

RESUMEN EJECUTIVO

En un país cafetero por excelencia, los emprendimientos relacionados con el sector son en gran medida impulsados por un acceso a cafés de alta calidad, no obstante, dicho café es exportado en un 90 %, puesto que el valor alcanzado en el extranjero fomenta su salida del país. A pesar de ser un país líder en la producción de café suave y de alta calidad, el consumo de café de especialidad para consumo interno es aún incipiente y está alcanzando un auge con el surgimiento de marcas independientes y de sitios especializados de café. Como oportunidad de negocio, es un momento propicio para posicionar una marca de café de especialidad, puesto que el público está empezando a apreciar un café de calidad sin ponderar su precio como antes sucedía, síntoma de lo anterior, se ve reflejado en la llegada al país de franquicias como StarBucks y el auge de tiendas Juan Valdez en cada ciudad de Colombia.

A lo largo del presente documento se pretende abordar ¿Qué mecanismos son necesarios para lograr comercializar y posicionar la marca Bek Café, un café con historia? Y para llegar a una respuesta consistente, iniciamos con una contextualización del entorno al cual se enfrentaría la creación de una marca de café, visto desde perspectivas económicas, de mercado, operativas y estratégicas. El documento recopila algunos datos emitidos por agremiaciones que permiten medir el alcance de lo que podría ser una marca de café de especialidad y como ésta se podría ver reflejada en un mercado que está en pleno crecimiento. También, se repasan aquellas normas que tienen incidencia en la comercialización de café.

Por otro lado, mediante herramientas de administración y utilizando un método descriptivo con enfoques cualitativos y cuantitativos, que permitan la obtención de datos de percepción del público, y así poder enfocar, crear y modelar un producto comercializable y de alta recordación, brindar una guía de consumo del público colombiano para emprendedores de café de especialidad.

Para lo cual, se han sostenido entrevistas con algunos consumidores frecuentes y esporádicos de café, que nos han brindado información valiosa respecto de las características del producto.

Por otro lado, se plasma la experiencia de lo que es la escogencia de un producto que cumpla con ciertos estándares, científicos, biológicos, botánicos y de consumo, que garanticen que el café contenido en la marca, responde a las expectativas de precio a los cuales se pretende

comercializar, para lo cual, se participó en un laboratorio de café en los que se realizaron catas de degustación y medición., que sirven como hoja de ruta para la creación y consolidación de una marca de café de especialidad para futuros emprendedores.

El trabajo incorpora un análisis desde el punto de vista competitivo y de precios, logrando evidenciar el número de emprendimientos similares, así como los rangos de precios y los márgenes de ganancia que se obtienen por la venta de café de especialidad en Colombia.

Asimismo, se incorpora una descripción de cómo se logró escoger una marca que representara aquellos ideales que se querían reflejar en la marca, tales como la historia milenaria del café, la nostalgia, la elegancia, pero sobre todo la calidad de la presentación y del producto que contiene la marca.

Por último, se realizó un trabajo financiero robusto que permitió no solamente entender el impacto económico del proyecto, sino crear un modelo de negocio coherente con las cifras y con perspectivas positivas, proyectando diferentes escenarios financieros, en los que se modelaron bandas de escenarios ácidos y positivos que permiten anticipar y evaluar estrategias de negocio a futuro. Asimismo, se realizaron las respectivas valuaciones del proyecto, basados en aspectos contables, de costos y de inversiones.