	107
7.5	Flujo de caja del proyecto y flujo de caja del inversionista	108
7.6	Análisis del punto de equilibrio.....	109
8.	EVALUACIÓN FINANCIERA	110
8.1	VPN-TIR-PRI.....	110
8.2	La razón ingreso a la inversión.....	111
8.3	Relación costo – Beneficio.....	112
8.4	Análisis de sensibilidad.....	113
8.5	Análisis de riesgo	114
	IMPACTO SOCIALES Y AMBIENTAL.....	115
	CONCLUSIONES.....	117
	BIBLIOGRAFÍA.....	120
	ANEXOS.....	123

LISTA DE ILUSTRACIONES

	Pág.
Ilustración 1 Partida arancelaria del café tostado y molido.....	35
Ilustración 2 Planta de café y cerezo o fruto producido por la Asociación Las Rosas Coffee.....	36
Ilustración 3 Presentación de café de la asociación las Rosas Coffee en 500 gr tostado y molido.	37
Ilustración 4 Gráfico de importaciones mundiales de café tostado sin descafeinar/ cantidades importadas en toneladas	42
Ilustración 5 Gráfico de tasa de crecimiento de importaciones en el mundo	43
Ilustración 6 Principales exportaciones de café.....	48
Ilustración 7 Sistema de comercialización	53
Ilustración 8 Cadena de almacenes metro Canadá	61
Ilustración 9 Bandera de la nación canadiense.....	65
Ilustración 10 Mapa de Canadá -Macro localización	66
Ilustración 11 Ciudadanos Canadienses en actividades públicas	67
Ilustración 12 Acceso Marítimo	70
Ilustración 13 Bandera de Ontario Canadá.....	72
Ilustración 14 Mapa de Ontario - Canadá	73
Ilustración 15 Panorámica de la ciudad de Ottawa	74
Ilustración 16 Mapa de Colombia	75
Ilustración 17 Mapa municipio de La Plata-Huila	79
Ilustración 18 Distribución de la Bodega	82
Ilustración 19 Organigrama asociación Las Rosas Coffee.....	88

LISTA DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1 Metodologías para el desarrollo de cada objetivo de estudio	32
Tabla 2 Principales importadores mundiales de café tostado sin descafeinar/ cantidades importadas en toneladas.....	41
Tabla 3 Cantidad de café importado por Canadá en toneladas (2015- 2022) Importaciones Canadienses de café tostado sin descafeinar en cantidades en toneladas	44
Tabla 4 Países con mayor nivel de oferta exportadora de café tostado en el panorama mundial (periodo 2015 -2022)	47
Tabla 5 Comparativo de precios de cafés en el mercado canadiense	50
Tabla 6 Calculo margen de distribución	52
Tabla 7 Histórico de la demanda del café tostado sin descafeinar en Canadá (importaciones)	54
Tabla 8 Proyección de la demanda del café tostado sin descafeinar en Canadá.....	55
Tabla 9 Histórico de las Exportaciones desde Colombia hacia Canadá del producto de café tostado sin descafeinar	56
Tabla 10 Proyección de la oferta de café de Colombia.....	57
Tabla 11 Proyección de la oferta exportable del producto producido por la Asociación Las Rosas Coffee	58
Tabla 12 Histórico de precios de café por la asociación de mujeres Huilenses Las Rosas Coffee.....	59
Tabla 13 Proyección de precios de café tostado sin descafeinar producido por la asociación las rosas coffee	60
Tabla 14 Precio unitario de Las Rosas Coffee vs precio de venta de distribuidores mayoristas	62
Tabla 15 Desempeño logístico Canadá.....	68
Tabla 16 Puertos de Origen y Puertos de Destino Marítimos.....	69
Tabla 17 Conexiones de Aerolíneas prestadoras de servicio a Canadá	71
Tabla 18 Desempeño logístico de Colombia	76
Tabla 19 Inversión fija de la empresa las Rosas Coffee	83
Tabla 20 Gastos operativos de la asociación.....	84
Tabla 21 Matriz de evaluación DOFA las Rosas Coffee	90
Tabla 22 Inversiones y fuentes de financiamiento	104
Tabla 23 Presupuesto de ingreso, costos y gastos.....	105
Tabla 24 Determinación de los costos unitarios de exportación.....	106
Tabla 25 Estados de resultado del proyecto.....	107
Tabla 26 Flujo de caja del proyecto y flujo de caja del inversionista.....	108
Tabla 27 Análisis del punto de equilibrio	109

Tabla 28 VPN-TIR-PRI	110
Tabla 29 La razón ingreso a la inversión	111
Tabla 30 Relación costo- Beneficio	112
Tabla 31 Análisis de sensibilidad.....	113
Tabla 32 Análisis de riesgo	114

(Dedicatoria)

Daniela Martínez Ramírez dedica este trabajo a: En primer lugar a Dios, por darnos la sabiduría y el entendimiento para desarrollar con éxito la presente investigación. A mis padres Carolina Ramírez y Wilson Martínez y a mi tía, Amparo Martínez por su apoyo y amor incondicional durante este largo proceso.

José Gerardo Fierro Betancourt dedica este trabajo a: Dedico este trabajo principalmente a Dios por guiarme y permitirme cumplir mi sueño.

A mis padres Jose Fierro y Sandra Betancourt por brindarme su gran apoyo y su amor incondicional, gracias por enseñarme a valorar todo el esfuerzo, la dedicación y a ser perseverante para lograr mis objetivos.

Agradecimientos

Expresamos nuestra más sincera gratitud a la Universidad Antonio Nariño sede Neiva Huila, a la facultad de ciencias económicas y administrativas y de manera específica al programa de Comercio Internacional, a cada docente que integra el programa de comercio internacional. Agradecemos toda la colaboración prestada a nuestros asesores de tesis: a los docentes: Natali Aguirre Perafan y Alexander Pastrana Monje.

Agradecemos a nuestras familias por su cooperación, sin su ayuda y compromiso nada de esto hubiera sido posible y por ser los principales mecenas de nuestras metas. Por último y no menos importante, queremos agradecer a la asociación de mujeres cafeteras, Las Rosas Coffee por mostrarnos sus procesos de producción y proporcionarnos información indispensable para el desarrollo de la presente investigación.

Resumen

Colombia, y de manera particular el departamento del Huila, son unos de los productores de café más importantes del mundo, en términos de cantidad y de calidad superior del producto, pese a la crisis post pandemia actual que ha afectado dramáticamente, no sólo su propia situación regional, sino también la de todos los mercados internacionales.

Como respuesta a esta situación problemática, se precisa que esta investigación tiene como objetivo general, realizar un estudio de pre factibilidad para indagar las posibilidades de exportación de café tostado, producido por la asociación de mujeres cafeteras “Las Rosas Coffee”, desde el municipio de la Plata - Huila, con destino a la ciudad de Ottawa -Ontario, Canadá.

Esta investigación se planteó como un estudio de factibilidad de exportación cafetera, y para ello se implementó una metodología de tipo cualitativa de corte descriptivo, haciendo uso de técnicas y herramientas de recolección y análisis de la información tales como, la entrevista abierta semiestructurada, la observación directa, la revisión documental y la matriz de evaluación DOFA, articulando el análisis de las bases de datos de la Asociación “Las Rosas Coffee” así como otras fuentes de información pertinentes al eje de estudio. Los resultados de este trabajo de investigación evidenciaron que la asociación mencionada está en la capacidad técnica, económica, logística y legal de establecer una ruta de exportación de sus productos, con destino a la nación canadiense. Adicionalmente se concluye que debido a que en varios municipios del eje cafetero huilense, el café es uno de los cultivos comerciales más esenciales, siendo columna vertebral de la economía local huilense, la asociación contribuye significativamente a la generación de empleo provocando un impacto significativo en los ingresos de la región.

Palabras claves: Estudio de factibilidad, exportación, café, mujeres productoras, asociación, evaluación DOFA.

Abstract

Colombia, and in particular the department of Huila, are one of the most important coffee producers in the world, in terms of quantity and superior quality of the product, despite the current post-pandemic crisis that has dramatically affected not only its own regional situation, but also that of all international markets. In response to this problematic situation, it is specified that this research has the general objective of carrying out a pre-feasibility study to investigate the possibilities of exporting roasted coffee, produced by the association of women coffee growers "Las Rosas Coffee", from the municipality of La Silver - Huila, bound for the city of Ottawa -Ontario, Canada.

This research was proposed as a coffee export feasibility study, and for this, a descriptive qualitative methodology was implemented, making use of information gathering and analysis techniques and tools such as the semi-structured open interview, observation direct, the documentary review and the SWOT evaluation matrix, articulating the analysis of the databases of the Association "Las Rosas Coffee" as well as other sources of information relevant to the axis of study. The results of this research work showed that the aforementioned association has the technical, economic, logistical and legal capacity to establish an export route for its products, destined for the Canadian nation. Additionally, it is concluded that because in several municipalities of the Huila coffee region, coffee is one of the most essential commercial crops, being the backbone of the local Huila economy, the association contributes significantly to the generation of employment, causing a significant impact on the income from the region.

Keywords: Feasibility study, export, coffee, women producers, association, SWOT evaluation.

INTRODUCCIÓN

“Las exportaciones tienen la particular capacidad de unir naciones diferentes y distantes en un beneficio recíproco de crecimiento económico”. (Rajoy, 2014)

Como es bien sabido, el café ha jugado un papel indispensable en la dinámica económica del país, ahora posicionándose como el segundo principal exportador de este producto a nivel mundial. La región andina de Colombia, ha dado lugar reiteradamente a los mejores cafés especiales del mundo, pero sin duda alguna, es el departamento de Huila, gracias a su particular ubicación geográfica y altura entre las cordilleras central y oriental, con la mayor parte de la región situada en el Valle del río Magdalena, la que ha permitido obtener en repetidas ocasiones el reconocido premio nacional de “La Taza de excelencia” el cual premia la mejor producción cafetera de tipo exportación; pese a todo lo anterior, no se ha logrado tener resultados más visibles, rentables y significativos en este campo de trabajo por múltiples factores, entre ellos, la falta de liderazgo, de iniciativa y de apoyo estatal, así como también la falta de conocimiento y capacitación serio y continuado en este tópico de interés, lo que ha impedido que el departamento huilense se pueda proyectar a mayores retos económicos y mercantiles, como es el caso de la exportación cafetera a países de primer mundo.

Sobre ese panorama, se tiene que la iniciativa de la Asociación Las Rosas Coffee, establecida en el municipio de La Plata, al sur occidente del Huila, actualmente es reconocida como una empresa sólida, con más de una década de presencia en el mercado local, regional y nacional, hallándose está configurada por un grupo de más de 257 mujeres empoderadas, encargadas de todo el proceso, el cual va desde la preparación de las tierras, transitando por la cosecha y el procesamiento industrial del producto, hasta llegar a su fase de comercialización en las diferentes esferas de su alcance comercial.

Ahora bien, las directivas de esta asociación han decidido participar de una apuesta comercial más ambiciosa orientándose a los proceso comerciales de exportación, posicionando con ello al café del Huila a nivel mundial y aprovechando las ventajas comparativas y las oportunidades de mercados ampliados a través de acuerdos preferenciales, generando con ello mayor nivel de rentabilidad, oportunidades de trabajo y mejor calidad de vida para las personas y trabajadores que se involucran en este proceso. Sobre este escenario se reitera que Colombia es uno de los productores de café más importantes del mundo. Sin embargo, la crisis actual y el efecto post pandemia del Covid 19 ha afectado no sólo su propia situación, sino también la de los mercados mundiales de café, siendo así como el Banco Mundial ha emprendido diversos estudios y gestiones en respuesta a la preocupación de las naciones y a la suya propia, expresada al más alto nivel, todo ello con el fin de promover, impulsar y sostener los procesos de producción y comercialización de este producto en todo el escenario global.

Es por ello que este trabajo de investigación aborda y describe brevemente la situación mundial cafetera en comento, estableciendo el contexto con una sinopsis de la historia cafetera de Colombia y su singular "caficultura". Donde se estima el impacto de la situación cafetera actual en términos económicos y sociales, abordando un tema relevante como lo es su proceso de producción y comercialización internacional, además de evaluar la cadena de comercialización, considerando algunas de las opciones competitivas que están disponibles. El presente estudio también toma en consideración los estándares económicos y comerciales nacionales e internacionales, revisando las instituciones pertinentes y la normatividad protocolaria relevante a nivel local, regional y nacional, describiendo sus roles y discutiendo temas relevantes para su futuro. De igual manera, dentro de esta investigación se hace un análisis de las opciones de gestión que están disponibles actualmente en materia de exportación cafetera.

En este orden de ideas, se pretende efectuar un estudio de factibilidad para la exportación de café tostado producido por la asociación de mujeres cafeteras del occidente del Huila Las Rosas Coffee, con destino a Ottawa - Ontario, Canadá, desde el municipio de La Plata Huila, Colombia, para lo cual se realizó un estudio de mercado, teniendo como punto de análisis los canales de distribución, marketing y un análisis de costos pormenorizados con el fin de establecer los niveles de rentabilidad para la comercialización del café tostado producido por la asociación. Así mismo, esta investigación evaluó y finalmente escogió el medio de transporte más eficiente y efectivo para llevar a cabo el proceso de exportación con destino a Ottawa, desde el municipio de La Plata, determinando la viabilidad financiera y la rentabilidad del proceso de exportación de la Asociación.

Adicionalmente el estudio discute algunas de las opciones para que el sector logre generar más valor productivo. Revisando algunos de los fundamentos y los parámetros requeridos para cualquier diversificación exitosa, reflexionando sobre los desafíos inherentes que presentan los esfuerzos de diversificación y de exportación. En este sentido, el estudio evidencia detalladamente la dinámica de cultivo, producción y exportación de café producido por la Asociación de mujeres cafeteras del occidente del Huila “Las Rosas Coffee.

1. ESTUDIOS PRELIMINARES

En el presente capítulo se exponen, de manera detallada los elementos que constituyen el horizonte investigativo de la presente investigación, estando dentro de ellos: el planteamiento del problema, los objetivos generales y específicos, el alcance y la justificación, los cuales serán precisados a continuación.

1.1 Planteamiento del problema

La importancia del café, especialmente entre la población rural como es el caso del departamento del Huila, ha hecho que la actual crisis de precios sumada al fenómeno de la recesión económica post pandemia del Covid 19, sea particularmente difícil de sobrellevar para algunos de los segmentos más pobres de la sociedad Colombiana, los cuales dependen de este sector del mercado. Actualmente existe una clara preocupación de que una crisis prolongada pueda desestabilizar gravemente varias zonas rurales (municipios, veredas, corregimientos y centros poblados colombianos y Huilenses) (Cerquera, 2020).

Sumado a lo anterior, se agrega que es bien conocido que desde mediados del año 2017, los precios mundiales del café han disminuido en términos reales, generando estancamiento económico y como es obvio falta de crecimiento y de alcance de nuevos públicos consumidores del reconocido producto (Cerquera, 2020).

(Carcamo, Barrios, 2020) Indica que aunque los precios han disminuido, existen centenas de familias Colombianas, que se dedican casi por completo a la producción de café, ya que esto significa la consecución de un sustento económico diario, que aunque sí es escaso, por lo menos posibilita alcanzar el nivel de supervivencia en la sociedad colombiana; es decir que la producción de café genera ingresos, que pese a que en la actualidad no son los más altos

comparados con las décadas pasadas, sí provee para suplir los mínimos básicos de las necesidades de las familias rurales colombianas que se dedican a esta labor.

Ahora bien, estos mínimos históricos no se limitan al mercado del café. Al igual que este, muchos productos básicos del agro han experimentado mínimos dramáticos en los últimos años, en donde de manera particular la volatilidad del precio del café se ha cuadruplicado en la última década. Se debe precisar que los precios bajos y la volatilidad económica de este sector afectan más severamente a los segmentos más pobres de la sociedad, los cuales dependen de este mercado para subsistir.

En Colombia, la incapacidad o el fracaso de la población productora de café, para mejorar los procesos de producción y comercialización ha sido evidentes, así como la incapacidad de obtener ganancias razonables y de reinvertir en sus propias fincas, conduciendo con ello a diversos problemas, tales como la migración rural, las condiciones de pobreza generalizada, la falta de acceso a procesos de educación y de tecnificación, la atención médica reducida y el uso insostenible de los recursos naturales con sus correspondientes problemas ambientales.

Sobre esto, se afirma que la mejor manera de manejar las consecuencias negativas de los mercados de café volátiles, es generando procesos nuevos de apertura comerciales a través de procesos de exportación los cuales no solo permitan la comercialización de los más de 11 millones de sacos de café colombiano que se producen al año, sino que además se consiga con ello un mejor precio, generando a su vez el sosiego económico que la sociedad cafetera huilense y colombiana tanto necesita (Cerquera, 2020). Sobre este complejo escenario productivo y comercial en comento, se tiene que en el municipio de La Plata del departamento del Huila, existe una asociación de mujeres cafeteras, registrada legalmente bajo el nombre comercial de

Las Rosas Coffee, esta empresa cuenta con más de diez años de experiencia en el terreno productivo, logrando un total de 256 mujeres involucradas en los procesos productivos y comerciales de la asociación; sin embargo, pese al reconocimiento, la trayectoria, y el posicionamiento que han logrado conseguir en el mercado.

A la fecha se conoce que los resultados conseguidos no son los más ostentosos, motivo por el cual ha surgido la inquietud y la necesidad de buscar nuevas ofertas comerciales, que paguen a mejor precio el café de primera calidad de tipo exportación producido en el departamento del Huila por esta asociación. También es importante agregar que uno de los motivos por los que la asociación está buscando nuevos espacios comerciales, tiene que ver con los efectos dejados por la pandemia del Covid-19 la cual generó una evidente disminución en la producción y venta del producto en el plano nacional y local, lo que en consecuencia, y como ya se dijo logró afectar a centenares de familias en el departamento, acentuando el panorama de pobreza y necesidad económica.

En ese orden de ideas y ante la necesidad de mejorar las ventas, y la entrada de ingresos económicos de la asociación, se ha optado por efectuar un estudio de factibilidad que analice las posibilidades de exportación de café con destino a la ciudad de Ontario- Ottawa, Canadá, desde el municipio de La Plata- Huila, Colombia.

Formulación del problema

Una vez expuesto el ecosistema socioeconómico actual, se procede a plantearse la pregunta de investigación del presente estudio la cual es:

¿Cuál es la factibilidad de exportación de café tostado producido por la asociación de mujeres cafeteras del occidente del Huila Las Rosas Coffee, con destino a Ottawa -Ontario, Canadá, desde el municipio de La Plata - Huila, Colombia?

1.2 Objetivos del proyecto

1.2.1 Objetivo General

Realizar un estudio de factibilidad para la exportación de café tostado producido por la asociación de mujeres cafeteras del occidente del Huila Las Rosas Coffee, con destino a Ottawa - Ontario, Canadá, desde el municipio de La Plata Huila, Colombia.

1.2.2 Objetivos Específicos

-Efectuar un estudio de mercado para la exportación de café tostado de la asociación de mujeres cafeteras del occidente del Huila “Las Rosas Coffee”.

-Realizar un estudio técnico teniendo en cuenta el tamaño, localización del mercado destino, proceso logístico de la exportación y cálculo de inversiones requerido para el proceso de exportación de café tostado, a cargo de la asociación de mujeres cafeteras del occidente del Huila “Las Rosas Coffee”.

-Realizar el estudio legal y administrativo del proceso de exportación de café tostado de la asociación de mujeres cafeteras “Las Rosas Coffee”.

-Evaluar la viabilidad financiera del proceso de exportación de café tostado de la Asociación Las “Rosas Coffee” del occidente del Huila, con destino a Ottawa - Ontario, Canadá.

-Determinar el impacto social y ambiental del proceso de exportación de café tostado de la asociación de mujeres cafeteras del occidente del Huila “Las Rosas Coffee”.

1.3 Alcance

Esta investigación tiene por propósito propiciar mecanismos que desde la academia permitan realizar procesos de exportación desde Colombia al país de Canadá, señalando

que para el caso de este estudio, se alude a un proceso de exportación del producto de café tostado generado en el sur occidente del Huila, producido por una asociación de mujeres cafeteras denominada Las Rosas Coffee, la cual se proyecta dentro de su periferia de alcance, una dinámica de exportación cuyo escenario de comercialización final es la cadena internacional de almacenes y supermercados minoristas Metro, con presencia en la ciudad de Ottawa -Ontario, Canadá. Adicionalmente, se espera que este estudio facilite identificar aquella información necesaria concerniente a temas obligatorios, tales como los medios de transporte para exportación de productos, mercados, costos, precios, dinámicas de negociación, dinámicas de posicionamiento del producto cafetero en el mercado foráneo, normatividad para el ingreso del producto etcétera, entendiendo que el conocimiento de esto es crucial para generar procesos de exportación a cualquier país.

También se espera que este estudio se convierta en un referente significativo para otras investigaciones académicas locales, regionales y nacionales, lo cual como es de esperarse puede potencializar el desarrollo del saber académico, así como el fomento de la empresa local, regional y nacional.

