

UNIVERSIDAD DEL ROSARIO



**ANEXOS - JUAN VALDEZ: RESURGIMIENTO
DE UNA MARCA**

**TRABAJO DE GRADO ESTUDIO DE CASO
JUAN VALDEZ**

**DANIELA ALEJANDRA ARIAS DAZA
MARÍA CAMILA DELGADILLO GUTIÉRREZ**

BOGOTA D.C.

2015

UNIVERSIDAD DEL ROSARIO



**JUAN VALDEZ: RESURGIMIENTO DE UNA
MARCA**

**ANEXOS TRABAJO DE GRADO
ESTUDIO DE CASO JUAN VALDEZ**

**DANIELA ALEJANDRA ARIAS DAZA
MARÍA CAMILA DELGADILLO GUTIÉRREZ**

**TUTOR DALSY YOLIMA FARFÁN
BUITRAGO**

**BOGOTÁ D.C.
2015**

TABLA DE CONTENIDO DE ANEXOS

1. HISTORIA DEL CAFÉ.....	5
2. CAFÉ EN COLOMBIA	6
3. STARBUCKS.....	9
4. COMPETIDORES.....	10
5. BIBLIOGRAFÍA.....	11

TABLA DE GRÁFICAS DE ANEXOS

Gráfica 1 Participación en la producción mundial de café	6
Gráfica 2 Evolución de la producción anual de Café en Colombia (1956-2011) - Miles de sacos de 60Kg de café	7
Gráfica 3. Precios indicativos OIC por grupos (Enero 2000, Julio 2012, promedio mensual). Centavos de dólar por libra	8
Gráfica 4, Participación de café en el PIB agropecuario y PIB total (%)	8

1. HISTORIA DEL CAFÉ

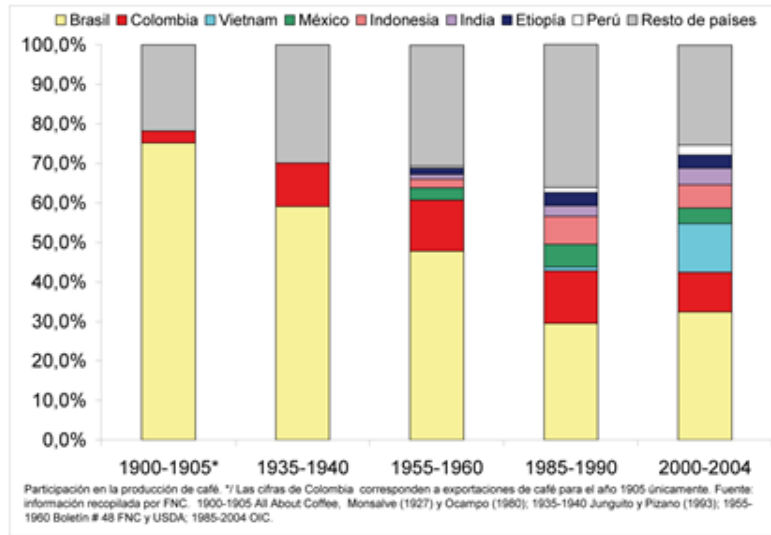
Según la Organización Internacional de Café, el café y su expansión por el mundo inicia en Etiopía en la provincia de Kaffa (África), donde se expande por Europa, Asia y América cambiando su significado de acuerdo al país y el contexto histórico del momento: bebida de reyes, bebida de esclavos, foco de creación de movimientos políticos y sindicales, y casas de café como centro de reunión entre otros.

