

Escuela y café

11



Una publicación del Comité de Cafeteros de Caldas

Créditos de los Módulos Escuela y Café

Coordinadores

Pablo Jaramillo Villegas - Comité de Cafeteros de Caldas
Elsa Inés Ramírez Murcia - Comité de Cafeteros de Caldas

Autores

Aracelly Cortés Osorio - Comité de Cafeteros de Caldas
Ángela María Trujillo Gutiérrez - Comité de Cafeteros de Caldas
César Augusto Largo Morales - Comité de Cafeteros de Caldas
Jesús de los Santos Morales Trujillo - Comité de Cafeteros de Caldas

Apoyo para la revisión y ajustes de contenidos técnicos:

Jorge Eduardo Tobón Jaramillo - Comité de Cafeteros de Caldas
Pedro Felipe González Gómez - Comité de Cafeteros de Caldas
Cooperativa de Caficultores de Manizales
Daniel Fernando Chica - Servicio de Extensión Comité de Cafeteros de Caldas
Mónica María Bedoya Rojas - Comité de Cafeteros de Caldas
Mónica Hincapié Naranjo - Comité de Cafeteros de Caldas
Gloria Patricia Velásquez - Comité de Cafeteros de Caldas

Construcción de la malla curricular:

Aracelly Cortés Osorio - Comité de Cafeteros de Caldas
Ángela María Trujillo Gutiérrez - Comité de Cafeteros de Caldas
César Augusto Largo Morales - Comité de Cafeteros de Caldas
Jesús de los Santos Morales Trujillo - Comité de Cafeteros de Caldas
William Lepineaux - SENA Regional Caldas

Revisión de la malla curricular y los contenidos:

Gerencia Técnica
Cenicafé
Fundación Manuel Mejía
Comité de Cafeteros de Caldas
Comité de Cafeteros de Quindío
Comité de Cafeteros de Cauca
Comité de Cafeteros de Norte de Santander
Comité de Cafeteros de Tolima
Comité de Cafeteros de Antioquia
Comité de Cafeteros de Santander
Comité de Cafeteros de Risaralda
Comité de Cafeteros de Cesar-Guajira
Comité de Cafeteros de Huila
Comité de Cafeteros de Magdalena
Comité de Cafeteros de Nariño
Comité de Cafeteros de Cundinamarca
Comité de Cafeteros de Valle
Oficinas Regionales
Mesa Sectorial del Café
Sena Regional Caldas

Diagramación e impresión:

Espacio Gráfico Comunicaciones S.A. - Tel.: 877 0384

Fotografía:

Comité de Cafeteros de Caldas

Ilustraciones:

Diana Marcela Arenas Botero
Espacio Gráfico - Comunicaciones S.A.

impresión

Carvajal Soluciones de Comunicación S.A.S.
Mayo 2019

Presentación

La alianza por la Educación Rural de Antioquia ERA tiene el propósito de fortalecer la educación rural en todos los niveles, aportando en términos de cobertura, calidad y pertinencia, con el fin de contribuir significativamente al desarrollo social y económico de las comunidades en sus territorios. Para lograrlo, está implementando un programa de acompañamiento a las instituciones y sus sedes educativas, basado en los principios de las pedagogías activas, que articula todos los niveles educativos hasta llegar a la Universidad en el Campo.

Los principios de las pedagogías activas parten del ser: la persona como centro de un aprendizaje activo y significativo. Pretenden brindar una educación que facilite al individuo desempeñarse en los diferentes aspectos de la vida, ser feliz, proyectarse y ser útil a su comunidad.

El material de interaprendizaje es fundamental para el desarrollo de las pedagogías activas. Este centra el aprendizaje en el estudiante, responde de manera significativa a cada uno de los principios y favorece sustancialmente el desarrollo de competencias. Está compuesto por módulos que contienen guías con las que los estudiantes interactúan, dialogan, y en las que se promueven diferentes formas de trabajo como: trabajo individual, en equipo o en grupo. El trabajo con guías de interaprendizaje propicia la reflexión, el trabajo colaborativo y el desarrollo de la autonomía, a través de momentos que se relacionan y dan significado a los aprendizajes.