1.4 Justificación

El café Colombiano es sin lugar a duda uno de los mejores y más valorados del mundo, destacándose por sus características únicas, permitiendo que hoy por hoy Colombia ocupe el segundo puesto en el Ranking de exportación a nivel mundial (según las estadísticas de Trade Map). El café nacional se destaca dentro de todo el mercado internacional por tener atributos que mezclan la acidez, la suavidad, el cuerpo aromático y la consistencia, siendo así como existen variados cafés producidos por el país, con toques de sabor acaramelado, otros de carácter fuerte

y otros más concentrados. Su aroma y sabor han logrado cautivar el paladar del consumidor a nivel mundial durante décadas, haciendo de Colombia un referente de exquisitez en este sector, al lado de países productores y exportadores muy avanzados como Vietnam y Brasil (De, Muner, 2019).

En lo que tiene que ver con el contexto regional, se conoce que el café del Huila se produce en el sur de la Región Andina por comunidades campesinas en 35 municipios, los cuales albergan más de 83.000 familias, responsables del cultivo de 144.895 hectáreas de café en las variedades de: Castillo, Colombia, Caturra, Típica, Borbón, y Tabí (Federación nacional de cafeteros, 2020).

Ahora bien, resulta oportuno agregar que desde el 16 de abril de 2013, el café huilense cuenta con la calificación de excelencia de: ‘Denominación de Origen’, la cual define al café de la región como un producto de extrema excelencia, balance, caracterizado por poseer notas dulces, acidez y cuerpo medio/alto, además de una fragancia y un aroma intenso, con sensaciones frutales y acarameladas (Federación nacional de cafeteros, 2020)

(Jiménez y Tabares, 2018) Manifiestan que “en la actualidad el café colombiano a nivel internacional tiene una gran demanda y un alto nivel de aceptación, por ser un producto orgánico muy conocido y de alta calidad.” Pese a ello, aún no se ha potencializado en su totalidad, como resultado de la ausencia de estrategias mercantiles mejor definidas.

Paralelamente, es oportuno señalar que es un hecho real la alta frecuencia con que las empresas nacionales no llegan a superar su quinto año de funcionamiento, en gran parte debido a la ausencia de estrategias que posibiliten o articulen una línea de crecimiento y exportación clara y significativa, tal como se evidencia en el caso de la Asociación de mujeres cafeteras del occidente del Huila.

Esta investigación, es importante porque contribuye al desarrollo académico, económico y empresarial de la región, a la gestión de la apuesta productiva y en particular al crecimiento de una de las asociaciones más importantes del departamento, la cual es reconocida por ser el único grupo de mujeres cafeteras con modelo de asociatividad a nivel nacional; resaltando el potencial con el que cuenta Las Rosas Coffee para la exportación de café de manera directa.

De igual manera, la relevancia de este trabajo de investigación radica en la posibilidad de desarrollar nuevo conocimiento, teorías actualizadas e información vigente relacionada con el campo del sector de exportación cafetera, lo cual puede servir de base para el desarrollo de futuras investigaciones.

En el caso de la asociación en mención (y de manera específica respecto a su origen), se señala que esta lleva funcionando por un periodo de quince años (2008- 2023). Las Rosas Coffee, siempre ha laborado en el panorama departamental, y ha evidenciado temporadas de escasez y de bonanza económica, frente a ello también ha tenido periodos de carestía, viéndose incluso amenazada con el cierre de sus funciones e instalaciones, debido a que en algunas ocasiones de su devenir histórico, sus procesos comerciales han sido irregulares, se han presentado crisis climáticas que han amenazado la producción cafetera, han habido paros económicos con cierre de carreteras que impiden la comercialización, el precio del café ha declinado ocasionalmente por debajo de sus costos de producción, la competencia de precios de venta del producto se ha aseverado o se han evidenciado bajas en el consumo del producto a nivel nacional. La asociación requiere con urgencia de nuevas estrategias comerciales que posibiliten su expansión comercial nacional e internacional, políticas claras para mejorar sus prácticas comerciales, logrando con ello renovar su imagen e impacto en la clientela, no solo en el contexto local, sino también en el ecosistema comercial internacional. En este orden de ideas,

el presente estudio genera un método claro y efectivo para identificar el nivel de factibilidad del potencial exportador de café, con destino a Ottawa - Ontario, Canadá, desde el municipio de La Plata - Huila, Colombia. Ofertando un total de 2.000 libras de café tostado y molido, en dos exportaciones al año, 1.000 libras cada semestre. Se establece esta cantidad, ya que lo que se pretende es explorar un nuevo mercado e ir posicionando el producto en dicho mercado a que se a incursionar.

La investigación que se propone es necesaria por cuanto sugiere estrategias de solución y gestión comercial a uno de los productos más apetecidos de la geografía mundial; siendo el café un producto distintivo de la nación colombiana, a lo que se suma que este ha sido concebido como una importante forma de estructura social, de patrimonio cultural, institucional y político, generando beneficios tales como el crecimiento económico del país y la integridad nacional; ya que en general todo el proceso de cultivo, tratamiento artesanal, industrialización y comercialización, aporta significativamente a las familias colombianas, siendo a través de este sector comercial y productivo que una enorme cantidad de familias colombianas logran obtener ingresos económicos para poder subsistir.

Generalmente, se desconoce que detrás de una libra de café listo para su consumo, existen centenas de trabajadores campesinos, los cuales han hecho lo posible para efectuar su consolidación. El café en comparación con otros productos nacionales es un símbolo de músculo financiero, fluidez económica, mano de obra rural y desarrollo nacional (Federación nacional de cafeteros, 2020). Sobre esa línea, se sabe que el café, es un producto ganador, atractivo, conocido, internacionalmente, teniendo muchas cualidades y opciones de exportación y comercialización, siendo estos motivos por los cuales en esta investigación se propone su exportación a la nación canadiense.

La pertinencia de esta investigación se encuentra instituida en que la asociación, a la fecha no ha generado procesos significativos en el área de mercadeo internacional; además, el presente estudio ha determinado al sector cafetero como un área fértil, disponible para recibir toda clase de mejoras, las cuales podrían generar un negocio más estable.

Este proyecto es importante porque contribuye a fortalecer una de las líneas de investigación de La Universidad Antonio Nariño del programa de comercio internacional, como lo es la línea de economía internacional.

2. METODOLOGÍA

En el presente capítulo se exponen todos los elementos que configuran el diseño metodológico del presente estudio, estando dentro de ellos las fuentes de información primaria y secundaria, la población, la muestra de análisis y las técnicas e instrumentos de análisis de la información.

2.1 Fuentes de información primarias

Para el caso del presente estudio, se hizo uso de la entrevista abierta semiestructurada, buscando hallar información pertinente al proceso de exportación a cargo de la asociación de mujeres cafeteras del occidente del Huila “Las Rosas Coffee”. En ese proceso de entrevistas, se realizó un acercamiento solamente al personal administrativo y directivo de la organización.

2.2 Población muestra

Para este trabajo de investigación la población objeto de estudio, corresponde a todas las 256 productoras asociadas a las rosas Coffee, mientras que la muestra corresponde de manera exclusiva a un grupo de 7 mujeres entre directivas y productoras pertenecientes a esta asociación las cuales como criterio de inclusión deben tener un periodo de permanencia igual o superior a 5 años, teniendo en cuenta que ellas como directivas de la asociación, llevan sus propias estadísticas y tienen el conocimiento de lo que sucede en la misma.

2.3 Técnicas e instrumentos para recolectar la información

A continuación, se presentan las técnicas e instrumentos de recolección seleccionados para el desarrollo del presente estudio.

Revisión documental

En armonía con lo expuesto por (Valencia, 2021) respecto a la revisión documental, en el presente trabajo de investigación se revisarán las bases de datos de la asociación de mujeres cafeteras del occidente del Huila “Las Rosas Coffee” con el fin de determinar los retos y oportunidades que tienen las mujeres cafeteras del occidente del Huila entorno a su participación en el mercado internacional. Adicionalmente se revisaron todo tipo de documentos pertinentes a la Asociación de mujeres cafeteras del occidente del Huila, siendo estos de carácter, periodístico, histórico, contable, organizacional interno o multimedia, encontrado en las plataformas de internet (las cuales ya se especificaron en el apartado de: Fuentes de información secundarias, ver acápite 2.2 de este capítulo) y que resultan pertinentes al estudio de factibilidad del potencial exportador de la asociación de mujeres cafeteras del occidente del Huila, Las Rosas Coffee.

Entrevista abierta semiestructurada:

Esta técnica de recolección de la información, resulta altamente flexible y oportuno para los investigadores o equipos de investigación, permitiendo a estos conseguir información a través de ejercicios de diálogos o conversación, los cuales pueden efectuarse de manera personal, vía telefónica o a través de recursos y plataformas multimodales como el internet.

Generalmente, para este tipo de entrevistas se elabora un guion o cuestionario de preguntas, el cual puede ser modificado hasta último momento por el entrevistador, atendiendo a las necesidades de su estudio (Investigación y comunicación , 2020)

Para el desarrollo de la presente investigación se entrevistó a un profesional a cargo de la dirección y administración de la asociación, los cuales solicitaron de manera taxativa el anonimato de sus identidades o el suministro de cualquier información que pudiera facilitar su identificación o lugar específico de residencia.

Análisis DOFA:

El análisis DOFA también es conocido como análisis DAFO o FODA y esto depende al orden en el que se organicen las letras que componen esta expresión. En lengua inglesa, este análisis es conocido como “*swot*” y generalmente se utiliza en organizaciones que necesitan identificar o descubrir cuál es su situación, siendo así cómo a partir del mismo, se puede realizar un diagnóstico que viabiliza la posterior planeación estratégica (Ponce, 2006).

La matriz DOFA fue creada en 1970 y su fuerte es posibilitar advertir las debilidades, fortalezas, oportunidades y amenazas de un proyecto empresarial buscando con ello el reconocimiento de ventajas competitivas para aplicarlas en el mercado. En lo pertinente a las siglas que integran la expresión DOFA se tiene que estas representan:

-*Debilidades*: son los aspectos en los que la empresa en cuestión está en desventaja.

-*Oportunidades*: vienen a ser los espacios del mercado que no han sido tenidos en cuenta y que pueden dar lugar a un ámbito muy interesante para el progreso de la compañía.

-*Fortalezas*: son los aspectos en los que la empresa tiene una clara ventaja en comparación a sus rivales.

-*Amenazas*: son los posibles obstáculos que se pueden encontrar en la compañía y que proceden no sólo de las opiniones de los consumidores sino también de las regulaciones del gobierno e incluso de las fluctuaciones del mercado (Ponce, 2006).

2.4 Técnicas e instrumentos para analizar la información.

Para el análisis y evaluación de la información recogida se hará uso de matrices de análisis a través de los programas de Microsoft office Word, Excel, pertenecientes a la suite de

Microsoft Office, en estos se sistematizaron los datos obtenidos a través de las fuentes físicas y digitales.

Siendo estas:

<https://federaciondefeteros.org/wp/>

<https://cadenahuila.co/>

<https://croper.com/providor/5793-las-rosas-coffee-asociacion-de-mujeres-cafeteras-del-occidente-del-huila>

<https://procolombia.co>

<https://www.legiscomex.com>

2.5 Fuentes de información secundarias

Las fuentes de información que se emplearon para el estudio de factibilidad de este proyecto son:

Base de datos información magnética:

-Trade map

-Estadísticas de UN COMTRADE

-Intracen.org

-Indexmundi.com

-Sitios web más usados:

-Federación Nacional de Cafeteros: <https://federaciondefeteros.org/wp/>

-Cadenahuila <https://cadenahuila.com>

-Asociación de Mujeres Cafeteras del Occidente del Huila “Las Rosas Coffee”

<https://croper.com/provider/5793-las-rosas-coffee-asociacion-de-mujeres-cafeteras-del-occidente-del-huila>

-Pro Colombia: <https://procolombia.com>

-Legiscomex: <https://www.legiscomex.com>

2.6 Definición y justificación del tipo de estudio

Esta investigación es un estudio de factibilidad de exportación de café tostado sin descafeinar a Canadá, producido por la asociación de mujeres cafeteras del occidente del Huila “Las Rosas Coffee” el cual presenta un tipo de estudio cuantitativo, un alcance de tipo descriptivo y un paradigma analítico, por cuanto efectúa un análisis de valores numéricos, porcentuales y estadísticos del producto cafetero y del contexto comercial y productivo en mención. (Gutierrez, 2017) Establece que este paradigma representa un método clásico, postulando la existencia de una realidad objetiva como el potencial exportador de café de la asociación en mención.

Así mismo, con este estudio de factibilidad es posible generar una base académica al tema del estudio del potencial exportador de café de esta asociación. (Cano,et, 2017) Manifiesta que esta clase de estudios generan la búsqueda de una respuesta de carácter específico, teniendo como punto de partida la indagación sobre el tema de estudio. Es por esto que la investigación ubica diferentes fuentes de información, las cuales pueden ser instituciones, plataformas de información digital o personas que directa o indirectamente permiten al interesado la consecución de información para un mayor conocimiento del tema que se estudia.

Los estudios de factibilidad comprenden la descripción, registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual y la composición o proceso de los fenómenos, se trabaja

sobre las conclusiones dominantes, sobre cómo una asociación o empresa funciona actualmente, es decir sobre hechos reales, caracterizándose principalmente por presentar una interpretación acertada sobre el tema objeto de estudio, que para este caso es el potencial exportador de café de la asociación de mujeres cafeteras del occidente del Huila “Las Rosas Coffee”. (Rojas, 2018).

La metodología implementada para esta investigación se basa en categorías, conceptos, sucesos, variables o contextos que se conocen a través del ejercicio de indagación del equipo de investigadores, quienes por motivos éticos no alteran el objeto de investigación o sus resultados.

A continuación, y para claridad del lector se precisa las técnicas e instrumentos de recolección acorde a cada una de las fases de proceso de estudio y en los objetivos planteados por el mismo.

Tabla 1 Metodologías para el desarrollo de cada objetivo de estudio

N. OBJETIVO	OBJETIVO	METODOLOGÍA PARA DESARROLLAR EL OBJETIVO
1	Estudio de mercado	<ul style="list-style-type: none"> • Entrevistas abiertas semiestructuradas a personal de la asociación. • Revisión documental. fuentes de información secundarias para la demanda y oferta
5	Determinar el impacto social y ambiental del proceso de exportación de café tostado de la asociación	<ul style="list-style-type: none"> • Entrevista abierta semiestructurada • Revisión documental

Fuente: elaboración propia

***DESARROLLO DEL PROYECTO**

3. ESTUDIO DE MERCADO

En este capítulo se desarrollan los acápite pertinentes a los análisis de antecedentes, presentación del producto, análisis de demanda, de oferta, de precio, proyecciones de mercados y precios, entre otros, los cuales serán precisados a continuación.

3.1 Análisis de los antecedentes

En lo concerniente a los antecedentes de estudio, se encontró que solo existe uno denominado: “*Estudio de caso en la asociación de mujeres cafeteras del Occidente del Huila, municipio de La Plata*” (Torrente, 2016). En esta investigación de carácter mixto, se visibilizan los múltiples aportes de la agricultura familiar y sus potencialidades, destacando una organización social y solidaria; así como un trabajo serio, responsable, organizado, continuado y asociativo, el cual le posibilita a las mujeres de la región implementar proyectos productivos que les permitan aumentar sus ingresos económicos, ser reconocidas socialmente e incluso plantear proyectos de vida productivos empoderando el género femenino. Este estudio identifico que las mujeres de esta región se preocupan por el cuidado de los ecosistemas naturales que están a su cargo, todas las tierras son empleadas desde la legalidad y en términos generales cada propietaria trabaja en pequeñas extensiones de tierra las cuales no son superiores a 3,13 hectáreas, paralelamente el estudio determinó que se utiliza un sistema de producción que mezcla el método tradicional con otros más innovadores o técnicos. Cada familia se esfuerza por el relevo generacional, favoreciendo así el apoyo económico, social y cultural (Torrente, 2016).

Este estudio también encontró que: La multifuncionalidad de la agricultura familiar y la asociatividad solidaria, en el caso de la asociación: inculca el valor cultural, ecológico, social

y económico de la comunidad, integra a la familia al trabajo en equipo y resalta el trabajo de la mujer como parte fundamental en la sociedad. Así mismo visibiliza el aporte de la mujer en la empresa cafetera, concientiza a los esposos sobre la importancia del trabajo en equidad de género, propicia procesos de conservación de la flora y la fauna del Huila, fortalece el trabajo interinstitucional (Comité de Cafeteros, Sena, Cooperativa de Caficultores); contribuye al bienestar de la familia con una alimentación más sana y completa, facilita el mejoramiento económico del núcleo familiar, e identifica la importancia que adquieren las zonas de protección, con bosques o rastrojos y algunos animales de corral. Es importante agregar que aunque esta investigación no es un estudio de factibilidad de exportación, sí realiza un acercamiento significativo a la población objeto de estudio, arrojando información significativa sobre la asociación de mujeres cafeteras Las Rosas Coffee (Torrente, 2016).

Adicionalmente, también es importante señalar que la Asociación a través de CadeFi Huila (Cooperativa Departamental de Caficultores del Huila Ltda), ha logrado generar procesos de exportación con destino a Canadá de su producto cafetero, sin embargo en esta labor la asociación lo que ha hecho es entregar el café verde de máxima calidad de tipo exportación a la cooperativa (intermediaria) en mención, siendo esta última la encargada de gestionar todas las labores pertinentes al protocolo, cumplimiento de normatividades y procesos logísticos de exportación.

3.1.1 Producto

El producto que se desea exportar con destino a la ciudad de Ontario- Ottawa, Canadá, es el café tostado, molido y sin descafeinar producido por la asociación de mujeres del occidente

del Huila “Las Rosas Coffee”. A continuación, se expone la partida arancelaria del café en mención. (DIAN, 2023)

Ilustración 1 Partida arancelaria del café tostado y molido

Perfil de la mercancía						
DATOS GENERALES						
Nivel Nomenclatura	Código Nomenclatura	Código Complem.	Código Suplem.	Desde	Hasta	Leg
ARIAN	0901.21.20.00			01-ene-2007	...	
Descripción	Café, té, yerba mate y especias Café, incluso tostado o descafeinado; cáscara y cascarrilla de café; sucedáneos del café que contengan café en cualquier proporción. - Café tostado: - - Sin descafeinar: - - - Molido			01-ene-2007	...	
Unidad física	kg - Kilogramo			01-ene-2007	...	
MEDIDAS						
Concepto	Importaciones	Exportaciones	Tránsito			
Gravamen						
IVA						
Otras tarifas generales						
Gravámenes por acuerdos internacionales						
Medidas de protección comercial						
Régimen de comercio						
Bienes de capital						
Índice Alfabético Arancelario						
Notas de nomenclatura						
Correlativas por apertura						
Correlativas por cierre						
Requisitos Específicos de Origen (REO)						
Documentos soporte						
Características especiales						
Restricciones						
Restricciones por Zonas de Régimen Aduanero Especial						
Tarifas por Zonas de Régimen Aduanero Especial						
Modalidades permitidas						
Descripciones de mercancías						
Documentos soporte por zona de RAE						
Cupos de Mercancía						

Fuente: <https://muisca.dian.gov.co/WebArancel/DefResultadoConsNomenclaturas.faces>

Se señala que el café tostado sin descafeinar de la Asociación Las Rosas Coffee es muy atractivo, posee una gran oferta y una excelente presentación en su colorido empaquetado tetra pack, este café se caracteriza por poseer un precio inferior a los de su competencia regional, nacional e internacional, lo cual duplica la atraktividad de su demanda. Adicionalmente es muy aromático, posee la mejor calidad, textura y consistencia; este café tostado tiene unas particulares notas de sabor dulce - acaramelado, del que sobresale una delicada acidez frutal de tipo orgánica, su elegante cuerpo cremoso y su armonioso balance.

Es 100% cultivado en fincas del sur occidente del departamento del Huila. Su empaque proyectado para consumo nacional e internacional es un diseño reciente, el cual lleva menos de ocho meses en el mercado. Para la presentación de 1 libra, la cual es la que se proyecta a exportar, el empaque plástico tiene unas medidas específicas de: 30 cm largo* 8 cm ancho* 10 cm alto.

Resulta oportuno agregar que desde el 16 de abril de 2013, el café huilense cuenta con la calificación de excelencia de: ‘Denominación de Origen’, la cual define al café de la región como un producto de extrema excelencia, caracterizado por poseer un cuerpo medio/alto, además de una fragancia y olor intenso, con sensaciones frutales (Federación nacional de cafeteros, 2020)

Ilustración 2 Planta de café y cerezo o fruto producido por la Asociación Las Rosas Coffee



Fuente: <https://humanidades.com/cafe/>

Dependiendo de la región, el café se cosecha durante todo el año, con una cosecha principal entre octubre y diciembre, y otra secundaria entre abril y mayo; sin embargo, hay algunas regiones Colombianas y Huilenses en las que la cosecha principal se recoge entre abril y mayo y la cosecha secundaria entre octubre y diciembre, lo que permite un flujo más uniforme

de café fresco, con el fin de garantizar una buena calidad. El cultivo secundario se conoce popularmente como la "Traviesa" o "Mitaca". Adicionalmente se sabe que un árbol puede ser desgranado hasta en ocho ocasiones, hasta que todas las cerezas maduras hayan sido recogidas en su estado óptimo de desarrollo (Tomas A y López S, 2018).

