

Factores críticos de mercado



Análisis Externo

Nichos de mercado (certificaciones)	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
Convencional	<ul style="list-style-type: none"> • Mayor mercado • Mayor eficiencia económica • Calidad mas estable • Mas tecnologico menos burocratico 	<ul style="list-style-type: none"> • Exigencia Fitosanitaria • Especulación de precios • Costos arancelarios
UTZ – Kapeh	<ul style="list-style-type: none"> • Enfoque social sin olvidar lo económico-ambiental • Demanda creciente • Normas mas flexibles • Se complementa con fair trade y crecimiento interesante en el mercado 	<ul style="list-style-type: none"> • Competencia del convencional con preocupación social (ej. 4C)
Fair Trade	<ul style="list-style-type: none"> • Enfoque principalmente social y contempla algunos aspectos medioambientales • Precios justos y mas estables • Prima social alto • Beneficios para el pequeño productor • Crecimiento interesante de este nicho de mercado 	<ul style="list-style-type: none"> • Menos exigencias por calidad
Orgánico	<ul style="list-style-type: none"> • Enfoque medioambiental y de salud • Demanda creciente • Existe financiamiento • Adecuado en microclimas ideales para café 	<ul style="list-style-type: none"> • Mayores exigencias que beneficios • Costos altos de certificación • Exceso de oferta de café orgánico • Efecto invernadero (calentamiento) • Menos tecnológico, mas burocratico y mas ideologico



Factores Críticos Externos (curso)	OPORTUNIDADES/ AMENAZA
CALIDAD Café de la zona es poco ácido	<ul style="list-style-type: none"> • Es adecuado para el mercado de cafés para espresso. • Los precios en estos nichos también están ligados a la calidad del producto • Café con poca acidez no da para cafés especiales
DIFERENCIACIÓN MAS ALLA DE LA CERTIFICACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> • Antes eran más generales, ahora se puede diferenciar aún más y utilizar el tema del parque como un tema de mercadeo • El mercado de cafés diferenciados crece en un 30%, pero esto varía en función de los países y características del país • Las combinaciones más comunes de certificación es orgánico y FLO, a veces también Bird Friendly y FLO, el resto de posibles combinaciones no es común pero no quiere decir que no sea posible
DINAMICA DE MERCADOS	<ul style="list-style-type: none"> • El mercado de los diferenciados es por hoy un nicho de mercado muy interesante para Bolivia • Muchas organizaciones no han podido comercializar el total de su producción en este tipo de mercados. Sin embargo, el mercado a nivel general crece, esto quiere decir que algunas organizaciones tienen dificultades en su capacidad de comercializar
CERTIFICACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> • Pequeños productores tienen mayores posibilidades para ingresar a cafés certificados en especial Fair trade • Algunas organizaciones no pueden respaldar información a través de sus sistemas internos de control y también tienen problemas de trazabilidad • Problemas con manejos administrativos



Factores Críticos de Mercado	Nivel de Importancia
<p>Calidad 9</p>	<p>Depende de la altitud y de acuerdo a la línea de Ecuador, en Hawai tienen arriba de 500 metros</p> <p>Café expresso en cuanto a calidad, requiere menos acidez, compran de alturas mas bajas</p> <p>No tienen defectos, balance de acidez y un sabor dulce y cuerpo, para cafés especiales</p> <p>Hay muchos sabores, los de baja altura no tienen una acidez favorable, depende del tamaño del grano</p> <p>Por la biodiversidad permite hacer una producción sostenible y tener un espacio para cafés orgánico, de responsabilidad social, justo.</p> <p>EE UU , el café es de buena calidad. En Europa les interesa el café de mediana calidad, puesto que no pagan mejores precios.</p>



Factores Críticos de Mercado	Nivel de Importancia
<p>Diferenciación 8</p>	<p>Los compradores compran primero la taza UTZ café, es más barato, certifica transparencia y aspectos sociales RAIN FOREST es más estricto, combina más detalles JUSTO Y ORGANICO están combinado, a veces amigable con los pájaros, otras combinaciones es común Cada país está buscando un nicho de mercado, se está diferenciando cada año más, ya no depende únicamente del mercado de los commodities, significan una oportunidad ORGANICO, Mercado interesante y creciente cada vez más. No está permitido el uso de químicos, algunos tipos de químicos sí, Ej. En el café para enfermedades de roya, ojo de gallo, la norma permite el uso de oxiclóruo de cobre Para cambiar de convencional a orgánica, exigen 36 meses en cultivos perennes y en cultivos anuales 24 meses UTZ SKAPETH: Requerimiento, es que tenga un sistema interno de control y que exista trazabilidad del producto Si tiene toda la información básica de los productores y cumple con las normas orgánicas, es muy fácil acceder a la certificación UTZ, KAPEH, es una certificación de que por sí sola no necesita estar acompañada de otros, ya que usan el sello en Europa con mucha Confianza FLO, la prima social es de 1.34 \$/libra precio mín, Si tienen una salida a un parque nacional, ese es un poder diferenciador que pocos tienen. Un café bien cultivado, secado, procesado, es un café de alta calidad. Se pueden convertir como un BUSTICK, puede ser que un comprador pueda invertir por las características que tienen y el lugar donde se encuentran</p>