Además, los módulos son herramientas que le facilitan al docente su labor como mediador en el proceso de aprendizaje y posibilitan el trabajo en aulas multigrado (varios grados en una misma aula), donde el maestro debe acompañar las diferentes áreas del currículo.

Agradecemos al área de educación del Comité de Cafeteros de Caldas por compartir con las comunidades de Antioquia su experiencia y el material desarrollado; un material diseñado teniendo en cuenta las pautas propuestas por el Ministerio de Educación Nacional y las necesidades del contexto rural.

Este material no pretende reemplazar al maestro y, por el contrario, es una oportunidad para fortalecer su rol dentro del aula de clase y en el proceso de enseñanza-aprendizaje.

Invitamos a los directivos docentes, maestros y estudiantes a utilizar de manera responsable este material, a adoptarlo y adaptarlo como apoyo al desarrollo del plan curricular. Hacerlo, dará mayores oportunidades al desarrollo rural de nuestra región.



Presentación

El presente módulo de interaprendizaje para Grado 11°, hace parte de las estrategias de implementación de la nueva versión del proyecto Escuela y Café, proyecto que viene siendo desarrollado en las escuelas rurales de las regiones cafeteras, desde el año 1996.

Escuela y Café nace como una necesidad sentida de brindar a la futura generación de relevo de la caficultura colombiana, las herramientas y conocimientos básicos para la administración en forma eficiente y sostenible de los predios cafeteros, en procura de lograr a mediano plazo la reestructuración de la economía de la región e incidir en el bienestar de las familias campesinas. Este proyecto pretende fomentar en los niños y jóvenes de Educación Básica y Media, la identidad y arraigo por su región, el sentido de solidaridad, participación y le presenta el negocio del café como una opción viable para asegurar su subsistencia futura. Desde su creación, el proyecto busca que desde la escuela pública se formen personas que, si al terminar sus estudios deciden dedicarse a la actividad cafetera, sean caficultores con mejores desempeños en su finca, gracias entre otros, a unos mayores niveles de educación que les permitirá enfrentar el futuro con más herramientas y habilidades, logrando así más eficiencia y productividad.

La nueva versión de **Escuela y Café** relaciona tanto desde las estrategias, contenidos y recursos pedagógicos, la propuesta curricular de este proyecto a las exigencias y necesidades del contexto, para que los jóvenes rurales al culminar su educación básica (9° grado) o media (11° grado), tengan desarrolladas las competencias laborales necesarias para insertarse exitosamente en la actividad cafetera. Para ello, ha retomado el trabajo desarrollado por la MESA SECTORIAL DEL CAFÉ, a través de la incorporación en forma intencional y transversal de 7 normas de competencias para "Producir café con criterios de rentabilidad, calidad y sostenibilidad de los recursos".

Las 7 Normas de Competencias, son:

1. Obtener colinos de café de acuerdo con los parámetros de calidad.
2. Establecer plantaciones de café con criterios de sostenibilidad y competitividad.
3. Efectuar el manejo integrado de plagas minimizando las pérdidas y con criterios de sostenibilidad.
4. Efectuar el manejo integrado de enfermedades minimizando las pérdidas y con criterios de sostenibilidad.
5. Recolectar el café con criterios de calidad, eficiencia, eficacia y minimizando las pérdidas.
6. Beneficiar el café en forma eficiente con criterios de calidad y sostenibilidad.
7. Manejar los residuos del beneficio del café para evitar la contaminación y obtener otros productos útiles a partir de ellos.

Como un producto del trabajo interinstitucional que vinculó a empresas del gremio cafetero y otras instituciones del sector, se logró el desarrollo de los módulos de **Escuela y Café** para los grados 6° a 11° de educación secundaria, los cuales serán el insumo fundamental para que los estudiantes de las escuelas de educación básica y media logren la certificación en cada una de las normas de competencia, antes descritas.

