

# Tierra Brava: Redefiniendo la experiencia del café

---

## Autores:

**Cisneros, Hanny**

Universidad UMECIT, Panamá  
Licenciatura en Mercadeo y Publicidad  
hannygisselle05@outlook.com

**Sanchez, Sofia**

Universidad UMECIT, Panamá  
Licenciatura en Mercadeo y Publicidad  
sofreidtlr@gmail.com

**Suarez, Valentina**

Universidad UMECIT, Panamá  
Licenciatura en Mercadeo y Publicidad  
valentinasuarez335@gmail.com

**Quintero, Maria**

Universidad UMECIT, Panamá  
Licenciatura en Mercadeo y Publicidad  
alejas2102@gmail.com

## Docente Asesor:

**Blackman, Osvaldo**

Universidad UMECIT, Panamá  
Asignatura: Técnica de Ventas  
blackmanosvaldo@gmail.com  
<https://orcid.org/0009-0005-5931-0040>

**Sede: Panamá**

*DOI: 10.37594/sc.v1i7.1761*

## Resumen

El propósito de este artículo fue analizar el proceso de producción del café y las estrategias de comercialización de Café Tierra Brava. Se utilizó una metodología descriptiva basada en la revisión de los diferentes métodos de cultivo, cosecha, secado, y empaquetado del café, así como en el análisis de sus tácticas de posicionamiento en el mercado. Los hallazgos clave indicaron que la calidad del café se ve influenciada por la selección del suelo, los cuidados en la plantación, y las técnicas de secado. Además, la marca se distingue por su enfoque sostenible y su impacto positivo en las comunidades locales. Como conclusión, el artículo destacó la importancia de combinar sostenibilidad y calidad para posicionar el café en un mercado competitivo.

**Palabras clave:** Café, Sostenibilidad, Negocios, Justo, Artesanal, Posicionamiento.

## Tierra Brava: Redefining the coffee experience

### Abstract

The aim of this article was to analyze the coffee production process and the marketing strategies of Café Tierra Brava. A descriptive methodology was used, focusing on reviewing the different

cultivation, harvesting, drying, and packaging methods, as well as analyzing their market positioning tactics. Key findings showed that coffee quality is influenced by soil selection, plantation care, and drying techniques. Additionally, the brand stands out for its sustainable approach and positive impact on local communities. In conclusion, the article emphasized the importance of combining sustainability and quality to position coffee in a competitive market.

**Keywords:** Coffee, Sustainability, Business, Just, Artisanal, Positioning.

## **1. INTRODUCCIÓN**

El café es una bebida que despierta pasiones y tiene un impacto profundo en culturas de todo el mundo. Su calidad depende de cada decisión en su proceso de cultivo y preparación. Café Tierra Brava, proveniente de la región montañosa de Capira, combina prácticas agrícolas tradicionales con un enfoque sostenible, lo que resulta en un café de alta gama, respetuoso con el medio ambiente y beneficioso para las comunidades locales. En esta investigación, se explorará detalladamente el proceso de producción de este café único y las estrategias que permiten posicionarlo en un mercado global competitivo.

### **Justificación**

Tierra Brava nace con el propósito de transformar el consumo de café ofreciendo una experiencia auténtica y responsable. Más que comercializar café, buscamos generar un impacto positivo en la comunidad cafetera, promoviendo el comercio justo y la sostenibilidad. Trabajamos con pequeños productores de Capira, brindándoles visibilidad y ayudándolos a crecer mediante Tierra Brava como una plataforma para que su café artesanal sea reconocido. La investigación también responde a la línea de investigación de UMECIT relacionada con el estudio de productos agrícolas sostenibles, enfocándose en el análisis de procesos productivos y su impacto en las comunidades locales y el medio ambiente. El valor del artículo radica en proporcionar una visión integral del ciclo del café y en evidenciar cómo la sostenibilidad puede coexistir con la excelencia en la calidad del producto.

