



ESPE
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ECONÓMICAS Y DE COMERCIO**

CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE INGENIERO COMERCIAL**

**TEMA: FORTALECIMIENTO DEL SISTEMA COMERCIAL
ASOCIATIVO DE LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES DE CAFÉ DE
ESPECIALIDAD, EN LA PARROQUIA NANEGALITO, CANTÓN
QUITO, PROVINCIA DE PICHINCHA.**

AUTOR: ALVEAR PINEIDA PABLO DANIEL

DIRECTOR: ING. MANTILLA FARID

SANGOLQUI

2016



CARRERA DE INGENIERIA COMERCIAL

CERTIFICADO

CERTIFICACIÓN

Certifico que el trabajo de titulación: "FORTALECIMIENTO DEL SISTEMA COMERCIAL ASOCIATIVO DE LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES DE CAFÉ DE ESPECIALIDAD, EN LA PARROQUIA NANEGALITO, CANTÓN QUITO, PROVINCIA DE PICHINCHA.", realizado por: **Alvear Pineida Pablo Daniel**, ha sido revisado en su totalidad y analizado por el software anti-plagio, el mismo cumple con los requisitos teóricos, científicos, técnicos, metodológicos y legales establecidos por la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, por lo tanto me permito acreditarlo y autorizar al señor **Alvear Pineida Pablo Daniel** para que lo sustente públicamente.

Sangolquí, 21 de Marzo de 2016

Atentamente,

Ing. Farid Mantilla MBA
Director



CARRERA DE INGENIERIA COMERCIAL

DECLARACION DE RESPONSABILIDAD

DECLARO QUE:

Yo, **Alvear Pineida Pablo Daniel**, con cédula de identidad No 1720189529 declaro que el presente trabajo de titulación denominado "FORTALECIMIENTO DEL SISTEMA COMERCIAL ASOCIATIVO DE LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES DE CAFÉ DE ESPECIALIDAD, EN LA PARROQUIA NANEGALITO, CANTÓN QUITO, PROVINCIA DE PICHINCHA", ha sido desarrollado en base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros, conforme las citas que constan en las páginas correspondientes, cuyas fuentes son incorporadas en la bibliografía.

Consecuentemente este trabajo es de mi autoría.

En virtud de esta declaración me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del proyecto de grado en mención.

Sangolquí, 21 de marzo de 2016

Pablo Daniel Alvear Pineida

CI. 1720189529



CARRERA DE INGENIERIA COMERCIAL

AUTORIZACIÓN

Yo, Alvear Pineida Pablo Daniel

Autorizo a la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, la publicación en la biblioteca virtual de la Institución el trabajo de titulación: "FORTALECIMIENTO DEL SISTEMA COMERCIAL ASOCIATIVO DE LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES DE CAFÉ DE ESPECIALIDAD, EN LA PARROQUIA NANEGALITO, CANTÓN QUITO, PROVINCIA DE PICHINCHA", cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y autoría.

Sangolquí, 21 de Marzo de 2016

Pablo Daniel Alvear Pineida

CI. 1720189529

DEDICATORIA

Esta tesis se la dedico primeramente a Dios, quien me ha acompañado durante todo el camino, me ha guiado y me ha dado fortaleza para continuar.

A mi madre quien ha sido mi ejemplo y mi faro, mi modelo de honradez y esfuerzo constante, por su amor confianza y apoyo incondicional y por enseñarme que no hay mayor satisfacción que el deber cumplido con perseverancia y honestidad.

A mi compañera de vida, Carolina, por su amor, paciencia y apoyo incondicional, por caminar a lado mi lado compartiendo mis sueños y alegrías, por estar conmigo en todo momento y ayudarme a crecer como persona y profesional.

A mi luz que llena mi hogar de alegría y felicidad, mi amado hijo Nicolás.

A mi hermana, Mónica por su apoyo en los momentos más difíciles y convertirse en el impulso para seguir adelante, a quien le debo el hecho de haber culminado mis estudios en mi prestigiosa universidad.

Pablo Alvear

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por guiar mi camino y no haberme abandonado ni un instante, por iluminarme y darme valor para culminar exitosamente esta etapa de mi vida.

A mi madre por su amor y apoyo, por dedicar su vida entera a hacer todo lo posible por verme feliz.

A mis hermanos y amigos por sus palabras de aliento, sus consejos y su mano amiga cuando la necesite.

A mi compañera de vida y a mi hijo, por estar junto a mí, en todo momento convirtiéndose en mi motor de vida, para seguir superándome cada día.

Al Ing. Farid Mantilla por su paciencia, guía, profesionalismo y asesoramiento durante el desarrollo de este trabajo de investigación.

A Veco Andino, por permitirme formar parte de su valioso equipo de trabajo y permitirme compartir experiencias únicas y de gran ayuda para la realización y culminación de este trabajo de investigación.

Pablo Alvear

ÍNDICE DE CONTENIDO

CARÁTULA	
CERTIFICADO	ii
AUTORIA DE RESPONSABILIDAD	iii
AUTORIZACIÓN (PUBLICACIÓN EN LA BIBLIOTECA VIRTUAL)	iv
DEDICATORIA	v
AGRADECIMIENTO	vi
ÍNDICE DE CONTENIDO	vii
ÍNDICE DE CUADROS	viii
ÍNDICE DE TABLAS	xiv
ÍNDICE DE FIGURAS	xvi
RESUMEN	xviii
ABSTRAC	xix
CAPITULO I	1
ASPECTOS GENERALES	1
1.1 Antecedentes	1
1.2 Marco teórico	3
1.2.1 ¿Qué es el café?.....	3
1.2.2 ¿Qué es el cafeto?.....	3
1.2.3 ¿Qué es el café especial?.....	3
1.2.3.1 Café gourmet.....	4
1.2.3.2 Café orgánico	5
1.2.3.3 Cafés amigables con las aves	5
1.2.3.4 Café de conservación	5
1.2.3.5 Café de comercio justo.....	6
1.2.4 Certificación orgánica del café.....	6
1.2.4.1 Certificación de los insumos	7
1.2.4.2 Certificación de cultivos	7
1.2.4.3 Certificación de procesos	7

1.2.5 Métodos de postcosecha del café.....	8
1.2.5.1 Beneficio del café por vía húmeda.....	8
1.2.5.2 Beneficio subhúmedo.....	9
1.2.5.3 Beneficio húmedo enzimático.....	10
1.2.5.4 Beneficio semihúmedo.....	10
1.2.5.5 Beneficio por la vía seca.....	11
1.3 Marco referencial.....	12
1.3.1 El mercado mundial del café.....	12
1.3.2 Café en el Ecuador.....	13
1.3.3 Limitantes del sector cafetalero.....	16
1.3.3.1 Ausencia de políticas oficiales.....	17
1.3.3.2 Reducida producción.....	17
1.3.3.3 Esquema de comercialización ineficiente.....	19
1.3.4 Zonificación ecológica del cultivo del café arábigo.....	20
1.3.5 Café especial en el noroccidente de Quito.....	22
1.3.6 Calendario del café en el noroccidente de Quito.....	23
1.4 Marco conceptual.....	25
CAPITULO II.....	28
ANÁLISIS SITUACIONAL.....	28
2.1 Análisis del Macro ambiente “Pest”.....	28
2.1.1 Factores políticos.....	28
2.1.1.1 Proyecto de reactivación de café y cacao nacional fino de aroma.....	28
2.1.1.2 Entidades financieras son exoneradas de pago de ISD.....	29
2.1.1.3 Superintendencia de Economía Popular y Solidaria.....	31
2.1.2 Factores económicos.....	32
2.1.2.1 Producto interno bruto.....	32
2.1.2.2 Inflación.....	33
2.1.3 Factores sociales.....	36
2.1.3.1 Desempleo.....	36
2.1.3.2 Migración interna.....	38

2.1.4 Factores tecnológicos	39
2.1.4.1 Tecnología en agroquímicos	39
2.1.4.2 Maquinaria	40
2.1.4.3 Acceso al internet.....	43
2.2 Análisis del microambiente	44
2.2.1 Clientes.....	44
2.2.2 Proveedores	45
2.2.3 Competencia.....	46
2.3 Análisis Interno: Las siete “7S” De Mckinsey.....	48
2.3.1.1 Style (Estilo)	49
2.3.1.2 Shares (Valores)	50
2.3.1.3 Staff (Personal).....	52
2.3.1.4 Systems (sistemas)	53
2.3.1.5 Strategy (Estrategia).....	54
2.3.1.6 Structure (Estructura)	55
2.3.1.7 Skills (Habilidades).....	56
2.3.2 Cadena de valor	57
2.3.2.1 Análisis de la cadena de valor del café	58
2.4 Análisis FODA.....	61
2.4.1 Matriz resumen.....	61
2.4.2 Matriz de impacto	63
2.4.3 Matriz interna.....	67
2.4.4 Matriz externa	69
2.4.5 Resultados matrices de análisis interna y externa	70
2.4.6 Matriz General Electric	71
CAPITULO III.....	72
ESTUDIO DE MERCADO	72
3.1 Fase Cualitativa.....	72
3.1.1 Planteamiento del problema.....	72
3.1.2 Necesidad	72

3.1.3 Justificación del Problema	72
3.1.4 Propósito	73
3.1.5 Definición del problema.....	73
3.1.6 Objetivos	74
3.1.6.1 Objetivo General	74
3.1.6.2 Objetivos Específicos.....	74
3.1.7 Hipótesis.....	75
3.1.8 Ética del Investigador.....	75
3.2 Fase Metodológica.....	76
3.2.1 Tipos de Investigación	76
3.2.2 Técnicas de muestreo	76
3.2.2.1 Muestreo probabilístico.....	76
3.2.2.2 Muestreo no probabilístico.....	77
3.2.3 Tipos de información	78
3.2.3.1 Fuentes de datos primarios.....	78
3.2.3.2 Fuentes de datos secundarios	78
3.2.4 Técnicas de investigación	78
3.2.5 Segmentación del mercado	79
3.2.5.1 Evaluación del mercado meta	79
3.2.6 Perfil del mercado meta	79
3.2.7 Segmento objetivo.....	80
3.2.8 Tipo de posicionamiento	80
3.2.9 Ventaja diferencial	81
3.2.10 Diseño del formulario de recolección de datos	81
3.2.11 Operacionalización de variables y formulario	82
3.3 Fase de Trabajo de Campo.....	85
3.3.1 Prueba piloto	85
3.3.2 Análisis de preguntas	85
3.3.3 Formulario final	87
3.4 Fase de Análisis	88

3.4.1	Análisis de datos	88
3.4.2	Análisis univariado.....	88
3.4.3	Análisis bivariado.....	111
3.4.3.1	Anova	111
3.4.3.2	Cruce de variables	114
3.4.3.3	Correlación	117
3.4.3.4	Chi Cuadrado	119
3.5	Análisis de la oferta.....	122
3.5.1	Clasificación de la oferta.....	122
3.5.2	Factores que afectan a la oferta.....	123
3.5.3	Oferta actual de café.....	124
3.5.4	Proyección de la oferta.....	124
3.6	Análisis de la demanda	125
3.6.1	Clasificación de la demanda.....	125
3.6.2	Factores que afectan a la demanda.....	126
3.6.3	Demanda actual del café	127
3.6.4	Proyección de la demanda.....	127
3.7	Determinación de la demanda insatisfecha	128
CAPITULO IV	129	
ESTRATEGIAS Y PROPUESTA	129	
4.1	Tipos de estrategias	129
4.1.1	Estrategia de producto.....	130
4.1.2	Estrategia de posicionamiento.....	131
4.1.3	Estrategia de posicionamiento.....	133
4.1.4	Estrategia de promoción.....	134
4.1.5	Estrategia de posicionamiento.....	136
4.2	Análisis de propuesta	138
4.3	Análisis de Actividades	138
CAPITULO V	142	
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	142	

5.1 Conclusiones	142
5.2 Recomendaciones	143
BIBLIOGRAFÍA.....	144
ANEXOS	147

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1 Países productores según el tipo de café.....	13
Cuadro 2 Modelo para la zonificación de café Arábica.....	20
Cuadro 3 Tipos de Investigación.....	76
Cuadro 4 Tipos de Muestreo no probabilístico	77
Cuadro 5 Evaluación del mercado meta	79
Cuadro 6 Perfil de Mercado meta.....	79
Cuadro 7 Tipos de posicionamiento.....	80
Cuadro 8 Clasificación de la oferta.....	122
Cuadro 9 Clasificación de la Demanda	125
Cuadro 10 Tipos de estrategia.....	129

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Ingresos principales productos agrícolas.....	22
Tabla 2. Calendario cafetalero para el noroccidente de Quito.....	24
Tabla 3. Inflación anual Octubre 2015.....	34
Tabla 4. Migración provincial por género y área de residencia Ecuador.....	38
Tabla 5. Matriz de operacionalización de variables.....	82
Tabla 6. Genero del Encuestado.....	88
Tabla 7. Edad del encuestado.....	89
Tabla 8. Nivel de Instrucción.....	91
Tabla 9. Número de cargas familiares.....	92
Tabla 10. Variedades de café que predomina en las fincas.....	94
Tabla 11. Tipo de café que se comercializa.....	95
Tabla 12. Quintales de café por hectárea.....	97
Tabla 13. Edad de las plantaciones de café.....	98
Tabla 14. Proceso que se maneja en la postcosecha del café.....	100
Tabla 15. Tipo de certificación que poseen.....	101
Tabla 16. Apoyo que brindan las autoridades de la parroquia.....	103
Tabla 17. Porcentaje de productores que exportan su café.....	104
Tabla 18. Precio promedio del quintal de café.....	106
Tabla 19. Quintales promedio vendidos al mes.....	108
Tabla 20. Propuesta de mejora de participación de mercado.....	109
Tabla 21. Anova 1.....	111
Tabla 22. Anova 2.....	112
Tabla 23. Crosstab 1.....	114
Tabla 24. Crosstab 2.....	115
Tabla 25. Correlación 1.....	117
Tabla 26. Correlación 2.....	118
Tabla 27. Prueba Chi Cuadrado1.....	119
Tabla 28. Prueba Chi Cuadrado 2.....	120

Tabla 29. Proyección de la oferta.....	124
Tabla 30. Producción de café en Ecuador año 2015	127
Tabla 31. Proyección de la demanda	128
Tabla 32. Demanda insatisfecha de café	128
Tabla 33. Estrategia de Producto	130
Tabla 34. Estrategia de posicionamiento	131
Tabla 35. Estrategia de posicionamiento	133
Tabla 36. Estrategia de promoción.....	134
Tabla 37. Estrategia de posicionamiento	136