Es importante especificar que para producir una bolsa final de café verde (60 kg), el productor huilense debe cosechar y procesar aproximadamente 450 kilos de cerezas de café frescas. Luego de la cosecha, el café pasa por un proceso de preparación que transforma las cerezas maduras en café pergamino listo para su comercialización y preparación industrial.

Por último, es importante señalar que el café producido por las mujeres de la asociación del occidente del Huila "Las Rosas Coffee", atraviesa por todo este proceso, entregando al consumidor final, un producto atractivo, producido con los más altos estándares de higiene, calidad, contextura y sabor.

A continuación, este, se presenta en su empaque final, listo para ser comercializado en la esfera local, nacional e internacional (ver ilustración 3).

Ilustración 3 Presentación de café de la asociación las Rosas Coffee en 500 gr tostado y molido.



Fuente: material fotográfico brindado por la asociación.

Se precisa que el café es una bebida que contiene una sustancia estimulante llamada Cafeína. Se trata de uno de los principales productos de origen agrícola comercializados en los mercados internacionales, y a menudo supone una gran contribución a las exportaciones de las regiones productoras, a tal punto que es la segunda materia más comercializada en el mundo, sólo detrás del petróleo. Esta infusión suele tomarse en ayunas, como parte del desayuno o en la sobremesa después de las comidas y es una de las bebidas sin alcohol más socializadoras en muchos países. Dentro de los que se encuentran Canadá, Estados Unidos, España, Italia, Países Bajos, Japón, Alemania, Francia e Inglaterra. Generalmente es una bebida consumida por la población adulta, se utiliza como estimulante para iniciar el día cargado de energía. Suele tomarse oscuro, en pequeñas cantidades y puro. También se consume en otro tipo de presentaciones tales como: expresso o americano, café moka, mokachino, affogato, cortado, macchiato o noisette, latte, frío, capuchino, mezclado con licores o helados, entre otras. (Federación nacional de cafeteros, 2020)

3.1.2 Características del consumidor

En lo pertinente a las características del consumidor, es importante precisar que el producto cafetero Huilense, será exportado a la ciudad de Ottawa-Ontario Canadá. Se conoce que en términos generales el consumidor está muy bien informado y es exigente, es consciente de los precios y posee una alta capacidad de ingresos económicos, la cual puede superar los \$70.000 dólares canadienses por año en cada núcleo familiar; el canadiense promedio tiene vivienda propia, una alta capacidad de adquisición, genera un doble ingreso económico y es monoparental (Mincetur, 2023).

Los canadienses son personas muy conscientes de la salud y del cuidado del medio ambiente, en consecuencia, Canadá es un país altamente multicultural, en donde los idiomas más hablados son el inglés y el francés además del inuit; sin embargo, en este país se hablan otras 44 lenguas, dentro de las que sobresalen: el español, el italiano, el alemán, el chino, el vietnamita, el árabe, el tagalo, el ucraniano, el neerlandés y el portugués, siendo así como es claro que esta nación se encuentra configurada por colonias de comunidades inmigrantes. Adicionalmente se conoce que el 25% de la población tiene más de 65 años. Es importante agregar que Canadá es la onceava economía más sólida del mundo, según las estadísticas del Banco Mundial, el éxito económico de este país está configurado en el crecimiento del sector petrolero, ya que Canadá es el quinto mayor productor de petróleo del mundo. Otros sectores que impulsan la economía canadiense son: la manufactura, la minería, los servicios y las excelentes relaciones y alianzas estratégicas comerciales efectuadas con los Estados Unidos de Norte América (EEUU) (Mincetur, 2023).

Canadá es el segundo país más grande del mundo, ocupa el treinta y nueveavo puesto en población mundial, tiene 35 millones de habitantes y su población vive principalmente en las ciudades de Toronto, Montreal, Ottawa y Vancouver. En temas de comercio exterior, Canadá ha firmado el tratado de libre comercio (TLC) lo que significa que, a partir de la fecha del 15 de agosto del 2012, entraron en vigencia las políticas de puertas abiertas para la exportación de productos colombianos a este país (Mincetur, 2023).

Ahora bien, en lo que tiene que ver con el perfil del consumidor común de productos cafeteros, se ha identificado que aquellos que más consumen café son los hombres con edades entre los 20 y 75 años entre semana. Durante los fines de semana, el perfil de mayor consumo de café es el de mujeres con una edad que oscila entre los 25 y los 70 años. En el caso

de la mujer, es el prototipo de consumidor de café en casa, mientras que el del consumidor fuera de ella es el hombre de entre 45 y 60 años de edad. Por otro lado, el 63% de los europeos, americanos y de la población internacional residente en Canadá que toman café fuera de casa suelen hacerlo por la mañana, mientras que el 38% señala hacerlo también después de comer y el 29% a media tarde. En la mañana, generalmente el café más consumido en Canadá es el “café con leche o latte” con un promedio de consumo del 44%, sin embargo, después de las comidas fuertes del día, es el “café solo o expreso” el más demandado, con una estadística de consumo del 35% (Mincetur, 2023).

Adicionalmente, resulta pertinente señalar que el producto generado por la asociación de mujeres las “Rosas Coffee” será exportado a la ciudad de Ontario-Ottawa, Canadá para ser comercializado y distribuido en la cadena de almacenes Metro, la cual cuenta con presencia, no solo en Ontario, sino también en otras ciudades como Vancouver y Quebec, siendo una cadena de almacenes muy visitada por turistas y locales, con un gran reconocimiento debido a sus grandes infraestructuras y calidad de productos.

3.1.3 Análisis de la demanda

El propósito de este acápite en primer lugar será analizar los principales demandantes del producto a exportar identificado con la partida arancelaria 09012110 café tostado sin descafeinar y molido.

En segundo lugar, se analizará la demanda del producto café tostado sin descafeinar en el país elegido para realizar el proceso de exportación que es Canadá. Se ha elegido Canadá porque hace parte de los principales cinco demandantes de café a nivel mundial y es el segundo mayor consumidor de café tostado y molido en América después de Estados Unidos, a lo que se le

agrega que la exportación de este producto representa un escenario comercial sólido y en constante crecimiento.

En cuanto a los principales demandantes mundiales de café tostado 09.01.21.20.00, se señalan dos cosas en primer lugar las cantidades demandadas y en segundo lugar la tasa de crecimiento tal como se expone en la tabla 2, se evidencia los principales países importadores mundiales durante el periodo 2017-2022.

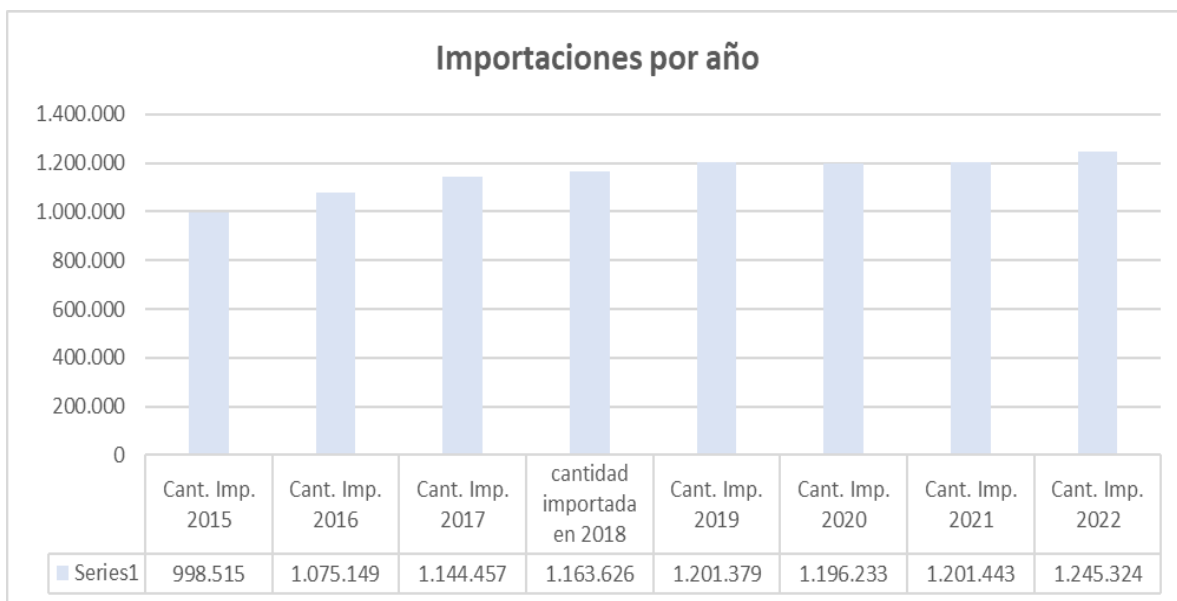
Tabla 2 Principales importadores mundiales de café tostado sin descafeinar/ cantidades importadas en toneladas.

Importadores Mundiales	cantidad importada en 2015	cantidad importada en 2016	cantidad importada en 2017	cantidad importada en 2018	cantidad importada en 2019	cantidad importada en 2020	cantidad importada en 2021	cantidad importada en 2022
Mundo	998.515	1.075.149	1.144.457	1.163.626	1.201.379	1.196.233	1.201.443	1.245.324
Francia	118.145	124.412	139.369	153.060	166.293	143.182	176.095	157.698
EEUU	69.597	78.702	86.665	81.811	94.970	91.152	103.319	105.138
Alemania	76.487	76.636	75.173	79.552	83.577	91.895	99.115	107.715
Países Bajos	63.746	63.125	67.776	71.707	68.366	70.025	74.250	72.701
Canadá	66.019	62.433	59.117	57.164	64.117	63.669	70.865	74.572
Polonia	32.805	37.589	36.257	49.910	56.600	58.913	65.349	72.865
Austria	46.881	46.358	45.697	44.815	46.752	45.560	48.168	45.087
Reino Unido	45.180	47.774	50.185	53.108	58.171	63.813	45.259	52.005
Rumania	24.699	29.114	30.751	35.340	35.570	41.083	40.696	38.847
Rusia	17.987	20.312	23.555	26.448	31.655	32.152	37.653	38.241

Fuente. Elaboración propia a partir de información brindada por Trade Map.

Tal como se evidencia en la ilustración 4, la demanda mundial de café ha venido creciendo de manera constante, a pesar de las adversidades económicas y de salubridad que se presentaron en los últimos años, el consumo de este producto no disminuyó, y a la fecha sigue siendo un producto de gran atractivo para todo el público nacional e internacional, tal como se aprecia en la siguiente línea de tiempo.

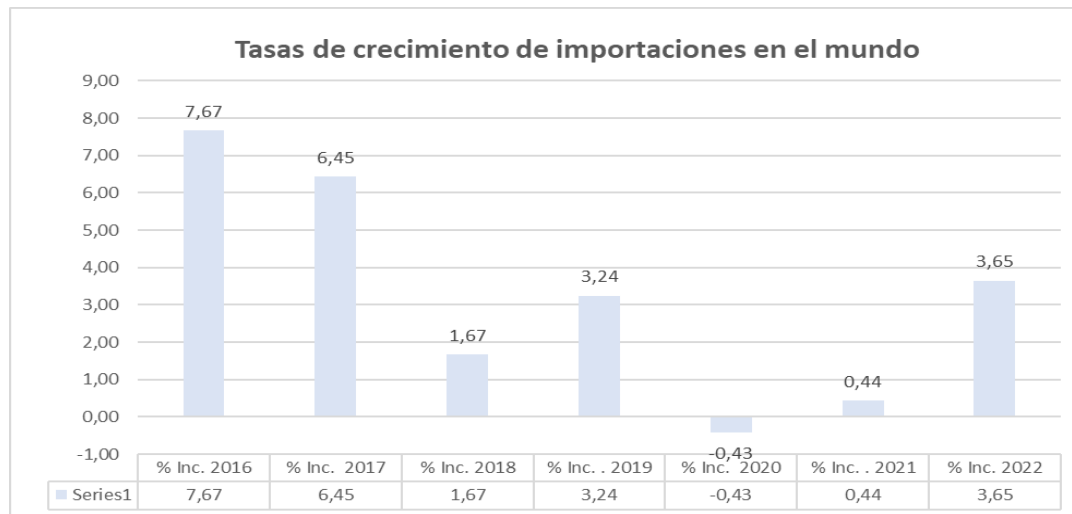
Ilustración 4 Gráfico de importaciones mundiales de café tostado sin descafeinar/ cantidades importadas en toneladas



Fuente. Elaboración propia

A continuación, en la ilustración 5 se muestra la tasa de crecimiento de las importaciones mundiales de café tostado sin descafeinar, entre los años 2015-2022.

Ilustración 5 Gráfico de tasa de crecimiento de importaciones en el mundo



Fuente. Elaboración propia

En cuanto al análisis de la demanda en Canadá, existen dos temas importantes a considerar, primero la cantidades demandadas por Canadá señalando los principales diez países y también la tasa de crecimiento de la demanda de Canadá. En adición un análisis de la demanda de Canadá por el café colombiano.

En ese orden de ideas, es necesario identificar la cantidad de café importado por la nación canadiense de sus países aliados, para lo cual a continuación se expone la tabla 3.

Tabla 3 Cantidad de café importado por Canadá en toneladas (2015- 2022) Importaciones Canadienses de café tostado sin descafeinar en cantidades en toneladas

N	Exportadores	Cantidad importada en 2015	Cantidad importada en 2016	Cantidad importada en 2017	Cantidad importada en 2018	Cantidad importada en 2019	Cantidad importada en 2020	Cantidad importada en 2021	Cantidad importada en 2022
-	Mundo	66.019	62.433	59.117	57.164	64.117	63.669	70.865	74.572
1	EEUU	58.609	54.760	49.572	45.997	45.413	45.186	44.311	47.166
2	Brasil	186	145	143	466	4.615	3.277	8.664	5.829
3	Suiza	1.259	1.194	1.743	2.184	2.709	4.167	5.072	5.791
4	Italia	3.351	3.571	3.883	4.381	5.233	5.108	5.417	5.644
5	Vietnam	222	212	36	67	401	297	1.850	5.216
6	Alemania	94	311	1.183	1.237	1.105	1.086	813	1.057
7	Guatemala	84	54	59	54	198	770	1.412	917
8	Colombia	214	250	187	211	858	687	329	679
9	México	74	128	276	218	192	228	256	341
10	Líbano	96	113	128	108	134	197	143	218

Fuente. Elaboración propia a partir de información brindada por Trade Map.

Como se aprecia en la tabla 3, los países que suplen en mayor medida la demanda del producto cafetero en Canadá, son: Estado Unidos, Brasil y Suiza, seguido por Italia, Vietnam, Alemania y Guatemala. Colombia se encuentra en la posición número 8, pero a partir del Tratado de Libre Comercio (TLC), sus procesos de comercialización con este país, han sido continuos y confiables, estableciendo un escenario de solidez comercial entre estos dos países (Fórumcafé, 2022).

Ahora bien, en cuanto al análisis de la demanda del producto, se tiene que Canadá, el cual es el país de destino del proceso de exportación del café de la asociación Las Rosas Coffee, tiene el mayor consumo per cápita de café en América y una de las demandas más altas del mundo. En promedio un canadiense consume 5,5 kilogramos de este grano al año. Una cifra muy superior a la registrada en Estados Unidos, donde la media es 3,5 kg. Se escogió el país canadiense para este estudio de factibilidad de exportación, debido a que este es un mercado atractivo por el alto consumo de café y por el conocimiento del consumidor. En la mayoría de países el volumen vendido de café instantáneo es más alto que el tostado, sin embargo en Canadá ocurre todo lo contrario, siendo el café tostado el producto de mayor reconocimiento y demanda en esta geografía foránea; es este el motivo principal por el que la Asociación las Rosas Coffee del Huila escogió este destino y esta modalidad de producto (Fernández y Orellana, 2020).

También es pertinente agregar que el valor total del mercado del café en Canadá asciende a US\$1.600 millones anuales. De estos, US\$1.400, equivalentes al 87%, son café tostado. Dicha cifra es explicada en parte por la influencia migratoria en el país, en especial de la cultura italiana, la cual tiene una importante tradición y conocimiento sobre cómo preparar bebidas más elaboradas, de ahí que una parte importante del consumo de café esté representado en preparaciones variadas como Latte, Capuchino y Macchiato. De igual forma, el café figura como una de las cuatro opciones de bebidas saludables dentro de la guía oficial de alimentos emitida por las autoridades de salud de Canadá, haciendo del café colombiano, un producto muy bien recibido y excelentemente posicionado en la esfera comercial Canadiense (Fórumcafé, 2022).

3.1.4 Análisis de la oferta

En lo que tiene que ver con el análisis de la oferta del producto cafetero, se tiene que existe una amplia competencia en el panorama internacional, siendo así como Colombia ocupa la posición número 19 dentro del listado de países con mayor cantidad de exportaciones (en dólares). La nación colombiana es precedida de países como Suiza, Alemania, Italia, Países Bajos y Estados Unidos, tal como se expone en la tabla 4.

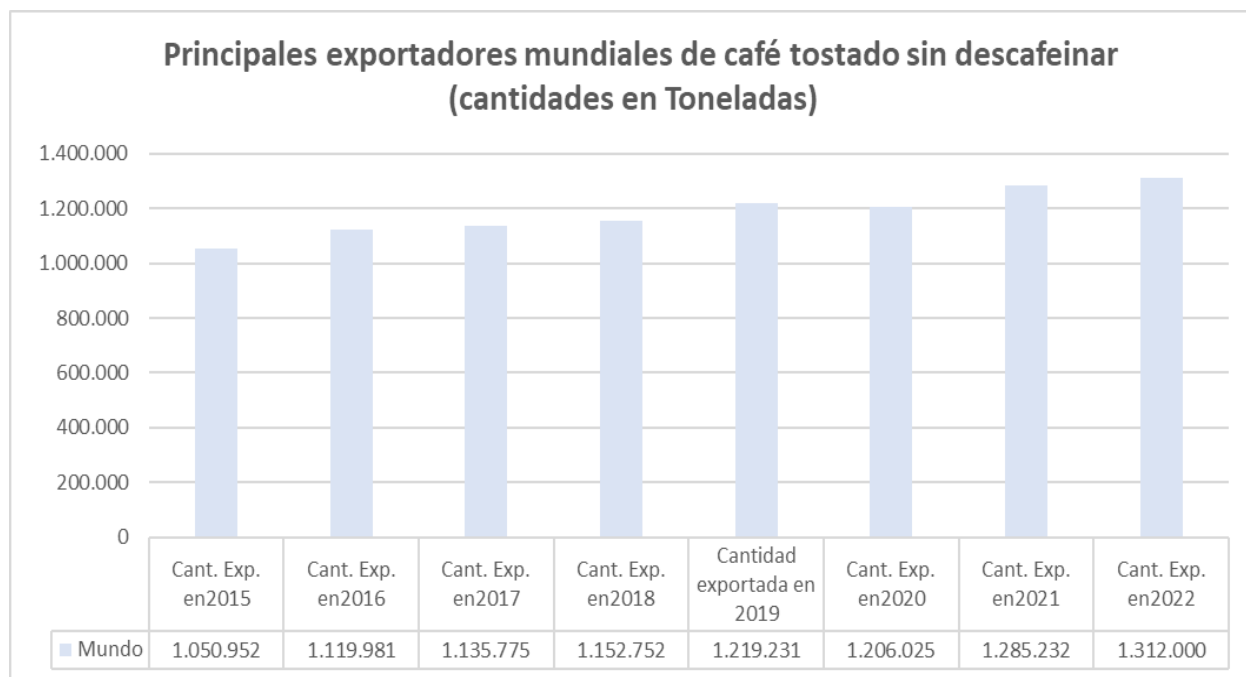
Tabla 4 Países con mayor nivel de oferta exportadora de café tostado en el panorama mundial (periodo 2015 -2022)

Principales exportadores mundiales de café tostado sin descafeinar (cantidades en Toneladas)									
N	Exportadores	Cantidad exportada en 2015	Cantidad exportada en 2016	Cantidad exportada en 2017	Cantidad exportada en 2018	Cantidad exportada en 2019	Cantidad exportada en 2020	Cantidad exportada en 2021	Cantidad exportada en 2022
D.	Mundo	1.050.952	1.119.981	1.135.775	1.152.752	1.219.231	1.206.025	1.285.232	1.312.000
1	Italia	172.074	194.546	204.498	215.447	253.067	237.120	269.688	290.138
2	Alemania	196.067	209.282	214.774	220.053	226.661	234.932	246.501	243.074
3	Suiza	54.871	60.471	64.921	69.253	76.086	89.122	99.625	100.164
4	Países Bajos	64.307	68.584	85.033	97.001	97.243	93.707	99.583	101.808
5	EEUU	84.146	83.900	80.817	77.212	76.561	73.687	74.932	80.776
6	Polonia	78.222	60.871	54.531	62.542	61.394	61.371	63.322	67.882
7	Francia	23.799	27.067	38.571	43.714	48.729	53.169	53.128	51.623
8	Canadá	36.867	43.440	45.375	43.601	42.626	39.723	45.203	48.677
9	Bélgica	57.291	61.288	40.053	35.251	43.150	34.760	32.710	36.482
10	Reino Unido	20.217	22.624	24.910	24.835	26.722	27.917	26.349	17.483
18	Colombia	4.858	4.820	8.285	9.789	15.480	11.059	12.735	12.790

Fuente: Elaboración propia a partir de información brindada por Trade Map.