### **Antecedentes investigativos**

El análisis del proceso de producción y las estrategias de comercialización del café robusta en Panamá, y tomando como referencia el caso de Café Tierra Brava, muestra que la calidad del café depende en gran medida de la selección del suelo, las prácticas de cultivo, la cosecha, el secado y el empaclado.

Un estudio realizado por Collantes, Lezcano y Marquínes (2021) evaluó la sostenibilidad del agroecosistema de café robusta en la provincia de Colón, en la cual se realizaron encuesta a 40

productores del área y se identificaron cinco fincas tipos productoras. También tenemos que el Instituto de Innovación Agropecuaria de Panamá (IDIAP) ha implementado el proyecto “*Manejo Integral del Cultivo de Café de Bajura*”, que incluye la investigación y adaptación de clones de café robusta mejorados (BT-42 y BT-358). Este proyecto busca mejorar la productividad y sostenibilidad del cultivo en las regiones de baja altitud del país.

Por otro lado, tenemos que un informe del medio escrito La Estrella de Panamá (2023) destacó que la sequía prolongada en 2023 afectó significativamente la cosecha de café robusta en Capira, reduciendo la producción en un 50%. Este fenómeno resalta la vulnerabilidad del cultivo a las variabilidades climáticas y la necesidad de estrategias de adaptación.

### **Descripción de la temática o problema de investigación**

En la actualidad, la producción de café enfrenta varios desafíos, entre ellos, el cambio climático, la competencia en el mercado global, las plagas y las presiones para mejorar la calidad sin comprometer el medio ambiente. En países productores como Panamá, los caficultores luchan con la fluctuación de precios y la sostenibilidad de sus prácticas. La producción de café en países de América Latina ha disminuido en los últimos años debido a factores climáticos. Sin embargo, el café Tierra Brava demuestra que es posible combinar calidad, sostenibilidad y responsabilidad social en la producción de café, sirviendo como ejemplo de un modelo viable para otras regiones productoras.

### **Formulación de la interrogante**

¿Cómo puede Tierra Brava posicionarse como un referente en el mercado del café artesanal, promoviendo el comercio justo y la sostenibilidad?

¿Cómo podemos ayudar a los caficultores a adquirir más ventas y posicionamiento en el mercado?

¿Cómo ha evolucionado la producción y exportación de café robusta en Panamá en los últimos años?

¿Cuáles son los principales factores que afectan la calidad del café robusta en Panamá?

¿Qué estrategias de comercialización utilizan las marcas de café robusta en Panamá para posicionarse en el mercado local e internacional?

### **Objetivo(s) o propósito**

Desarrollar una estrategia de posicionamiento para Tierra Brava en el mercado de café artesanal con alta calidad y origen, promoviendo el comercio justo y la sostenibilidad, y brindando apoyo a los pequeños productores de Capira a través de la mejora de la calidad del café, la capacitación de los

caficultores y la implementación de canales de comercialización directos, buscado un crecimiento en sus ventas y fortalecer la imagen de marca en el mercado nacional en un plazo de doce meses.

El objetivo es crear una comunidad de amantes del café que aprecien la trazabilidad, la calidad y el esfuerzo detrás de cada taza, contribuyendo a una industria más equitativa y consciente.

### **Breve desarrollo teórico y conceptual**

El Desarrollo Sostenible plantea que el desarrollo debe satisfacer las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones para satisfacer sus propias necesidades. En la agricultura, esto significa adoptar métodos de cultivo que sean ambientalmente responsables, socialmente inclusivos y económicamente rentables.

La producción de café está directamente vinculada a conceptos de sostenibilidad, calidad de producto y comercio justo. El concepto de “*café de especialidad*” hace referencia a un café de alta calidad que destaca por su perfil único de sabor, el cual es influenciado por factores como el clima, el suelo y las prácticas de cultivo. Según el modelo de sostenibilidad en la agricultura, como lo expone Pretty (2008), la integración de métodos ecológicos en la producción agrícola es esencial para la conservación del medio ambiente y la viabilidad a largo plazo de las industrias agrícolas. En este contexto, el café Tierra Brava se inserta como un ejemplo de producto sostenible, al adoptar prácticas que fomentan el respeto por el entorno y el bienestar de las comunidades productoras.

