

INVESTIGACION DE MERCADOS

Exportación de café de Colombia a Bolivia

Kebin Alejandro Cuchibaguen Gamboa

Alan Smith Montenegro losada

Jimmy Eduardo Zabala Pérez

Negocios Internacionales

Fundación Universitaria San Mateo

Tabla de contenido

1. Problema de la investigación	
1.1 Resumen	
1.2 misión	
1.3 Vision	
1.4 Objetivos Generales	
2. Objetivos Específicos	
2.1 Objetivos estratégicos	
2.2 ¿Por qué la empresa?	
2.3 ¿Por qué el país?	
3. ¿Por qué la empresa en ese país?	
3.1 Tipo de investigación	
3.2 Tipo de Muestra.....	
4. Conclusiones.....	
5. Herramientas.....	
6. Financiamiento.....	
7. Matriz Ansoff.....	
8. Canvas.....	
9. Referencias Bibliograficas.....	

1. Problema de la investigación

¿Es viable la exportación de café colombiano al mercado boliviano considerando factores comerciales, logísticos y de demanda?

1.1 Resumen

El presente trabajo tiene como objetivo analizar la viabilidad de exportar café colombiano hacia el mercado boliviano, considerando aspectos comerciales, logísticos y estratégicos dentro del contexto del comercio internacional. Colombia es reconocida mundialmente como uno de los principales productores de café de alta calidad, lo que representa una ventaja competitiva para posicionar este producto en mercados internacionales. Por su parte, Bolivia presenta un mercado con potencial de crecimiento en el consumo de café, especialmente en ciudades principales como La Paz, Santa Cruz y Cochabamba, donde el consumo ha aumentado debido al crecimiento de cafeterías y establecimientos especializados.

El proyecto plantea la creación de una empresa dedicada a la exportación de café colombiano con el objetivo de ofrecer un producto premium que destaque por su calidad, aroma y origen. Para ello, se analiza la estructura de la empresa, incluyendo misión, visión y objetivos estratégicos orientados a posicionar la marca en el mercado boliviano. Asimismo, se estudia la cadena de suministro del producto, desde la producción del café en Colombia hasta su distribución final en Bolivia, identificando los principales actores involucrados en el proceso logístico.

1.2 Misión

Ofrecer café colombiano de alta calidad al mercado internacional, especialmente al mercado boliviano, garantizando un producto con estándares superiores de sabor, aroma y sostenibilidad, contribuyendo al desarrollo del sector cafetero colombiano y satisfaciendo las necesidades de los consumidores.

1.3 Visión

Para el año 2030, ser una empresa reconocida en América Latina por la exportación de café colombiano premium, posicionando la marca en mercados internacionales mediante estrategias de calidad, innovación y sostenibilidad.

1.4 Objetivo general

- Desarrollar una estrategia de exportación de café colombiano hacia el mercado boliviano que permita posicionar el producto y generar crecimiento comercial sostenible.

2. Objetivos específicos

- Analizar el mercado de café en Bolivia y su demanda actual.
- Identificar oportunidades comerciales para el café colombiano.
- Diseñar una cadena de suministro eficiente para la exportación del producto.

2.1 Objetivos estratégicos

- Posicionar el café colombiano como un producto de alta calidad en el mercado boliviano.
- Establecer alianzas comerciales con distribuidores e importadores en Bolivia.
- Incrementar la participación en el mercado internacional de café.
- Implementar estrategias de diferenciación basadas en calidad, origen y sostenibilidad.

2.2 ¿Por qué la empresa?

La empresa surge con el objetivo de aprovechar la ventaja competitiva del café colombiano en el mercado internacional. Colombia es uno de los principales productores de café del mundo y cuenta con reconocimiento global por la calidad de su producto. La empresa busca expandir su presencia internacional mediante la exportación de café tostado y en grano, agregando valor al producto nacional.

2.3 ¿Por qué Bolivia?

Bolivia representa un mercado con potencial para la comercialización de café importado. Aunque el país produce café en pequeñas cantidades, la producción local no es suficiente para cubrir la demanda del mercado. Además, el consumo de café ha crecido en los últimos años debido a la expansión de cafeterías, restaurantes y tiendas especializadas.

3. ¿Por qué la empresa en ese país?

La exportación hacia Bolivia permite aprovechar la cercanía geográfica con Colombia, lo que reduce costos logísticos en comparación con otros mercados internacionales. Además, el café colombiano tiene una excelente reputación en América Latina, lo que facilita su posicionamiento en el mercado boliviano. Esto convierte a Bolivia en un mercado estratégico para la expansión comercial de la empresa.

3.1 Tipo de investigación

El presente estudio utiliza un enfoque de investigación descriptiva y exploratoria.

La investigación exploratoria permite analizar el comportamiento del mercado del café en Bolivia y comprender las oportunidades de negocio existentes. Por otro lado, la investigación descriptiva permite identificar características del mercado, como el consumo de café, las preferencias de los consumidores y la estructura de distribución del producto.