Factores Críticos de Mercado	Nivel de Importancia
<p>Tamaño del mercado 7</p>	<p>USA, Creciendo al 30 % año en cafés especiales Si uno mide las tiendas que consumen cafés especiales, segmentos detenidos, prefieren de tal zona, antes era más general Los jóvenes toman mucha leche, lates, capuchino, si mide el consumo creció 30%, Importaciones 15 % En general esta creciendo los especiales y certificados como justo y orgánico, con menores volúmenes y mercado mas competitivos FLO : es una cuarta parte lo que se comercializa , en caso de Orgánico, UTZ kapeh , Rainforest es una tercera parte. Rainforest Aliance y UTZ kapeh, negocian con tostadores muy grandes, es por esto que ellos tienen que tener una capacidad , para que cuando llegue un nuevo comprador</p>



Factores Críticos de Mercado	Nivel de Importancia
<p>Organización 7</p>	<p>Las agrupaciones de pequeños productores son mas fáciles y accesibles para certificar</p> <p>No se puede certificar menor al 30% de parcelas de la asociación</p> <p>Manejo de la documentación, sistema interno de control, tiene algunas deficiencias, son causales de certificación condicionada</p> <p>No están bien capacitados en manejos administrativos de producción orgánico</p> <p>FLO, Permite a las organizaciones llegar a un desarrollo integral, que los miembros sean pequeños productores, que se manejen de manera democrática, transparencia y equidad</p>



Análisis Interno

Organización

Fortaleza	Debilidades
<ul style="list-style-type: none">➤ Productores asociados en organizaciones de primer nivel➤ Existe las condiciones para poder acceder a nichos de mercados de café diferenciado (Comercio justo-amigable con naturaleza)➤ La organización de 2do nivel puede también ayudar a comercializar otros productos, además del café.	<ul style="list-style-type: none">● Organizaciones de productores de 1er nivel, todavía no están totalmente fortalecidas● Se de mas importancia a aspectos sociales y ambientales, descuidando lo tecnológico que inviabiliza lo económico.● Organizaciones de productores de asociaciones no están organizados en una de 2do nivel● No todos los productores que están asociados están en producción y al no percibir ingresos no pueden apoyar con recursos a sus organizaciones para que puedan hacer gestión● Debilidad de las organizaciones en gestión de infraestructura vial



Análisis Interno

Asistencia técnica

Fortaleza	Debilidades
<ul style="list-style-type: none">➤ Existen recursos para asistencia técnica en algunos municipios (temas agroecológicos) Yapacaní – Portachuelo➤ Existe recursos humanos locales potenciales a ser especializados➤ Se cuenta con tecnología adecuada para la zona➤ Si el café sigue siendo un rubro interesante y los productores valoran el tema de asistencia técnica va existir disponibilidad de pago➤ En algunos municipios existen zonas declaradas para producción agroecológicas (café)	<ul style="list-style-type: none">● Fondos de apoyo de instituciones privadas se acaba● No se formaliza las relaciones con municipios para hacer transferencia de las instituciones a los municipios● Hay pocos técnicos especializados en tema de café a nivel local (Ichilo – Sara).● Falta centros que realicen capacitación e investigación de en café.



Análisis Interno

Calidad

Fortaleza	Debilidades
<ul style="list-style-type: none">➤ Estamos produciendo un café de taza limpia y podemos aprovechar como tema de mercadotecnia la cercanía al Parque Nacional Amboro➤ Desarrollo de tecnología adecuada para la zona que permita mejorar la calidad➤ La caficultura familiar facilita una cosecha selectiva	<ul style="list-style-type: none">● La zona tiene dificultades para alcanzar café especial● Poco conocimiento a nivel de productores de las diferentes características de calidad● Al estar en zona tropical existe mayor incidencia de plagas y enfermedades.



Análisis Interno

Alianzas

Fortaleza	Debilidades
<ul style="list-style-type: none">➤ Buena predisposición de las instituciones públicas y privadas➤ Existe confianza de productores con instituciones públicas y privadas➤ Todos tratan de trabajar con la misma visión y misión➤ Existe confianza de productor - comprador➤ Genera buena imagen para captar fondos y ser apoyado por el estado	<ul style="list-style-type: none">● Inestabilidad política● Pocas instituciones que apoyan el rubro● Bajo nivel de información entre actores● Poca información de mercado hacia productores