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Mapa de zonas con aptitud para el cultivo de café arábica	21
Figura 2 Evolución anual de la inflación	35
Figura 3. Despulpadora de café.....	41
Figura 4. Horno para el secado del café.	42
Figura 5 Las 7”s” de McKinsey	48
Figura 6 Estilo, análisis de las 7 "S"	49
Figura 7 Valores, análisis de las 7 "S"	50
Figura 8 Personal, análisis de las 7 "S"	52
Figura 9 Sistemas, análisis de las 7 "S"	53
Figura 10 Estrategia, análisis de las 7 "S"	54
Figura 11 Estructura, análisis de las 7 "S"	55
Figura 12 Habilidades, análisis de las 7 "S"	56
Figura 13 Análisis de la Cadena de valor del café.....	57
Figura 14. Matriz General Electric.....	71
Figura 15. Género del Encuestado	88
Figura 16 Edad del encuestado	90
Figura 17 Nivel de instrucción del encuestado.....	91
Figura 18 Número de cargas familiares del encuestado	93
Figura 19 Variedades de café que predomina en las fincas.....	94
Figura 20 Tipo de café que se comercializa.....	96
Figura 21 Quintales de café por hectárea.....	97
Figura 22. Edad de plantaciones de café.	99
Figura 23. Proceso que se maneja en la postcosecha del café.....	100
Figura 24 Tipo de certificación que poseen.....	102
Figura 25 Apoyo que brindan las autoridades de la parroquia	103
Figura 26. % de productores que exportan su café.....	105
Figura 27. Precio promedio del quintal de café.....	107
Figura 28. Quintales promedio vendidos al mes.....	108
Figura 29. Propuesta de mejora de participación de mercado	109

Figura 30. Anova 1	112
Figura 31. Anova 2	113
Figura 32. Crosstab 1	114
Figura 33. Crosstab 2	116
Figura 34. Correlación 1	117
Figura 35. Correlación 2	118
Figura 36. Prueba Chi Cuadrado 1	119
Figura 37. Prueba Chi Cuadrado 2	120

RESUMEN

El noroccidente de Quito, es una región relativamente joven en el cultivo del café, no hay la tradición cafetalera como en la región costa o la región sur; sin embargo, la región cuenta con pisos climáticos ideales para la producción de café, zonas menores de 1.200 msnm para el mercado de volumen, y zonas mayores a 1.200 msnm para la producción de cafés diferenciados o de especialidad, los cuales son caracterizados principalmente por la calidad en taza, la zona también presenta suelos ideales para el establecimiento de cafetales tecnificados, productivos y con márgenes significativos de rentabilidad, por lo cual el café se ha convertido en un cultivo rentable para los productores del sector, aportando en aspectos económicos y sociales, que se generan alrededor de la cadena productiva del café, convirtiéndose además en un producto atrayente para el mercado nacional e internacional, los cuales han mostrado interés en adquirir los cafés de la zona a precios razonables; sin embargo, los grandes beneficiados hasta ahora, han sido los intermediarios, por lo cual la presente investigación busca fortalecer el sistema comercial asociativo de los pequeños productores, para que estos puedan mejorar significativamente su participación en el mercado y de esta manera aseguren un precio justo por su producto, aumentando así sus ganancias y mejorando sus condiciones de vida.

PALABRAS CLAVE:

FORTALECIMIENTO

PEQUEÑOS PRODUCTORES

CAFÉS DE ESPECIALIDAD

PRECIO JUSTO

PARTICIPACIÓN DE MERCADOS.

ABSTRAC

The northwest of Quito, is a relatively young in the coffee growing region, there is the coffee tradition on the coast or the south region; however, the region has climatic floors ideal for coffee production, areas under 1,200 meters above sea level for the volume market, and larger areas at 1,200 meters above sea level for the production of differentiated coffees or specialty, which are characterized mainly by the cup quality, the area also has ideal soils for the establishment of technically advanced, productive and significant profit margins coffee, so coffee has become a profitable crop for producers in the sector, contributing to economic and social aspects, generated around the coffee production chain, also becoming an attractive product for the domestic and international markets, which have shown interest in acquiring the cafes in the area at reasonable prices; however, the big winners so far have been the middlemen, so this research seeks to strengthen the associative trading system of small producers, so that they can significantly improve their market share and thus ensure a fair price for their product, thus increasing their profits and improving their living conditions.

KEYWORKS:

STRENGTHENING

SMALL PRODUCERS

SPECIALTY COFFEES

FAIR PRICE,

MARKET PARTICIPATION.

CAPITULO I

ASPECTOS GENERALES

1.1 Antecedentes

El café en el noroccidente del DMQ es un producto joven que viene trabajándose por no más de 20 años y este inicio por la migración de pobladores de Loja y frontera con Perú, que son sectores por tradición cafetaleros. Sin embargo la siembra de las variedades de estos sectores sin una adecuada selección de semillas, falta de tecnología para la producción y las características climáticas propias del sector, no fueron óptimas para la producción por lo que tuvieron problemas productivos y la gente prefirió cambiar de producto en sus fincas.

EL COFENAC, inicia su participación en el Noroccidente del DMQ en el año 2002: para apoyar a las pocas producciones restantes, haciendo un estudio del potencial del sector para cafés de altura y diferenciados, por las características agroclimáticas propias de estos territorios.

Para facilitar el trabajo de los caficultores incentivan la siembra de la variedad Sarchimor, que es un arbusto con productividad media, resistencia a sequias y alta resistencia a enfermedades como la roya. Esta variedad se adapta al sector, pero su taza no es muy apreciada para los compradores lo que hace que se comercialice a precios bajos, como método de apoyo y búsqueda de nuevos mercados nacionales e internacionales se incentiva la producción de café con sello orgánico, apoyados también en que las parroquias del noroccidente del DMQ pertenecen a áreas protegidas y que esto incentivaría a mercados nacionales e internacionales de especialidad, se certificó a los productores bajo la normativa orgánica internacional y se incentivó la búsqueda de nuevos mercados.

Los volúmenes de producción de este territorio fueron demasiado bajos y los costos de producción altos, lo que no les permitió a los productores sostener los costos de la certificación, ya que tuvieron volúmenes anuales productivos inferiores a los 4 quintales de café pergamino por hectárea.

Perdiendo el interés en el producto y dedicándose a la siembra de caña por su ciclo corto y pagos que les permitían vivir.

En año 2000 aproximadamente la empresa Nestlé, pone una finca experimental de café en la zona de la perla, para investigar sobre nuevas variedades y crean un banco de germoplasma con variedades de todo el mundo, esto incentiva a pequeños empresarios dedicados al tueste de café en incentivar a siembra de variedades extrafinas por las características de estos territorios para este tipo de café. Sin embargo con un paquete tecnológico más especializado que le permita mejorar los volúmenes de producción y prevenir las plagas y enfermedades, en el año 2012 se lanza el proyecto denominado “Reactivación del Café y Cacao fino de aroma del Ecuador” el cual incentiva la siembra de café en todo el territorio ecuatoriano con un aproximado de 170.000 ha, de la cuales 20.000 serían de especialidad. Para lo cual el MAGAP aportaría con material genético, acompañamiento técnico para utilizar este producto como un método de desarrollo económico en las parroquias rurales, debido a esto el MAGAP planteó sembrar 2000 ha de café en el noroccidente del DMQ.

1.2 Marco teórico

1.2.1 ¿Qué es el café?

El café es una baya, fruto del cafeto, la cual en su estado maduro es de color rojo y tiene un tamaño aproximado de 10 y 17 milímetros; al interior de este fruto se encuentra la semilla del cafeto y de la cual se obtendrá posteriormente el grano de café; dentro de la composición de este fruto consta un alcaloide llamado cafeína, el cual se encuentra en un porcentaje del 1 y 2 % y es responsable del característico sabor amargo del café (Rochac, 1964).

1.2.2 ¿Qué es el cafeto?

El cafeto por su parte es una planta de tipo arbusto; sus flores son blancas y perfumadas muy similares al jazmín, por lo que inicialmente se consideraba al cafeto como una variedad de jazmín; sus dos especies más representativas, por la calidad del fruto, son arábica (especie más extendida y de mejor calidad) y robusta (especie más resistente a enfermedades) (Coste, 1969).

1.2.3 ¿Qué es el café especial?

El término café especial o café de especialidad tuvo su origen en Estados Unidos, se aplicó al principio a la gama de productos vendidos en tiendas dedicadas exclusivamente al café para diferenciar estos cafés del café generalmente disponible en supermercados y otras tiendas al por menor (Centro de Comercio Internacional, 2012).

Un café de especialidad se diferencia desde el origen, la forma del manejo del cafetal y del tratamiento postcosecha. De acuerdo a la Specialty Coffee Association of America (SCAA), un café de especialidad está definido como un café que no presenta defectos y tiene un sabor distintivo en la taza.

Además un café especial, es aquel que se distingue de los demás, por sus características especiales que le dan mayor valor agregado como: sus particulares características de taza, las zonas agroecológicas donde se cultivan, la tecnología de producción y procesamiento que se emplea, su aporte en la conservación de la biodiversidad y los principios solidarios que garantizan un precio justo para el caficultor.

A nivel mundial se ha evidenciado un rápido desarrollo del mercado de café que ha dado lugar al apareamiento de los llamados cafés especiales, de especialidades o diferenciados. En el Ecuador se están desarrollando varios tipos de café de especialidades tales como:

- Café Gourmet,
- Café Orgánico,
- Café Amigable con la Aves,
- Café de Conservación y
- Café de Comercio Justo.

1.2.3.1 Café gourmet

El café gourmet es un café fino de altura con excelente aroma, sabor, acidez, cuerpo obtenido en localidades y ecosistemas privilegiados mediante un apropiado manejo del cultivo y tratamiento postcosecha, cerca del 70% de la calidad intrínseca del grano del café es determinada por las características genéticas de la semilla y el otro 30%, por el otro ecosistema en el que se cultiva.

En el Ecuador desde el 2007 se realiza anualmente el concurso “TAZA DORADA”, evento donde se identifica los cafés finos por su origen y calidad organoléptica, basándose en los estándares de la Specialty Coffee Association of America (SCAA).

1.2.3.2 Café orgánico

El café orgánico es obtenido en base a los estándares, normas de producción y procesamiento orgánicos, internacionalmente reconocidos. El café orgánico tiende a satisfacer los exigentes mercados que demandan cafés de excelente calidad organoléptica, asegurando la salud humana y promoviendo sistemas sostenibles de producción.

1.2.3.3 Cafés amigables con las aves

El café amigable con las aves o café bajo sombra, es un café especial certificado por el instituto Smithsonian de las Aves Migratorias de Estados Unidos, para que un café sea considerado de este tipo debe cumplir con algunos requisitos, entre los más importante tenemos: contar con certificado orgánico y manejar el cafetal con sistemas agroforestales.

1.2.3.4 Café de conservación

El café de conservación es un concepto que se está posicionando actualmente en un mercado de los cafés especiales, haciendo parte del nicho de los cafés sostenibles y amigables con el medio ambiente.

El sello de certificación Rainforest Alliance es una garantía que el café, es cultivado en fincas donde los bosques, los ríos, los suelos y la vida silvestre son protegidos; los trabajadores son tratados con respeto reciben salarios dignos, están equipados apropiadamente y tiene acceso a la educación y sistemas de salud.

1.2.3.5 Café de comercio justo

Un café de comercio justo contribuye al desarrollo sostenible proporcionando mejores condiciones comerciales y asegurando el cumplimiento de los derechos de los productores y trabajadores marginados, con el fin de lograr mayor igualdad en el comercio internacional del café (Duicela, 2011).

1.2.4 Certificación orgánica del café

La certificación es un procedimiento voluntario por el cual una agencia certificadora asegura de manera escrita, que un producto cumple con las exigencias de los consumidores, especificadas en los estándares sociales y ambientales. La certificación del café como estrategia de mercadeo, han logrado extenderse a las grandes empresas de producción y los canales de distribución masivos que buscan en la certificación una oportunidad de tener un mercado exclusivo con marcas que destacan la calidad de la taza, la protección del ambiente y la responsabilidad social (Riddle & J.E., 2011)

La certificación tiene distintos procedimientos dependiendo del eslabón de la cadena productiva que esté involucrada, de la naturaleza del producto (individual o grupal) y del mercado al que se destina el producto (Riddle & J.E., 2011)

Para poder extender un producto al consumidor final con la etiqueta de orgánico todos los eslabones de la cadena deben estar certificados. Esto significa que hay certificaciones de insumos, de procesos y de productos final.

1.2.4.1 Certificación de los insumos

Las normas de producción y procesamiento orgánicos siempre se acompañan de una lista de materiales aceptados que enumera, en términos genéricos o por marca comercial, los materiales aprobados, restringidos y prohibidos.

1.2.4.2 Certificación de cultivos

La certificación de los cultivos compete exclusivamente a los agricultores. No se puede tener productos orgánicos con insumos no aceptados o no certificados, con prácticas de cultivos inapropiadas para la salud de los ecosistemas o con defectuosa calidad de grano.

Para la certificación de cultivos hay tres elementos claves:

- Los estándares de producción ecológica
- Las normas internas de producción; y
- Sistema interno de control

1.2.4.3 Certificación de procesos

El proceso de los productos orgánicos debe cumplir un conjunto de normas que protegen la integridad orgánica, evitando las mezclas con productos convencionales o contaminaciones de distinta naturaleza.

En la elaboración de café tostado y molido (forma de procesamiento), la planta agroindustrial debe estar certificada. Hay reglas específicas que se deben cumplir para garantizar la integridad de la materia prima; así como los cuidados en el transporte, el almacenamiento, el tostado y el envasado.

También hay protocolos específicos para el mantenimiento de la planta agroindustrial, las características del envase y etiquetado (Duicela, 2011).

1.2.5 Métodos de postcosecha del café.

La cosecha selectiva y adecuada postcosecha contribuyen al aseguramiento de la calidad física y organoléptica del café.

Los métodos de postcosecha que se aplican en el Ecuador son: beneficio por vía húmeda, beneficio subhúmedo, beneficio húmedo enzimático, beneficio semihúmedo y beneficio por vía seca.

1.2.5.1 Beneficio del café por vía húmeda.

El proceso natural por vía húmeda ayuda a reducir y endulzar las notas intensas de fruta y amargura que son a menudo la característica más básica de la infusión de robusta.

El proceso por vía húmeda ayuda a desarrollar en la bebida notas suaves untuosas, al contrario de las notas densas que se observan en la bebida normal de robusta.

