

# Dinámicas de comercialización internacional del café en las MIPYMES de la región de los Nevados del departamento del Tolima

Paola Henoe Mejía Rincón<sup>1</sup>, Paula Andrea García Ortiz<sup>2</sup>, Daniela Alejandra Sánchez Tafur<sup>3</sup> y Sandra Lorena Tovar Gazca<sup>4</sup>

## Resumen

El presente proyecto pretende determinar las dinámicas de comercialización del café, a partir de la configuración de la oferta disponible del producto, para determinar oportunidades de internacionalización y construir un modelo aplicable que aporte a la sostenibilidad de los caficultores del norte del Tolima. Se emplean procedimientos descriptivos y proyectivos con enfoque mixto, que comprenden desde una revisión documental exhaustiva hasta la aplicación y análisis derivado de entrevistas semiestructuradas.

## Palabras claves

Internacionalización, sector cafetero, mipymes, Tolima.

## 1. Introducción

Por su larga tradición, el departamento del Tolima es el primer productor de café de alta calidad en Colombia, y se consolida como el tercer productor nacional después de Huila y Antioquia, con una producción de 77 215 toneladas y más de 61 000 familias dedicadas a su cultivo en 38 de los 47 municipios del Departamento (Gobernación del Tolima, Secretaría de Planeación y TIC, & Universidad de Ibagué, s.f).

Existe una posibilidad de crecer e integrarse al mercado mundial mediante productos y servicios con valor agregado, aunque representa una latente amenaza para aquellos sectores económicos que no logren alcanzar los niveles competitivos exigidos en los mercados internacionales. Las micro, pequeñas y medianas empresas, mipymes, se ven enfrentadas a tomar decisiones sobre la internacionalización, como ampliar su base de recursos y capacidades, de modo que les sea posible pasar de una actuación local a una internacional. Dicho cambio representa

el inicio de fases preliminares de procesos de internacionalización, que precisan apoyo gubernamental, para facilitar su acceso a estudios de mercado, fuentes de financiación y ferias internacionales (Londoño, Vélez, & Rojas, 2015).

Gran parte del café que se comercializa en el Departamento y se exporta es café sin ningún valor agregado, es café verde o pergamino, el cual es vendido a grandes industrias torrefactoras nacionales e internacionales; son estas las que llegan al consumidor final y obtienen mayor margen de utilidad sobre el precio de venta (Federación Nacional de Cafeteros de Colombia, 2016). Del mismo modo, las mipymes del Tolima tienen dificultades para conocer las condiciones en las que se podría desarrollar ese modelo de negocio y la forma de acceder a los diferentes mercados internacionales de manera eficiente, como consecuencia de las limitaciones de recursos técnicos, financieros y humanos, propios de su naturaleza.

<sup>1</sup> Programa de Administración de Empresas, Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, Universidad de Ibagué, Ibagué, Colombia. Grupo de investigación UNIDERE. Correo electrónico paola.mejia@unibague.edu.co

<sup>2</sup> Programa de Mercadeo, Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, Universidad de Ibagué, Ibagué, Colombia. Grupo de investigación UNIDERE. Correo electrónico paula.garcia@unibague.edu.co

<sup>3</sup> Joven Investigadora, Dirección de Investigaciones, Universidad de Ibagué, Ibagué, Colombia. Grupo de investigación UNIDERE. Correo electrónico daniela.sanchez@unibague.edu.co.

<sup>4</sup> Programa de Administración de Negocios Internacionales, Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, Universidad de Ibagué, Ibagué, Colombia. Grupo de investigación UNIDERE. Correo electrónico sandra.tovar@unibague.edu.co

Es fundamental el aprovechamiento del potencial tanto de caficultores comprometidos como de pequeños industriales de café, hacia la creación de un modelo de negocio más rentable y sostenible en el tiempo, que genere valor agregado, con el fin de reforzar su competitividad y sostenibilidad y generar dinámicas de internacionalización, para aprovechar las oportunidades de comercialización en mercados internacionales.

## 2. Materiales y métodos

Se trabaja con procedimientos descriptivos y proyectivos con enfoque mixto, con una investigación documental y de campo que comprende desde una revisión documental hasta la aplicación y análisis derivado de cuestionarios y entrevistas semiestructuradas, tal como se evidencia en la figura 1.