Este **Módulo para GRADO 11°**, el cual conserva los principios y fundamentos del programa Escuela Nueva, ofrece a los estudiantes contenidos orientados hacia la producción sostenible y ecológica del cultivo del café como alternativa en el mercado de los cafés especiales. También propone temas relacionados con la identificación de recursos de la finca cafetera que permitan a través del uso de herramientas administrativas, tomar decisiones que garanticen el éxito de las empresas cafeteras.

La construcción de la malla curricular para el módulo de Grado 11°, fue liderada por el Comité de Cafeteros de Caldas con el apoyo del SENA - Regional Caldas, CENICAFÉ, Fundación Manuel Mejía y Comités de Cafeteros de Colombia.

El diseño y elaboración de este material pedagógico fue desarrollado por el Comité de Cafeteros de Caldas con el apoyo de la Cooperativa de Caficultores de Manizales. Esta Versión debe considerarse como **material de prueba** y por tanto estará sujeto a las modificaciones que se requieran, una vez se valide en las escuelas rurales de Colombia.

Agradecimientos a las instituciones y personas que hicieron posible la realización de esta nueva versión de Módulos para el proyecto **Escuela y Café**.

ALFONSO ÁNGEL URIBE

Director Ejecutivo
Comité de Cafeteros de Caldas

Tabla de contenido

| | | |
|-----|-----------------|--|
| 11 | Introducción | |
| 13 | UNIDAD 1 | IMPORTANCIA DE LA COMERCIALIZACIÓN DEL CAFÉ |
| 14 | Guía 1 | El mercado del café "los cafés especiales". |
| 25 | Guía 2. | Aprendo a vender mi café. |
| 40 | | Evaluación Unidad 1. |
| 41 | UNIDAD 2 | ADMINISTRACIÓN DE LA EMPRESA CAFETERA |
| 42 | Guía 1 | Inventarios de la finca cafetera. |
| 55 | Guía 2 | Conceptos básicos de administración de empresas cafeteras. |
| 66 | Guía 3 | Utilidad de las planillas y registros. |
| 74 | Guía 4 | Herramientas administrativas para registrar información cafetera. |
| 80 | | Evaluación Unidad 2. |
| 83 | UNIDAD 3 | MANEJO DE INSTRUMENTOS ADMINISTRATIVOS PARA LA TOMA DE DECISIONES |
| 84 | Guía 1 | Aprendamos de las fincas exitosas. |
| 92 | Guía 2 | El presupuesto de la empresa cafetera. |
| 105 | Guía 3 | Calculemos el presupuesto de la empresa cafetera. |

| | | |
|-----|--------|--|
| 115 | Guía 4 | ¿Qué es la ejecución presupuestal? |
| 124 | Guía 5 | Análisis económico de la empresa cafetera. |
| 133 | | Evaluación Unidad 3. |
| 134 | | Bibliografía |

Introducción

QUERIDAS EMPRESARIAS Y EMPRESARIOS CAFETEROS

Con los contenidos y estrategias planteadas en este módulo ustedes podrán adquirir las herramientas técnicas y administrativas para fortalecer su empresa cafetera desempeñándose eficientemente en el actual mercado del café el cual tiene grandes retos que involucran directamente el bienestar de las familias cafeteras colombianas.

En el contenido de la primera unidad se plantean las estrategias de valor agregado diseñadas por la Federación Nacional de Cafeteros para ingresar a nuevos mercados. Estas estrategias pretenden generar diferenciación del producto en los mercados internacionales llevando a los consumidores a elegir el mejor café del mundo estando dispuestos a pagar un mejor precio por la bebida.

La temática desarrollada en las demás unidades integran los contenidos técnicos vistos en grados anteriores con herramientas administrativas que pretenden fortalecer el análisis técnico, económico y financiero de la empresa cafetera.