Los indicios históricos indican que las primeras semillas café llegaron a Colombia a partir de las expediciones jesuitas alrededor del año 1723, indica la Federación Nacional de Cafeteros. Los primeros cultivos se hallaron en la Zona Oriental del país: Arauca, Santander y Norte de Santander; donde en 1835 se registró la primera producción comercial de 2.560 sacos de café que se exportaron a Venezuela desde la aduana de Cúcuta. Posteriormente la semilla del café se propagó hacia la Zona Centro y Norte del país, principalmente hacia los departamentos de Antioquia, Cundinamarca y Caldas. (Café de Colombia, 2012)

El café se consolida entonces como el producto de exportación colombiano y entre finales del siglo XIX y comienzos del XX la producción anual de 60.000 sacos de 60 kilogramos a más de 600.000 sacos. Donde según la Organización Internacional de Café el 80% de la producción nacional provenía de Santander y Cundinamarca con Estados Unidos como el principal consumidor.

Con la llegada de la guerra de los mil días entre el siglo XIX y XX, se hizo imposible la manutención de las plantaciones de café, que sumada a la caída de los precios del café a nivel internacional generó el estancamiento de las haciendas cafeteras de Cundinamarca y Antioquia y una gran crisis en las haciendas de Santander y Norte de Santander. La migración interna generada por la guerra hacia el centro y occidente del país, generó un nuevo modelo de producción basado en la economía campesina, liderada por pequeños productores campesinos de café en los departamentos de Antioquia, Caldas, Valle y Tolima que para inicios del siglo XX ya realizaban exportaciones y tomaron la delantera en el desarrollo cafetero del país.

Gráfica 1 Participación en la producción mundial de café



Fuente: Cifras de la FNC

Entre 1905 y 1935 la industria del café en Colombia creció con la creación de la Federación Nacional de Cafeteros - FNC en 1927, formada por campesinos y productores de café que permitió solucionar los problemas de calidad, logística, comercialización y distribución. En 1938 se creó Cenicafe como centro de investigación para la producción del café.

2. CAFÉ EN COLOMBIA

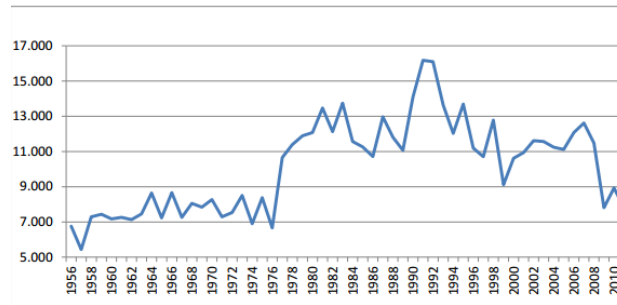
Actualmente la Federación Nacional de Cafeteros se encarga de realizar las siguientes funciones:

- Generar una garantía de compra para todo el café producido (una vez cumplidas las condiciones de calidad requeridas)
- Provisión de servicios críticos como investigación y facilidades de almacenamiento.

- Realiza control de calidad
- Definir ventas y estrategias de mercadeo en el exterior.

Colombia se caracteriza por producir café de la variedad *arabica suave*, de la variedad arabica que cuenta con una participación actual del 61,9% de la producción mundial. El país ha logrado el reconocimiento por los altos estándares de calidad en la variedad producida, sin embargo al comparar la producción del periodo de tiempo de 1981-1986 y 2006-2011, la producción ha disminuido en un 16.94%. en el país. (SIC, 2012)

Gráfica 2 Evolución de la producción anual de Café en Colombia (1956-2011) - Miles de sacos de 60Kg de café

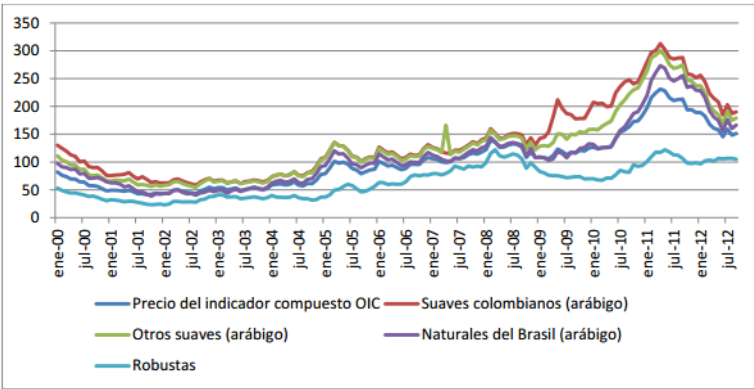


Fuente: GEE-SIC a partir de las cifras de la FNC.

