



## CAFÉ Y CANNABIS

La marca es el nombre con que se identifica un producto o una empresa. Es una palabra, diseño, sonido, forma o color utilizadas para identificar el bien ofrecido y distinguirlo de sus competidores.

Pero si la marca no crea valor en la mente del consumidor, si nosotros no identificamos sus características y cualidades, esta marca no trasciende.

La Federación Nacional de Cafeteros, en la segunda mitad del siglo pasado dedicó grandes esfuerzos de comunicación a nivel mundial para posicionar en el mercado el Café de Colombia. Todavía es recordada la publicidad en el Tour de Francia, en el torneo de tenis de Wimbledon en Inglaterra y en los comerciales de televisión en USA. Nuestro café se posicionó como el “café más suave del mundo” y eso lo distinguió en los mercados internacionales. Orgullo nacional que aún perdura en la mente de los millones de consumidores de café en el mundo.

Este hecho sin precedentes se volvió un caso de mercadeo famoso, no sólo porque se trataba de un producto genérico como el grano de café, al cual se le dio una identidad propia, sino, también porque la fama mundial que tenía nuestro grano no se materializaba en un producto: No existía en el mercado el “Café Colombiano”. Esta fama la aprovecharon por muchos años tostadores de multinacionales extranjeras para poner en las etiquetas de sus productos: “con café colombiano”, y así mejorar sus precios y sus volúmenes de ventas.

Fue solo en este siglo cuando la Federación de Cafeteros lanzó al mercado su café Juan Valdez, así como sus puntos de venta. Apoyado en el famoso logotipo de Juan Valdez y la fama ganada de nuestro grano el café colombiano conquista el mundo. ¡Bien Hecho!

Hoy la historia se repite: la marihuana o cannabis colombiano tiene fama mundial de excelente calidad; internacionalmente Café y Cannabis colombiano son reconocidos en prácticamente, todo el planeta.

Esta yerba, que era maldita hasta hace unos años, pasó a ser permitida en el mundo para uso medicinal y recreativo. La ONU acaba de reconocer sus propiedades medicinales, Europa Occidental y Canadá legalizaron su uso y 15 Estados de USA permiten su uso recreativo. Cada vez más países han aprobado su comercialización y se estima la demanda mundial potencial en más de 300 mil millones de dólares. Colombia solo exporta en todos su productos y servicios (petróleo incluido) actualmente 30 mil millones de dólares al año.

O sea que, tenemos una marca reconocida en el mercado legal y además tenemos el producto; desde el punto de vista del mercado no necesitamos más: producto, marca y clientes.



Pero no todo es felicidad, el sistema burocrático nacional se ha encargado de obstaculizar las exportaciones; las millonarias inversiones que, en este campo orientadas al agro, a la investigación y comercialización se han desanimado por las múltiples trabas existentes en Colombia y han orientado sus dólares a invertirlos en otras latitudes donde si han entendido la oportunidad que existe.

Café y cannabis son un ejemplo de lo difícil que es construir mercados rentables en este país, no basta con tener el producto, la marca, el reconocimiento y el mercado. Hay que luchar contra otros imponderables

“¿Será que por que somos ricos, somos pobres?”

**José Roberto Concha V.**  
**Director Icecomex**  
**Universidad Icesi. Cali, Colombia**