Figura 1. Metodología de investigación aplicada



Fuente: este estudio

## 3. Resultados

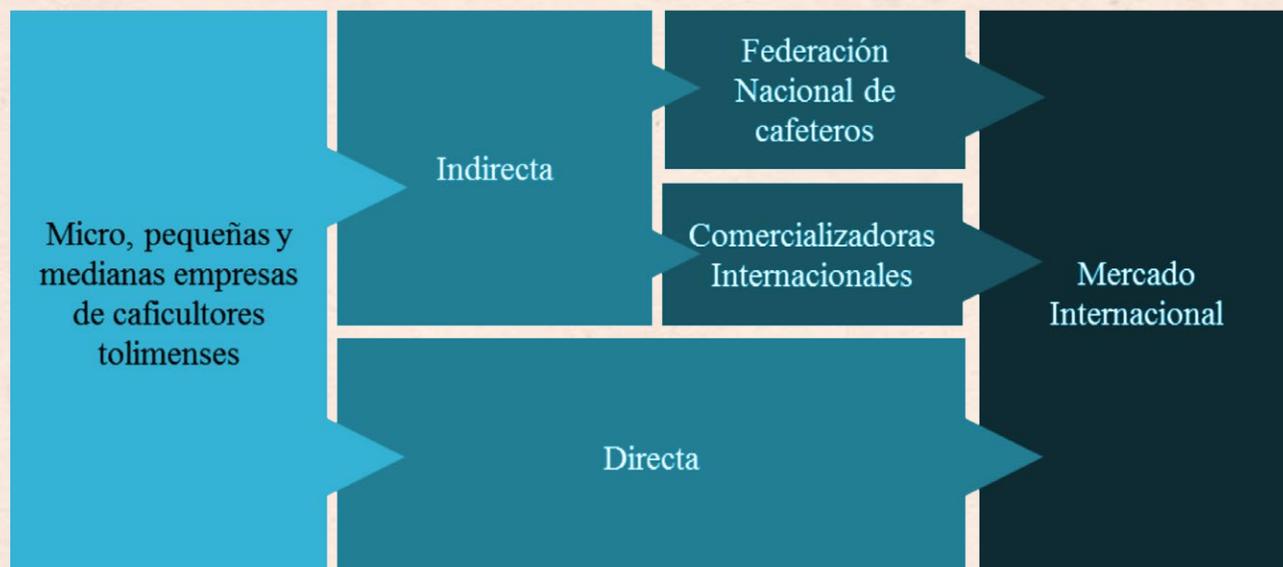
A partir de los instrumentos aplicados se identificaron diferencias frente a la comercialización del café en las zonas norte y sur del Tolima. Dichas diferencias se enfocaron en conflictos sociales, asociatividad, innovación, modelo de negocio y variedad cultivada. La zona sur experimentó durante varios años conflictos sociales, que generaron mayor nivel de asociatividad en la comunidad en el desarrollo de la caficultura tradicional. La zona norte no evidenció conflictos ni acceso de vías e infraestructura que fomentase la innovación. Las variedades cultivadas en la zona norte y sur varían por las características geográficas y de terreno. Sin embargo, coinciden en variedades como castillo y caturra. Actualmente, la zona sur del Tolima es un referente en exportaciones de café, gracias a su organización y calidad.

Los inicios de la internacionalización en el Tolima están marcados por el trabajo y apoyo realizado por parte de la Federación Nacional de Cafeteros (FNC) entidad dedicada al fomento de la producción y comercialización de este *commodity*. La FNC se encuentra posicionada en el

mercado internacional y se consolida como intermediaria entre caficultores y las comercializadoras internacionales, que facilitan la venta del café a clientes internacionales en diferentes regiones del mundo.

Finalmente, los caficultores del Tolima vislumbran grandes e importantes oportunidades para el sector, al impulsar la línea turística sostenible del café, la cual puede ser expresada en una ruta de café del Tolima. También, los caficultores exploran la idea de mejorar los atributos de compra de café como la calidad, el sabor, la experiencia y la productividad, al aprovechar la virtud no perecedera del producto y, así, acceder a certificaciones internacionales. De esta manera, esperan consolidar la finca como un modelo de negocio sostenible y rentable, con contacto directo con el cliente internacional, con un plan de acción enfocado en la capacitación de las nuevas generaciones de la finca, para reducir el nivel de conservadurismo de la empresa familiar y asumir riesgos para incursionar en mercados foráneos. Este sistema se exhibe en la figura 2, que permite comprender el sistema actual de comercialización.

Figura 2. Modelo de comercialización del café en las MIPYMES del Tolima



Fuente: este estudio

#### 4. Potencial uso

El estudio realizado identifica las dinámicas de comercialización de las micro, pequeñas y medianas empresas, mipymes, caficultoras del norte del Tolima, con el fin de potenciar los recursos de la región y lograr el ingreso a mercados foráneos, a través de modelos de internalización pertinentes que permitan el desarrollo de redes con intermediarios estratégicos.

#### 5. Ficha técnica del proyecto

##### Nombre del proyecto

Dinámicas de comercialización internacional del café en las MIPYMES de la Región de los Nevados del departamento del Tolima.

##### Código del proyecto

17-471-INT

##### Convocatoria

2016

##### Duración

12 meses

##### Grupo de investigación

UNIDERE

##### Línea de Investigación

Desarrollo regional

##### Investigadoras

Paola Henoe Mejía Rincón, Paula Andrea García Ortiz, Daniela Alejandra Sánchez Tafur, Sandra Lorena Tovar Gazca.

#### 6. Referencias

- Gobernación del Tolima, Secretaría de Planeación y TIC & Universidad de Ibagué. (s.f). *Visión Tolima 2025*. Recuperado de <http://www.visiontolima2025.org/>
- Londoño, A., Vélez, O. & Rojas, J. (2015). Evaluación del grado de preparación para asumir el reto de la internacionalización de las pymes desde un enfoque integrador de las capacidades dinámicas y la gestión del conocimiento. *Revista Espacios*, 36(7), p.16.
- Federación Nacional de Cafeteros de Colombia. (2016). *Federación Nacional de Cafeteros*. Recuperado de <http://www.federaciondecafeteros.org/>



Indagare No. 6 Año 2018  
ISSN: 2357-5042  
Universidad de Ibagué