En algunos mercados de importación, los robusta de calidad, lavados, han sustituido un porcentaje de arábica lavado en las mezclas de cafés. Estos robustas no sólo proporcionan la espuma y las burbujas tan buscadas en el expreso, sino que han contribuido también a reducir el precio de estas mezclas. Los granos de robusta con notas intensas pero limpias de fortaleza y sabor a fruta (pero sin fermentar, es decir dando una infusión neutral) también disfrutan de una aceptación fácil en la elaboración del café soluble.

1.2.5.2 Beneficio subhúmedo.

El beneficio ecológico o beneficio subhúmedo es un proceso de transformación del café cereza a café pergamino húmedo usando un equipo especial denominado módulo de beneficio ecológico que está integrado por una despulpadora, un desmucilaginador mecánico y un sistema de lavado. El café pergamino húmedo luego del secado y trillado, da como producto final el café lavado.

En este proceso, se emplea el equipo desmucilaginador mecánico para despulpar, remover el mucílago y lavar el café de manera secuencial. De esta manera hay una simplificación del proceso de beneficio para la obtención de café lavado.

El equipo desmucilaginador mecánico permite despulpar los frutos e inmediatamente agita la masa de café despulpado hasta que ésta logra desprenderse. El café desmucilaginado se lava directamente en la sección de lavado con flujos de grano y de agua en contracorriente.

La eliminación rápida del mucílago en el desmucilaginador mecánico permite reducir significativamente el consumo de agua y la contaminación, ya que en los lugares que se aplica, se mezclan la pulpa y las aguas mieles y se logra manejar de mejor manera estos subproductos.

Es importante la calibración y el buen funcionamiento del equipo desmucilaginador, de lo contrario se pueden originar granos mordidos o quedar restos de mucílago en el pergamino, lo que deteriora la calidad del producto final.

1.2.5.3 Beneficio húmedo enzimático.

El beneficio húmedo enzimático es un proceso de transformación del café cereza a café pergamino húmedo, usando enzimas aceleradoras de la fermentación, que luego del secado y trillado, da como producto final el café lavado.

El método de beneficio húmedo enzimático involucra todas las etapas del beneficio por la vía húmeda con una significativa reducción en el tiempo de fermentación. Cabe indicar que cuando hay una sobre fermentación del café hay algunos efectos como: pérdida de peso en el café, pergamino manchado y granos defectuosos que producen una bebida de mala calidad, con sabores avinagrados, picantes y desabridos. La fermentación enzimática se realiza usando enzimas altamente concentradas que aceleran el proceso de fermentación del “café baba”.

Las enzimas son moléculas de proteínas que tienen la capacidad de facilitar y acelerar las reacciones químicas que tienen lugar en los tejidos vivos, disminuyendo el nivel de la "energía de activación" propia de la reacción.

1.2.5.4 Beneficio semihúmedo.

El beneficio semihúmedo es un proceso de transformación del café cereza maduro a café pergamino seco “con miel”, que involucra el despulpado y secado del “café baba” con todo el mucílago, que luego del trillado da como producto final el café semilavado.

Este proceso se ha practicado en África y actualmente este método de beneficio también se aplica en Brasil.

En éste método, una vez que se ha despulpado el café, se deja escurrir una parte del mucílago y luego se coloca en el tendal o en la marquesina, con un espesor de la masa de café de 3 a 5 centímetros, y debe removerse entre 5 y 7 veces al día.

Si no se remueve lo suficiente en las primeras horas de secado, el café recubierto de mucílago se compacta y forma grumos que fácilmente puede ser atacado por hongos. En este proceso el secado del café recubierto de mucílago requiere entre 40 y 50 horas de sol.

1.2.5.5 Beneficio por la vía seca.

El beneficio por vía seca es un proceso de transformación del café cereza a café natural. El tratamiento que se da al café cereza consiste en deshidratarlo, por medios naturales o artificiales, hasta un nivel en que puede ser llevado a la piladora para la eliminación física de las envolturas del almendro.

El café secado con todas las envolturas se conoce como café bola seca que luego de ser pilado se denomina café natural.

Para preparar el café natural se deben tomar en consideración las recomendaciones indicadas para el beneficio por la vía húmeda, en las fases de cosecha selectiva, acopio, boyado (opcional), secado y pilado.

En éste método de beneficio no se realiza el despulpado ni el lavado. El café bola seca son las cerezas de café secadas con todas sus envolturas, al sol o mediante métodos artificiales. El café cereza cosechado se coloca en el tendal de cemento a plena exposición solar, durante 10 a 20 días, según las condiciones climáticas de la zona (Duicela, 2011).

1.3 Marco referencial

1.3.1 El mercado mundial del café.

El café es el segundo producto más comercializado en el mundo después del petróleo (BBC, 2012).

El café constituye uno de los productos más importantes de la economía mundial y esta cotizado en las bolsas de valores de Londres (robusta) y nueva York (Arábica).

Este producto básico a lo largo de los 60 últimos años ha conocido ciclos sucesivos de auge y depresión con una creciente volatilidad, es decir variaciones pronunciadas en tiempos muy cortos.

En los años 2000 a 2004, el mercado del café ha sufrido su peor crisis llegando a mínimos históricos de los 30 últimos años. Dentro del periodo comprendido 2009-2010 en el mercado del café se caracterizó por precios record (cercaos a los US 300/quintal), con tendencias a precios relativamente altos para los 10 próximos años (MAGAP, 2013).

El café es un importante producto básico de la economía mundial, comercializándose cuatro grupos de calidad de café entre las cuales tenemos: arábigos colombianos suaves, otros arábigos suaves, arábigos brasileños y robustas.

El Ecuador se incluye dentro de los productores de cafés de los tipos otros arábigos suaves y robustas.

Cuadro 1**Países productores según el tipo de café.**

Tipos de café	Países Productores
Arábigos colombianos suaves	Colombia, Kenia y Tanzania
Otros Arábigos suaves	Bolivia, Burundi, Costa Rica, Cuba, Ecuador, El Salvador, Guatemala, Haití, Honduras, India, Jamaica, Malawi, México, Nicaragua, Panamá, Papua Nueva Guinea, Perú, República Dominicana, Rwanda, Venezuela, Zambia y Zimbawe.
Arábigos Brasileños	Brasil Etiopia y Paraguay
Robustas	Angola, Benín, Camerún, Congo, Costa de Marfil, Ecuador, Filipinas, Gabón, Ghana, , Guinea Ecuatorial, Indonesia, Liberia, Madagascar, Nigeria, República Centroafricana, República democrática del Congo, Sierra Leona, Sri Lanka, Tailandia, Togo, Trinidad y Tobago, Uganda y Vietnam.

Fuente: (Centro de Comercio Internacional, 2012)

1.3.2 Café en el Ecuador

Ecuador es un pequeño país productor de las variedades de cafés (arábigo y robusta) y presenta varios factores que afectan la producción nacional, como repercusiones por las caídas de precios en el mercado mundial, fenómenos naturales como “El Niño”, reducción del área cultivada, edad avanzada de los cafetales y cafetaleros y deficientes políticas agro productivas de fomento al sector, todo esto incide en las condiciones de vida de los cafetaleros.

En la caficultura ecuatoriana prevalece el sistema de manejo tradicional del cultivo; pues, el 85% de los cafetales se maneja deficientemente, obteniendo rendimientos muy bajos (5,18 quintales de café oro / hectárea) y el 15% de la superficie cafetalera se está manejando de manera semi-tecnificada, obteniéndose rendimientos promedios estimados en 16 quintales de café oro/hectárea.

Muy pocas fincas cafetaleras se están manejando de forma tecnificada, sin embargo estas pueden llegar a niveles de productividad de hasta 50 quintales/ha, en café arábica y 100 quintales/ha en café robusta, con un manejo acorde a las necesidades del cultivo.

La producción nacional en el año, 1999 fue de 71.000 TM; según el COFENAC, la producción de café en el 2012 fue de 35.203 TM, según datos de exportación del Banco Central del Ecuador, con una productividad promedio de 4 qq/ha de café verde. Esta disminución en la producción tiene sus causas en el envejecimiento de las plantaciones, el deficiente manejo agronómico, la presencia de cultivos en zonas marginales, la falta de recursos financieros para la tecnificación de los procesos de producción y postcosecha y la limitada asistencia técnica y capacitación a actores de la cadena cafetalera, principalmente a los productores.

La baja productividad de las fincas cafetaleras (promedio de 4 quintales de café oro/hectárea, según el Banco Central del Ecuador), ha afectado los ingresos de los productores y ha incidido en la reducción de la producción nacional de café en grano.

Esta situación ha provocado una reducción de las exportaciones de café en grano y un déficit de materia prima local para la industria nacional, lo que ha incidido en la disminución del ingreso de divisas.

Mientras el sector productor atravesó una grave crisis durante las 3 últimas décadas, el sector industrial se modernizó e incremento su capacidad de procesamiento en un 15% anual.

Hoy el Ecuador cuenta con unas instalaciones industriales de punta equivalente a la encontrada en los países desarrollados como Estados Unidos o Inglaterra y ha desarrollado una capacidad instalada superior a un millón de sacos/año.

La Empresa el CAFÉ S.A., una de las tres grandes empresas industriales de café del país, es considerada como la tercera empresa de café liofilizado (café soluble) de América y la sexta a nivel mundial.

Esta industria, frente a la escasa capacidad de producción de materia prima del país se ha desarrollado en base a una política de importación de café robusta asiático (principalmente desde Vietnam) en condición de régimen especial (depósito industrial sin aranceles).

Desde el año 2004 el país cuenta con la Ley Especial del Sector Cafetalero, la misma es creada por el Consejo Nacional Cafetalero (COFENAC), organismo de derecho privado que administra la contribución cafetalera (impuesto parafiscal) del 2% a las exportaciones de café en grano.

Esta institución de carácter privado ha tenido entre sus funciones la rectoría del sector cafetalero, proveer crédito productivo, brindar asistencia técnica y realizar investigación. Este modelo de rectoría privada en 15 años no ha dado los frutos esperados y por el contrario la producción nacional, las exportaciones, la asociatividad, la productividad y la calidad del café ecuatoriano en general, ha disminuido drásticamente al punto de llevar al sector cerca de su desaparición.

Esta realidad, combinada con el cambio de la Constitución en el año 2008 donde el Estado recupera la rectoría de la formulación de todas las políticas públicas, ha impulsado al MAGAP a retomar la rectoría del sector cafetalero desde la esfera pública, conformando mesas de concertación de la cadena cafetera a nivel nacional.

Un segmento importante de familias productoras de café, especialmente de pequeños productores, se encuentran organizados en asociaciones territoriales (cantonales) de productores. Se estima que cerca del 10% de los caficultores del país se encuentran agremiados.

En varias regiones estas pequeñas asociaciones han dado paso a Federaciones o Corporaciones regionales de comercialización, que bajo el esquema de mercado justo, están colocando el café ecuatoriano en mercados de nicho a nivel mundial.

Estas Organizaciones de Comercialización Regional del sector Cafetaleros son:

- FAPECAFES con un radio de acción en Loja, El Oro y Zamora.
- AACRI con un radio de acción en Imbabura y Pichincha.
- COREMANABA y FECAFEM con un radio de acción en Manabí.
- AROMA AMAZÓNICO con un radio de acción en Sucumbíos y Orellana (Duicela, 2011).

1.3.3 Limitantes del sector cafetalero

El sector cafetalero se caracteriza por la prevalencia de fuertes limitantes que impiden su desarrollo, limitando convertirse en verdadero generador de valor agregado, de empleo agrícola y de divisas provenientes de exportaciones.

Estas limitantes básicamente son:

- La ausencia de políticas oficiales adecuadas,
- una reducida producción nacional; y
- la existencia de un esquema de comercialización ineficiente.

1.3.3.1 Ausencia de políticas oficiales

El modelo privado de rectoría del sector cafetalero liderado por COFENAC no ha permitido que el sector avance de acuerdo a las necesidades que imponen el mercado, la tecnología y la realidad socio económica del país. Así, mientras países como Perú que hace 20 años se encontraban en situación similar a la nuestra y que por aplicación de políticas oficiales adecuadas ahora se encuentra entre los principales proveedores de café especial y es el quinto productor mundial, el Ecuador optó por continuar con la precariedad tecnológica, productiva y comercial de los pasados 30 años.

Una suerte de oligopolio se forjó al interior de este organismo, generando un desplazamiento del sector productor y favoreciendo posiciones políticas de grupos económicos vinculados. Esta situación lamentable ha llevado a la necesidad de importar más del 70% de las necesidades de café de la industria desde países de Asia principalmente.

En este contexto, si bien el sector industrial ha sido sumamente favorecido, los demás sectores de la cadena están en serios problemas, los exportadores tradicionales han desaparecido prácticamente y los productores, en especial los pequeños, solo sobreviven por su propia iniciativa al organizarse para la producción y la comercialización.

Esta realidad motivo al Estado ecuatoriano a retomar la rectoría del sector y proponer estrategias de reactivación y sustentabilidad de la cadena como el presente proyecto de reactivación y la creación de una Unidad de Coordinación de las Estrategias Cafetaleras en el MAGAP.

1.3.3.2 Reducida producción

La crisis del sector se expresa en la reducida producción nacional de café, que ha caído a menos de un tercio en los últimos 20 años.

Las falencias que se resaltan son principalmente: la ausencia de tecnología agroproductiva disponible y la falta de líneas financieras adoptadas al sector productor, que ha llevado a que el 80% de plantaciones estén envejecidas e improductivas, esta situación sumado al cambio climático y un ataque severo de roya en el año 2011 y 2012, completan un cuadro de emergencia en las parcelas cafetaleras. Además han afectado otros factores como: la falta de infraestructura de beneficio, la deficiente infraestructura vial y de servicios en las zonas cafetaleras y la práctica de importación de grandes volúmenes de café de Asia para la industrialización.

Los cafetales viejos, con edades que oscilan entre 25 a 50 años son poco productivos. Estas plantaciones deberían ser renovadas usando semilla de variedades de alto rendimiento acompañadas de sistemas tecnológicos apropiados.

Un correcto tratamiento postcosecha debe asegurar un café de buena calidad incluye acciones como la cosecha selectiva de los frutos maduros, el proceso de despulpado, fermentado, lavado, secado, almacenado y transporte interno, hasta las unidades en el transporte del café en grano a los diferentes países de destino.