En lo que se basa en un comercio justo que es un enfoque comercial que busca ofrecer una compensación justa y condiciones de trabajo dignas a los productores de bienes, especialmente en los países en desarrollo. En el caso de nuestro país el café robusto, el comercio justo asegura que los caficultores reciban un pago adecuado por su producto, al mismo tiempo que promueve prácticas agrícolas sostenibles y el fortalecimiento de las comunidades productoras.

El doctor David A. H. en su artículo “*Fair Trade Coffee: Analyzing the Shift in the Coffee Industry’s Approach to Sustainability and Ethical Consumption*” expone cómo el concepto de comercio justo se ha transformado desde una simple transacción comercial hasta un movimiento global que busca cambiar la estructura de la industria cafetera y mejorar las condiciones de vida de los productores en el Tercer Mundo.

Ahora bien, el posicionamiento en el mercado, es la otra parte de proceso donde vamos a crear una imagen o identidad única para un producto en la mente de los consumidores, de manera que se distinga de la competencia. En el caso del café robusto, esto podría implicar destacar sus

características, como su sabor, origen o el enfoque en la sostenibilidad y el comercio justo.

El posicionamiento es el proceso de diseñar la oferta y la imagen de una marca para que ocupe un lugar destacado en la mente del consumidor, diferenciándose de los competidores en el mercado. Al Ries y Jack Trout (1972) postula que el posicionamiento es el proceso de posicionar una marca en la mente del consumidor, diferenciándola de la competencia y resaltando sus ventajas únicas. La clave está en encontrar una propuesta de valor clara y comunicarla efectivamente.

Al tener un posicionamiento de un café artesanal y al diferenciarlo de un café comercial es su proceso desde la producción, selección de granos y métodos de preparación, lo que nos lleva a tener una sostenibilidad en todo su proceso y hacer un comercio justo, son principios fundamentales que garantizan condiciones equitativas para los productores y un impacto ambiental reducido. Tierra Brava integra estos conceptos para ofrecer un producto único en el mercado.

En la industria del café, el marketing social se ha utilizado para promover el consumo de café ético y sostenible. Philip Kotler y Gerald Zaltman en 1971, describe cómo las empresas pueden usar principios de marketing para influir en comportamientos sociales, además de buscar el beneficio económico que redunde no solo en los productores y la comunidad, sino en los consumidores llevando un café de calidad con un comercio justo.

## **2. METODOLOGÍA**

### **Método y/o Procedimiento metodológico**

El diseño del estudio para Café Tierra Brava se basó en documental, en donde se recopiló datos de investigaciones previas, y fuentes académicas para elaborar un análisis integral sobre las prácticas de cultivo y comercialización del café, y a la vez en entrevista vía on line, con productores de Ciruelito de Capira, quienes cultivan café Robusta Fina, asegurando que cumplan con las mejores prácticas agrícolas, respetando tanto el medio ambiente como las normas éticas de comercio justo.

### **Aspectos éticos**

La investigación por ser tipo documental y con entrevista con productores no involucra trabajo de campo, por lo que tenemos el consentimiento por los productores de café del área de Ciruelito de Capira para presentar la información proporcionada por ellos para uso educativo. Parte del análisis se centró en fuentes documentales y públicas, respetando la propiedad intelectual de los autores citados. Se garantizó la correcta atribución de los estudios y datos utilizados en el desarrollo de la investigación.

### **3. RESULTADOS Y DISCUSIÓN**

El análisis reveló que el proceso de producción de Café Tierra Brava, desde la siembra hasta el empaque, está basado en prácticas sostenibles que incluyen el uso de tecnologías modernas como la clonación en laboratorio, el uso de camas africanas para el secado del grano, y la reforestación para mitigar el impacto ambiental.