A continuación en la ilustración 6, se presenta el histórico de las cantidades exportadas a nivel mundial de café tostado sin descafeinar, desde el año 2015, hasta el año 2022.

Ilustración 6 Principales exportaciones de café



Fuente. Elaboración propia

Actualmente la asociación de mujeres cafeteras del occidente del Huila Las Rosas Coffee, produce al año un total de 1.213 toneladas de café pergamino seco, para llevar a cabo el proceso de fabricación de 1 tonelada (2.000 libras) de café tostado y molido, se requerirá el 0,11% de su producción total, equivalente a 1,4 tonelada de café pergamino seco. Que una vez se tenga el producto terminado será exportado con destino a Ottawa Ontario, Canadá.

Se reconoce que este es un monto bajo, debido a que es la primera vez que la asociación, pretende iniciar un proceso exploratorio de exportación para penetrar y posicionar su producto en el mercado Canadiense.

Para el año 2022 Las importaciones de Canadá de la partida arancelaria 09.01.21.20 Son 74.572 toneladas, de esa cantidad demanda por Canadá, el 0,91% de dicha demanda es suplida por Colombia.

Por otra parte es importante resaltar que la contribución de las exportaciones de La Asociación, equivale al 0,14% del total de las exportaciones Colombianas con destino a Canadá. Todo lo anterior representa que la asociación tiene un potencial muy grande para expandir sus exportaciones hacia el mercado canadiense, por lo que existe una excelente oportunidad de negocio para las mujeres cafeteras del occidente del Huila.

3.1.5 Análisis de precios

A continuación, se analizan los precios de los productos cafeteros presentes en el escenario canadiense, identificando diferentes marcas, presentaciones y precios, los cuales son comparados en la tabla 6, adicional a ello se agrega que los cafés expuestos a continuación son escogidos debido a su reconocimiento y estabilidad en el mercado nacional canadiense, estando dentro de ellos: Café Tim Hortons, Café Second Cup, Café Van Houtt y Café Juan Valdez.

Tabla 5 Comparativo de precios de cafés en el mercado canadiense.

Análisis comparativos de precios de café tostado sin descafeinar presente en el mercado canadiense				
				
Café Tim Hortons	Café Second Cup	Café Van Houtte	Café Juan Valdez	Las Rosas Coffee
Precio en USD: \$18,3 Precio COP: \$ 82.350	Precio: USD \$12.95 Precio COP: \$58.275	Precio: USD \$13.2 Precio: COP \$59.400	Precio: USD \$11.29 Precio COP:\$ 50.850	Precio:USD \$7.55 Precio COP:\$ 34.000

Fuente: elaboración propia a partir de información halladas en www.metro.canada

Como se puede ver en la tabla anterior, en el mercado canadiense existe una gran variedad de productos con diferentes precios, algunos muy elevados como el caso del café Tim Hortons con un precio que supera los \$ 17 dólares, dentro de este panorama es importante señalar que ya existe en los mercados locales canadienses otros cafés colombianos, como es el caso del café tostado producido por la empresa Juan Valdez, con un precio muy inferior al anterior (USD\$11.29). En consecuencia se espera que al introducir el café colombiano de la asociación de cafeteras huilenses Las Rosas Coffee a este mercado, lo haga con un precio inferior a todos los ofertados por su competencia, tal como se puede apreciar en la tabla 6.

Uno de los factores importantes para determinar el precio del producto, son los precios de la competencia en el mercado al que se va a ingresar. Por ende se realiza un cálculo de margen de distribución, en donde se calcula el promedio de los precios de otras marcas de café que ya están siendo comercializados, posterior a eso se realiza un ajuste de mercado del 5% (es decir se espera ingresar al mercado, por debajo del 5% del precio promedio), se calcula el margen minorista (utilidad del comercializador del producto) y se establece un precio, el cual es una barrera que demuestra el precio máximo al que estaría dispuesto a pagar nuestro comprador, en este caso minorista intencionalidad “Metro”, por el producto tal como se evidencia en la siguiente tabla.

Ilustración 7 Sistema de comercialización



Fuente: elaboración propia.

3.2 Proyección de mercado

Para llevar a cabo las proyecciones de mercado, el equipo de investigación tuvo en cuenta diversas clases de proyección, estando dentro de estas la proyección de la demanda y la del producto, entre otras, las cuales serán desarrolladas de forma detallada en los siguientes acápite

3.2.1 Proyección de la demanda

La asociación de mujeres Las Rosas Coffee, se ha especializado en producir un café tostado de excelente calidad, con unos elevados niveles de excelencia, los cuales son evidentes en la calidad de su sabor, textura, consistencia, aroma y color; la asociación se proyecta a desarrollar el proceso de exportación de este café tostado sin descafeinar en presentaciones de 500 gr es decir de una libra los cuales han sido empacados en paquetes por separados, se señala que este café viene listo para ser consumido, ya sea de forma casera, artesanal o industrial, con máquinas especializadas en la elaboración de café para el consumo personal o para la venta en locales de consumo o restaurantes.

Aunque actualmente en el panorama local y regional existen muchas marcas y empresas nacionales como: Juan Valdez, café Nelay, café Ginebra, café Los

Comuneros, Montebrujas Káva, café Affogato, café Campo Alto, cafe Xol, cafe Pitayo, café de la Sierra Nevada de Santa Marta y café Antioquia, entre muchos otros, sumados a las empresas y asociaciones cafeteras internacionales encargadas de elaborar este mismo producto.

Para poner el desarrollo de la proyección de la demanda se hace uso del reporte histórico de importaciones de la partida arancelaria del producto 09.01.21.00 café tostado sin descafeinar: Todo eso se realiza con el propósito de conseguir una variable que posibilite visualizar a futuro el comportamiento de la demanda en el mercado interno de destino.

A continuación, se expone la cantidad total de la demanda de café tostado importado por el país canadiense, analizando su comportamiento económico en el quinquenio 2017 - 2022, tal como se aprecia en la siguiente tabla.

Tabla 7 Histórico de la demanda del café tostado sin descafeinar en Canadá (importaciones).

Año	Cantidad en toneladas
2017	59.117
2018	57.164
2019	64.117
2020	63.669
2021	70.865
2022	74.572

Fuente. Elaboración propia a partir de información brindada por Trade Map.

Como se analiza en la tabla 8, el comportamiento del consumo de café tostado en los últimos 6 años, posee una clara tendencia al ascenso, es decir, a excepción del año 2018 (57.164), cada año ha representado un incremento significativo en la escala del consumo de este producto, evidenciando una constante que resulta favorable para la proyección de los siguientes 6 años.

Ahora bien, resulta pertinente hacer exposición de la ecuación o fórmula utilizada para poder generar la proyección del comportamiento de la demanda a futuro.

$$a = \frac{\Sigma x^2 + \Sigma y - \Sigma x + \Sigma xy}{n \Sigma x^2 - (\Sigma x)^2} ; y \quad b = \frac{n \Sigma xy - \Sigma x + \Sigma y}{n \Sigma x^2 - (\Sigma x)^2}$$

A continuación, se efectúa la proyección de la demanda del producto generado por la asociación Las Rosas Coffee, para cual se precisa que se hizo uso de la información de los valores correspondientes anteriores al año 2022.

Tabla 8 Proyección de la demanda del café tostado sin descafeinar en Canadá.

Año	Cantidad en Toneladas
2023	75.272
2024	76.777
2025	78.313
2026	79.879
2027	81.477
2028	83.106

Fuente: Elaboración propia.

De acuerdo a la regresión simple empleada, con los datos históricos, se evidencia una clara tendencia, muy positiva para los próximos seis años en la demanda del producto.

3.2.2 Proyección de la oferta

Para efectuar el proceso de proyección de la oferta del producto, es pertinente e ineludible conocer la información histórica del comportamiento comercial del producto, durante por lo menos el último quinquenio, es decir que se requiere conocer la cantidad de café tostado producida por la nación colombiana para generar procesos de exportación (ver Tabla 9).

Tabla 9 Histórico de las Exportaciones desde Colombia hacia Canadá del producto de café tostado sin descafeinar

Año	Cantidad en Toneladas (importaciones de Canadá de café colombiano)
2017	187
2018	211
2019	858
2020	687
2021	329
2022	679

Fuente: Elaboración propia a partir de los registros de Trade Map

Ahora bien, la fórmula que se utilizará para proyectar el comportamiento de la demanda de café tostado sin descafeinar a futuro es la siguiente:

$$a = \frac{\Sigma x^2 + \Sigma y - \Sigma x + \Sigma xy}{n \Sigma x^2 - (\Sigma x)^2} ; y \quad b = \frac{n \Sigma xy - \Sigma x + \Sigma y}{n \Sigma x^2 - (\Sigma x)^2}$$

Tabla 10 Proyección de la oferta de café de Colombia.

Año	Cantidad en Toneladas
2023	778
2024	876
2025	975
2026	1076
2027	1172

Fuente: Elaboración propia.

Como se aprecia en la tabla 11, incluso en la tabla 10 existen años donde han habido altas o periodos de bonanza económica muy significativos, como ocurrió en el año 2019 (858 toneladas), sin embargo también se aprecian periodos de evidente caída financiera como se apreció en el año 2020 (687 toneladas) los cuales fueron sucedidos por años de mayor caída económica, como es el caso del año 2021 (329 toneladas) pese a ello, se puede decir que el mercado cafetero debido a su alto grado de reconocimiento y atractivo en el mercado mundial, posee una alta tendencia a la recuperación

3.2.3 Proyección de la Oferta del producto (exportación)

En lo pertinente al tema de la proyección de la oferta del producto para exportación, se precisa que la primera meta de exportación en la historia de la Asociación de mujeres cafeteras del occidente del Huila Las Rosas Coffee, es de una tonelada, la cual se proyecta a ser comercializada en presentaciones de una libra. En ese orden de ideas la proyección planteada por la asociación involucra un incremento del 5% para el siguiente año, el cual se replicará de forma idéntica en los años subsiguientes.

Tabla 11 Proyección de la oferta exportable del producto producido por la Asociación Las Rosas Coffee.

AÑO	DETALLE (LIBRAS)
2023	2,000
2024	2,200
2025	2,420
2026	2,663
2017	2,928

Fuente: Elaboración propia.

3.2.4 Proyección de precios

En lo pertinente al tópico de proyección de precios, se aclara que en primera medida se efectuó un estudio histórico, en el que se indaga el precio del café tostado y sin descafeinar producido por la asociación de mujeres Huilenses Las Rosas Coffee, durante los últimos seis años, en su presentación de 500 gramos (1 libra) tal como se aprecia en la tabla 12.

Tabla 12 Histórico de precios de café por la asociación de mujeres Huilenses Las Rosas Coffee.

Año	Precio por libra(en COP)
2017	\$15.000 COP
2018	\$16.500 COP
2019	\$18.150 COP
2020	\$19.965 COP
2021	\$21.962COP
2022	\$23.959 COP

Fuente: elaboración propia a partir de información brindada por la Asociación Las Rosas Coffee.

Como se aprecia en la tabla anterior, se ha visibilizado un incremento en el costo del producto en su presentación de una libra de café, sin embargo se entiende que este aumento es normal, debido a la inflación y costo de vida presente en la nación colombiana.

Ahora bien, la fórmula que se utilizará para proyectar el comportamiento del precio a futuro es la siguiente:

$$a = \frac{\Sigma x^2 + \Sigma y - \Sigma x + \Sigma xy}{n \Sigma x^2 - (\Sigma x)^2} ; y \quad b = \frac{n \Sigma xy - \Sigma x + \Sigma y}{n \Sigma x^2 - (\Sigma x)^2}$$

Una vez efectuada la ecuación matemática para proyectar precios, se tiene, como ya era predecible que el producto de café tostado posee una tendencia al alza de precios la cual aumenta con el paso de los años, se debe precisar que esta subida de costos es normal debido a la inflación nacional y aumento de costo de vida.

Tabla 13 Proyección de precios de café tostado sin descafeinar producido por la asociación las rosas coffee

Año	Precio por libra(en COP)
2023	\$25.000 COP
2024	\$27.500 COP
2025	\$30.250 COP
2026	\$33.275 COP
2027	\$36.603 COP
2028	\$40.269 COP

Fuente: elaboración propia

3.2.5 Sistema de comercialización a utilizar

Dentro de las opciones para el sistema de comercialización disponible para la asociación Las Rosas Coffee, se tiene que solamente se hará uso de un intermediario, el cual es la cadena internacional de almacenes Metro, encargada de llevar el producto a su consumidor final en la ciudad de Ontario-Ottawa Canadá. A continuación, se expone el escenario escogido para la comercialización del producto (ver ilustración 8).

Ilustración 8 Cadena de almacenes metro Canadá.



Fuente: <https://www.alamy.es/imagenes/metro-de-canadá.html?sortBy=relevant>

También es importante precisar que una vez el producto se encuentre totalmente terminado, maquilado, empacado y etiquetado en bolsas tetra pack de 500 gr estas serán organizadas en cajas de 25 kilos con dimensiones de 60*40*40 cm, organizadas en grupos de 15 paquetes por cajas, el producto será sacado del área de producción de la empresa en transporte terrestre hasta la ciudad de Bogotá, y de la ciudad de Bogotá hasta la ciudad de Ontario-Ottawa Canadá, con escala en la ciudad de México que es como generalmente se hacen esos proceso de exportación de Colombia a Canadá, una vez el producto se encuentre en la ciudad de destino será la cadena de almacenes Metro la encargada de recogerlo y disponer de ellos en su punto de venta final, es decir en los stands de sus almacenes ubicados en la ciudad de Ottawa, Ontario. Adicionalmente también es pertinente señalar que aunque la asociación genera el producto en la presentación de 500 gr para el proceso de exportación solo se hará uso de la presentación

más pequeña, debido a que en la nación canadiense, la normalidad está instituida en que el producto de café tostado (y en general todos los tipos de café) se vende en presentaciones de máximo de una libra o en cantidades menores a estas. Tal como se señaló en la tabla 6 denominada: Comparativo de precios de café en el mercado canadiense.

Tabla 14 Precio unitario de Las Rosas Coffee vs precio de venta de distribuidores mayoristas

N	Eslabón de distribución	Precios
1	Precio de exportación ofrecido por la asociación Las Rosas Coffee	Precio USD \$7,55 Precio COP:\$ 34.000
2	Precio de venta de los Distribuidores Mayoristas: almacenes Metro Canadá	Precio USD \$10,8 Precio COP: \$48.600

Fuente: elaboración propia

Tal como se aprecia en la tabla 14, el precio de venta de Colombia a los almacenes Metro de cada libra de café es de \$ 7,55 USD sin embargo este producto por términos de ganancia se proyecta a ser comercializado al interior de esta cadena de almacenes a un precio de \$10,8 USD es decir generando una ganancia de 3,25 dólares por cada libra de café producido por la asociación de mujeres las Rosas Coffee.

4. ESTUDIO TÉCNICO

En el presente capítulo se exponen aspectos importantes concernientes al estudio de factibilidad de exportación, tales como: el tamaño del proyecto, la localización, la ingeniería del estudio y el cálculo de inversiones los cuales serán expuestos en detalle a continuación.

4.1 Tamaño: mercado, localización y financiamiento

Desde el año 2008 la asociación “Las Rosas Coffee” empezó su proceso de producción gracias al establecimiento de la Política Gubernamental de Equidad de Género, debido a ello se crearon en Colombia los Consejos Participativos de Mujeres Cafeteras, iniciativa de la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia con un total de cincuenta y nueve mujeres quienes producían, para ese entonces alrededor de 84 toneladas anuales de café.

Se tiene que en el ejercicio de exportación ya ha efectuado algunas pruebas piloto en el pasado (a través de un intermediario: “Cadehuila”), todo ello en el entendido de que esta asociación tiene más de una década de presencia en el mercado regional.

En la actualidad, la asociación produce un aproximado de 1.213 toneladas anuales, logrando un incremento en la producción del 430% en los últimos 14 años, teniendo en cuenta que a esta organización pertenecen 256 mujeres que abarcan con su labor, un total de 46 veredas de La Plata en el departamento del Huila, además de cinco municipios más, como lo son: Paicol, Tesalia, La Argentina, El Pital y Nátaga, lo que evidencia un trabajo serio, organizado, estructurado y significativamente rentable para la asociación y para las mujeres y familias de la región.

En lo pertinente al tamaño del proyecto este se define en una tonelada anual de exportación, todo debido a que esta es la máxima capacidad financiera de exportación y de producción de la asociación de mujeres huilenses, las Rosas coffee, además de la poca experiencia que tiene la asociación en este sector comercial.

Localización

La localización del producto y de la empresa que gestiona su proceso de exportación se encuentra ubicada en el municipio de La Plata, Huila al suroccidente de Colombia, esta tiene por propósito identificar el punto más estratégico para la reducción de costos y gastos de la exportación que se realizará, analizando la micro localización del país de destino el cual ha sido establecido como Ontario, Ottawa, Canadá.

Finalmente se precisa que la asociación se encuentra situada en el municipio de la Plata Huila, registrada con código postal número 417048 de tipo rural, más exactamente en el kilómetro 9 de la vereda San Andrés. Su dirección actual para la atención al público es: Carrera. 2 #3E- 95 barrio Altico, del municipio de la Plata-Huila.

Financiamiento:

Para la implementación del proceso de exportación de café, desde el municipio de La Plata, con destino a Ontario- Ottawa, se señala que la Asociación “las Rosas Coffee”, no requiere de financiamiento por parte de fondos, bancos o agentes externos a la organización tales como: Fondo Emprender, Bancoldex, Bancolombia, Institución Impulsa, Cámara de Comercio, etc. Por cuanto la Asociación de mujeres, cuenta con un músculo financiero propio el cual debido a su antigüedad y solidez, les posibilita generar esta acción de comercialización sin requerir procesos de préstamo o endeudamiento.

Adicionalmente se aclara que la empresa en años anteriores había evitado iniciar procesos de exportación a otros países, precisamente porque estaba trabajando de forma específica en generar la estabilidad financiera necesaria para no requerir financiamiento externo.

4.2 Localización: macro localización y micro localización tanto del país de origen como del país de destino

En los siguientes acápite se desarrollan la macro y micro localización del estudio de factibilidad de exportación.

-Macro Localización país de destino Canadá:

Canadá es un país primermundista, abierto al comercio exterior y especializado en la producción y procesamiento de productos tecnológicos, automotrices y de metales preciosos, dentro de sus principales socios comerciales se encuentra EEUU, China, México, Japón y más reciente Colombia a través de la firma del tratado de libre comercio (TLC), Canadá es un país amante del turismo, de los deportes sobre hielo como el patinaje artístico, el hockey, el snowboard, en términos generales se considera que la población canadiense es pequeña en comparación de otros países del mundo (Perugachi, T. y Olmesa S., 2022). Finalmente es importante precisar que en esta geografía nacional existe una gran variedad de marcas, franquicias y cadenas de mercados internacionales, dentro de las cuales se encuentra la cadena de almacenes Metro.

Ilustración 9 Bandera de la nación canadiense



Fuente: <https://www.google.com/search?q=bandera+canadá &tbm>

A continuación, para claridad del lector se presenta el mapa de Canadá, señalando la ciudad de Ottawa la cual es el destino final del proceso de exportación.

Ilustración 10 Mapa de Canadá -Macro localización



Fuente: <https://www.alamy.es/imagenes/mapa-pol%C3%ADtico-de-canad%C3%A1.html?sortBy=relevant>

En lo pertinente al mercado del país de destino se halló que su producto interno bruto per cápita (PIB) es muy alto, motivo por el cual los canadienses tienen una elevada calidad de vida. Para el año 2022 fue de 503.549 millones de euros estando situada como la séptima mejor economía del mundo, adicionalmente los ciudadanos canadienses poseen muchas garantías, articulando buenos indicadores en el índice del desarrollo humano.

Ontario-Ottawa Canadá es una geografía enmarcada por la prosperidad, la pujanza

económica, al alto desarrollo económico, el avance tecnológico y el respeto por la calidad de vida de todos sus habitantes lo que la hace una latitud idónea para generar procesos de comercialización, negociación, exportación e importación (Perugachi,T. y Olmesa S., 2022).

Ilustración 11 Ciudadanos Canadienses en actividades públicas



Fuente: <https://www.shutterstock.com/es/search/canadiense>

Desempeño logístico Canadiense.

La calificación del desempeño logístico es asignada de 1 a 5, en donde la calificación de 1 corresponde a un nivel de desempeño muy bajo o deficiente. En contraste, la calificación de 5 corresponde al desempeño de mayor nivel de excelencia. Como se observa en la siguiente tabla, Canadá se halla en una calificación promedio de 3.73 es decir una puntuación aceptable o buena dentro de esta escala evaluativa (Procolombia, 2022).