Uno de los principales cuellos de botella de esta cadena es que, el Ecuador no cuenta con una base genética ni infraestructura desarrollada para la multiplicación masiva de plantas de café de alto rendimiento, no se ha realizado investigaciones e inversiones por parte del sector público, ni por parte de COFENAC, que permitan emprender una estrategia de renovaciones masivas, por lo tanto el presente proyecto plantea en este punto, la importación de material genético de países como Brasil cuya investigación está validada por décadas y cuentan con una oferta de semillas certificadas en grandes volúmenes.

Las exportaciones de café del Ecuador han ido disminuyendo paulatinamente desde 1998. Para ese año se exportaron 1.065.737 sacos de 60 kilos, reduciéndose a 578.542 en el 2002.

A partir del año 2005, se registra una leve recuperación de las exportaciones de café (994.924 sacos de 60 kilos), motivada por la recuperación de los precios en el mercado mundial. En los años 2011 y 2012 se registraron exportaciones de 1.90.483 y 349.848 sacos de 60 kilos, respectivamente

1.3.3.3 Esquema de comercialización ineficiente

La comercialización del café en Ecuador está regida por una cadena de intermediación que abarca desde la recolección del café en finca hasta la exportación.

Tradicionalmente, esta cadena empieza por intermediarios que recolectan el café en las fincas, quienes por lo general tienen asegurada la compra de la cosecha por adelantado gracias a la entrega de préstamos a los productores.

Esta dependencia hace que el productor entregue su cosecha al precio que impone el comerciante y hace a su vez que el productor no ponga de su parte ningún empeño en mejorar la calidad del producto.

Los comerciantes intermediarios generalmente trabajan para compradores medianos que a su vez están conectados con los exportadores o los industriales, a quienes entregan volúmenes previamente acordados y con precios normalmente negociados con anterioridad. Estos son quienes hacen el mejoramiento de la calidad, especialmente con operaciones de secado y de selección.

Este sistema denota el déficit asociativo del sector productor, la ausencia de políticas nacionales comerciales, de calidad y de precios que garanticen equidad para el sector productor. A esto se suma la poca cultura de consumo de café de calidad, un elevado comercio informal y de baja calidad en el mercado nacional, y la inexistencia de una imagen de calidad del café ecuatoriano.

En contracorriente, organizaciones regionales de productores vienen desde hace casi 15 años realizando la compra directa al productor asociado, garantizando sobre esta base la calidad y cantidad. El café ecuatoriano de especialidad por esta vía ha llegado a ubicarse en los mercados europeos, norteamericanos y asiáticos. Esta ventaja se traduce en precios más remunerativos para el productor, quien invierte en mejorar la calidad final.

1.3.4 Zonificación ecológica del cultivo del café arábigo

Las especies de mayor importancia económica son: Café arábigo y Café robusta. El café arábigo botánicamente constituye un arbusto de porte mediano que se adapta bien a las zonas tropicales y subtropicales. Las variedades arábigas que se cultivan en el Ecuador son: Típica, Caturra rojo, Caturra amarillo, pacas, Catuaí rojo, Catuaí amarillo y Bourbon. Además los híbridos Sarchimor, Catimor y Cavimor empiezan a ser cultivados.

Cuadro 2

Modelo para la zonificación de café Arábigo.

Pendiente:	Planas o con pendientes menores al 70%
Suelos:	Francos, arenosos y en ciertos casos de textura arcillosa, fértiles, pH 5.5 a 6.5
Temperatura:	22 a 26° C.
Precipitación:	Abundantes, con valores entre los 2000 a los 3000 mm. (175-261 días de lluvia continua)
Altitud:	Menor a los 600m sobre el nivel del mar

Fuente: (MAGAP, 2013)

Este parámetro en la provincia de Manabí se lo considera desde los 300 msnm. Pero su enfoque comercial es para el café natural. A continuación, se presenta el mapa de aptitud para el cultivo de café de la especie arábigo.

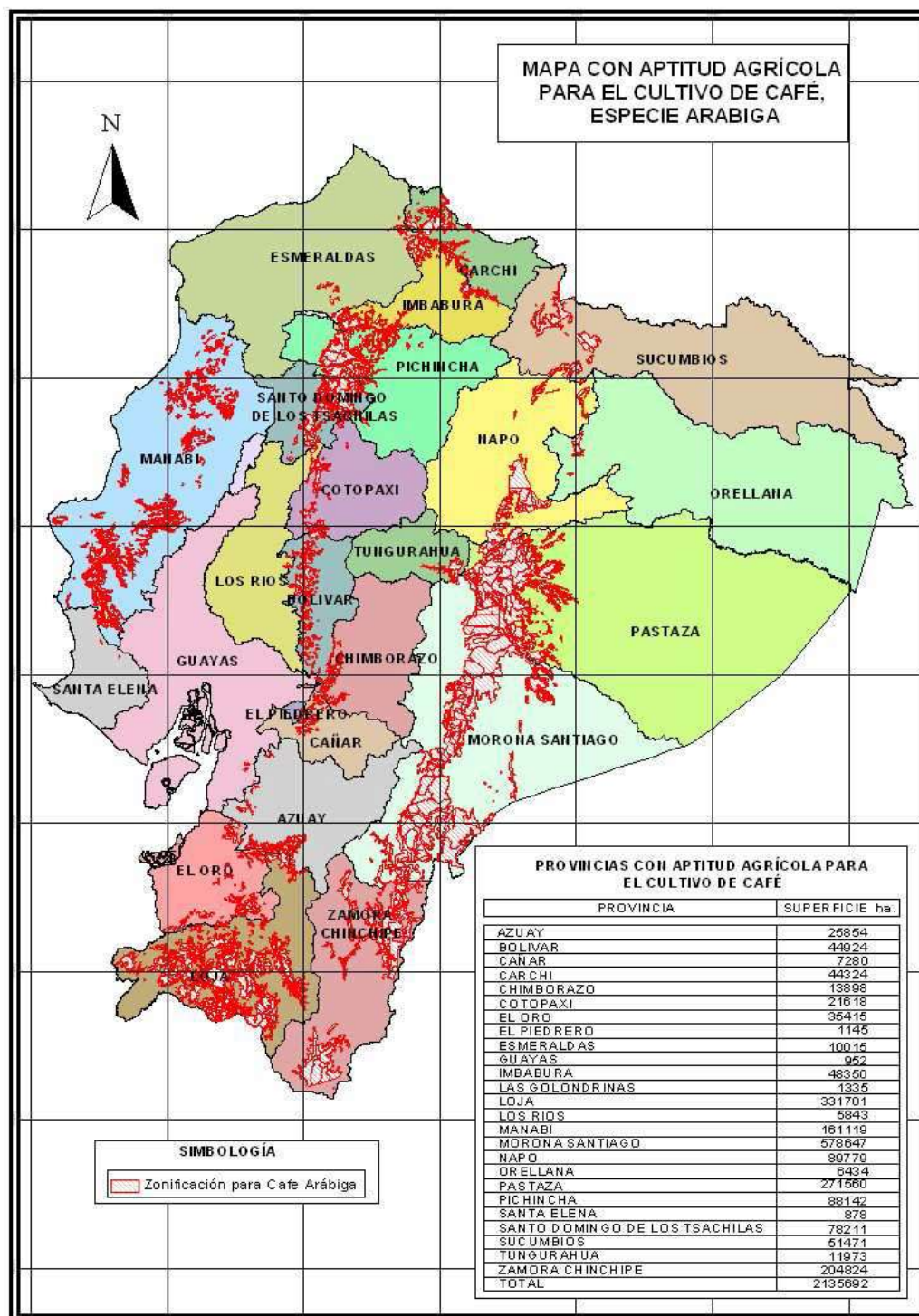


Figura 1 Mapa de zonas con aptitud para el cultivo de café arábica

Fuente: (MAGAP, 2013)

1.3.5 Café especial en el noroccidente de Quito

El noroccidente de Quito es una región relativamente joven en el cultivo del café, no hay la tradición cafetalera, como en la región costa y la región sur; sin embargo, la región cuenta con las condiciones climáticas y suelos ideales para el establecimiento de cafetales tecnificados, productivos y con márgenes significativos en rentabilidad.

La región cuenta con pisos climáticos para la producción de cafés de calidad para el mercado de volumen (zonas menores de 1.200 msnm), y zonas, para la producción de cafés diferenciados, caracterizados por la calidad en taza (mayor a 1.200 msnm).

El café en el territorio se ha convertido en un cultivo atractivo para los productores del sector por muchas características económicas y sociales que genera alrededor de la cadena productiva, y también se debe considerar que este cultivo es de reciente instalación en esta zona, desde hace 10 años.

Actualmente el café ocupa el 40% de la superficie agrícola sembrada en el noroccidente del distrito y contribuye con el 27% del ingreso agrícola y el 11.6% de los ingresos totales del área. Se cuenta con un 53,75% de hectáreas en producción, con un promedio de 7,4 quintales de rendimiento por hectárea (Conquito, 2015).

Tabla 1.

Ingresos agrícolas en el Noroccidente del DMQ, año 2011.

Parroquias	Ingresos Agrícolas			Total
	Café	Caña de Azúcar	Otros Cultivos	
Gualea	\$ 4.190,00	\$ 2.500,00	\$ 2.142,00	\$ 8.832,00
Nanegalito	\$ 9.030,00	\$ 19.500,00	\$ 6.685,00	\$ 35.215,00
Pacto	\$ 14.820,00	\$ 23.000,00	\$ 10.830,00	\$ 48.650,00
Paraguas	\$ 8.590,00	\$ 26.200,00	\$ 8.110,00	\$ 42.900,00
Total	\$ 36.630,00	\$ 71.200,00	\$ 27.767,00	\$ 135.597,00

Fuente: (Conquito, 2015)

Los ingresos provenientes de la venta del café corresponden a la producción de plantaciones nuevas, el 38.5% tienen menos de tres años de edad. Es de esperar que a futuro se incrementen los volúmenes de producción y por ende los ingresos.

La mayor concentración de productores cafetaleros está en la parroquia Pacto (72,5%), seguida de la parroquia Nanegalito (19,7%) y Gualea (7,7%).

El café de esta zona ha recibido varios premios en los últimos años y se ha posicionado entre los mejores del país. Desde el 2010 ha logrado posicionarse entre los cinco primeros lugares en el premio Taza Dorada (Anecafe, 2015).

1.3.6 Calendario del café en el noroccidente de Quito

La semilla es el propio grano de café cuando aún está recubierto por un fino pergamino. Se siembra en una maceta y al cabo de 2 ó 4 semanas germina la pequeña planta. Se traslada entonces a una maceta más grande, donde al cabo de 1 a 3 semanas la planta se abre (estado MARIPOSA) y permanece entre 6 y 7 meses hasta que se forma el arbusto llamado CAFETO; es entonces cuando se planta en las laderas de la montaña. A partir de este momento pasarán 3 años para que produzca la primera cosecha. Será a partir del cuarto o quinto año cuando el CAFETO alcance su fase de máxima producción. La época de recolección varía en función de la proximidad del país productor a los trópicos. Entre octubre y febrero se recoge en los países cercanos al Trópico de Cáncer, y de mayo a julio en los más próximos al de Capricornio; en ambos casos coincidiendo con las épocas de lluvias.

La cosecha del café en el noroccidente de Quito se realiza desde Abril hasta Agosto, estos son meses donde el la producción alcanza su máximo nivel (Conquito, 2015), como se muestra en la tabla N° 2.

Tabla 2.
Calendario cafetalero para el noroccidente de Quito.

Actividades		Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Observaciones
1) Selección de Plantas Madres							X							
2) Semilleros y/o Germinadores	Acopio de materiales						X							
	Construcción de semilleros						X	X						
	Siembra						X	X						
	Manejo						X	X	X					
3) Viveros	Preparación de sustrato							X	X					
	Llenado de fundas							X	X					
	Construcción de camas							X	X					
	Repique								X	X				
	Labores Culturales	X							X	X	X	X	X	
	Manejo de la sombra (CUBIERTA)	X							X	X	X	X	X	
4) Fertilización Orgánica	Recolección de Materiales				X					X				
Fertilización Química	Preparación					X	X	X			X	X	X	
	Aplicación	X	X	X					X	X	X			
5) Rehabilitación	Agobio								X	X	X			
	Recepas								X	X	X			
	Podas							X	X	X	X			
	Manejo de sombra								X	X	X			
	Selección de Brotes	X										X	X	
6) Renovación	Trazado											X	X	
	hoyado											X	X	
	Siembra de Café	X	X	X										
7) Nueva Siembra	Preparación de terreno											X	X	
	Trazado											X	X	
	hoyado											X	X	
	Siembra de ESPECIES DE SOMBRA											X	X	
8) Manejo del Suelo	Siembra de Café	X	X	X										
	Barreras Vivas	X	X	X										
9) Control Fitosanitario	Barreras Muertas								X	X	X			
	Control de la Broca y Roya de café				X	X	X	X	X					
10) Cosecha y Beneficio	Cosecha y Beneficio				X	X	X	X	X	X				
	Secado									X	X			
11) Comercialización	Comercialización					X	X	X	X	X	X	X	X	

Fuente: (Conquito, 2015)

1.4 Marco conceptual

Asociativismo: Es una facultad social de los individuos como un medio de sumar esfuerzos y compartir ideales a través de la asociación de personas para dar respuestas colectivas a determinadas necesidades o problemas.

Bolsa de Valores.- es una organización privada que brinda las facilidades necesarias para que sus miembros, atendiendo los mandatos de sus clientes, introduzcan órdenes y realicen negociaciones de compra y venta de valores, tales como acciones de sociedades o compañías anónimas, bonos públicos, etc.

Caficultor.- Persona que se dedica al cultivo del café.

Café.- Es el nombre de la semilla del cafeto, un árbol que pertenece al grupo de las Rubiáceas.

Café de calidad- La calidad del café es el resultado de un conjunto de procesos que permiten la expresión, desarrollo y conservación de las características físico - químicas propias del café hasta el momento de su transformación y consumo.

Café arábigo.- Es un arbusto de la familia de las rubiáceas nativo de Etiopía; es la principal especie cultivada para la producción de café, obtenida a partir de las semillas tostadas, y la de mayor antigüedad en agricultura, fechándose su uso a finales del primer milenio en la península arábica.

Café Robusta.- Se usa muy comúnmente para elaborar café instantáneo, y en mezclas para expreso de bajas calidades para abaratar costos de torrefacción. La especie robusta tiene entre el doble y el triple de cafeína que el café arábigo así como un elevado porcentaje de materiales pesados. Aproximadamente un tercio del café del mundo es robusta.