La metodología utilizada en las guías posee momentos vivenciales, de fundamentación, ejercitación y de aplicación referenciando los conceptos teóricos con la realidad de sus fincas, de esta manera se pretende promover aprendizajes significativos en ustedes.

Mucho ánimo y entusiasmo para que los aprendizajes adquiridos sean aplicables en su vida como empresarias y empresarios cafeteros.

Unidad 1

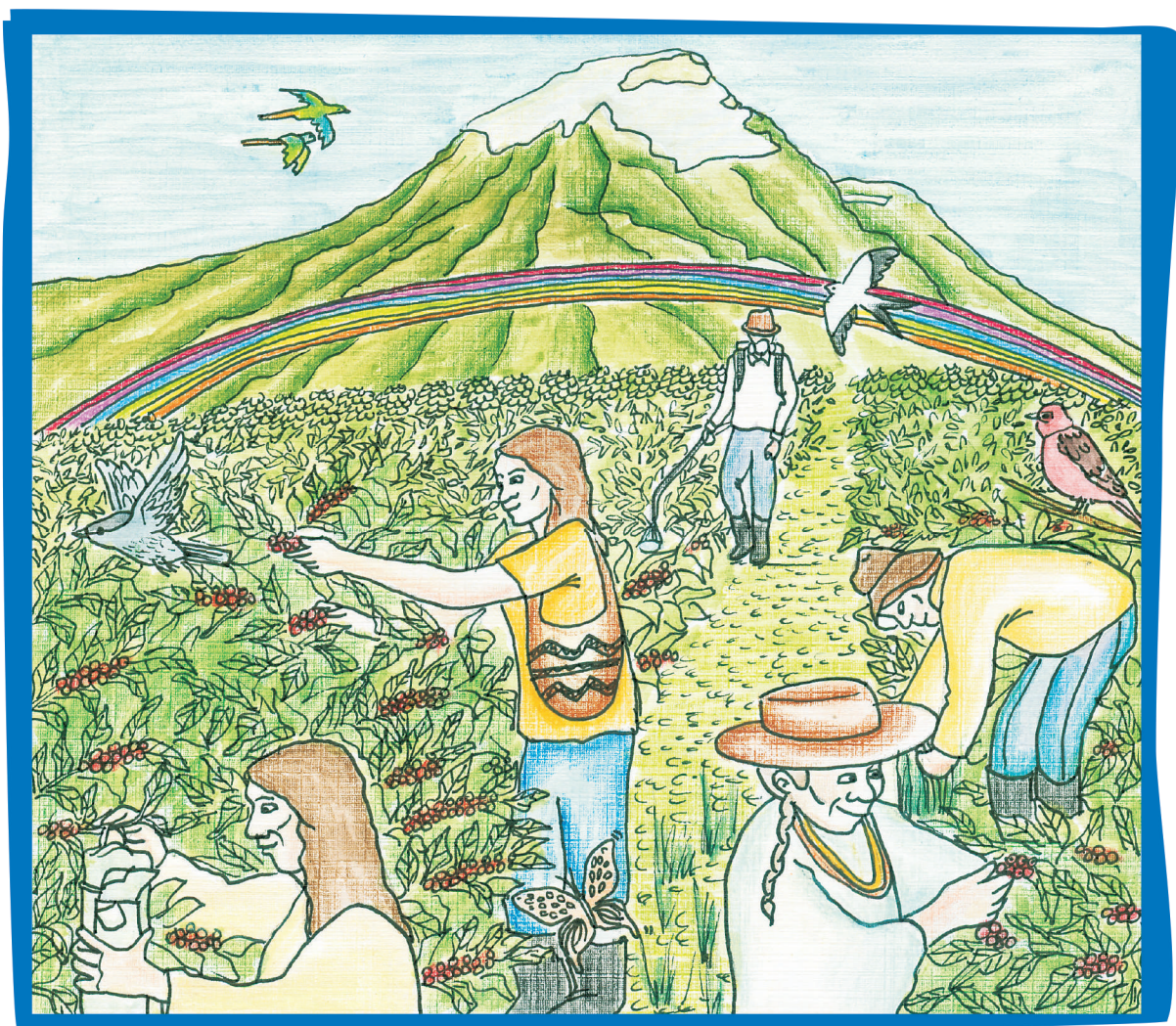
Importancia de la comercialización del café