Fuente: Superintendencia de industria y comercio

El precio de venta en los últimos años ha presentado una alta volatilidad, y actualmente se encuentra con tendencias a la baja como se puede detallar a continuación en la Gráfica 1.

**Gráfica 3. Precios indicativos OIC por grupos (Enero 2000, Julio 2012, promedio mensual).
Centavos de dólar por libra**

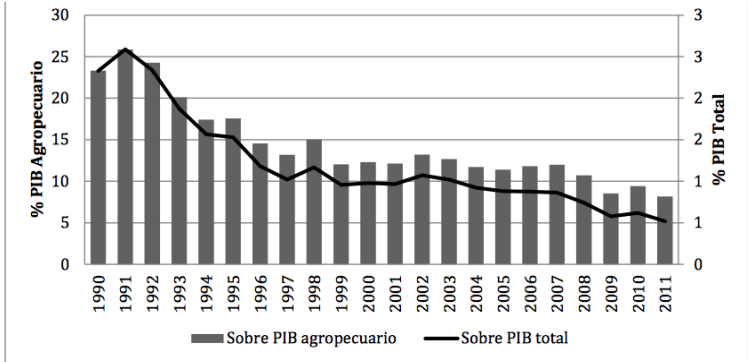


Fuente: GEE – SIC a partir de cifras de la FNC.

Fuente: Superintendencia de industria y comercio

Actualmente la participación del sector cafetero en la economía del país ha venido decreciendo. Con respecto al producto agropecuario, la participación pasó de 23,32% en el año 1990 a 8,18% en el 2011, sin incluir la trilla; y del 2,33% en año 1990 a 0,52% en 2011 con respecto al peso del sector en el Producto Interno Bruto (PIB) cómo lo muestra la Gráfica 3. Adicionalmente, la participación del café en el valor total de las exportaciones del año 2011 fue de 5%. (DPN, 2013).

Gráfica 4, Participación de café en el PIB agropecuario y PIB total (%)



Fuente: DNP. www.dnp.gov.co

El sector cafetero es una gran fuente de trabajo en el país, para el año 2011 el sector contaba con 563.142 caficultores y hoy continúa con un fuerte posicionamiento a nivel internacional, esto debido a su claridad y diversificación lograda durante los últimos años desde las grandes marcas de café de Colombia y la reconocida marca Juan . (SIC, 2012)

3. STARBUCKS

Starbucks ha sido reconocida a nivel mundial como una de las empresas en el top 10 de manejo ético y responsabilidad social, tanto por el desarrollo interno que le provee a sus empleados, como por las prácticas empresariales que permiten disminuir el impacto medioambiental que genera; Así mismo con el crecimiento y número de tiendas actual, es sin duda una fuente de empleo que genera un fuerte impacto a nivel social.

Los productos de Starbucks destacan la calidad del café, y las variedades en las cuales se puede presentar; Similar a Juan Valdez, ofrece a sus clientes el café en diferentes presentaciones y diferentes componentes. Así mismo, brinda la oportunidad a sus clientes de comprar café según el país de origen dentro de los cuales se destaca el hecho de que Starbucks sea uno de los principales compradores de café de la FNC. Sin embargo, la diferenciación que realiza se da a nivel regional, pero no por el tipo de cultivo u origen como tal del café. Por tanto este vuelve a ser un factor diferenciador de Juan Valdez que permite exaltar la experiencia de consumo de café desde los métodos de sembrado.

Respecto a la competencia que genera Starbucks a Juan Valdez, si bien los dos van con el formato de tiendas de café la presencia y el tamaño de Starbucks es mucho más amplia que la de Juan Valdez y tienen estrategias con diferentes elementos diferenciadores.