Tabla 15 Desempeño logístico Canadá

LPI	PUNTAJE	PUESTO
ASPECTOS EVALUADOS		
Eficiencia aduanera	3,60	18
Calidad de la infraestructura	3,75	21
Competitividad de transporte internacional de carga	3,38	30
Competencia y calidad en los servicios logísticos	3,90	14
Capacidad de seguimiento y rastreo a los envíos	31,81	21
Puntualidad en el transporte de carga	3,96	22

Fuente: elaboración propia a partir de la información Tomada de (ProColombia, 2022)

Canadá ocupa el puesto número 20 en el ranking de competitividad e infraestructura dentro del panorama mundial, de acuerdo a los reportes estadísticos internacionales. Esta nación cuenta con excelentes servicios aeroportuarios, marítimos y una red asfáltica vial en excelentes condiciones y bien señalizada. Adicionalmente presenta niveles de excelencia y eficiencia en los procesos de tramitación por parte de aduana y otros organismos fronterizos, así como tecnología y empresas encargadas de los procesos de recepción de productos importados (Procolombia, 2022).

Acceso Marítimo:

La nación canadiense cuenta con 2 puertos marítimos, los cuales son: Toronto y Vancouver, a través de estos se maneja el comercio internacional proveniente de las diferentes naciones del mundo especialmente desde Europa y Estados Unidos, como se aprecia en la tabla 16, ya existe una línea de tránsito de Colombia a Canadá la cual establece dos puntos de partida desde Colombia siendo estos el puerto de Cartagena y el puerto marítimo de Buenaventura, los cuales conectan con los dos puertos Canadienses ya nombrados. Generalmente estas rutas realizan conexiones o escalas con otros destinos lo que facilita el intercambio comercial entre países. (Procolombia, 2022)

Tabla 16 Puertos de Origen y Puertos de Destino Marítimos.

Naviera	Puerto de Origen	Puerto de Destino	Conexiones	Tiempo de tránsito (Días)
Zim	Cartagena	Vancouver	kingston-Jamaica, Halifax-Canada	30
Hapag-Lloyd			Buenaventura-Colombia, Rodman-Panamá, Halifax-Canadá	45
Cma Cgm			Manzanillo-Panama, Los Angeles-Estados Unidos, Halifax-Canadá	77
One Line	Buenaventura		Rodman-Panamá	27
Hapag-Lloyd			Rodman-Panamá	31
Yang Ming Marine			Halifax-Canada	8
Hamburg Sud		Nueva York-Estados Unidos	9	
Hapag-Lloyd		Halifax-Canada	10	

One Line	Cartagena	Toronto	Halifax-Canada	10
Sealand			Newark- Estados Unidos	13
Cma Cgm			Kingston-Jamaica, Halifax - Canada	15
Zim			Kingston-Jamaica, Halifax-Canada	21
Hamburg Sud	Buenaventura		Balboa-Panamá, Manzanillos-Panamá, Filadelfia, Estados Unidos	15
One Line			Rodman-Panamá, Halifax-Canadá	16
Hapag-Lloyd			Cartagena-Colombia, Halifax-Canadá	17
Cma Cgm			Cartagena-Colombia, Kingston-Jamaica, Saint John-Canadá	19
Sealand			Balboa-Panama, Manzanillo-Panama, Newark-Estados Unidos	21

Fuente: elaboración propia a partir de la información tomada de (Pro Colombia, 2023)

A continuación, como se aprecia en la figura 13, se señalan las rutas marítimas usadas en los procesos de exportación de Cartagena y Buenaventura a la nación canadiense.

Ilustración 12 Acceso Marítimo



Fuente: Pro Colombia (2023)

Acceso aéreo:

Actualmente la nación canadiense cuenta con una enorme red de aeropuertos que comunican a este país con todos los destinos comerciales dentro de su interior y con los demás países en el resto del mundo, los 13 estados que constituyen la nación canadiense poseen una infraestructura aeroportuaria altamente tecnológica y confortable; a continuación como se exponen en la tabla 18 se establece las conexiones aeroportuarias entre Colombia y Canadá, su sistema de vuelos, las aerolíneas que prestan este servicio y la frecuencia de desplazamiento (Procolombia, 2022).

Tabla 17 Conexiones de Aerolíneas prestadoras de servicio a Canadá

Aerolínea	Destino	Conexiones	Frecuencia
Air Canada	Toronto (YYZ)	Directo	Lu, Ju, Sa
Avianca		Directo	Ma, Sa
American Airlines		Miami-Estados Unidos	Todos los días
United Airlines		Newark-Estados Unidos	Todos los días
Aeromexico		Ciudad de México-México	Todos los días
Copa Airlines		Ciudad de Panamá-Panamá	Lu, Ma, Vi, Sa, Do
Delta Air Lines		Nueva York-Estados Unidos	Todos los días

Fuente: elaboración propia a partir de la información tomada de (Pro Colombia, 2023)

Acceso terrestre:

En lo que atañe a las rutas de exportación terrestres existentes entre Colombia y Canadá, se tiene estas si existen, y pese a su larga distancia y tiempo de recorrido actualmente aún son usadas pero solo para hacer envío y entrega de unidades de productos independientes y de gran tamaño es decir sin hacer uso de container o de pallets,

generalmente esta ruta se emplea para transportar y hacer entrega de productos comerciales como automóviles, tractores, camiones, equipos de carga de gran tamaño denominados carga suelta no consolidada o carga unitarizada. En este orden de idea se señala que esta ruta de acceso sería descartada para el proceso de exportación de café tostado de la asociación Huilense de mujeres cafeteras “Las Rosas Coffee” (Procolombia, 2022).

-Micro localización país de destino

En lo pertinente a la micro localización del país de destino se tiene que este se halla configurado dentro de la provincia de Ontario, la cual es una de las trece entidades federales de la nación canadiense. Ottawa es una ciudad aledaña a Toronto, la cual también está ubicada dentro de la provincia de Ontario, siendo ésta la capital del país (DNP, 2012).

Ilustración 13 Bandera de Ontario Canadá



Fuente: <https://www.freepik.es/vector-premium/ondeando-bandera-provincia-ontario-canada>

La provincia de Ontario está ubicada en la zona centro - oeste del país, siendo aledaña a la bahía de Hudson, Quebec y al río Niágara, posee un total de 14.279.196 de

habitantes, lo cual constituye la tercera parte de la población nacional canadiense, siendo así como Ontario es la zona más poblada del país (DNP, 2012).

A continuación, tal como se expone en la ilustración número 15, se señala el lugar de micro localización de destino del proceso de exportación, siendo este la provincia de Ontario- Ottawa Canadá.

Ilustración 14 Mapa de Ontario - Canadá



Fuente: <https://cambiohorario.com/zonas/ontario-quebec/>

-Ciudad destino Ottawa

Ottawa posee un enorme atractivo turístico, debido a su cultura, prosperidad, organización, arquitectura y belleza natural ecológica. La principal fuente de ingresos de esta ciudad es la industria manufacturera y automotriz, además del turismo, los servicios inmobiliarios y financieros. Esta ciudad al igual que todo el país, es altamente multicultural, teniendo colonias que pueden llegar a hablar más de 45 lenguas o dialectos distintos. Esta población posee un gran tamaño, una elevada capacidad de ingresos económicos y de adquisición de productos y servicios (DNP, 2012), lo que facilita el poder adquirir cualquier bien que sea de su antojo, incluido un producto importado de alta calidad como lo es el café tostado producido por la asociación de mujeres cafeteras del occidente del Huila “Las Rosas Coffee”.

Ilustración 15 Panorámica de la ciudad de Ottawa



Fuente: [https://www.google.com/search?q=ontario &tbm](https://www.google.com/search?q=ontario&tbm)

-Macro Localización país de origen Colombia

Como se ha mencionado en repetidas ocasiones la macro localización de origen es la República de Colombia, este país se encuentra en el noroccidente de Suramérica, se considera un estado democrático, social y unitario de Derecho, con un gobierno presidencialista. Colombia está configurada por 32 departamentos, siendo su distrito capital la ciudad de Bogotá-Cundinamarca, es el vigésimo sexto país más grande del mundo, con una enorme variedad de flora y fauna, además de su visible riqueza mineral, tiene más de 52 millones de habitantes, su idioma es el español, aunque se hablan otros dialectos indígenas, actualmente se encuentra bajo el gobierno presidencial de Gustavo Petro y posee una enorme historia agricultora, a lo que se añade que actualmente Colombia es denominado el segundo país con mayor biodiversidad en todo el planeta.

Adicionalmente también es importante agregar que posee una economía diversa, dentro de su fortaleza están la venta de servicio, la mano de obra, la ganadería, la agricultura y el turismo.

Ilustración 16 Mapa de Colombia



Fuente: Google Maps (2023)

Colombia tiene una economía diversificada, su moneda es el peso colombiano (COP) y posee un importante componente de servicios. La producción económica del país está dominada por su demanda interna y el gasto en consumo de los hogares es el mayor componente del PIB. La cifra del PIB en el cuarto trimestre de 2022 fue de 77.914 millones de euros, El índice de desarrollo humano colombiano es de 0,767 y su esperanza de vida promedio es de 75,1 años. Colombia es parte del grupo de los CIVETS, considerados como seis principales mercados emergentes. Es miembro de la OCDE, la ONU, la OEA, la Alianza del Pacífico, la CAN y de otras organizaciones internacionales como la OTAN.

Desempeño logístico de Colombia:

La calificación del desempeño logístico es asignada de 1 a 5, en donde la calificación de 1 corresponde a un nivel de desempeño muy bajo o deficiente. En contraste, la calificación de 5 corresponde al desempeño de mayor nivel de excelencia.

A continuación, se exponen los índices de valoración, concernientes a la capacidad de desempeño logístico de la nación Colombiana (ver tabla 19), precisando que su puntuación total es de 2.84 sobre la escala de % 5.0 en este campo de desempeño, lo que deja en evidencia la necesidad de implementar mejoras en la logística nacional. (ADR, 2020)

Tabla 18 Desempeño logístico de Colombia

ASPECTOS EVALUADOS	TOTAL
Índice de desempeño logístico	2.94
Índice de competitividad y calidad de los servicios logísticos	2.8
Calidad de la infraestructura relacionado con el comercio y transporte	2.7
Eficiencia del despacho aduanero	2.6
Frecuencia de arribo de embarque al destinatario en el plazo previsto	3.2
PUNTUACIÓN TOTAL	2.84

Fuente: elaboración propia a partir de la información tomada de: (Bank 2020).

Acceso Marítimo de Colombia:

Respecto al acceso marítimo de la nación Colombiana es importante señalar que existen dos grandes escenarios, el primero configurado por dos puertos en la zona pacífica (puerto de Buenaventura y puerto de Tumaco) y el segundo ubicado en la zona que conecta con el mar caribe (puerto de Ciénaga, puerto de la Guajira, Santa Marta, Barranquilla, Urabá, San Andrés y puerto de morrosquillo) adicionalmente resulta necesario agregar que en el 90% de todos los procesos de importación y exportación son efectuados en Colombia a través de la plataformas marítimas. (Cancilleria, 2020)

Acceso aéreo de Colombia:

En la actualidad la nación Colombiana tiene un total de 9 localizaciones destinada al servicio aéreo de carga 7 de ellas están ubicadas en la costa caribe (San Andrés, Urabá, Cartagena, Golfo de Morrosquillo, Barranquilla, Ciénaga y Guajira), adicionalmente existen dos localizaciones de servicio aéreo del pacifico una en el municipio de Buenaventura y la otra en el municipio de Tumaco, en Colombia hay otros puertos aéreos significativos como es el caso del aeropuerto de Matecaña en Pereira, Camilo Daza en Cúcuta, Gustavo Rojas en San Andrés y Palo negro en Lebrija. (Legis Comex, 2020)

Acceso Fluvial de Colombia:

En la actualidad el país cuenta con tres sistemas fluviales los cuales son:

El río magdalena por el centro del país.

El sistema oriental del río Orinoco que desemboca en el Meta.

El sistema oriental compuesto por las redes fluviales de Caquetá, Putumayo y Amazonas.

De todos estos el más importante y antiguo es el río magdalena. Este tipo de transporte no será considerado por cuanto alargue el proceso de exportación del producto cafetero debido a su larga distancia, y además genera un sobre costo económico.

Acceso ferroviario en Colombia:

Aunque Colombia cuenta con sistemas ferroviarios que articulan más de 2180 km en el país, que generalmente son usados para el transporte de materia prima como el petróleo, carbón y equipos de gran tamaño, motivo por el cual no será considerada en el

estudio de factibilidad, adicionalmente no existe conexión ferroviaria entre los dos países objeto de estudio. (Legis Comex, 2020)

Acceso terrestre- vías de comunicación de Colombia:

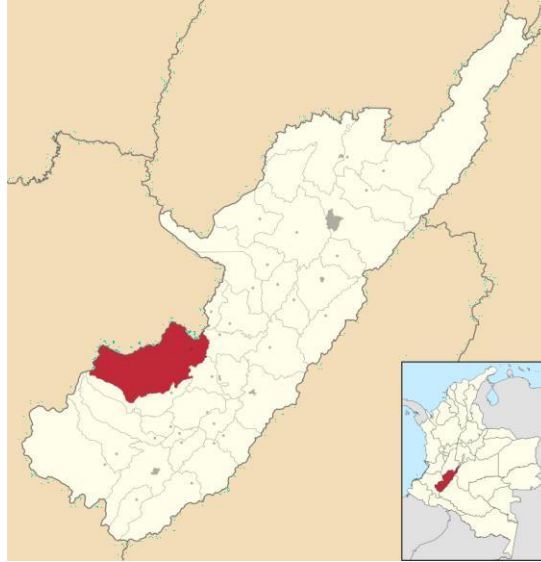
En la actualidad Colombia cuenta con una enorme red de carreteras que conectan a todo el país, existen rutas directas de la Capital del Huila, hasta la ciudad de Bogotá con un total de 310 km, siendo una manera segura y económica de transportar el material cafetero. Generalmente los procesos de exportación llevan por tierra desde cualquier lugar del país hasta Bogotá los productos a comercializar, y desde allí son transportados en avión hasta la nación de destino (Gobernación del Huila, 2021).

-Micro localización del país de origen (La Plata -Huila)

En lo pertinente a la micro localización se indica que está ubicada en el municipio de la Plata-Huila, situada en el suroccidente del departamento. Su extensión territorial es de 854 km², su altura es de 1118 metros sobre el nivel del mar, con una temperatura promedio de 23 °C.

El municipio de la Plata, Huila es el cuarto municipio más poblado del departamento, después de Neiva, Pitalito y Garzón, es considerado como un puerto de conexión con el departamento vecino del Cauca, su población promedio es de 82.220 habitantes y sus principales actividades económicas se basan en la producción agrícola de productos como el café, el plátano, el cacao, el maíz; y algunos frutales como el lulo y la mora. Sin embargo es importante resaltar que este municipio, es reconocido desde hace muchas décadas atrás por la excelencia de su producción cafetera. Adicionalmente se conoce que La Plata es muy fuerte en los sectores ganaderos y pecuarios. (Municipio, 2023).

Ilustración 17 Mapa municipio de La Plata-Huila.



Fuente: org/wiki/La Plata (Huila) #/media/Archivo: Colombia _- Huila-La Plata.svg

4.3 Ingeniería del proyecto (Logística): Proceso de Importación o exportación del bien o servicio, Proceso de Producción, Distribución de la planta y/o bodega

En lo pertinente al tópico de la ingeniería del proyecto, se tiene que la asociación de mujeres cafeteras cuenta con el conocimiento para generar los procesos de producción, distribución e incluso almacenamiento de los productos en las bodegas, los cuales serán expuestos a continuación.

Proceso de exportación:

El proceso de exportación de café tostado de la asociación Las Rosas Coffee, considera un proceso logístico que contempla distintos elementos los cuales buscan el beneficio del producto dentro del proceso de exportación, la asociación Las Rosas Coffee y la cadena de almacenes Metro en Canadá, la cual como es de suponerse, espera que el producto llegue en excelentes condiciones, y sin ningún tipo de maltrato ocurrido durante el tránsito del producto. El término de negociación internacional que se usará será CIP

(Carriage and Insurance Paid to) en donde La Asociación, como vendedor, es responsable de la entrega de las mercancías en destino, del coste del transporte internacional y del seguro. En ese orden de ideas, se tiene que el método más práctico, rápido y viable es el sistema de transporte terrestre desde el municipio de La Plata hasta Bogotá y el sistema aéreo desde la ciudad de Bogotá con destino a la ciudad de Ottawa, Ontario Canadá, precisando que ya el agente de carga internacional encargado de este proceso será la empresa Intersago Ltda. De la ciudad de Bogotá. También se aclara que se descartó el sistema fluvial, marítimo y ferroviario debido a factores como: precio, lentitud del proceso y falta de garantías del servicio de las empresas que pudieran prestarlo, adicionalmente se tiene que no existe un sistema ferroviario o fluvial que conecta con la ruta: La Plata - Huila, Colombia con Ottawa- Ontario, Canadá. Por último se señala que en lo concerniente al sistema marítimo de transporte, este requiere más tiempo y es menos práctico que el sistema aéreo ya escogido.

Esto significa que las granjas suelen tener acceso a instalaciones de preparación que suelen incluir el siguiente proceso:

a. Despulpado: en este proceso separa la pulpa de las cerezas maduras y se realiza mediante máquinas despulpadoras el mismo día de la recolección de las cerezas y así diferenciarlas.

b. Fermentación: en este proceso elimina la pulpa mucilaginosa restante que cubre el grano. Los granos de café se colocan en tanques de fermentación y se dejan fermentar entre 12 y 24 horas dependiendo de la temperatura local. Esta operación también se puede realizar con equipos especiales; cuando se utilizan equipos desmucilaginosos, el proceso se realiza en una sola operación continua.

c. Lavado: después de la fermentación, los granos se lavan en canales de agua corriente para eliminar el mucílago fermentado.

d. Secado: el café se seca al sol; en fincas muy grandes se utilizan secadores mecánicos. El café seco se conoce como café pergamino y suele venderse de esta forma.

e. Trillado: consiste en retirar la última cáscara seca del café, clasificando y dejándolo listo para su posterior proceso, el empaclado, generalmente después de esta fase el producto ya está listo para ser exportado.

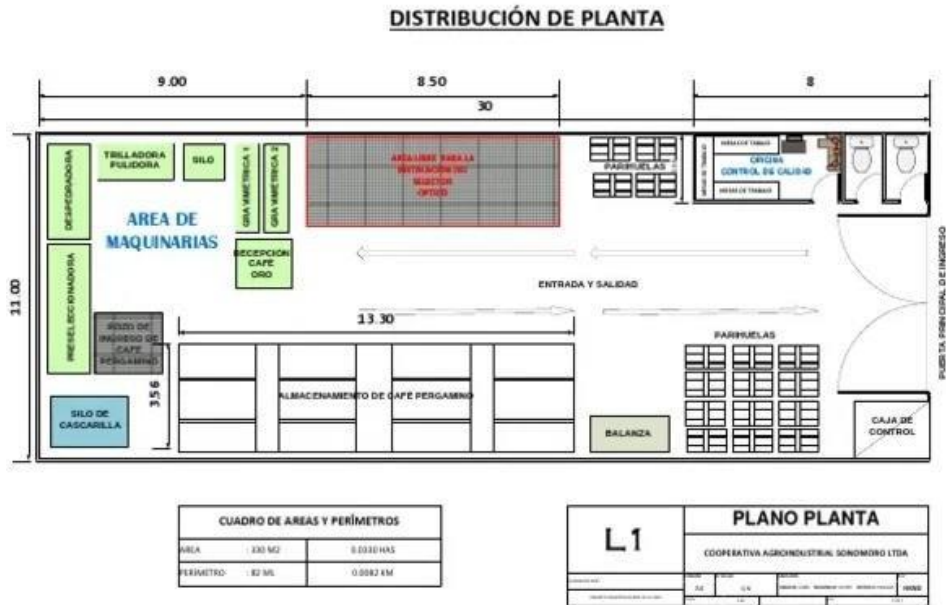
f. Proceso de Tostado: El proceso para tostar café inicia con la extracción restante de la humedad, que en el café verde suele estar alrededor del 12%. Una vez evaporada el agua, y cuando la temperatura en el tostador ha alcanzado los 170°, los granos adquieren un color canela y una textura seca y tostada.

g. Empacado: es la fase en la que el producto cafetero es dispuesto en empaques o recipientes generalmente plásticos o de vidrio, de acuerdo a las determinadas cantidades (en gramos) estipuladas para su venta (Bajamonde y Garcia, 2020).

Proceso de distribución de la planta:

A continuación, se expone el plano de distribución de la planta de trabajo de la asociación de mujeres Huilenses, la cual a la fecha está en proceso de remodelación y expansión; se precisa que adicionalmente se ha incorporado un servicio de café social tipo restaurante, merendero el cual ha recibido muy buena aceptación por parte del público del municipio de la Plata-Huila.

Ilustración 18 Distribución de la Bodega



Fuente: registro facilitado por la asociación de mujeres las Rosas Coffee.