Estándar o norma de competencia
Conozco y valoro la conformación del gremio cafetero como factor de desarrollo social, cultural y económico del país.

Guía 1

El mercado del café “los cafés especiales”



Logro o elemento de competencia:

Conozco las características de los cafés especiales y su importancia en el precio de venta del café.

Además de los logros académicos, en esta guía se intenciona la Competencia Laboral General de TIPO EMPRESARIAL, identificación de oportunidades para crear empresas.

a. Vivencia

El profesor prepara los materiales necesarios para realizar con éxito la siguiente actividad, determina un tiempo específico para cada momento del ejercicio. En éste el producto a comercializar puede adaptarse a los recursos, pero cumpliendo con las especificaciones del ejercicio.

En equipo

1. Conformamos dos equipos de trabajo y escogemos el rol de vendedor o consumidor.

Vendedores (mínimo 2 equipos) deben cumplir los siguientes requisitos:

- Construir aviones de papel.
- Vender aviones de papel en el mercado.
- Cuantificar los costos de la producción del producto.
- Escoger un representante de cada equipo para que negocie en el mercado.
- Definir valores o principios de la empresa para comercializar.
- Definir el tipo de usuarios finales del producto.
- El representante puede comunicarse con los representantes de los compradores.

Consumidores (mínimo 2 equipos), deben cumplir los siguientes requisitos:

- Comprar el mejor producto al mejor precio.
- Para el producto escogido definir los requisitos de calidad por escrito y tenerlos en cuenta para el momento de realizar el negocio.
- Definir valores o principios de la empresa para comercializar.
- Definen estrategia para comprar, pueden comprar a uno o varios vendedores.

Veedor (presidente del mercado), debe organizar el mercado con las siguientes condiciones:

- Sólo participan los representantes escogidos por cada equipo.
- El mercado estará ubicado en lugar neutral en el salón de clase.
- En el mercado no se cuenta con la presencia del producto en físico, ni

dinero en efectivo.

- Se vende el producto inmediatamente llegue el representante al mercado y en el orden de llegada.
- Los compradores pueden conocer la cantidad de producto a negociar en la jornada.
- El presidente del mercado es quien da la palabra a cada vendedor para presentar su producto.
- Inicialmente los vendedores proponen la cantidad de producto y el precio de venta.
- Después cada comprador realiza una oferta acerca de la cantidad y del valor que está dispuesto a pagar para adquirir el producto (SUBASTA).
- Los vendedores sólo pueden ofrecer el producto en el turno correspondiente.
- Cada representante de equipo durante el negocio en forma ágil, puede consultar con su equipo temas sobre precios, ofertas, decisiones, por escrito (a través de los vendedores).
- Cuando el último vendedor realiza el negocio se cierra el mercado.
- En un tablero se copia la cantidad de producto vendido y el respectivo precio.
- Se saca un promedio de venta.

2. En plenaria y con nuestro profesor sacamos las conclusiones del ejercicio, teniendo en cuenta los siguientes aspectos:

¿Cuál fue la sensación de cada uno de los equipos?

¿Cuál es la clave para tener éxito al vender un producto?

¿Cuál es la clave para comprar un producto?

¿Qué pasa si no se tienen en cuenta los valores humanos en un proceso de negociación?

¿Qué papel juega la calidad en un proceso de mercado?

¿Qué es valor agregado?

¿Qué relación tiene este ejercicio con el mercado de nuestro municipio?