Catación.- Es la descripción y/o medición de las características físicas y organolépticas (textura, color, aroma, sabor, etc.) de una bebida o alimento, normalmente asociadas con el vino o el café. Puesto que permite evaluar atributos, cualidades y defectos, se convierte en una herramienta de control de calidad al final del proceso de transformación del producto.

Comercializar.- se refiere al conjunto de actividades relacionadas entre sí para cumplir los objetivos de determinada empresa. El objetivo principal de comercializar es hacer llegar los bienes y/o servicios desde el productor hasta el consumidor.

Consumidor Final.- se define como la persona que realmente utiliza un producto. El consumidor final difiere del cliente, que puede comprar el producto pero no necesariamente consumirlo.

Costos de producción.- Es la valoración monetaria de los gastos incurridos y aplicados en la obtención de un bien. Incluye el costo de los materiales, mano de obra y los gastos indirectos de fabricación cargados a los trabajos en su proceso.

Cosecha. Conjunto de frutos que se recogen de la tierra en la época del año en que están maduros.

Demanda.- Cantidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos a los diferentes precios que propone el mercado por un consumidor en un momento determinado.

Exportar: Enviar y vender a un país extranjero [los productos de la tierra o de la industria nacionales.

Fortalecer: Hacer fuerte o más fuerte a alguien o algo.

Oferta.- Cantidad de bienes o servicios que se ofrecen al mercado a un precio dado.

Pequeños productores.- La agricultura familiar engloba a pequeños productores, campesinos, pueblos originarios, mujeres, jóvenes y trabajadores rurales.

Postcosecha: Actividad realizada después de la cosecha, procesos que agregan valor al producto.

Producto: s un objeto que se ofrece en un mercado con la intención de satisfacer aquello que necesita o que desea un consumidor.

Productividad.- es la relación entre la cantidad de productos obtenida por un sistema productivo y los recursos utilizados para obtener dicha producción.

Sistema: Conjunto ordenado de normas y procedimientos que regulan el funcionamiento de un grupo o colectividad.

CAPITULO II

ANÁLISIS SITUACIONAL

2.1 Análisis del Macro ambiente “Pest”

2.1.1 Factores políticos

2.1.1.1 Proyecto de reactivación de café y cacao nacional fino de aroma

El objetivo es impulsar por un período de diez años el Programa de Reactivación Cafetalera del Ecuador y el Programa de Reactivación del Sector Cacaotero Ecuatoriano, a través de incentivos productivos para la rehabilitación o establecimiento de cafetales tipo Arábigo y Robusta, y la renovación de plantaciones de Cacao Nacional Fino de Aroma.

El Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca, a través de la Subsecretaría de Agricultura, aplica sistemas productivos tecnificados y sostenibles. Brinda asistencia técnica, capacitación, incentivos a la productividad e investigación participativa directa con las organizaciones caficultoras y cacaoteras. El fin es Lograr la participación al menos un 45% del mercado cafetero y cacaotero (MAGAP, 2014).

Además Contribuye con el Buen Vivir rural de los cafetaleros/as y productores/ras de cacao nacional fino de aroma, al promover la asociatividad con rentabilidad para el pequeño productor, y sostenibilidad ambiental en sistemas productivos integrales (MAGAP, 2014).

Servicios al sector café:

- Renovación de hectáreas de café arábigo y robusta.
- Entrega de semilla de café arábigo certificada.
- Entrega de plántulas de café robusta.
- Implementación de macro viveros para la generación de plantas de café arábigo.
- Asistencia técnica permanente para mejorar la producción y control de la roya (MAGAP, 2014).

CONNOTACIÓN GERENCIAL**OPORTUNIDAD:**

Programa de reactivación de café y cacao dirigido por el MAGAP, el mismo que apoya en todos los eslabones de cadena por lo tanto este factor tiene un alto impacto para la zona (O1).

El gobierno nacional apoya al café ya que es un producto que en décadas pasadas, fue fuente de ingresos significativos para el país, por lo tanto este factor tiene un alto impacto para la zona (O2)

2.1.1.2 Entidades financieras son exoneradas de pago de Impuesto a la Salida de Divisas.

Los recursos deben destinarse al financiamiento de vivienda de interés público, microcrédito, entre otros segmentos. La Junta de Política y Regulación Monetaria y Financiera, a través de la resolución 107-2015-F emitida el 22 de julio, resolvió exonerar a las entidades del sistema financiero nacional del pago del Impuesto a la Salida de Divisas (ISD). Para ser exentos del ISD las entidades deberán cumplir algunos requisitos.

De acuerdo a la resolución, el sistema financiero nacional podrá acogerse a la exención del pago del ISD cuando los recursos provengan de “instituciones internacionales o entidades no financieras especializadas de cualquier jurisdicción o país, sin excepción, que otorguen financiamiento”.

Estas instituciones deberán ser previamente calificadas por la Superintendencia de Bancos o la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, según corresponda. La exención del impuesto aplicará a los pagos derivados de los créditos directos, líneas de crédito o depósitos otorgados a partir de la Ley Orgánica de Remisión de Intereses, Multas y Recargos, publicada en el Registro Oficial del 5 de mayo de 2015.

La exención para el ISD “no aplicará para el exceso de la tasa cuando esta supera la tasa de interés activa referencial a la fecha de desembolso del crédito”. Las operaciones de crédito o depósito que otorguen las instituciones financieras internacionales o entidades no financieras especializadas deberán cumplir con ciertos requisitos.

Los recursos se recibirán a través de créditos directos, líneas de crédito o depósitos; las operaciones deberán registrarse obligatoriamente en el Banco Central del Ecuador; el plazo del crédito directo, línea de crédito o depósito no podrá ser inferior a un año calendario.

Otro de los requisitos para obtener la exención es que los recursos deberán ser destinados al financiamiento de los segmentos de microcrédito minorista, de acumulación simple, acumulación ampliada; productivo corporativo, empresarial y PYME; comercial prioritario; vivienda de interés público e inmobiliario; y, para atender eventuales requerimientos de liquidez de las entidades. Anteriormente las instituciones que se financiaban con créditos en el exterior, al momento de cancelar el préstamo internacional, tenían que pagar el 5% por la salida de divisas (Diario el Telegrafo, 2015).

CONNOTACIÓN GERENCIAL

OPORTUNIDAD:

La exención del ISD busca atraer a capitales, que no sean golondrina y que puedan invertir en los pequeños emprendimientos, lo cual es un factor de medio impacto para la zona (O3).

2.1.1.3 Superintendencia de Economía Popular y Solidaria

Es una entidad técnica de supervisión y control de las organizaciones de la economía popular y solidaria, con personalidad jurídica de derecho público y autonomía administrativa y financiera, que busca el desarrollo, estabilidad, solidez y correcto funcionamiento del sector económico popular y solidario (SEPS, 2012).

¿Por qué es importante la Supervisión de las organizaciones de la EPS?

- Reconocer a la organizaciones de la economía popular y solidaria como motor del desarrollo del país;
- Promover los principios de la cooperación, democracia, reciprocidad y solidaridad en las actividades económicas que realizan las organizaciones de la EPS;
- Velar por la estabilidad, solidez y correcto funcionamiento de las organizaciones de la EPS; Establecer mecanismos de rendición de cuentas de los directivos hacia los socios y miembros de las organizaciones de la economía popular y solidaria;
- Impulsar la participación activa de los socios y miembros en el control y toma de decisiones dentro de sus organizaciones, a diferencia de las actividades económicas privadas;
- Fortalecer la gestión de las organizaciones en beneficio de sus integrantes y la comunidad (SEPS, 2012).

CONNOTACIÓN GERENCIAL

OPORTUNIDAD:

La SEPS busca fortalecer la gestión de las organizaciones en beneficio de sus integrantes y la comunidad, por lo tanto este factor es bajo impacto para la zona (O4).

2.1.2 Factores económicos

2.1.2.1 Producto interno bruto

El producto interno bruto (PIB) de Ecuador se prevé que crecerá 1,9%, aunque actualmente muestra una reducción frente a la estimación previa de 4%, debido principalmente a la caída del precio del petróleo, principal exportación, y a la apreciación del dólar que circular en el país.

El petróleo es la principal exportación del país y fuente clave de ingreso de divisas a la economía dolarizada de Ecuador. En tanto que la apreciación del dólar impacta al país pues abarata de las importaciones y encarece las exportaciones.

Según el gerente actual del Banco Central, todavía se crecerá alrededor del doble de lo que va a crecer la región y recordó que la capacidad de crecimiento se ha visto reducida en Ecuador y en la región por el complejo escenario externo debido a que los precios de los commodities (bienes básicos y materias primas) se han contraído en todo el mundo.

De acuerdo a la última previsión de abril del Fondo Monetario Internacional (FMI), América Latina y el Caribe crecería 0,9%. La misma entidad había pronosticado para Ecuador un crecimiento del PIB de 1,9% para 2015.

En tanto que la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (Cepal) había anunciado también en abril que la estimación de la tasa de crecimiento para la región era 1%, debido al impacto de choques externos y al menor dinamismo en el entorno global. Para Ecuador, el organismo de Naciones Unidas estimó que crecerá 3,5%.

Por otro lado el crecimiento de las importaciones de derivados del petróleo (combustibles) a causa de la reducción de la producción local por la paralización de la Refinería de Esmeraldas que está en mantenimiento, también impacta en el desempeño económico (Andes, 2015).

CONNOTACIÓN GERENCIAL

OPORTUNIDAD

Si el PIB aumenta, las personas tendrán más poder adquisitivo para adquirir productos de especialidad, lo cual aumentaría las ventas de café en el país, por lo tanto este factor es de alto impacto para la zona (O5).

2.1.2.2 Inflación

La inflación es medida estadísticamente a través del Índice de Precios al Consumidor del Área Urbana (IPCU), a partir de una canasta de bienes y servicios demandados por los consumidores de estratos medios y bajos, establecida a través de una encuesta de hogares.

Es posible calcular las tasas de variación mensual, acumuladas y anuales; estas últimas pueden ser promedio o en deslizamiento.

Tabla 3.**Inflación anual Octubre 2015.**

Fecha	Valor
31 de octubre de 2015	3,48 %
30 de septiembre de 2015	3,78 %
31 de agosto de 2015	4,14 %
31 de julio de 2015	4,36 %
30 de junio de 2015	4,87 %
31 de mayo de 2015	4,55 %
30 de abril de 2015	4,32 %
31 de marzo de 2015	3,76 %
28 de febrero de 2015	4,05 %
31 de enero de 2015	3,53 %
31 de diciembre de 2014	3,67 %
30 de noviembre de 2014	3,76 %
31 de octubre de 2014	3,98 %
30 de septiembre de 2014	4,19 %
31 de agosto de 2014	4,15 %
31 de julio de 2014	4,11 %
30 de junio de 2014	3,67 %
31 de mayo de 2014	3,41 %
30 de abril de 2014	3,23 %
31 de marzo de 2014	3,11 %
28 de febrero de 2014	2,85 %
31 de enero de 2014	2,92 %
31 de diciembre de 2013	2,7 %
30 de noviembre de 2013	2,3 %

Fuente: Boletín BCE Octubre 2015

En octubre de 2015, el Índice de Precios al Consumidor (IPC) registró las siguientes variaciones: -0,09% la inflación mensual; 3,48% la anual; y, 3,17% la acumulada; mientras que para el mismo mes en el 2014 fue de 0,20% la inflación mensual; 3,98% la anual; y, 3,36% la acumulada. Las divisiones de Alimentos y bebidas no alcohólicas; y, la de Prendas de vestir y calzado, fueron las que más aportaron a la variación del mes de octubre del IPC. Además, la variación mensual de estas divisiones fue de -0,39% y de -0,31%, en su orden. La variación mensual de los bienes transables fue de -0,18%, siendo inferior a la variación general del IPC (-0,09%) y a la de los bienes no transables de 0,02%.

El valor de la canasta familiar básica se ubicó en 669,88 dólares, mientras que el ingreso familiar (1,6 perceptores) en 660,80 dólares, esto implica una cobertura del 98,64% del costo total de dicha canasta.

El Índice de Precios al Productor (IPP) fue de 1.768,56; determinando una variación mensual de -2,32% frente al -1,42% alcanzado en el mismo mes del año anterior; a su vez la variación anual del IPP es de 0,71%, mientras que en el año anterior la cifra fue de 4,80% (INEC, 2015).

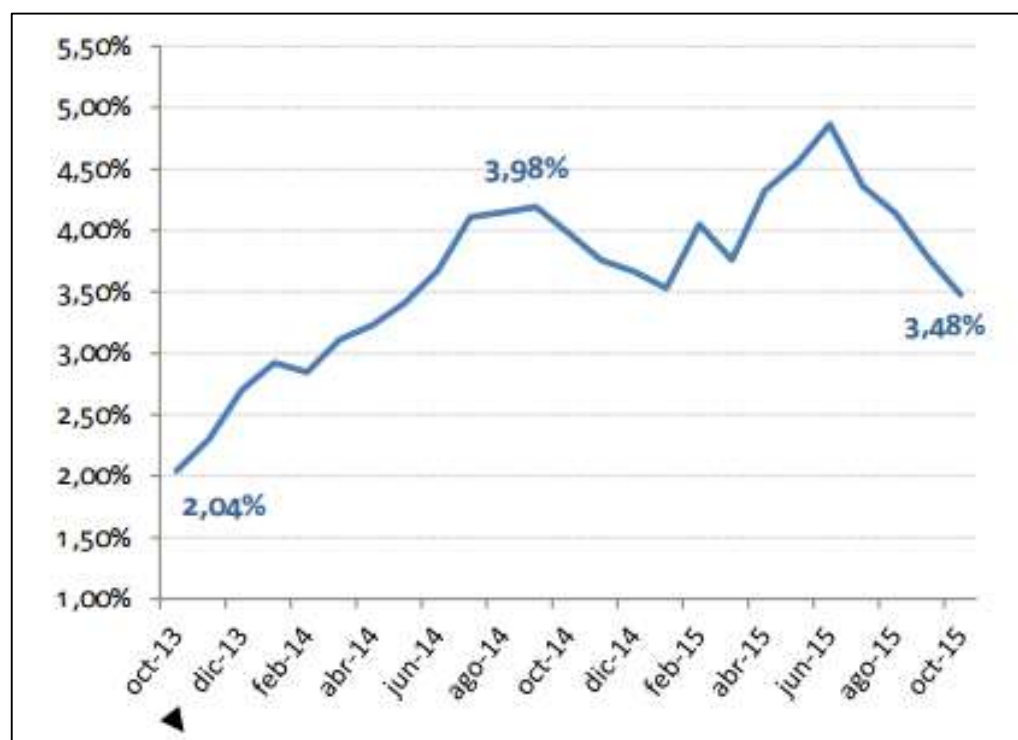


Figura 2 Evolución anual de la inflación

Fuente: Boletín BCE Octubre 2015

Al analizar la inflación de las tres divisiones con la mayor incidencia en la variación de octubre de 2015, se evidencia que aquellos productos que forman parte de la división de alimentos y bebidas no alcohólicas, que registra una incidencia de -0,0645%, son los que han contribuido en mayor medida a la disminución del índice general de precios.