Los primeros estudios de mercado han revelado un interés creciente por los cafés de origen artesanal y sostenible, con una demanda que continúa aumentando. La implementación de estrategias de comercio justo ha permitido establecer alianzas sólidas con productores locales, garantizando calidad y trazabilidad en los productos. La estrategia de branding ha sido exitosa en generar una comunidad de consumidores comprometidos con los valores de Tierra Brava, que aprecian no solo el sabor, sino el impacto positivo de sus decisiones de compra, y nos asegura tener una cobertura en todo el país, con crecimiento de doble dígitos.

Además, la marca está destinada a posicionarse como un referente de café premium en Panamá gracias a su enfoque en la calidad y la transparencia en su proceso de producción. El café Tierra Brava ha conseguido fidelizar a un segmento de consumidores conscientes de la sostenibilidad, lo que ha impulsado su éxito tanto en el mercado local lo cual nos lleva a iniciar análisis para llevar la marca a mercados internacionales.

### **4. CONCLUSIONES**

El proceso de producción del café artesanal y este caso el café de robusta es un arte que combina ciencia, tradición, educación, sostenibilidad y experiencia sensorial. Desde la selección del suelo hasta el secado del grano, cada etapa influye en la calidad final de la bebida. Nuestro café se distingue por su cultivo responsable y su compromiso con la excelencia, ofreciendo a los consumidores un producto de alta calidad con un comercio justo, y esto se logra porque tenemos una relación directa con los productores de Ciruelito de Capira, lo que nos garantiza no solo la mejor calidad, sino también manteniendo la ética responsable.

A través de una estrategia de posicionamiento de la marca, con un plan de marketing bien diseñado y definido, y con una segmentación precisa, diferenciación del producto y con una comercialización en todo el país, y trabajando las relaciones públicas de manera efectivas, se busca consolidar la marca en el mercado y crear una conexión auténtica con los amantes del café.

El posicionamiento de una marca en la mente del consumidor y esta investigación del café Tierra Brava es poner énfasis en la calidad, respetando las tradiciones cafetaleras y utilizando métodos

que optimicen las propiedades del grano sin comprometer el medio ambiente.

El éxito de Tierra Brava dependerá no solo de la calidad del café, sino también de la capacidad para seguir innovando y adaptándose a las tendencias del mercado. Es esencial seguir expandiendo la presencia en el mercado nacional e internacional, y fortalecer alianzas estratégicas con actores clave en la industria del café, incluidos influencers, medios de comunicación y distribuidores interesados en productos sostenibles. La fidelización del cliente también es un componente crucial, y se logrará a través de la creación de experiencias educativas que fortalezcan la relación emocional con la marca.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Asociación de Caficultores de Panamá (2018). “El imparto del comercio justo en pequeños productores”
- Fair Trade International (2022). Comercio justo y su impacto en los pequeños productores.
- Gómez, L. (2017). “Métodos de procesamiento del café: una comparación de calidad”. Revista Ciencia y Café.
- Instituto de Investigación del Café (2016). “El futuro del café artesanal y su impacto en la economía local”
- López, A. (2014). “El café como patrimonio cultural y su influencia en el turismo”. Editorial Patrimonio y Cultura.
- Martínez, R. (2019). “Sostenibilidad en la industria cafetera: desafíos y oportunidades” Universidad Nacional de Panamá.
- Organización Internacional del Café (2023). Informe sobre tendencias del consumo del café.
- Pérez, M. (2020). “Producción y comercialización del café robusta en América Latina”. Editorial Café Global.
- Smith J. (2021). “El auge del café de especialidad”. Revista de Gastronomía y Negocios.
- Torres, E. (2015). “Marketing sensorial en la industria del café”. Universidad de Costa Rica.
- Video charla del café. (2025). Obtenido de [https://umecit.educativa.org/prg\\_archivo.cgi?wAccion=ver\\_archivo&id\\_archivo=808602&id\\_curso=51315&id\\_unidad=1037772](https://umecit.educativa.org/prg_archivo.cgi?wAccion=ver_archivo&id_archivo=808602&id_curso=51315&id_unidad=1037772)