¿Cómo se define el precio interno del café?

Un gran foco- atención obsesiva- en los clientes se vuelve esencia del que hacer de la alta gerencia. Los directivos y ejecutivos del más alto nivel deben concentrar sus energías en servir mejor a sus clientes, entender y satisfacer con creces sus expectativas, en analizar qué hace la competencia para capturar su mercado. Tomado de "brújulas empresariales"

b. Fundamentación Científica

En equipo

Leemos con mucha atención el siguiente texto que ilustra sobre los cafés especiales. Elegimos un relator y un sintetizador. Realizamos la síntesis en nuestro cuaderno de Escuela y Café.

Los cafés especiales

El mercado del café en el mundo tiene grandes retos que involucran directamente el bienestar de las 563.000 familias cafeteras colombianas las cuales han visto afectados sus ingresos por las condiciones del libre mercado y la sobreoferta de café que se ha venido presentando en los últimos años. En estas condiciones de mercado, la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia definió dentro de su plan de acción la estrategia de dar valor agregado al proceso y de esa manera surgieron las Tiendas de Café Juan Valdez, el Café de Colombia se diferencia de los demás cafés del mundo por su alta calidad y sus características especiales de sabor y aroma. También cuenta con el café Liofilizado Buendía que está avanzando en atraer más consumidores de café colombiano.

El otro componente de la estrategia de agregar valor al café colombiano es el Programa de Cafés Especiales que vende café verde a diversos distribuidores y tostadores con características muy especiales; este programa trabaja en un sector del mercado reducido y exigente que está dispuesto a entregar un mayor precio por un producto que considera muy valioso y cuyo beneficio económico debe llegar directamente a quienes lo producen.

El movimiento de los Cafés Especiales es relativamente nuevo. Nació a comienzos de la década de los años 80 como una respuesta a consumidores de Estados Unidos que buscaban una bebida de mayor calidad en un mercado donde el producto se encontraba homogeneizado.

Este mercado se hace más importante en las tiendas de café o coffee shops de alta calidad cada vez más numerosas, que ofrecen bebidas de café con particularidades muy marcadas. Es allí, donde el consumidor tiene la oportunidad de probar los diferentes sabores y fragancias de los distintos cafés y distinguir su origen.

En la actualidad los cafés especiales son comercializados prácticamente en todo el mundo, siendo el mercado más grande el norteamericano.

Durante todo este tiempo, los cafés especiales se han comercializado como cafés de origen, sostenibles y por preparación. En algunas épocas ha sido más marcada la preferencia por una categoría o por otra, pero la mayoría de los clientes son fieles al mismo producto. En los últimos años se ha incrementado la predilección por los cafés que protegen el medio ambiente y los de comercio justo que defiende el ingreso y el desarrollo social de los caficultores.

Los Cafés Especiales Colombianos están divididos en tres grandes categorías:

Los cafés de Origen

Son cafés que provienen de una región o finca con cualidades únicas, debido a que crecen en sitios especiales. Son vendidos de igual manera al consumidor final sin ser mezclados con otras calidades o cafés provenientes de otros orígenes. Los clientes los prefieren por sus especiales atributos en su sabor y aroma.

Dentro de este grupo de cafés especiales encontramos los siguientes:

REGIONAL COFFEE



Son aquellos que provienen de una región específica, reconocida por sus cualidades particulares. Se le ofrecen al consumidor puros, sin mezcla con productos de otros orígenes. Estos cafés exigen altos estándares de calidad.

EXOTIC COFFEE



Cafés con características de sabor único que se cultivan en condiciones microclimáticas, agroecológicas y socioculturales plenamente delimitadas geográficamente.

ESTATE COFFEE



Son los provenientes de una finca que tenga producciones mayores a 500 sacos de 60 kilos por año que cumplen con los más rigurosos estándares de calidad.