CONNOTACIÓN GERENCIAL

OPORTUNIDAD:

Al mantenerse estable la inflación, se produce una estabilización de los bienes tanto de producción nacional como los bienes importados, como es el caso de los pesticidas para combatir la Roya, lo cual tiene un alto impacto para los productores de café especial de la parroquia (06)

2.1.3 Factores sociales

2.1.3.1 Desempleo

El desempleo en Ecuador se ubicó en 4,47% en junio 2015, frente al 4,65% registrado en junio del 2014, variación que no es estadísticamente significativa, según la última Encuesta Nacional de Empleo y Desempleo (ENEMDU) del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC).

Según esta encuesta, el empleo inadecuado a nivel nacional alcanzó el 49,07% en junio 2015 frente al 46,28% del mismo mes del año anterior, y el empleo adecuado alcanzó el 45,9% frente al 48,8% de junio del 2014.

Al interior del empleo inadecuado, en junio 2015, el trabajo no remunerado fue 8,39% y el subempleo fue 13,16%, en comparación al 6,27% y 12,23% de junio del 2014, respectivamente.

En el sexto mes del 2015, el desempleo urbano se ubicó en 5,58%, en comparación al 5,72% del año anterior. Así también, el empleo inadecuado alcanzó el 39,31% frente al 35,99% de junio 2014, y el subempleo subió 1,41 puntos, al pasar de 10,64% en junio 2014 a 12,05% en junio 2015.

La ciudad con mayor porcentaje de desempleo es Quito con el 4,77%, seguida de Guayaquil con 4,65% y Machala con 4,48%. Mientras, Ambato y Cuenca presentan las menores tasas de desempleo con 3,62% y 3,10%, respectivamente.

Con respecto al desempleo rural, éste se ubicó en 2,21% en junio 2015, cifra estadísticamente similar a la alcanzada en junio 2014. La tasa de empleo adecuado en el área rural se ubicó en 28,68% en junio del 2015, frente al 28,53% de junio del 2014.

El sector de la Agricultura, ganadería, caza y silvicultura y pesca es el que mayor empleo genera a nivel nacional, con el 26,64% de los empleados, seguida del comercio con 18,43%.

Es importante recordar que de cada 10 plazas de trabajo 8 son generadas por el sector privado, y dos son generadas por el sector público (INEC, 2015). El 30 de septiembre de 2015, la tasa de desempleo fue de 5.48% (Banco Central del Ecuador, 2015).

CONNOTACIÓN GERENCIAL

OPORTUNIDAD:

Si el índice de desempleo aumenta, las personas se dedican a actividades propias, razón por la cual este factor es de medio impacto para la zona (O7).

AMENAZA:

El desempleo impacta directamente al bolsillo de los ecuatorianos, así que si este aumenta, las personas pierden poder adquisitivo y no podrán adquirir productos de consumo especial como el café, por lo tanto esta variable tiene un medio impacto para la zona (A1).

2.1.3.2 Migración interna

Los datos que maneja el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) muestran que la migración interna se encuentra al alza. En el año 1950, la población urbana del país representaba el 28,5% del total; 60 años más tarde, el séptimo censo de población y vivienda, realizado en 2010, evidenció que la población urbana se incrementó en 34 puntos porcentuales, es decir el 62,8% de la población se concentra en las ciudades grandes y medianas.

Tabla 4.

Migración provincial por género y área de residencia Ecuador.

Migración reciente	Total	Hombres	Mujeres	Urbano	Rural
1982	8,3	8,7	8,0	Nd	Nd
1990	5,7	5,7	5,3	6,6	4,0
2001	5,1	5,4	4,9	5,8	4,0
2010	4,5	4,7	4,2	4,9	3,8
Migración permanente	Total	Hombres	Mujeres	Urbano	Rural
1982	18,5	18,9	18,3	Nd	Nd
1990	18,7	18,9	19,1	21,8	12,2
2001	19,6	19,6	19,6	23,5	13,1
2010	20,0	23,5	20,0	22,1	15,1

Fuente: (Royuela, 2010)

En la tabla se presenta el porcentaje de migración neta calculado con respecto del total de la población residente en cada periodo. En el periodo de análisis las provincias que tienen el mayor saldo migratorio positivo son Napo, Galápagos, Pichincha y Guayas. Por otro lado, las que tienen saldo negativo son Bolívar, Carchi, Manabí y Loja.

La migración hacia las grandes provincias como Pichincha y Guayas responde a un factor estructural, ya que desde la colonia concentraban las actividades administrativas y económicas lo que las convirtió en los principales destinos de inmigración.

Ambas provincias disfrutan de una ubicación privilegiada, están próximas a los mercados (puertos, aeropuertos) y gozan de mejores salarios, mayores oportunidades de empleo y mayor capital humano (disponen por ejemplo de numerosas Universidades). Todas estas características las han hecho las mayores receptoras de migrantes internos, en especial de nueve ocupaciones relacionadas con comercio, tales como construcción, manufactura, servicios especializados, servicio doméstico, etc.

CONNOTACIÓN GERENCIAL

AMENAZA

La migración interna ha aumentado en los últimos años, por lo tanto la fuga de mano de obra del área rural al aérea urbano ha sido una constante, por lo tanto la parroquia puede ser afectada por la fuga de mano de obra, por lo tanto este factor es de medio impacto para la zona (A2).

La migración también puede generar, que los productores ya no quieran dedicarse a la agricultura y por ende al cultivo del café, sin embargo el cultivo de café se ha convertido en un cultivo rentable para los productores, por lo cual este es un factor de bajo impacto para la zona. (A3).

2.1.4 Factores tecnológicos

2.1.4.1 Tecnología en agroquímicos

La tecnología de producción convencional de café arábigo involucra el uso de agroquímicos, entre ellos los abonos de síntesis. Para la producción ecológica se deben incorporar prácticas compatibles con un ambiente sano tratando de aprovechar los procesos naturales e interacciones biológicas, reducir el uso de recursos externos y aumentar la eficiencia de los recursos básicos.

Los abonos orgánicos líquidos fermentados como purín, biol y caldo microbiológico, constituyen un complemento de la nutrición de las plantas cultivadas como el café, mejorando su nivel de asimilación para incrementar la productividad de los cultivos (Cofenac, 2003).

CONNOTACIÓN GERENCIAL

OPORTUNIDAD:

El uso de la tecnología para agroquímicos permite una reducción de los costos de producción del cultivo, por lo tanto este factor es de alto impacto para la zona (O8).

AMENAZA:

El uso de la tecnología para agroquímicos, limita la producción orgánica, lo cual podría ocasionar pérdida de mercado en un futuro, ya que la demanda se inclina a lo orgánico, sin embargo el uso de agroquímicos aumenta la productividad haciendo un presente altamente rentable, por lo tanto actualmente, este es un factor de bajo impacto para la organización (A4).

2.1.4.2 Maquinaria

- **Despulpadora de café**

Es la fase mecánica del proceso donde el fruto maduro es sometido a la eliminación de la pulpa (epicarpio). Esta operación se efectúa a través de máquinas despulpadoras que aprovechan la cualidad lubricante del mucílago del fruto, para que por presión se separen los granos y la pulpa.

Al despulpar un quintal de fruto maduro se obtienen aproximadamente 60 libras de café pergamino despulpado y 40 libras de pulpa.



Figura 3. Despulpadora de café.

Si la operación se realiza dañando el pergamino o aún más, la almendra (grano oro), este daño permanecerá a través de las siguientes fases del proceso de beneficiado, provocando problemas en el punto de fermento y de secado, alterando la calidad de la bebida.

Debido a que el despulpado se realiza completamente de forma mecánica, es imposible despulpar frutos de distintos tamaños en despulpadores de cilindro horizontal que no están provistos de pechos graduables. Es preferible insistir en que, es mejor que pase fruto maduro sin despulpar, que obtener cierta proporción de granos lastimados o quebrados. La introducción de maquinaria de cilindro vertical está sirviendo para despulpar frutos de diferentes tamaños (Penagos).

- **Horno de secado para el café.**

El Horno de fuego indirecto BENDIG modelo HB-5 y HB10 es producto de la experiencia de BENDIG en la fabricación de hornos por más de veinticinco años.

Partiendo de los modelos antiguos, investigaron, rediseñaron y colocaron en el mercado este horno de alta tecnología y eficiencia, acorde a las necesidades de los caficultores, este horno permite secar el café en un menor tiempo, lo cual disminuye costos y aumenta el volumen de producción.



Figura 4. Horno para el secado del café.

Este horno utiliza cascarilla de café como combustible, pero también permite quemar madera y otros combustibles como gas LP y diésel. El dosificador de tornillo es controlado por un variador de frecuencia para obtener la temperatura deseada en la secadora. El horno cuenta con una bandeja apaga chispas inundada con agua para mayor seguridad (Bendig Maquinaria S.A, 2014).

CONNOTACIÓN GERENCIAL

OPORTUNIDAD

El nivel de la producción de café se incrementa en un 100% con aplicación de la tecnología, por lo tanto este es factor de alto impacto para la organización. (O9)

AMENAZA

El uso de maquinaria con tecnología, disminuye la manipulación humana, lo que puede afectar a la calidad del café, sin embargo con un adecuado manejo se puede obtener la misma calidad que al ser manejado manualmente, por lo tanto este es un factor de bajo impacto para la zona (A5)

2.1.4.3 Acceso al internet.

Un 46,35% de personas en Ecuador tuvieron acceso a internet, de acuerdo a datos del Instituto de Estadísticas y Censos (INEC) con corte a diciembre de 2014. En el Ecuador operan 1,9 millones de celulares Smartphone. Este crecimiento se debe principalmente al incremento del porcentaje de hogares con acceso a internet, así como a las políticas públicas del gobierno en proveer de internet a lugares públicos como instituciones educativas estatales, Infocentros, entre otros, dentro de su prioridad de democratizar y universalizar el acceso a las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC).

CONNOTACIÓN GERENCIAL

OPORTUNIDAD:

El uso del internet por parte de los productores, permite agilizar procesos de compra de insumos para la producción del café, así como abrir nuevos mercados para la venta del mismo, por lo tanto este es un factor de alto impacto para la zona (O10).

2.2 Análisis del microambiente

2.2.1 Clientes

Café Vélez y Café Galletti, son dos de los encargados de la comercialización del café del noroccidente del DMQ, estas empresas ya llevan años trabajando con el café de esta zona.

CAFÉ GALLETI

Desde su nacimiento en 1996 esta empresa familiar se puso como objetivo desarrollar el concepto del café gourmet y con responsabilidad social en el país. Tras casi dos décadas su mayor satisfacción, como explica Ena Galletti, la artífice de este proyecto, es sin duda la inclusión de cientos de mujeres en el proceso productivo, lo cual contribuye al mejoramiento de su calidad de vida.

CAFÉ VELEZ

Vélez es una empresa preocupada por ofrecer un café de excelente calidad. Sus productos se elaboran artesanalmente tanto en el cultivo y la selección del grano de café, como en el tostado.

En Vélez buscan desarrollar la calidad del producto, desde el cultivo hasta la preparación de bebidas, para lograr producir el mejor café de altura, trabajan junto a los campesinos para mejorar la calidad de sus productos, participando en un Comercio Justo.

Utilizan la denominación “Café de Altura” para la marca. Al usarla no hacen referencia únicamente a la altitud de las zonas de producción, también se refiere a su calidad. El café arábigo de altura tiene el balance ideal entre acidez, cuerpo, sabor, aroma y fragancia y, produce al beberlo, una sensación muy placentera. Estas características se logran manejando adecuadamente algunos factores que van desde la selección de la semilla idónea hasta el proceso de tostado, envasado y la preparación del café

CONNOTACIÓN GERENCIAL

OPORTUNIDAD:

Existen clientes fieles al café de noroccidente de Pichincha que han tostado el café de esta zona por años. Por lo tanto contar con compradores fieles, tiene un alto impacto para en la comercialización del café de esta zona (O11).

2.2.2 Proveedores

MAGAP

El Ministerio de agricultura, ganadería, acuacultura y pesca provee los siguientes insumos a los productores de café especial de la zona, unos son financiados en su totalidad y otros son financiados en un 50%: plantas, semillas, fundas de café, abono, fertilizantes, kit de manejo de roya, maquinaria, capacitaciones.

PILVICSA

Empresa dedicada a las actividades agrícolas en todas sus formas y modalidades, así como la compra, venta, importación y exportación de productos agrícolas, insumos, maquinarias y todo tipo de bien o servicio relacionado directamente o indirectamente con las actividades agrícolas, el cual provee de fertilizantes y agroquímicos a la zona.

AACRI

Asociación artesanal de caficultores Rio Intag, asociación que produce café de calidad con sello orgánico y vende sus variedades de plantas a diferentes zonas del país.

CONNOTACIÓN GERENCIAL

OPORTUNIDAD:

Existe gran número de proveedores, lo cual facilita las negociaciones, para adquirir la materia prima para el cultivo del café, por lo tanto este factor tiene de alto impacto para la zona (O12)

2.2.3 Competencia

- **AAPROCNOP**

Es una de las asociaciones más sólidas y antigua del DMQ esta cuenta con 60 socios de los cuales aproximadamente el 60% se encuentran activos. Esta fue creada con un enfoque netamente orgánico que incentive el agroturismo ecológico, aprovechando que se encuentran en un área protegida. Sin embargo las producciones promedio de la asociación se encontraban por debajo de la media nacional con 3qq por ha por año.

Esto preocupó a los productores y liberaron su régimen a abierto, de esta manera todos los pequeños productores cambiaron su sistema a convencional, para favorecerse de los insumos entregados por parte del estado y de esta manera mejorar sus volúmenes productivos.

Actualmente la asociación ha negociado con instituciones del estado el recibir equipos para trabajo en beneficio. Vendieron en el 2014 la totalidad de quintales de su producción a la empresa Café Vélez.

- **AAPROP**

Asociación con influencia en el caserío de Paraguas, esta cuenta con 10 socios, los cuales están legalizados, fue creada en el 2013, pero esta, es muy débil organizativamente por lo cual no han logrado consolidarse ni obtener beneficios de instituciones de apoyo.