La ubicación de la bodega está situada en el centro del municipio de la Plata - Huila, cuenta con un área de 1.200 metros cuadrados, no pagan costos por arriendo mensual (predios propios), el espacio es un área grande que cuenta con zonas de almacenamientos, entrega de productos, áreas de baño, diferentes entradas de acceso, un café social y espacios abiertos que facilitan el movimiento o el tránsito de compradores y del producto. Quizás la zona más importante de esta bodega es el espacio de exhibición de los productos cafeteros de la asociación, que se comparte con el área de oficinas abiertas. Para la distribución de la bodega se tuvo en cuenta las necesidades del proyecto para ejecutarlo, y así poder cumplir con todos los requisitos exigidos.

4.4 Cálculo de inversiones: capital de trabajo, inversión fija, gastos operativos

En el siguiente capítulo se expone el cálculo de inversiones de la empresa para la cual se señala que toda la información brindada es real y ha sido facilitada por la asociación de mujeres Huilenses las Rosas Coffee.

-Capital de trabajo

El capital de trabajo es el dinero con que se cuenta para hacer funcionar el negocio en el día a día, lo que implica el dinero suficiente para compra de mercancías, pagos de salarios, de servicios públicos, arriendo, etc. (Economía y finanzas, 2022)

En este caso, el capital de trabajo para llevar a cabo el proceso de exportación son los recursos propios de la asociación de mujeres cafeteras del occidente del Huila.

-Inversión fija de la empresa las Rosas Coffee

La inversión fija de la asociación se encuentra representada en todos sus activos, señalando que estos tienen un tiempo de vida útil variable, que depende del artículo o bien en mención.

Tabla 19 Inversión fija de la empresa las Rosas Coffee

CONCEPTO	VALOR
Muebles y enseres	\$ 800.000
Equipos de oficina(sillas, escritorios y enseres)	\$ 3.500.000
TOTAL	\$4.300.000

Fuente: elaboración propia.

-Gastos operativos de la asociación

Los gastos operativos de la asociación aluden a un monto anual de \$ 9.400.000.

Tabla 20 Gastos operativos de la asociación

Detalle	Anual
Arriendo y servicios públicos	\$700.000
Papelería	\$300.000
Salarios profesional en comercio internacional	\$ 8.400.000
TOTAL	\$9.400.000

Fuente: elaboración propia

5. ESTUDIO ADMINISTRATIVO

5.1 Impacto empresarial generado con el proyecto

Desde la aparición en el plano municipal de la asociación de mujeres cafeteras las Rosas Coffee, se ha evidenciado que esta ha generado un impacto visible, significativo y continuado; inicialmente en el año 2014 cada asociada solamente aportaba \$2.000 pesos mensuales para el sostenimiento de la organización, en la actualidad el aporte y sostenimiento tiene un valor total por asociada de \$52.200 (COP) anuales. Esta asociación ha logrado gestionar la economía de todas las personas involucradas en el proceso de producción cafetera que le compete, siendo de esta manera como desde el inicio, cada asociada en compañía de sus familias ha podido organizarse y proyectarse económicamente, logrando que el predio de cada asociada y sus cultivos se conviertan en un micro emprendimiento laboral y financiero con un margen de ganancia rentable positivo, motivo por el cual es un escenario empresarial con tendencia al crecimiento y a la expansión.

Se señala que para el año 2016 surgió un aliado, siendo este : “RGC” para comprar café verde de mujeres cafeteras y exportar a Canadá-Proyecto Equidad de género y prosperidad familiar, el cual trajo consigo una reliquidación que permitió el crecimiento del fondo rotativo del crédito y la expansión de la asociación.

En el año 2017 se iniciaron procesos de trabajo con los jóvenes (hijos e hijas) para la siembra de colinos de café, la producción inicial fue de 20.000 colinos cafeteros, las utilidades se distribuyeron entre los jóvenes que participaron; sin embargo, actualmente, debido al crecimiento exponencial, hoy se producen alrededor de 1.000.000

de colinos anuales, generando un mayor margen de producción y de ganancias económicas para la población involucrada.

Para el año 2018 surgió el “Programa Mujer Rural Asociada y Productiva” de la Secretaría de Agricultura del departamento del Huila, al cual la asociación se presentó con la idea de negocio: “La estación de café” el aporte tuvo un monto económico de \$25,000,000, recursos que fueron destinados para la instalación y puesta en marcha de la tienda (merendero) de café: *Las Rosas Coffee*, que se inauguró en febrero de 2018 y que actualmente sigue en funcionamiento como punto de referencia y encuentro de la mujeres trabajadoras que integran la asociación; esta estación hoy en día funciona también como almacén, cafetería y oficinas de la asociación.

Para el año 2019 se efectuó una alianza estratégica con la “Fundación Monómeros” con la que se logró implementar la metodología “Herramientas Para El Manejo De Empresas Agrícolas” lo que favoreció el desempeño administrativo, logístico y comercial de la asociación.

En el año 2020 la asociación realizó su primer proceso de marketing, buscando posicionar su marca en la región.

Para el año 2021 surgió la oportunidad de negocio con la empresa internacional STARBUCKS- haciendo uso de CADEFIHUILA como empresa intermediaria y encargada de todo el proceso de exportación. Sin embargo, este proceso de negociación a la fecha sigue en estado de análisis y evaluación ya que se vio afectado por la aparición de la pandemia del Covid 19.

Finalmente, es importante precisar que la empresa viene buscando estrategias de crecimiento productivo, económico y comercial, para lo cual está abierta a recibir y a

gestionar asesorías, acompañamientos técnicos y profesionales, a la realización de alianzas y conexiones estratégicas que favorezcan el desarrollo de la estabilidad y el crecimiento de las Rosas Coffee como organización.

A continuación, se presentan aspectos de la asociación, tales como su objeto e impacto social.

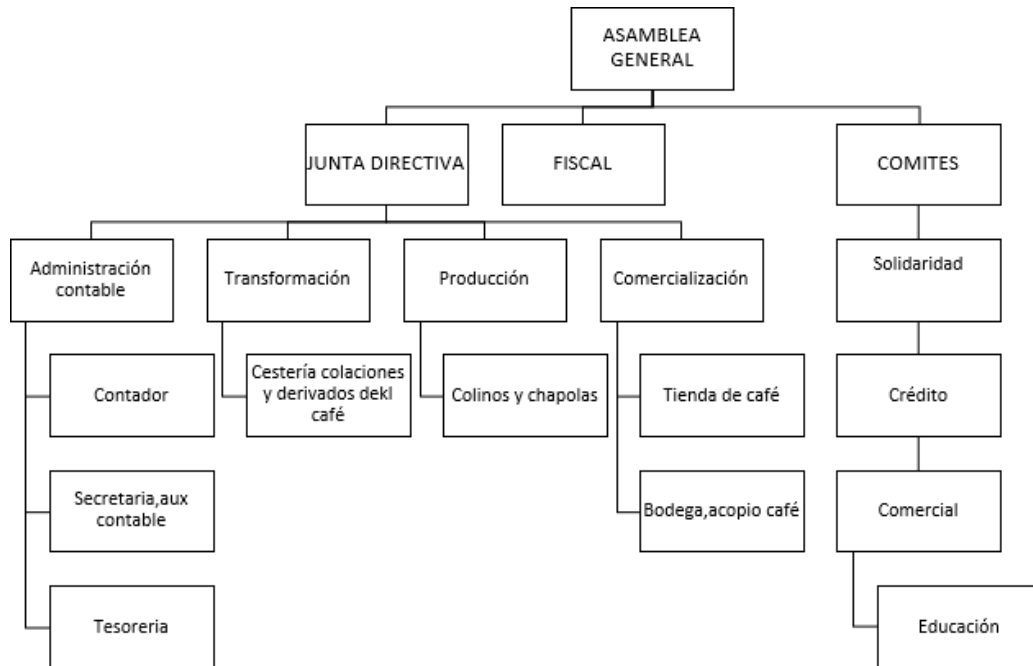
Objeto social: la asociación tiene por objeto social la siembra, cosecha, venta, manipulación, y exportación de café, de excelente calidad.

Impacto social: el pilar de la asociación es la equidad como un principio rector de convivencia. Se ha logrado unir a la familia, hoy las mujeres cafeteras caminan al lado de sus esposos no detrás como ocurría antes. Se gestiona la generación de nuevas masculinidades que identifican comportamientos nuevos y positivos de los hombres, masculinidades en cabeza de los esposos y algunos hijos, actualmente se está trabajando en la formación de los líderes de la nueva generación.

5.2 Estructura Organizacional

La asociación en su proceso administrativo, cuenta con un organigrama que ayuda a su respectiva gestión en cumplimiento de los objetivos de la entidad.

Ilustración 19 Organigrama asociación Las Rosas Coffee



Fuente: Asociación Las Rosas Coffee

5.3 Planeación Estratégica

A continuación se expone la teleología de la asociación las Rosas Coffee, señalando aspectos como la misión, visión y valores corporativos, lo cual posibilita generar el proceso de evaluación DOFA y en consecuencia las estrategias de mejoras para la asociación, las cuales se exponen a continuación.

Misión asociación Las Rosas Coffee:

La asociación promueve la productividad en las empresas cafeteras para que cumplan con estándares de calidad que garanticen la participación del producto en el mercado global, asegurando la rentabilidad y la transferencia de recursos a las asociadas y sus familias, contribuyendo al mejoramiento de la caficultura regional, mediante la implementación de buenas prácticas agrícolas y el bienestar social.

Visión asociación Las Rosas Coffee:

Ser identificadas como la primera Asociación de Mujeres cafeteras en Colombia que con compromiso y responsabilidad produce café de alta calidad, con marca propia y tipo exportación, asegurando canales de comercialización y conquistando el mercado internacional, mediante la gestión de proyectos, la participación gremial, el crecimiento y la sostenibilidad.

Valores Corporativos:

Los valores corporativos de la asociación Las Rosas Coffee son:

Trabajo en equipo: Apoyándonos se puede aprender unos de otros y trasladar este conocimiento al trabajo, para beneficio de los clientes y la asociación.

Calidad: La asociación se diferencia de otras productoras, comercializadoras y asociaciones cafetaleras en una manera sensible por su calidad; eso nos hace especiales.

Lealtad: La lealtad se da hacia el cliente, hacia el trabajo, hacia la empresa y hacia la familia. Hablamos con la verdad y damos siempre el mejor servicio y producto

Disciplina: El orden y la disciplina permiten llevar proyectos más ordenados, lo cual facilita el trabajo y mejorará los resultados.

Empoderamiento femenino: A través de prácticas como la empatía y la sororidad, la asociación ayuda no solo a mujeres, sino también a núcleos familiares a salir adelante en medio de las adversidades de la vida.

Evaluación DOFA

El proceso de análisis y evaluación DOFA tiene dentro de sus objetivos poder identificar la calidad y la capacidad de producción cafetera de la Asociación de

Mujeres del Occidente del Huila “Las Rosas Coffee” buscando determinar el potencial exportador de café de la asociación.

El proceso investigativo acudió a un ejercicio de revisión documental, sumado a las entrevistas abiertas semiestructuradas dirigidas al personal directivo de las Asociación (los cuales solicitaron que sus nombres, direcciones y números de identificación no fueran expuestos en el estudio por temas de seguridad personal). Es a partir de este diálogo de saberes que se realiza la matriz de análisis y evaluación DOFA, gestionada con información veraz y actualizada brindada por la asociación, la cual será expuesta a continuación.

Tabla 21 Matriz de evaluación DOFA las Rosas Coffee

	FORTALEZAS	DEBILIDADES
	<p>F1. la Asociación cuenta con una alta capacidad de producción cafetera anual (1213 Toneladas anuales)</p> <p>F2. Se cuenta con el equipo técnico, tecnológico y logístico para llevar a cabo los procesos de producción de café tipo exportación</p>	<p>D1. La marca no es muy reconocida en el panorama local, regional, nacional y mucho menos internacional</p> <p>D2. La asociación no se encuentra registrada ante la Federación Nacional de Cafeteros como exportadores.</p>

<p>Matriz de evaluación DOFA</p> <p>Las Rosas Coffee</p>	<p>F3. Se cuenta con un equipo en aumento de talento humano en aumento (256 mujeres trabajadoras) calificadas para desarrollar una labor operación de excelente calidad</p> <p>F4. La Asociación cuenta dentro de sus saberes con tierras para el trabajo cafetero en 6 municipios y más de 60 veredas del Huila.</p> <p>F5. La asociación ya ha presentado procesos de exportación, pero solo por medio de una empresa intermediaria (Cadefihuila)</p>	<p>D3. Actualmente Todo el proceso de exportación de café era asumido por una empresa intermediaria (Cadefihuila), la cual se quedaba con un amplio margen de ganancias.</p> <p>D4. A la fecha la asociación no ha realizado ningún proceso de exportación de su producto de manera independiente, por lo cual adolece de la experiencia en este tipo de escenarios comerciales.</p>
<p>OPORTUNIDADES</p>	<p>ESTRATEGIAS FO</p>	<p>ESTRATEGIAS DO</p>

	<p>FO1: Incrementar el nivel o la cantidad de producción anual, ampliando la nómina que integra la asociación cafetera</p>	<p>DO1: Generar iniciativas para que la Asociación Las Rosas Coffee pueda iniciar su proceso de exportación sin intermediarios, propiciando un</p>
--	---	---

<p>O1. Independizarse integralmente en el proceso de exportación, eliminando la figura de intermedio (Cadefihuila) y generando con ello más ganancias para la Asociación.</p> <p>O2. Aprovechamiento del TLC con Canadá</p> <p>O3. Apoyo que se avecina con los planes de desarrollo gubernamentales</p> <p>O4. Tendencia en aumento del consumo de café especial</p>	<p>FO2: Hacer uso de las dos temporadas de cosecha cafetera, logrando con ello un mayor nivel de producción de toneladas de café por año.</p> <p>FO3: Contratar los servicios de una empresa de marketing especializada en Posicionamiento de marca (Branding), publicidad marketing e</p>	<p>aumento en el nivel de ganancias propia</p> <p>DO2: Elaborar un portafolio a partir de estudios estratégicos que permitan identificar aquellos países y empresas interesadas en importar los productos generados por la Asociación huilense.</p> <p>DO3: Registrar la Asociación Las Rosas Coffee, ante la federación nacional de cafeteros como empresa apta</p>
---	--	--

	implementación de uso de redes sociales virtuales.	para realizar el proceso de exportación de su producto.
<p>AMENAZAS</p> <p>A1. En el sector cafetero siempre existe la amenaza de que los factores climáticos afecten negativamente los procesos de siembra y cosecha, interrumpiendo el nivel de productividad de la asociación.</p> <p>A2. La presencia de asociaciones y empresas aledañas dedicadas a realizar el mismo trabajo de producción cafetera de la Asociación Las Rosas Coffee.</p>	<p>ESTRATEGIAS FA</p> <p>FA1: Implementar estrategias de mejora del producto, haciéndolo más competitivo dentro del sector</p> <p>FA2: Desarrollar estrategias que permitan enfrentar situaciones de pandemia, desarrollando protocolos de salud y seguridad laboral</p>	<p>ESTRATEGIAS DA</p> <p>DA1: Desarrollar estrategias económicas que permitan brindar un mejor pago a las mujeres cafeteras de La Asociación del occidente del Huila Las Rosas Coffee.</p> <p>DA2: Generar acciones que le permitan a la asociación emprender el proceso de exportación, así para ello se requiera contratar personal especializado en dicha labor.</p>

<p>A3. En los últimos meses el precio del café en el contexto mundial ha venido decayendo, lo cual se visibiliza en las estadísticas presentadas por La Bolsa de Valores en los procesos de compra de café exportado por las diferentes naciones.</p> <p>VOLATILIDAD DEL CAFÉ</p> <p>A4. la amenaza de una emergencia sanitaria como la ocasionada por la aparición del Covid-19, la cual paulatinamente tuvo repercusiones mundiales en todas las esferas del desarrollo social económico y sanitario humano</p>	<p>FA3: Generar espacios que permitan visibilizar las necesidades e intereses específicos de los clientes, buscando con ello la satisfacción y la fidelización de la clientela.</p>	<p>DA3: Gestionar procesos de capacitación a través de instituciones de formación profesional en el tema, que le permitan al personal directivo de La Asociación, direccionar de manera independiente los procesos de exportación cafetera.</p>
--	--	--

Fuente: Elaboración propia.

Una vez desarrollado la matriz de análisis de evaluación DOFA, a partir de los hallazgos encontrados con el proceso de entrevista abierta semiestructurada con los directivos de la asociación, se tiene que las tres estrategias más significativas pertinentes al

objeto de este estudio son las estrategias DO, surgidas a partir del cruce de las debilidades y las oportunidades de la asociación en comento, las cuales están orientadas a:

DO1: Generar iniciativas para que la Asociación Las Rosas Coffee pueda iniciar su proceso de exportación a Canadá de manera independiente (sin intermediarios), propiciando un aumento en el nivel de ganancias propia y aprovechando los beneficios comerciales que le concede el tratado de libre comercio (TLC) firmado con el país vecino.

DO2: Elaborar un portafolio a partir de estudios estratégicos que permitan identificar aquellos países y empresas potenciales más interesadas en importar los productos generados por la Asociación Huilense.

DO3: Registrar la Asociación Las Rosas Coffee, ante la federación nacional de cafeteros como empresa apta para realizar el proceso de exportación de su producto a Canadá.

6. ESTUDIO LEGAL

A continuación, se presentan todos los aspectos legales y normativos que estructuran y hacen parte del escenario empresarial y comercial exportador de la asociación de mujeres cafeteras del occidente del Huila Las Rosas Coffee.

6.1 Tipo de empresa

La Asociación Las Rosas Coffee se encuentra legalmente constituida en la sede de la Cámara de Comercio del municipio de La Plata -Huila, registrada como persona jurídica comerciante, la cual se define como una organización o grupo de personas naturales, a la que la ley le reconoce personalidad independiente y diferenciada de la de cada uno de sus miembros o componentes, capaz de ejercer derechos y contraer obligaciones, y de ser representada judicial y extrajudicialmente. La persona jurídica ejerce actividades laborales de manera habitual y profesional a título de la organización. Dicha tipología de persona se responsabiliza de todos los derechos y obligaciones de la actividad comercial que ejerce la empresa (CCB, 2020).

6.2 Requisitos legales (minuta) de constitución o reestructuración de empresa

Para llevar a cabo este proceso la Asociación cumplió de manera integral con la presentación de cada uno de los documentos requeridos para gestionar el proceso de registro legal de la organización, estando dentro de ellos:

Original del documento de identidad de los responsables.

Formulario del Registro Único Tributario RUT.

Formularios disponibles en las sedes de la Cámara de comercio de La Plata Huila

Formulario Registro Único Empresarial y Social (RÚES)

Carátula única empresarial y anexos requeridos. (Federación Nacional de Cafeteros, 2015)

De esta forma para el año 2014 la Asociación de mujeres Las Rosas Coffee, quedó legalmente constituida. Es importante aclarar que esta organización se encuentra registrada como empresa productora y exportadora, para así, poder realizar el estudio de pre factibilidad para la exportación.

De acuerdo al Decreto 1714 del Ministerio de Comercio Industria y Turismo y la Resolución reglamentaria No. 05 de 2015 del Comité Nacional de Cafeteros de Colombia, las personas naturales y también las jurídicas que quiera exportar Café, deben registrarse como Exportadores de Café en el Registro Nacional de Exportadores de Café que administra la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia, labor que se proyecta a ser realizada por las directivos de la asociación durante el transcurso del año 2023 (Federación Nacional de Cafeteros, 2015)

6.3 Normatividad aplicable para el producto en el país de origen (Colombia)

-Requisitos en Colombia para exportación de Café Tostado:

De acuerdo al Decreto 1714 del Ministerio de Comercio Industria y Turismo y la Resolución reglamentaria No. 05 de 2015 del Comité Nacional de Cafeteros de Colombia, las personas naturales o jurídicas que quiera exportar Café, deberán registrarse como Exportadores de este producto en el Registro Nacional de Exportadores de Café que administra la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia. (Federación Nacional de Cafeteros, 2015)

-Requisitos generales:

Estar inscrito ante la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia como exportador.

Factura comercial o factura proforma

Carta de responsabilidad.

Registro Mercantil (con una antelación no superior a treinta (30) días calendario a la fecha de presentación).

RUT (registrado en DIAN como exportador, régimen común)

Código exportador expedido por FNC.

Declaración de origen (FORMATO DIAN)

Código arancelario de la mercancía a exportar (café)

Comprobante de pago del impuesto de retención cafetera.

Liquidación y No. De la contribución cafetera. Expedida por FNC.

Certificado de repeso y No. expedido por la FNC.

El representante legal o la persona natural que efectúa la exportación deben firmar toda la documentación.

-Cumplimiento de Normas

De acuerdo a los requisitos expuestos por la resolución 05 de 2015 del Comité Nacional de Cafeteros, la cual maneja un reglamento para el control y la administración de registro exportador de café de la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia, en su función como órgano administrador del Fondo Nacional del Café; expone en el Artículo 6° las obligaciones del exportador inscrito tales como:

Efectuar el anuncio de venta de café colombiano ante la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia.