Los cafés sostenibles

Son cafés cultivados por comunidades que tienen un serio compromiso con la protección del medio ambiente a través de la producción limpia y la conservación de la biodiversidad de sus zonas. También promueven el desarrollo social de las familias cafeteras que los producen. Los clientes los prefieren porque cuidan la naturaleza y promueven el mercado justo con los países en vías de desarrollo.

Existen tres tipos de cafés sostenibles:

CONSERVATION COFFEE



Estos cafés son reconocidos por su relación con el medio ambiente y la biodiversidad. Buscan mantener el equilibrio entre la presencia humana y los recursos naturales por medio de prácticas amistosas de cultivo.

RELATIONSHIP COFFEE



Entorno a un proyecto productivo existen una serie de elementos de desarrollo social y cultural como: el trabajo asociado de varios productores, el compromiso y la solidaridad, el mejoramiento de la calidad de vida y la protección del medio ambiente. Su comercialización implica mantener una relación entre el cliente y el productor a través de la institución, para lograr trasladar al productor el mayor sobreprecio posible y los aportes del cliente, con el fin de mejorar sus condiciones de vida.

ORGANIC COFFEE



Son los que se cultivan sin la utilización de agroquímicos ni fertilizantes químicos. Son comercializados con una certificación expedida por una firma especializada, encargada de inspeccionar y vigilar las prácticas del cultivo, su proceso de trilla, almacenamiento y transporte.

Los cafés de Preparación

Son cafés con una apariencia especial por su tamaño y forma lo que los hace apetecidos en el mercado internacional. También pertenecen a esta categoría los cafés que se buscan de acuerdo a las preferencias de un cliente en particular y se acopian para ofrecer un producto consistente.

Existen tres tipos de cafés de preparación:

PEABERRY COFFEE



Son cafés cultivados en zonas de altura, de los cuales se seleccionan aquellos granos en forma de caracol que producen una taza única de alta acidez. Son apreciados por los compradores, pues su tamaño uniforme permite una tostión homogénea.

SUPREMOS COFFEE



Son cafés que se ofrecen de acuerdo a una clasificación granulométrica o tamaño de grano como: Europa, Extra Supremo y Premium.

SELECT COFFEE



Son los cafés que resultan de una cuidadosa selección, realizada por solicitud del cliente, siguiendo un protocolo definido.

"No todo el café colombiano sabe igual, existen muchas circunstancias que lo hacen particular, como la oferta ambiental, los suelos y el cuidado en su producción, que permiten que se les considere especiales en el mercado internacional"

Presentamos a nuestro profesor o profesora el resultado de la lectura de la fundamentación científica.

C. Actividades de Ejercitación

Trabajo individual

1. Teniendo en cuenta los temas tratados en esta guía, enumeramos los aspectos favorables por los cuales el negocio del café es viable en el mercado internacional. Por qué se puede tomar como modelo por cualquier empresa que quiera ser exitosa?

En equipo

2. De acuerdo a las condiciones agroecológicas, sociales y económicas de nuestra región definimos cual tipo de café especial se podría producir en nuestra zona.

Justificamos nuestra respuesta

Presentamos el resultado de nuestra actividad al profesor o profesora para que valore nuestro progreso.

d. Actividades de Aplicación

Trabajo con mi familia

1. En compañía de mis padres o familiares, pregunto a los productores de café de la zona si producen algún tipo de café especial, tomo apuntes en mi cuaderno.
2. Con base en una idea de negocio o proyecto productivo que he pensado o ejecutado con mi familia realizamos el siguiente ejercicio:

Unidad 1 - Guía 1

- Definimos una estrategia de valor agregado al producto o servicio teniendo en cuenta lo visto en la actividad de ejercitación.
- Señalamos cuales son las razones por las cuales nuestro producto tendría éxito en el mercado.
- Identificamos cuales estrategias del proceso de comercialización de café utilizaríamos en nuestra empresa.

Presentamos el resultado de nuestra actividad al profesor o profesora para que valore nuestro progreso.