- **AAPROCAFEP**

Asociación del caserío El Paraíso, esta también consta de 11 productores, al igual que la asociación antes mencionada es poco participativa, sin embargo por apoyo del presidente lograron conseguir una planta de beneficio húmedo, esta asociación procura fusionarse con la asociación de paraguas, por cercanía entre las mismas y lograr fortalecerse administrativamente.

Las tres asociaciones descritas tienen como variedad productiva el cafetal conocido como Sarchimor el cual es altamente resistente a roya, pero por el apoyo que se está dando a los cafetales especiales, algunos productores están renovando o ampliando sus producciones con estas variedades gourmet.

CONNOTACIÓN GERENCIAL

AMENAZA:

En las parroquias aledañas como Pacto y Gualea existen organizaciones con experiencia en la producción y comercialización del café de especialidad, por lo tanto es una amenaza de alto impacto para la zona por la proximidad de la competencia (A6)

2.3 Análisis Interno: Las siete “7S” De Mckinsey.

El análisis interno se lo realizara mediante el análisis de las 7S de McKinsey, este es un modelo que señala los siete factores básicos para que funcione cualquier organización.

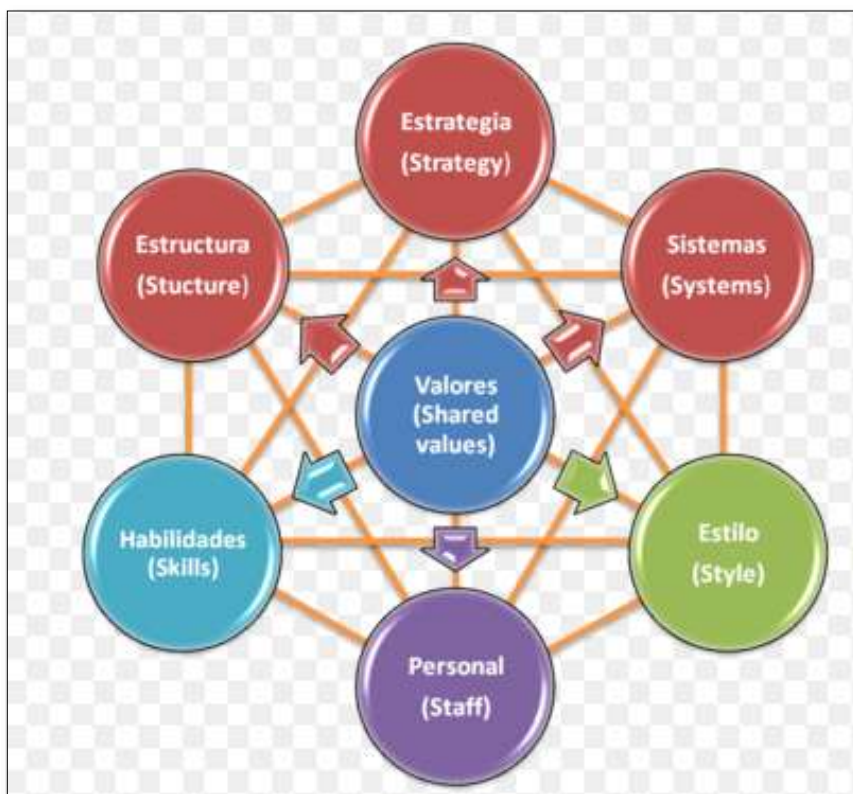


Figura 5 Las 7”s” de McKinsey

Las 7 S de McKinsey es un modelo de gestión que describe los 7 factores necesarios para organizar una empresa de una manera eficaz. Juntos, estos siete factores determinan la manera en la cual opera una organización.

Los responsables de una organización deben considerar los siete factores, para estar seguros que podrán implementar una estrategia de forma exitosa. Además de esto, hay que tener presente que la importancia relativa de cada factor puede variar cada cierto tiempo.

A continuación se realiza el análisis de las 7S a los productores de la parroquia Nanegalito con el fin de diagnosticar su estado actual.

2.3.1.1 Style (Estilo)

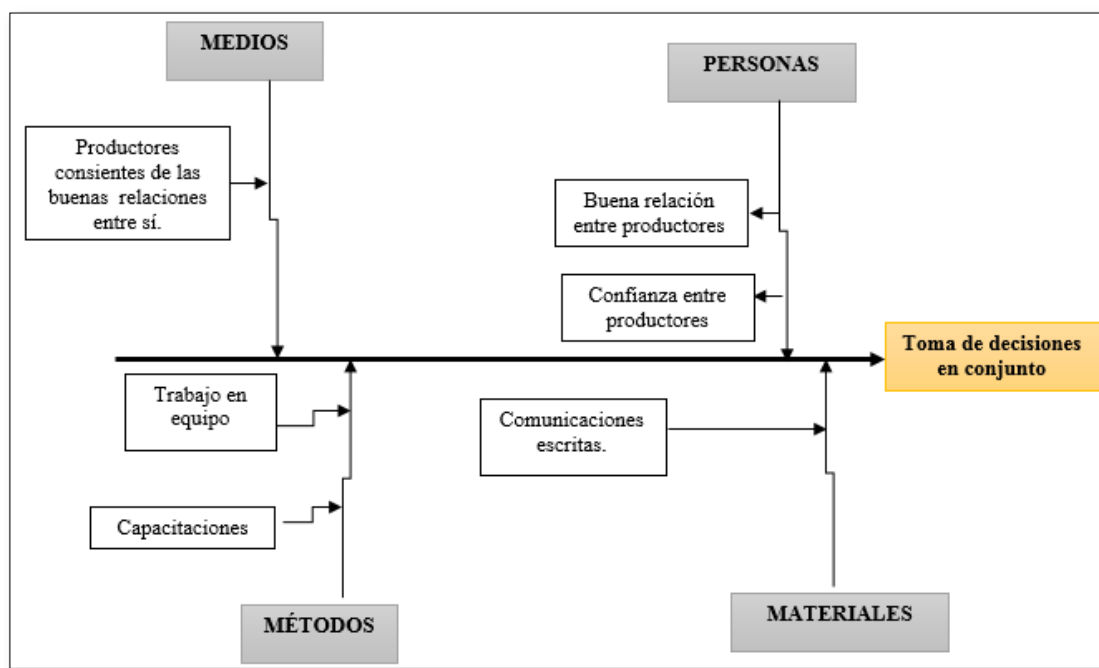


Figura 6 Estilo, análisis de las 7 "S"

Trabajar en pro del sector caficultor, para potenciar su café y fomentar la sinergia entre todos los productores, y mejorar siempre sus condiciones sociales económicas y ambientales, es decir estar comprometidos con el desarrollo local de sus pueblos.

CONNOTACIÓN GERENCIAL

FORTALEZA:

Los Productores de café de especialidad tienen un estilo democrático, al momento de la toma de decisiones importantes para su sector, es decir todas las decisiones se las toma en conjunto, a pesar de no formar parte directamente de una asociación y/o organización, por lo tanto esta es fortaleza de medio impacto, ya que una toma de decisiones en conjunto permite escoger la mejor opción de entre todas las ideas (F1).

2.3.1.2 Shares (Valores)

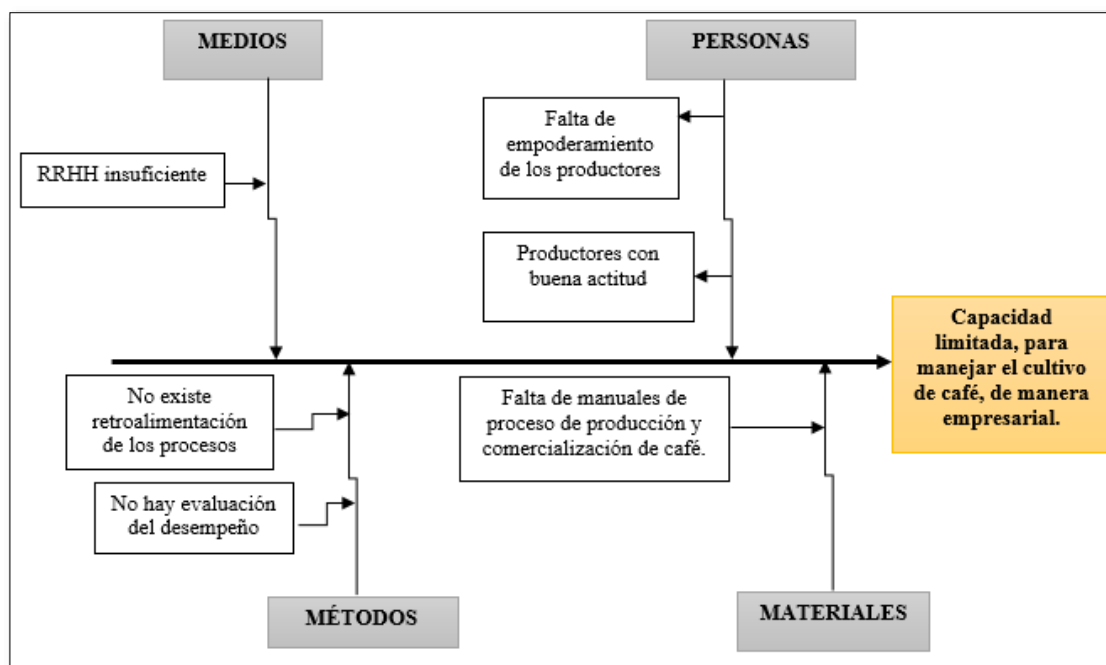


Figura 7 Valores, análisis de las 7 "S"

CONNOTACIÓN GERENCIAL

FORTLALEZAS:

Los productores están comprometidos con el desarrollo del sector y cuentan con una buena actitud para hacer frente a todas las dificultades que se presentan, por lo tanto esta es fortaleza de medio impacto para la zona, ya que a pesar de no manejar sus cultivos de manera empresarial, tratan de aprender y mejorar constantemente lo cual demuestra valores como la lealtad y perseverancia hacia lo que hacen (F2).

DEBILIDADES:

Los productores de café presentan capacidad limitada para manejar cultivos de manera empresarial, por lo tanto esta es una debilidad de alto impacto para la zona, ya que necesitan de capacitación inmediata. (D1)

Existe una falta de empoderamiento de los productores de café, para trabajar de manera asociativa en torno al café, por lo tanto esta amenaza representa un alto impacto al momento de comercializar su café y atraer nuevos compradores y así poder aumentar su volumen de negocios. (D2)

2.3.1.3 Staff (Personal)

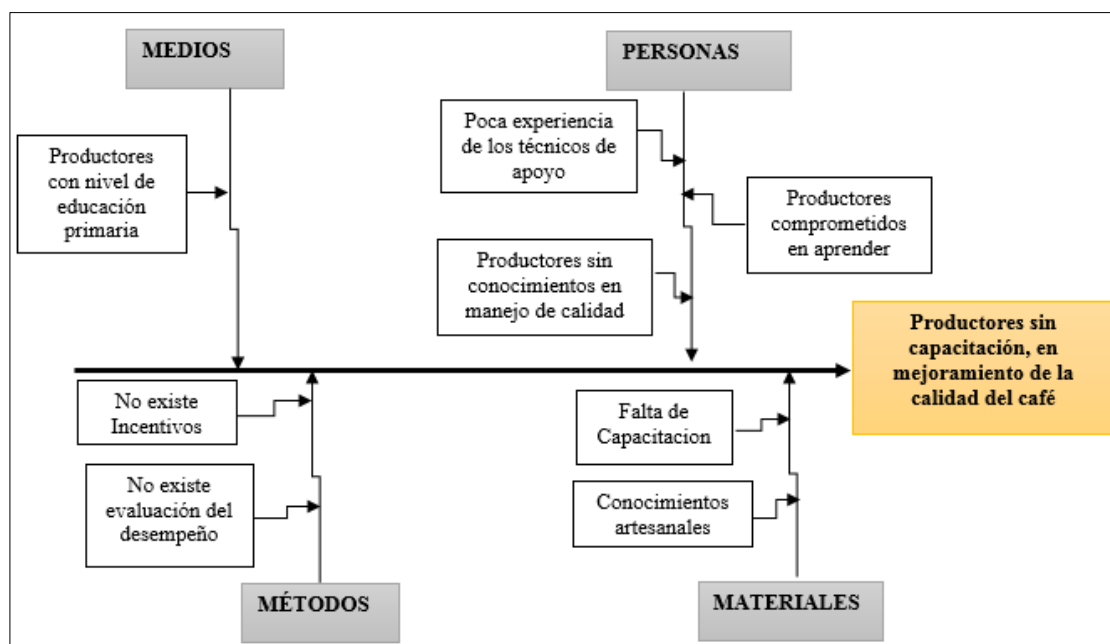


Figura 8 Personal, análisis de las 7 "S"

CONNOTACIÓN GERENCIAL

DEBILIDADES:

Existen productores poco capacitados en calidad del café lo cual repercute directamente en el precio del café que comercializan, por lo que esta debilidad tiene un alto impacto para los productores al momento de obtener el mejor precio y así poder cubrir sus costos de producción (D3).

Baja capacidad de los técnicos que apoyan a los productores de esta zona, para el correcto manejo de sus cultivos y para asistir en toda la temática de manejo de la cadena productiva del café de especialidad, sin embargo el responsable principal de la mala calidad en el café es el productor, por lo cual esta debilidad es de bajo impacto (D4).