Este tipo de investigación facilita la recopilación de información relevante para evaluar la viabilidad de exportar café colombiano al mercado boliviano.

3.2 Tipo de Muestra

Para el desarrollo de la investigación se utilizará una muestra no probabilística aplicada de manera virtual, dirigida a consumidores de café residentes en Bolivia. Este tipo de muestra permite recopilar información de manera eficiente cuando los participantes se encuentran en diferentes ubicaciones geográficas.

La muestra estará compuesta por aproximadamente 30 a 50 personas, seleccionadas a través de plataformas digitales y redes sociales como Instagram, Facebook y formularios en línea (Google Forms), donde se compartirá la encuesta con usuarios que manifiesten interés o hábito de consumo de café.

4. Conclusiones

A partir del análisis realizado, se puede concluir que la exportación de café colombiano hacia Bolivia representa una oportunidad comercial viable, debido al reconocimiento internacional que tiene Colombia como uno de los principales productores de café de alta calidad. Esta reputación permite que el producto tenga una ventaja competitiva frente a otros cafés en el mercado internacional.

Asimismo, el estudio del mercado boliviano permitió identificar que existe un crecimiento en el consumo de café, especialmente en las principales ciudades como La Paz, Santa Cruz de la Sierra y Cochabamba, donde se ha incrementado la presencia de cafeterías, restaurantes y establecimientos que ofrecen café de mayor calidad. Esto genera una oportunidad para posicionar el café colombiano como un producto premium dentro del mercado.

Por otra parte, el análisis de la cadena de suministro permitió identificar los diferentes actores involucrados en el proceso de exportación, desde los productores y procesadores en Colombia hasta los importadores, distribuidores y consumidores finales en Bolivia. La correcta gestión de esta cadena es fundamental para garantizar la calidad del producto, optimizar los tiempos de entrega y reducir los costos logísticos.

5. Herramientas

Para llevar a cabo este proyecto se utilizaron diferentes herramientas de análisis que ayudaron a evaluar si era viable exportar café colombiano al mercado de Bolivia, teniendo en cuenta aspectos comerciales, logísticos y estratégicos.

Primero, se realizó un análisis DOFA (Debilidades, Oportunidades, Fortalezas y Amenazas), que ayudó a identificar las ventajas competitivas del café colombiano, tal como su calidad y reconocimiento a nivel internacional, así como los posibles riesgos del proceso de exportación, como la competencia de otros países y los costos de logística.

De igual forma, se llevó a cabo el análisis PESTEL para examinar el entorno externo del mercado boliviano. Esta herramienta ayudó a entender los factores políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ecológicos y legales que afectan la venta de café en ese país.

Asimismo, se utilizó la cadena de suministro como una herramienta fundamental para reconocer cada uno de los pasos necesarios en la exportación, desde la recolección del café por los productores en Colombia, seguido por el procesamiento, transporte, trámites aduaneros y la entrega final en Bolivia.

También se aplicó un análisis de estructura de costos, lo cual permitió identificar los costos directos, indirectos y logísticos relacionados con el proceso de exportación, facilitando el cálculo del costo por unidad y el precio de venta del producto.

6. Financiamiento

Para llevar a cabo la exportación de café colombiano a Bolivia, es fundamental tener un sistema de financiamiento que cubra los gastos de producción, operaciones y logística de la empresa. Los fondos del proyecto pueden ser de fuentes internas y externas. En lo que respecta a los fondos internos, estos son el capital inicial que los socios de la empresa aportan, el cual se utilizará principalmente para la compra de materia prima, el procesamiento del café y los gastos operativos iniciales.

Asimismo, se considera la opción de obtener financiamiento externo, como préstamos bancarios, líneas de crédito para comercio exterior o asistencia de instituciones financieras que apoyen el sector exportador. Este tipo de financiamiento ayudaría a cubrir gastos logísticos, transporte internacional, seguros y trámites aduaneros.

Además, en Colombia hay programas de apoyo a exportadores que pueden facilitar la obtención de recursos y asesoramiento empresarial, lo que representa una oportunidad para fortalecer el proyecto y minimizar riesgos financieros.

Es crucial señalar que una buena planificación financiera ayudará a asegurar la viabilidad del negocio, mejorar el uso de los recursos y garantizar la rentabilidad del proyecto a medio y largo plazo.

7. Matriz Ansoff

MATRIZ ANSOFF

Exportación de café colombiano al mercado boliviano



8. Modelo Canvas



9. Referencias Bibliográficas

<https://www.federaciondecafeteros.org> *Producción y exportación de café en Colombia.*

<https://www.procolombia.co> *Guía para exportar desde Colombia.*

<https://www.worldbank.org> *Datos económicos de Bolivia.*

<https://www.ico.org> Coffee market report

<https://www.trademap.org> Estadísticas de comercio internacional de café

<https://www.mincit.gov.co> Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

<https://www.dane.gov.co> *Estadísticas de exportaciones.*