Cumplir las normas de calidad y someter a control de calidad y/o revisión (según corresponda) de la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia todo el café verde o procesado, antes de cualquier embarque para el exterior.

Transportar café dentro del territorio nacional amparado por guías de tránsito, cuando estas se requieran de conformidad con las normas aduaneras vigentes.

Usar trilladoras, tostadoras o fábricas de café soluble que se encuentren debidamente inscritas ante la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia.

Pagar la contribución cafetera establecida por la ley, previamente a la exportación de café colombiano, verde o procesado.

Pagar la reliquidación de la contribución cafetera cuando a ello hubiere lugar.

Evitar cualquier hecho que atente contra la comercialización del café colombiano y su posicionamiento en el mercado mundial.

Mantener las condiciones demostradas para la obtención de la inscripción en el Registro de Exportadores de Café.

Renovar su inscripción en el Registro de Exportadores de Café, en la forma y dentro del término previsto en la presente Resolución (Federación Nacional de Cafeteros, 2009)

-Normatividad para exportación de café (Tostado sin descafeinar)

De acuerdo a la resolución 1 de 1999 considerando que el decreto 749 de 1990 la cual autoriza la exportación de café tostado y molido; la cual resuelve:

ARTÍCULO 1o. El café tostado solamente se podrá exportar cuando tenga una taza que sea característica del café colombiano y esté libre de sabores y olores extraños.

PARÁGRAFO. Se permitirá la presencia de aromatizantes o saborizantes en el café tostado de exportación solamente de acuerdo con lo previsto en la Resolución No.2 de 1998 del Comité Nacional de Cafeteros.

ARTÍCULO 2o. Para la elaboración de café tostado, molido o en grano, con destino a la exportación a los mercados tradicionales, únicamente se podrá utilizar como materia prima café fresco de calidad excelso.

Para mercados no tradicionales podrá exportarse café tostado, elaborado con calidades diferentes al excelso fresco, siempre y cuando se cumpla con los siguientes requisitos:

a) Que el exportador manifieste, mediante comunicación escrita a la Federación Nacional de Cafeteros, que ha tomado todas las precauciones para que el café sea comercializado exclusivamente en el mercado de destino.

b) Que el exportador presente a la Federación Nacional de Cafeteros un plan de mercadeo, en el cual se detallen la calidad de la materia prima que será utilizada, el destino del producto, los compradores y la estrategia de venta del producto, y obtenga de ésta la correspondiente aprobación al plan.

ARTÍCULO 3o. El fabricante de café tostado para exportación deberá cumplir las disposiciones vigentes en materia sanitaria y contar con licencia de exportador de café tostado.

ARTÍCULO 4o. El café tostado, molido o en grano, solamente podrá exportarse con empaques que garanticen la conservación de las características organolépticas originales de calidad, aroma y sabor por un período de tiempo acorde con el tipo de empaque, según se detalla en los siguientes literales:

Cuando se trate de presentaciones individuales para distribución al detal, los métodos de empaque autorizados son:

Empaque al vacío;

Empaque con atmósferas modificadas, utilizando gases inertes que eviten la degradación del producto y

Empaque con válvula descalificadora unidireccional apropiada para café tostado y que sea compatible con la estructura del material.

En todos los casos anteriores el empaque deberá ser adecuado para evitar la permeabilidad de aromas, oxígeno y vapor de agua, de tal manera que se garantice una vida útil del producto no menor de nueve (9) meses y una humedad del producto inferior al tres (3) por ciento.

Cuando se trate de exportaciones de café tostado a granel, que no hagan necesaria la utilización de empaques para el consumidor final en el momento de la exportación, el producto deberá ser exportado en empaques que garanticen la conservación adecuada de sus características organolépticas, con vacío, atmósferas modificadas, o con válvulas descalificadoras. En los empaques a granel se deberá garantizar una vida útil del producto no inferior a cuatro (4) meses y una humedad del producto inferior al tres (3) por ciento.

ARTÍCULO 5o. Para hacer uso de los logotipos de propiedad de la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia, los exportadores de café tostado, molido o en grano, deberán suscribir un contrato de uso de la marca, someterse a los criterios establecidos por dicha entidad y presentar el diseño y arte final de los empaques o recipientes que serán utilizados, así como los proyectos de promoción y publicidad del producto.

La Federación Nacional de Cafeteros de Colombia, se reserva el derecho de autorizar o no el uso de dichos logotipos, así como el uso de cualquier otro símbolo, marca o contramarca que ella tenga debidamente registradas, de acuerdo con las normas y procedimientos que sobre el particular aplique la Federación. (Federación Nacional de Cafeteros, 2009)

ARTÍCULO 6o. La Federación Nacional de Cafeteros de Colombia podrá verificar el cumplimiento de las normas sanitarias en las instalaciones de procesamiento; así mismo, podrá controlar la calidad de la materia prima y del producto terminado en fábrica, bodegas, puertos y canales de distribución (Federación Nacional de Cafeteros, 2009)

-Normatividad aplicable para el producto en el país de destino (Canadá)

El normatividad requerida para la exportación del producto cafetero a Canadá incluye:

Conocimiento de Embarque o Guía Aérea de Carga: Este contrato de transporte emitido por la transportadora marítima o aérea también es un recibo. Otorga el título a los productos y las copias firmadas son prueba de derecho propietario.

Certificado de Origen (Formulario A): La CBSA requiere un certificado de origen para establecer dónde se manufacturan los productos y para determinar la tasa aplicable de aranceles aduaneros. (Exportación Canadá, 2013)

Factura Comercial: Usada por el exportador para cobrar el valor de los productos al comprador canadiense. Los exportadores usan sus propios formularios, pero el contenido debe incluir información estándar como fecha de emisión, nombre y dirección del comprador y del vendedor, número de contrato, descripción de los bienes, precio unitario, número de unidades por paquete, peso total y condiciones de entrega y pago.

La Factura Comercial también la usa la CBSA para establecer los aranceles y otros impuestos a la importación (Exportación Canadá, 2013).

Permisos de Exportación: Los permisos los emite el gobierno del país exportador, pero estos deben ser presentados en Canadá.

Certificados de Inspección: Los certificados sanitarios y otros certificados son requeridos para algunos tipos de productos que ingresan a Canadá, incluyendo plantas, semillas, animales, farmacéuticos, material para viveros y carne.

Lista de Empaque: es requerida como suplemento de la factura comercial.
(Exportación Canadá, 2013)

7. ESTUDIO FINANCIERO

7.1 Inversiones y fuentes de financiamiento

A continuación, se presenta el cuadro de inversiones necesarias para el funcionamiento del actual proyecto de exportación.

Tabla 22 Inversiones y fuentes de financiamiento

ESTADO DE SITUACION FINANCIERA- BALANCE PREOPERATIVO						
PROYECCIONES A 5 AÑOS						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Activo						
Efectivo	65,791,720	68,860,000	108,319,814	133,433,991	164,821,333	203,977,307
Total Activo Corriente:	65,791,720	68,860,000	108,319,814	133,433,991	164,821,333	203,977,307
Muebles y Enseres	800,000	800,000	800,000	800,000	800,000	800,000
Depreciación Acumulada		-160,000	-320,000	-480,000	-640,000	-800,000
Muebles y Enseres	800,000	640,000	480,000	320,000	160,000	0
Equipo de Oficina	3,500,000	3,500,000	3,500,000	3,500,000	3,500,000	3,500,000
Depreciación Acumulada		-700,000	-1,400,000	-2,100,000	-2,800,000	-3,500,000
Equipo de Oficina	3,500,000	2,800,000	2,100,000	1,400,000	700,000	0
Total Activos Fijos:	4,300,000	3,440,000	2,580,000	1,720,000	860,000	0
Total Otros Activos Fijos	0	0	0	0	0	0
ACTIVO	70,091,720	72,300,000	110,899,814	135,153,991	165,681,333	203,977,307
Pasivo						
Impuestos X Pagar	0	728,732	13,222,546	16,796,871	21,243,942	26,764,893
PASIVO	0	728,732	13,222,546	16,796,871	21,243,942	26,764,893
Patrimonio						
Capital Social	70,091,720	70,091,720	70,091,720	70,091,720	70,091,720	70,091,720
Reserva Legal Acumulada	0	0	147,955	2,832,532	6,242,806	10,555,970
Utilidades Retenidas	0	0	591,819	11,330,129	24,971,224	42,223,880
Utilidades del Ejercicio	0	1,479,548	26,845,774	34,102,738	43,131,641	54,340,844
PATRIMONIO	70,091,720	71,571,268	97,677,268	118,357,119	144,437,391	177,212,414
PASIVO + PATRIMONIO	70,091,720	72,300,000	110,899,814	135,153,991	165,681,333	203,977,307

Fuente: Elaboración propia.

7.2 Presupuesto de ingresos, costos y gastos

Tabla 23 Presupuesto de ingreso, costos y gastos

Total Ventas		
Precio Promedio	\$	34,000.0
Ventas	unid.	2,000
Ventas	\$	68,000,000
Costos Unitarios Materia Prima		
Costo Materia Prima CAFÉ TOSTADO Y MILIDO EN LIBRAS	\$ / unid.	14,420
Costos Unitarios Mano de Obra		
Costo Mano de Obra CAFÉ TOSTADO Y MILIDO EN LIBRAS	\$ / unid.	3,308
Costos Variables Unitarios		
Materia Prima (Costo Promedio)	\$ / unid.	14,420.0
Mano de Obra (Costo Promedio)	\$ / unid.	3,308.0
Materia Prima y M.O.	\$ / unid.	17,728.0
Otros Costos de Fabricación		
Otros Costos de Fabricación	\$	300,000
Costos Producción Inventariables		
Materia Prima	\$	28,840,000
Mano de Obra	\$	6,616,000
Materia Prima y M.O.	\$	35,456,000
Depreciación	\$	860,000
Total	\$	36,316,000
Margen Bruto	\$	46.59%
Gastos Operacionales		
Gastos de Ventas	\$	19,775,720
Gastos Administración	\$	9,400,000
Total Gastos	\$	29,175,720

Fuente: Elaboración propia.

7.3 Determinación de los costos unitarios de exportación

Tabla 24 Determinación de los costos unitarios de exportación

PRECIO POR CARGA CAFÉ ESPECIAL TAZA LIMPIA TIPO EXPORTACION (LAS ROSAS COFFEE)	TRM
2,400,000	4,500

Costos Unitarios Materia Prima				
	Lb (COP)	Total (COP)	Lb (USD)	Total (USD)
Cargas de pergamino seco	13,440	26,880,000	2.99	5973.33
Empaque biodegradable	980	1,960,000	0.22	435.56
TOTAL	14,420	28,840,000	3.20	6408.89

Costos Unitarios Mano de Obra				
	Lb (COP)	Total (COP)	Lb (USD)	Total (USD)
Maquila de café (tueste y molienda)	1,800	3,600,000	0.40	800.00
Diseño empaque exportación	500	1,000,000	0.11	222.22
Registro sanitario INVIMA	1,008	2,016,300	0.22	448.07
TOTAL	3,308	6,616,300	0.74	1,470.29

Otros Costos de Fabricación				
	Lb (COP)	Total (COP)	Lb (USD)	Total (USD)
Indumentaria	\$150	300,000	0,033	66,66

GASTOS OPERACIONALES				
Gastos de ventas	Lb (COP)	Total (COP)	Lb (USD)	Total (USD)
Envío Terrestre (La Plata- Bogotá)	1,589	3,178,920	0.35	706.43
Cargos origen Flete aéreo (Intersago)	7,560	15,120,000	1.68	3360
Costos locales	738	1,476,800	0.16	328.18
TOTAL	9,888	19,775,720	2.20	4394.60

COSTOS Y GASTOS TOTALES (UNITARIO)	COP		USD
	27,766		6.17

Fuente: Elaboración propia.

7.4 Estado de resultado del proyecto

Tabla 25 Estados de resultado del proyecto

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
ESTADO DE RESULTADOS					
Ventas	68,000,000	82,280,000	99,558,800	120,466,148	145,764,039
Materia Prima, Mano de Obra	35,456,000	40,951,680	47,299,190	54,630,565	63,098,302
Depreciación	860,000	860,000	860,000	860,000	860,000
Otros Costos	300,000	400,000	500,000	600,000	700,000
Utilidad Bruta	31,384,000	40,068,320	50,899,610	64,375,583	81,105,737
Gasto de Ventas	19,775,720	0	0	0	0
Gastos de Administración	9,400,000	0	0	0	0
Utilidad Operativa	2,208,280	40,068,320	50,899,610	64,375,583	81,105,737
Utilidad antes de impuestos	2,208,280	40,068,320	50,899,610	64,375,583	81,105,737
Impuestos (35%)	728,732	13,222,546	16,796,871	21,243,942	26,764,893
Utilidad Neta Final	1,479,548	26,845,774	34,102,738	43,131,641	54,340,844

Fuente: Elaboración propia.

Se observa que en el estado de resultados en el año 2023 que corresponde al año 1 se tendrá un ingreso de ventas de \$68, 000,000

7.5 Flujo de caja del proyecto y flujo de caja del inversionista

Tabla 26 Flujo de caja del proyecto y flujo de caja del inversionista

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
FLUJO DE CAJA						
Flujo de Caja Operativo						
Utilidad Operacional		2,208,280	40,068,320	50,899,610	64,375,583	81,105,737
Depreciaciones		860,000	860,000	860,000	860,000	860,000
Amortización Gastos		0	0	0	0	0
Agotamiento		0	0	0	0	0
Provisiones		0	0	0	0	0
Impuestos		0	-728,732	-13,222,546	-16,796,871	-21,243,942
Neto Flujo de Caja Operativo		3,068,280	40,199,588	38,537,064	48,438,712	60,721,794
Flujo de Caja Inversión						
Inversión en Muebles	-800,000	0	0	0	0	0
Inversión en Equipos de Oficina	-3,500,000	0	0	0	0	0
Inversión Activos Fijos	-4,300,000	0	0	0	0	0
Neto Flujo de Caja Inversión	-4,300,000	0	0	0	0	0
Flujo de Caja Financiamiento						
Dividendos Pagados		0	-739,774	-13,422,887	-17,051,369	-21,565,820
Capital	70,091,720	0	0	0	0	0
Neto Flujo de Caja Financiamiento	70,091,720	0	-739,774	-13,422,887	-17,051,369	-21,565,820
Neto Periodo	65,791,720	3,068,280	39,459,814	25,114,177	31,387,343	39,155,974
Saldo anterior		65,791,720	68,860,000	108,319,814	133,433,991	164,821,333
Saldo siguiente	65,791,720	68,860,000	108,319,814	133,433,991	164,821,333	203,977,307

Fuente: Elaboración propia.

El fondo del flujo de caja del proyecto tiende a ser positivo desde el primer año teniendo en cuenta que las proyecciones que se han realizado para los próximos años, basados en precios y costos constantes del año base.

7.6 Análisis del punto de equilibrio

Tabla 27 Análisis del punto de equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES	
<p>El punto de equilibrio es establecido a través de un cálculo que sirve para definir el momento en que los ingresos de una empresa cubren sus gastos fijos y variables, esto es, cuando logras vender lo mismo que gastas, no ganas ni pierdes, has alcanzado el punto de equilibrio.</p>	
PE	PUNTO DE EQUILIBRIO
CF	COSTOS FIJOS
PV	PRECIO DE VENTA
CV	COSTO DE VENTA
PE= CF/(PV - CV)	
	EN UNIDADES
CF	35,456,000
PV	34,000
CV	17,728
PE=	2,179
	LIBRAS
<p>El punto de equilibrio es 2.179, esto es, se deben vender 2.179 LIBRAS para obtener el punto de equilibrio.</p>	

Fuente: Elaboración propia.

En el punto de equilibrio se debe de comercializar un mínimo de 2,179 libras para no generar pérdidas ni ganancias, y se deben de exportar cantidades mayores a 2,179 libras de café al año.

8. EVALUACIÓN FINANCIERA

8.1 VPN-TIR-PRI

Tabla 28 VPN-TIR-PRI

Criterios de Decisión	
Tasa mínima de rendimiento a la que aspira el emprendedor	24%
TIR (Tasa Interna de Retorno)	33.81%
VAN (Valor actual neto)	19,940,242
PRI (Periodo de recuperación de la inversión)	1.84
Duración de la etapa improductiva del negocio (fase de implementación).en meses	3 meses
Nivel de endeudamiento inicial del negocio, teniendo en cuenta los recursos del fondo emprender. (AFE/AT)	0.00%
Periodo en el cual se plantea la primera expansión del negocio (Indique el mes)	12 mes
Periodo en el cual se plantea la segunda expansión del negocio (Indique el mes)	24 mes

Fuente: Elaboración propia.

Para poder calcular el valor presente neto es necesario tener en cuenta unas recomendaciones como, definir el periodo, analizar los flujos de efectivo, establecer la tasa de descuento y aplicar la formula y evaluar la rentabilidad, dando un valor 19, 940,242, la tasa interna de retorno da un resultado positivo de 33.81% y por último el periodo de recuperación es de 1.84 %. Concluyendo que el aplazamiento financiero tiende a generar un efecto positivo ya que se recupera más rápido la inversión.

8.2 La razón ingreso a la inversión

Tabla 29 La razón ingreso a la inversión

¿Qué es el ROI y cómo se calcula?	
→ ROI: qué es Retorno de la Inversión y cuál es su fórmulaEl ROI es la sigla en inglés para «Retorno Sobre la Inversión». Es una métrica usada para saber cuánto la empresa ganó a través de sus inversiones. Para calcular el ROI es necesario levantar los ingresos totales, sustraer de estos los costos y, finalmente, dividir ese resultado por los costos totales.	
INGRESOS AÑO 1	68,000,000
INVERSION AÑO 1	70,091,720
ROI = (ingresos - inversión) / inversión	
Razón Ingreso a la Inversión	- 0.03
El resultado es negativo, puesto que los ingresos del primer año de exportaciones, fueron menores a la Inversión realizada.	

Fuente: Elaboración propia.

8.3 Relación costo – Beneficio

Tabla 30 Relación costo- Beneficio

INVERSION	70,091,720		
TASA DE DESCUENTO	24%		
PERIODO AÑOS	INVERSION	INGRESOS	EGRESOS
1	70,091,720	68,000,000	66,520,452
2		82,280,000	55,434,226
3		99,558,800	65,456,062
4		120,466,148	77,334,507
5		145,764,039	91,423,195
VNA INGRESOS	\$ 261,243,240.72		
VNA EGRESOS	\$ 187,924,446.86		
VNA EGRE + INV	258,016,167		
COST BENEFICIO	1.01		
El proyecto tiene un análisis en relación costo beneficio del 1%			

Fuente: Elaboración propia.

Una relación costo-beneficio es un indicador que determina la relación directa entre los costos y los beneficios relativos, para este caso BCR de 1%, se espera que el proyecto proporcione un valor patrimonial positivo para la asociación.

8.4 Análisis de sensibilidad

Tabla 31 Análisis de sensibilidad

Variación en Incremento en ventas	10%
Variación en Incremento en costos	5%

Se realiza un ejercicio en el cuadro de proyecciones aumentando el precio de venta un 10%, al igual que los costos aumentándolos un 5%; y se realiza un análisis de sensibilidad de las variaciones.

Precio Por Producto		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Precio CAFÉ TOSTADO Y MILIDO EN LIBRAS	\$ / unid.	37,400	41,140	45,254	49,779	54,757
Unidades Vendidas por Producto						
Unidades CAFÉ TOSTADO Y MILIDO EN LIBRAS	unid.	2,100	2,205	2,315	2,431	2,553
Total Ventas						
Precio Promedio	\$	37,400.0	41,140.0	45,254.0	49,779.4	54,757.3
Ventas	unid.	2,100	2,205	2,315	2,431	2,553
Ventas	\$	78,540,000	90,713,700	104,774,324	121,014,344	139,771,567

Fuente: Elaboración propia.

8.5 Análisis de riesgo

En la siguiente tabla se realiza el análisis a cuatro posibles riesgos, los cuales se mitigaran con estrategias y apoyo en la supervisión de la planificación.

Tabla 32 Análisis de riesgo

RIESGO	CATEGORIA	IMPACTO	PROBABILIDAD %	CALIFICACION	MITIGACION	DISPARADOR	NUEVA CALIFICACION
Demora entrega de empaques	Proveedores	ALTO	30	6	Planeación por anticipado de entregas para no afectar la producción.	Cambios de tiempos de entregas.	2
Demora por problemas aduaneros y verificación de documentos	Legales	MEDIO	40	9	Seguimiento a la planeación.	Comunicación con el personal encargado de la gestión del proceso.	3
Baja productividad en la maquinaria	Recursos propios	MEDIO	40	6	Sobrestimar el tiempo necesario para finalizar las tareas durante la fase de planificación y elaborar un plan de contingencia.	Realizar mantenimientos a la maquinaria.	2
Costos elevados de la cereza café	Proveedores	MEDIO	30	8	Dar garantías de pago por la materia prima, motivación a los proveedores.	Programación de recepción de materias primas para que no afecten la producción.	2

Fuente: Elaboración propia.