Starbucks busca exaltar la experiencia del consumidor, brindando una arquitectura que permite hacer de las tiendas un lugar ideal para trabajar o compartir un momento en familia, así

mismo todas las tiendas cuentan con internet gratuito para sus clientes, característica que le ha dado posicionamiento y recordación de la marca a nivel mundial. Así mismo, las tiendas más allá de destacar el origen de café, hacer del café una experiencia conectada a algún momento del día.

Acorde con la entrevista realizada a Juan Felipe Álvarez Jaramillo (Analista de negocios internacionales de Procafecol S.A.) las ventas y el crecimiento de Juan Valdez no se ha visto afectado por la presencia de Starbucks en los países donde las dos marcas tienen presencia, por el contrario el Starbucks impulsa el consumo de café; Dicho efecto se ha visto reflejado con la llegada de Starbucks a Colombia, en donde a pesar de la buena acogida que ha tenido como marca, el consumo de la tienda Juan Valdez más cercana se ha visto en aumento. Así mismo, Juan Valdez sigue fiel a la estrategia de elevar la experiencia del consumidor desde el origen del café, dándole especial importancia al tipo de cultivo en las diferentes variedades de café ofrecidas.

4. COMPETIDORES

A nivel nacional la marca Oma se considera la mayor competencia de Procafecol, puesto que manejan formatos de tienda de café muy similares, en cuanto a ubicación, presentación y productos ofrecidos. Oma actualmente llega al consumidor a través de barras de café, restaurantes y productos empacados. (OMA CAFÉ, 2014) Los formatos en las barras son muy similares a Juan Valdez con gran variedad en pastelería y productos derivados del café, sin embargo no tiene la diferenciación de café orígenes, así como Juan Valdez tampoco ha incursionado en el segmento de restaurantes. Así mismo, Oma ha logrado granarle terreno a Juan Valdez en el segmento juvenil con la presencia de tiendas en universidades y desde las cuales se ha logrado que el consumo de café en los jóvenes aumente. Actualmente Oma supera las 200

tiendas de café en el país y ha iniciado exportaciones de café a 15 países. (Rodriguez Uribe , 2013).

A nivel internación la competencia en tiendas de café más importante la hace la empresa Starbucks que fue fundada en el año 1971 ofreciendo gran variedad tanto de té, como de café y pastelería. Actualmente la empresa utiliza el modelo de internacionalización de franquicias que operan en 66 países y generan 21878 tiendas según reporte de diciembre 28 de 2014¹. La empresa ha cotizado en la bolsa de valores desde el año 1992, actualmente el precio de la acción acorde con información provista por Blomberg² es de \$48USD el cual ha tenido una tendencia volatín pero en general ascendiente durante los últimos 5 años.

5. BIBLIOGRAFÍA

Café de Colombia. (2012). *Café de Colombia*. Obtenido de Café de Colombia:

http://www.cafedecolombia.com/particulares/es/el_cafe_de_colombia/una_bonita_historia/

OMA CAFÉ. (1 de 11 de 2014). Obtenido de <http://www.cafeoma.com/>

Rodriguez Uribe , E. (3 de 4 de 2013). Obtenido de http://www.larepublica.co/empresas/oma-se-fortalece-exportando-caf%C3%A9-en-m%C3%A1s-de-15-pa%C3%ADses_35396

SIC. (5 de Diciembre de 2012). *Superintendencia de Industria y Comercio*. Obtenido de Superintendencia de Industria y Comercio:

http://www.sic.gov.co/recursos_user/documentos/promocion_competencia/Estudios_Economicos/Estudios_Economicos/Estudios_Mercado/EstudioSectorialCafe.pdf

¹ Vease: <http://globalassets.starbucks.com/assets/4286be0614af48b6bf2e17ffcede5ab7.pdf>

² Vease: <http://www.bloomberg.com/quote/SBUX:US>