IMPACTO SOCIALES Y AMBIENTAL

Para el año 2018 surgió el “Programa Mujer Rural Asociada y Productiva” de la Secretaría de Agricultura del departamento del Huila, al cual la asociación se presentó con la idea de negocio: “La estación de café” el aporte tuvo un monto económico de \$25,000,000, recursos que fueron destinados para la instalación y puesta en marcha de la tienda de café: *Las Rosas Coffee*, que se inauguró en febrero de 2018 y que actualmente sigue en funcionamiento como punto de referencia y encuentro de la mujeres trabajadoras que integran la asociación; esta estación hoy en día funciona también como almacén, cafetería y oficinas de la asociación.

Para el año 2019 se efectuó una alianza estratégica con la “Fundación Monómeros” con la que se logró implementar la metodología “Herramientas Para El Manejo De Empresas Agrícolas” lo que favoreció el desempeño administrativo, logístico y comercial de la asociación

Como ya se había dicho anteriormente el objeto social de la asociación es la siembra, cosecha, venta, manipulación, y exportación de café, de excelente calidad, precisando que el pilar de la asociación es la equidad de género como un principio rector de convivencia. En ese orden de ideas se ha logrado unir a la familia, hoy las mujeres cafeteras caminan al lado de sus esposos no detrás como ocurría antes. El trabajo de la asociación propende la generación de nuevas masculinidades que identifican comportamientos nuevos y positivos de los hombres, masculinidades en cabeza de los esposos y algunos hijos de las mujeres asociadas, actualmente se está trabajando en la formación de los líderes de la nueva generación.

El enfoque del trabajo social de la asociación es poder llegar con apoyo psicosocial para los casos identificados como vulnerables, motivar a hijos, hijas y demás mujeres de la familias, involucrándose en las actividades propias de la cultura cafetera (empalme generacional), realizar capacitaciones, generar apoyo con profesionales y trabajadoras sociales, compartiendo experiencias de convivencia.

Finalmente, es importante precisar que en términos generales la empresa viene buscando estrategias de crecimiento personal, social, académico, productivo, económico y de convivencia, para lo cual está abierta a recibir y a gestionar asesorías, acompañamientos técnicos y profesionales, así como a la realización de alianzas y conexiones estratégicas que favorezcan el desarrollo de la estabilidad y el crecimiento de las Rosas Coffee como organización.

Actualmente la asociación trabaja de manera consciente por la conservación del medio ambiente, en algunas de las fincas cafeteras se han instalado sistemas de aguas residuales y servidas, que evitan la llegada de agentes contaminantes a las fuentes y nacederos de agua, en compañía de la comunidad la asociación realiza jornadas de arborización, apoyadas por la CAM. Para el año 2021 se entregaron 30 árboles a cada asociada para favorecer el proceso de arborización de fuentes hídricas y sombrías del café. Hoy en día las fincas cafeteras, son visitadas por muchos grupos de mujeres, empresas y fundaciones nacionales, que desean conocer y replicar el modelo asociativo de la organización.

CONCLUSIONES

- El estudio de factibilidad permite concluir que Canadá actualmente representa un destino importante para la exportación de café ya que es el quinto principal importador de café tostado sin descafeinar, que durante el año 2022, demandó 72.701 toneladas de café, con un valor representativo a 607.031 miles de dólares. Adicional a esto, Canadá es el segundo mayor consumidor de café tostado y molido en América después de Estados Unidos. Colombia hace parte de los 10 principales proveedores (679 toneladas importadas en el 2022), a lo que se le agrega que la exportación de este producto representa un escenario comercial sólido y en constante crecimiento. Además de esto, Canadá es un país próspero, desarrollado y con un alto poder adquisitivo. Finalmente el producto se proyecta a ser llevado a la ciudad de Ottawa - Ontario, ya que ésta es la capital del país canadiense y por ende que sea de mayor visibilización y comercialización el café producido por la Asociación Las Rosas Coffee.

-Una vez realizado el estudio técnico, éste refleja que la asociación tiene la forma de cómo liderar un proceso de exportación ya que cuenta con los recursos, conocimiento y experiencia en producción de café de excelente calidad, además, el músculo financiero, y capacidades para llevar el producto cafetero a mercados internacionales, en donde el término de negociación a utilizar será CIP (Carriage and Insurance Paid to) en donde La Asociación como vendedor, es responsable de la entrega de las mercancías en destino, del coste del transporte internacional y del seguro, trabajando de la mano de Intersago Ltda, agencia de carga internacional con más de 20 años de experiencia para realizar el proceso logístico de la exportación de café al país canadiense.

-En el estudio administrativo y legal se pudo concluir que la asociación cuenta con una planeación estratégica que contempla el análisis DOFA que ayuda a establecer una evaluación de factores en los que se desenvuelve la asociación, tanto interna como externa y establecer las oportunidades y amenazas para conocer las ventajas y limitaciones del mismo.

Así mismo la asociación Las Rosas Coffee se encuentra legalmente constituida en la sede de la cámara de comercio del municipio de Plata Huila, registrada como persona jurídica comerciante y en términos legales cumple con cada uno de los requisitos de manera integral para realizar el proceso de exportación.

-La realización de los análisis Financiero con la información actual y proyecciones de ingresos y costos, en una línea de tiempo determinada, se determina la viabilidad del plan de negocio propuesto, el VAN obtuvo un resultado positivo de \$19, 940,242, mientras que la TIR también nos indica que el proyecto es aceptable ya que su resultado es de 33,81%.

-Las mujeres que trabajan como pequeñas productoras de café, suelen estar empoderadas. Ha habido un cambio que se aleja de las relaciones de género rígidas y dicotómicas del pasado hasta cierto punto, que se caracterizaban por reglas estrictas y una cultura de evasión que gobernaba la forma en que hombres y mujeres interactúan. Sin embargo, los roles de género actuales para hombres y mujeres son bastante similares a los del pasado, y las mujeres están cerca de ser socias iguales en términos del trabajo que realizan. Se concluye uno de los principales impactos sociales que se reflejan en la asociación es la equidad de género tomado como un rector de convivencia, así mismo se trabaja en la formación de líderes en la que todos los integrantes en los procesos de

producción, se esfuerza día a día para trabajar de una manera consciente para la conservación del medio ambiente generando campañas y capacitaciones a cada una de las fincas cafeteras y así dejando un legado a las nuevas generación de la preservación del medio ambiente. Además de esto es importante resaltar que con la realización de este proyecto exportador se está fortaleciendo la economía solidaria en donde lo que se busca es mejorar la calidad de vida, dificultades económicas, sociales y ambientales de una comunidad y región en general.

-En términos generales y teniendo en cuenta los resultados de este trabajo de investigación, se puede establecer que el estudio de factibilidad de exportación de café de la asociación de mujeres cafeteras del occidente del Huila “Las Rosas Coffee” a la ciudad de Ottawa, Ontario- Canadá es viable puesto que cuentan con las características mínimas para exportar dicho producto, siendo los niveles de producción, manejo de procesos logísticos, el empoderamiento femenino y la organización, los factores más influyentes para desarrollar con éxito dicho proyecto.

BIBLIOGRAFÍA

- ADR. (2020). *La cooperación internacional*. Obtenido de recuperado de https://www.apccolombia.gov.co/sites/default/files/archivos_usuario/2016/cooperacion-internacional-final-16072014.pdf
- Bajamonde y Garcia. (2020). *Estandarización de procesos para el aumento de la productividad en el proceso de post-producción de café pergamino mediante la aplicación de la metodología PDCA en un fundo cafetero en Villa Rica*. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas.
- Cámara de Comercio. (2020). Obtenido de Detalles acordados para el momento de la negociación.
- Cancilleria. (2020). *Fronteras de Colombia*. Obtenido de Recuperado de: https://es.wikipedia.org/wiki/fronteras_de_Colombia
- Cano, et. (2017). *Revisión documental acerca de la investigación evaluativa. Contribuciones a las Ciencias Sociales, (2013-02)*.
- Carcamo, Barrios. (2020). *Evolución de las exportaciones de café de Colombia en el periodo 2016–2018*. Universidad Simón Bolívar.
- CCB. (2020). Obtenido de <https://www.ccb.org.co/Sala-de-prensa/Noticias-CCB/2020/Marzo-2020>
- Cerquera. (2020). Obtenido de Análisis de la competitividad de las exportaciones del café del Huila. *Tendencias*, 21(2), 19-44.
- De, Muner. (2019). *El café conilon en la agricultura familiar de Espírito Santo, Brasil: bases para evaluar su sostenibilidad*. Universidad de Córdoba. Instituto De Sociología Y Estudios Campesinos.
- DIAN. (2023). *Partida arancelaria del café*. Obtenido de <https://muisca.dian.gov.co/WebArancel/DefConsultaEstructuraArancelaria.faces#>
- DNP. (2012). *Departamento Nacional de Planeación. (2012). Canadá: análisis del comercio internacional y patrón de importación por provincia (2012-2022)*. Dirección Departamento Nacional de Planeación. (2012). . Obtenido de <https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Desarrollo%>
- Exportación Canadá. (2013). *Manual para exportar a Canadá*. Obtenido de https://embamex.sre.gob.mx/canada/images/2014/manual_exportacion_a_canada.pdf

- Federación Nacional de Cafeteros. (2009). *Resolucion para exportación de café*. Obtenido de https://federaciondefcafeteros.org/static/files/Resolucion_01_de_2009.pdf
- Federación Nacional de Cafeteros. (2015). Obtenido de <https://federaciondefcafeteros.org/static/files/RESOL05.pdf>
- Federación nacional de cafeteros. (2020). Obtenido de produccion de cafe en: Producción de café en Colombia.de:<https://federaciondefcafeteros.org/wp/listado-noticias/produccion-de-cafe-de-colombia-cerro-el-2019-en-148-millones-de-sacos/#:~:text=Producci%C3%B3n%20de%20caf%C3%A9%20de%20Colombia,sacos%20%2D%20Federaci%C>
- Federación Nacional de Cafeteros. (2023). Obtenido de <https://federaciondefcafeteros.org/wp/exportacion/>
- Fernández y Orellana. (2020). *Factores que influyeron en la disminución de las exportaciones de café*.
- Fórumcafé. (2022). Obtenido de Tendencias del mercado del café 2022. Recuperado de: <http://forumdelcafe.com/noticias/tendencias-mercado-cafe-2022>
- Gobernación del Huila. (2021). *Vías de acceso* .
- Gutierrez. (2017). *Definición del tipo de estudio*.
- Investigación y comunicación . (2020). Obtenido de Revisión documental. Facultad de Comunicación Social. <https://comunicacioneinvest3.wordpress.com/2012/08/09/revision-documental/#:~:text=Es%20una%20técnica%20de%20observación,el%20grupo%20entrevistado%20ha%20mencionado.>
- Jiménez y Tabares. (2018). *Dinamica no lineal del mercado de café en colombia Universidad Jorge Tadeo Lozano*.
- Legis Comex. (2020). *Proceso de contratación*. Obtenido de recuperado de: https://www.legiscomex.com/Documentos/procesoexpo_paso9
- Mincetur. (2023). *Perfil del cinsumidor canadiense*. Obtenido de https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio_exterior/plan_exportador/Penx_2025/PDM/canada/index.html?id=275
- Municipio. (2023). Obtenido de <https://www.municipio.com.co/municipio-la-plata.html>

- Perugachi, T. y Olmesa S. (2022). *Plan De Exportación del amaranto al mercado de Canadá. UIDE Universidad Del Estado de Arizona*. Obtenido de <https://repositorio.uide.edu.ec/handle/37000/5536>
- Ponce. (2006). Obtenido de Matriz Dofa: <https://eco.mdp.edu.ar/cendocu/repositorio/00290.pdf>
- Procolombia. (06 de 04 de 2022). *Perfil logístico desde Colombia hacia Canadá*. Obtenido de <https://www.colombiatrade.com.co/herramientas-del-exportador/perfiles-logisticos-de-exportacion-por-pais/perfil-logistico-de-exportacion-canada>
- Rajoy. (2014). “*Las exportaciones tienen la particular capacidad de unir naciones diferentes y distantes en un beneficio recíproco de crecimiento económico*”. .
- Rojas. (2018). *Descripción de los estudios de factibilidad*.
- Roldan S. (2022). *Implementación de un sistema de comercialización y administración de descuentos para puntos de ventas tipo mostrador. Pontificia Universidad Católica de Perú (PUCP)*. Obtenido de <https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/22670>
- Tomas A y López S. (2018). *Sistema de producción de café, Agro productividad*.
- Torrente. (2016). *Estudio de caso en la asociación de mujeres cafeteras del occidente del Huila*. Obtenido de <https://ediciones.ucc.edu.co/index.php/ucc/catalog/download/33/35/209?inline=1>
- Trade Map. (2023). Obtenido de <https://www.trademap.org/>
- Valencia. (2021). Obtenido de revisión documental en proceso de investigación, Universidad tecnológica de Pereira, Colombia.

ANEXOS

Anexo 1. Cuestionario de preguntas para entrevista abierta semiestructurada para directivos de la asociación de mujeres cafeteras Las Rosas Coffee

1. ¿Cómo se desarrolló el proceso de creación de la asociación y en qué año?

En el año 2009 cansadas del trabajo a diario en las labores de la siembra y la cosecha del café, sin recibir ningún ingreso, bajo la dirección de Nelly Saavedra, las mujeres decidieron constituirse como una asociación anónima simplificada, buscando generar recursos propios.

2. ¿Cuál es el objeto social de la asociación?

La asociación tiene por objeto social la siembra, cosecha, venta, manipulación y exportación de café de excelente calidad, buscando favorecer la ética, el respeto por la mujer y la igualdad de género, actualmente se le denomina a cada mujer como una rosita.

3 ¿Qué productos genera la asociación de mujeres, en qué variedades y/o presentaciones?

La asociación está especializada en la comercialización del café en las siguientes presentaciones:

Saco de café de 70 kg pergamino

Empaque de café tostado y molido por 250 y 500 gr

4. Durante todo el proceso de la asociación, ¿han recibido algún tipo de ayuda económica, social o cultural por parte del estado o de la empresa privada?

Si hemos recibidos ayudas económicas, una de ellas fue de la secretaría de Agricultura del departamento del Huila, denominada Programa Mujer Rural Asociada y Productiva en la cual se presentó en la idea de negocio La estación café, y el aporte tuvo

un monto de \$25.000.000 recursos que fueron destinados para las instalaciones y puesta en, marcha de la tienda de café.

5. La asociación ha desarrollado o desarrolla procesos de exportación del producto cafetero, si ha sido así cómo y de qué manera

Hemos desarrollado procesos de exportación con la empresa intermediaria llamada Cadefihuila, en la cual se le da una parte de la producción de café cosechado por nuestra asociación, siendo ésta la encargada de todo el proceso de exportación de café verde.

6. ¿Cuál es la cantidad del producto cafetero producido por la asociación anualmente?

Nosotros como asociación actualmente producimos 1.213 toneladas anualmente lo que representa 1.211.300 kg de café.

7. Cuáles son los valores corporativos de la Asociación

Los valores corporativos de la asociación actualmente son el trabajo en equipo, la calidad del producto, la lealtad que se le brinda al cliente, la disciplina para llevar los proyectos y por último el empoderamiento femenino a través de prácticas como la empatía y la solidaridad.

8. La empresa cuenta con algún proceso de marketing empresarial

En el año 2021 surge la oportunidad de negocio y marketing con la empresa internacional STARBUCKS, buscando posicionar la marca en la región, actualmente este proceso sigue en estado de análisis y evaluación, de ser concretado constituirá un avance significativo en materia económica para nuestra asociación.

9. En la actualidad, la asociación cuenta con algún tipo de crédito o deuda?

No contamos con créditos o deudas, ya que tenemos un músculo financiero propio el cual se fue forjando por la solidez y antigüedad de la asociación.

10. Podría detallar rubro de gastos de la asociación

Los gastos de la asociación mensuales actualmente son de 24.602.750, expresándose en transporte, nómina, honorarios y gastos varios.

11. Han recibido capacitaciones sobre el proceso de transformación del café

Si, la federación nacional de cafeteros y CadefiHuila nos han brindado capacitaciones sobre el proceso de la transformación del café una de ellas fue la prevención de plaga en los cultivos cafeteros.

12. Cuál es la temporada de mayor producción de café

El café es cosechado durante todo el año, con una cosecha principal en los meses de Octubre y Diciembre, y una cosecha secundaria entre los meses de Abril y Mayo, esto permite un flujo más uniforme del café fresco con el fin de garantizar una buena calidad.

Anexo 2. Logo de la empresa Las Rosas Coffee



Anexo 3. Página Web de la empresa Las Rosas Coffee



Anexo 4. Acompañamiento del personal de la federación nacional de cafeteros



Anexo 5. Fachada de la asociación



Anexo 6. Presentación del producto



Anexo 7. Capacitaciones contra prevención de plagas en los cultivos cafeteros



Anexo 8. Mujeres de la asociación en capacitaciones



Anexo .9 Diseño empaque tipo exportación



Anexo .10 Cotización aérea Bogotá-Ottawa-Ontario, Canadá



CIUDAD	FECHA		
	DIA	MES	AÑO
Bogotá	25	04	2023

COTIZACIÓN AÉREA CIF
LAS ROSAS COFFEE BOGOTA - OTTAWA // AC

MERCANCIA: CAFÉ TOSTADO
 PIEZAS: 20 CAJAS
 PESO BRUTO COBRABLE Kg.: 500,00
 DIMENSIONES: 60*40*40 CM
 PESO VOLUMEN Kg.: 320
 VALOR FOB USD: 8.000,00

TRAYECTO BOGOTA - MEXICO - MONTREAL // T.T. 3 A 4 DIAS

CARGOS EN ORIGEN	TARIFA USD / Kg.	VALOR USD
FLETE + 500 Kg.	3,10	1.550,00
FUEL SURCHARGE / Kg.	ALL IN	-
DUE CARRIER	25,00	25,00
DUE AGENT	65,00	65,00
O.C.A. 0,05/Kg. MIN 35.00	0,05	35,00
SUB TOTAL CARGOS EN ORIGEN		1.675,00

OTROS COSTOS LOCALES COP \$	TARIFA COP \$	VALOR COP
DOCUMENTO DE ADUANA	0.4% SOBRE EL VALOR FOB DE LA MERCANCIA, MIN 300.000 + IVA 19%	357.000,00
PROVISION POLIZA	0,05% SOBRE VALOR FOB, CON MINIMA DE 15.000	15.000,00
ELABORACION SAE Y PLANILLA	30,000 + IVA 19%	35.700,00
REVISION ANTINARCOTICOS	4.500 POR CAJA MAS IVA 19%	
ELABORACION CERTIFICADO DE ORIGEN (SI SE REQUIER	30,000 + IVA 19%	35.700,00
TRANSPORTE BODEGA INTERSAGO - AEROPUERTO	190.000,00	190.000,00
TRAMITE EXPORTACION CAFÉ	105.000,00	105.000,00

NOTAS

- **Las tarifas son aeropuerto – aeropuerto (entregando la carga el exportador en el aeropuerto Eldorado).
- **No incluye ningún costo adicional en origen y/o en destino, ni ningún otro no especificado en esta cotización.
- **Costos sujetos a verificación de dimensiones y pesos finales tomados por la aerolínea, pueden variar si los datos de la carga cambian.
- **Tarifas sujetas a cambio por parte de las aerolíneas sin previo aviso.
- **Las tarifas aplican sobre el peso mayor entre el peso físico y el peso Volumen.
- **La mercancía se asegura por el 110% del valor FOB.
- **El importador debe tener licencia para importar este producto.
- **La entrega de la carga solo incluye dejarla en la puerta del almacén del consignatario.
- **No incluye costos de transporte en caso de requerirse.

(+571) 422 3373 Ext. 107

AK 97 No. 24C - 51 Bod. 9 / Bogotá - Colombia

www.intersago.com

Cordial saludo,

INTERSAGO LTD.

INTERSAGO LTD.

CESAR HERNANDEZ A.

Departamento Exportaciones

E-mail: expo@intersago.com

Tel: (+571) 422 3373 ext. 106


CR, 97 No. 24C - 51 Bod. 9

Bogotá - Colombia


☎ (+571) 422 3373 Ext. 107

📍 AK 97 No. 24C - 51 Bod. 9 / Bogotá - Colombia
www.intersago.com

Anexo 11. Cotización terrestre la Plata Huila-Bogotá

 4. COTIZACIÓN


DETALLE DE LA COTIZACIÓN


Unidad De Negocio PAQUETERIA	 Fecha 25/04/2023
--	---




Valor Total Mercancía \$ 15,000,000

Tipo De Envío PAQUETERIA

Número De Unidades Cotizadas 20	Peso Real 500	Peso Volúmen 768	Kilos a Facturar 760
---	------------------	---------------------	-------------------------

 Ciudad Origen LA PLATA	<input type="text"/>	Ciudad Destino BOGOTA, D.C.
---	----------------------	--------------------------------

 Valor del envío \$ 1,589,460 COP	FLETE DE MANEJO \$ 150,000	FLETE \$ 1,439,460
--	-------------------------------	-----------------------

DETALLES   COMPARTIR COTIZACIÓN  DESCARGAR PDF