2.3.1.4 Systems (sistemas)

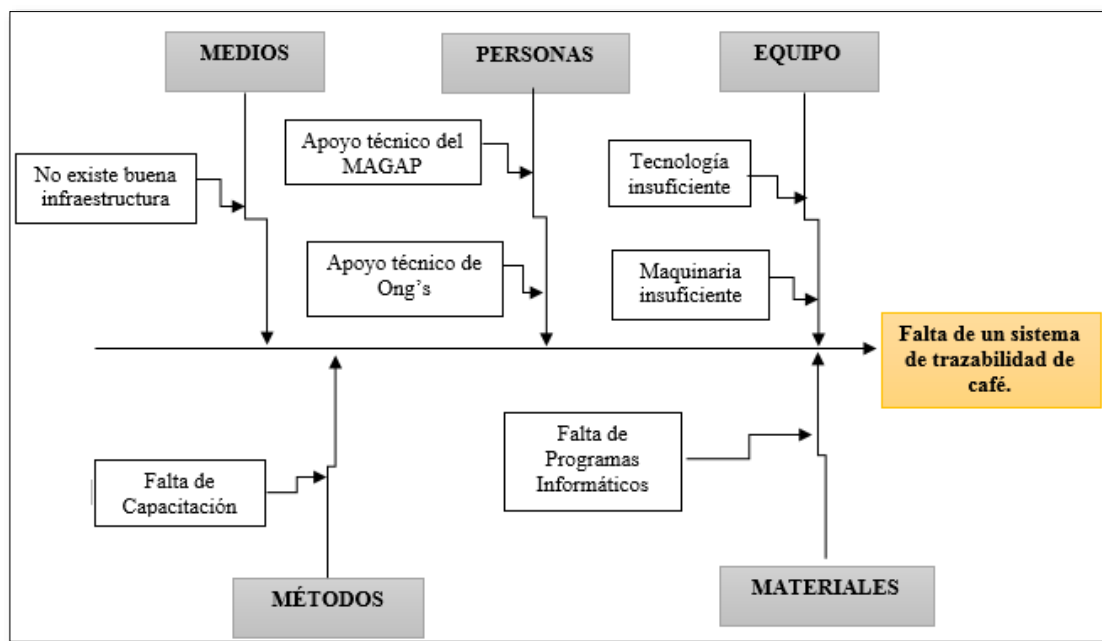


Figura 9 Sistemas, análisis de las 7 "S"

La principal falencia de calidad en los cafés del noroccidente del DMQ, es la falta de un sistema de trazabilidad que sirva como guía para los productores en toda la cadena del café, lo cual repercute significativamente en el fortalecimiento del sistema comercial y productivo del café, convirtiendo a este factor en uno de los principales cuellos de botella.

CONNOTACIÓN GERENCIAL

DEBILIDADES:

No existe un sistema de información georeferenciado para el manejo de las fincas cafetaleras, para verificar la procedencia de la calidad de café, por lo tanto esta es una debilidad de alto impacto para la organización. (D5)

No existe un sistema de trazabilidad de café, lo cual no permite tener registros de los procesos, este es una debilidad de alto impacto para la zona, ya que debido a esto no se puede mantener la calidad del café de especialidad. (D6)

Existe una infraestructura en mal estado, lo cual no permite realizar un adecuado sistema de postcosecha, para garantizar la calidad de café, por lo cual esta es una debilidad de alto impacto para los productores, ya que un buen manejo de postcosecha asegura un café de calidad. (D7)

2.3.1.5 Strategy (Estrategia)

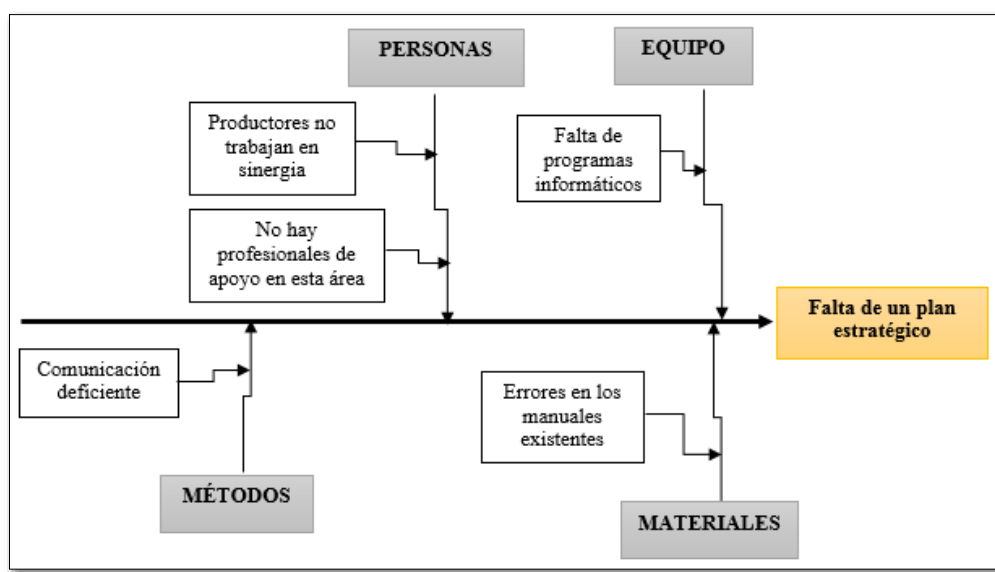


Figura 10 Estrategia, análisis de las 7 "S"

CONNOTACIÓN GERENCIAL

DEBILIDAD:

No existe un plan estratégico, lo cual no permite tener un norte claro entre los productores, el no tener una misión y visión establecida, no les permite avanzar y por ende mejorar su volumen de negocios, por lo tanto esta debilidad tiene un alto impacto. (D8)

2.3.1.6 Structure (Estructura)

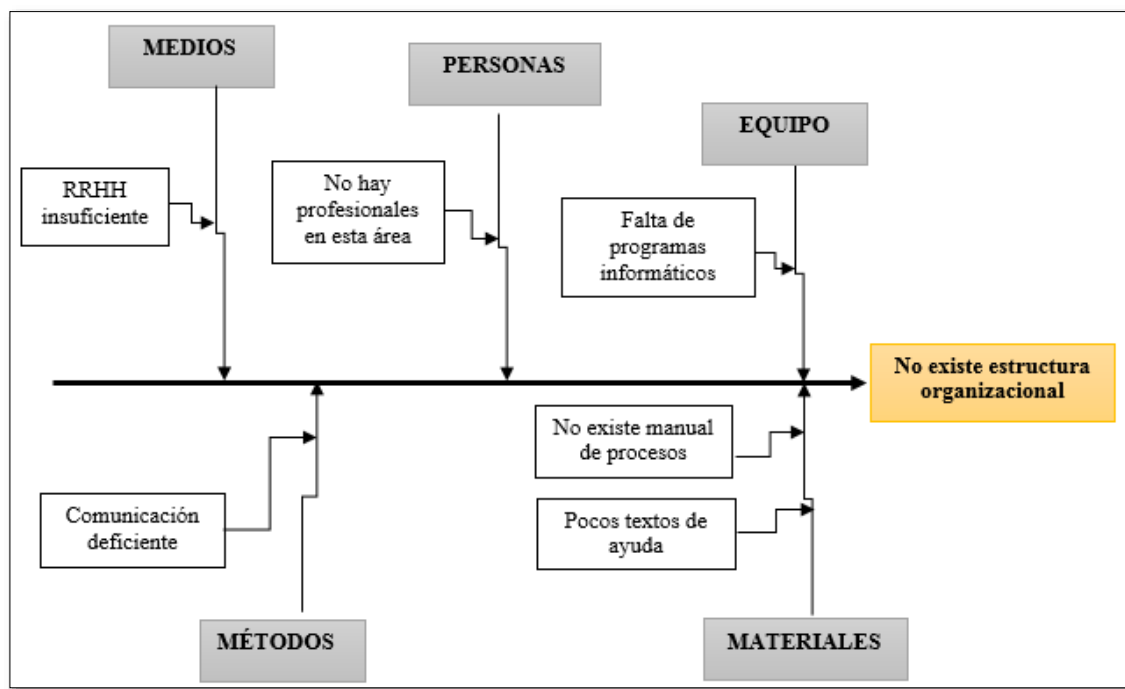


Figura 11 Estructura, análisis de las 7 "S"

CONNOTACIÓN GERENCIAL

DEBILIDAD:

No existe una estructura organizacional, ya que no están asociados, lo cual representa un alto impacto para fortalecer el sistema comercial de esta zona (D9).

2.3.1.7 Skills (Habilidades)

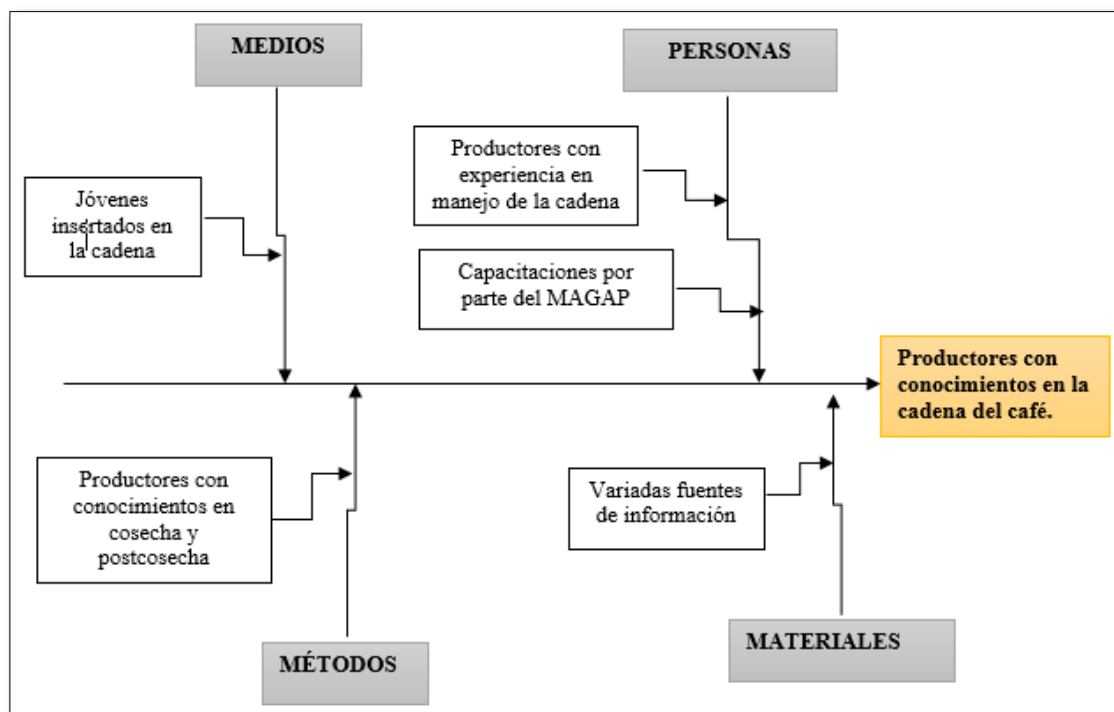


Figura 12 Habilidades, análisis de las 7 "S"

CONNOTACIÓN GERENCIAL

FORTALEZAS:

Existen productores con facilidad de comunicación, lo que genera una mayor oportunidad para entrar en los mercados, por lo cual esta es una fortaleza de alto impacto. (F3)

Los Productores de esta parroquia posee conocimientos en la cadena de café debido a su experiencia, ya que muchos se han dedicado a la agricultura toda su vida lo cual va de la mano de la caficultura, por lo tanto esta es una fortaleza de alto impacto (F4).

2.3.2 Cadena de valor

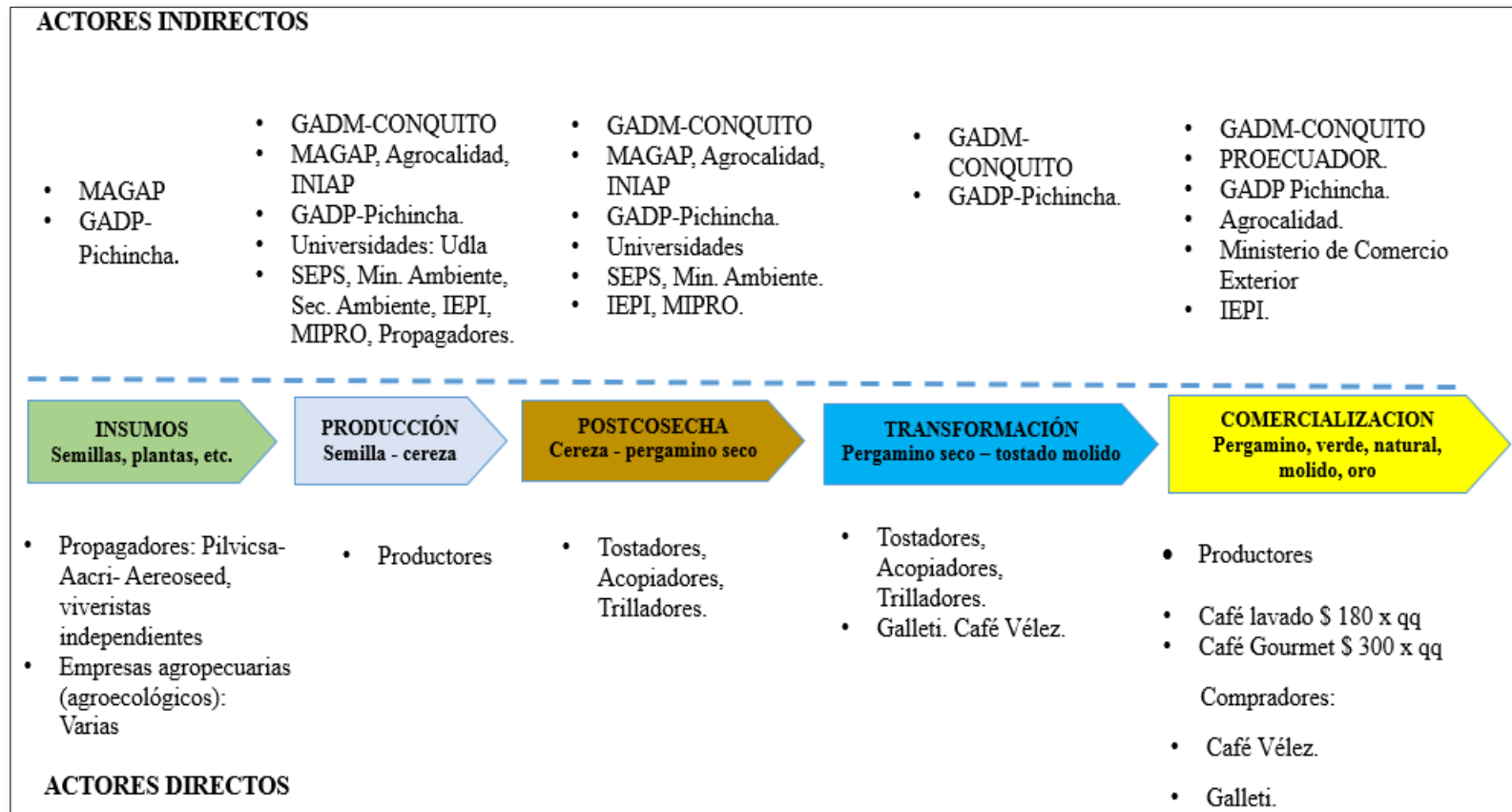


Figura 13 Análisis de la Cadena de valor del café

Fuente: (Conquito, 2015)

2.3.2.1 Análisis de la cadena de valor del café

En la región prevalece el sistema de manejo tradicional del cultivo del café a nivel del pequeño productor, pues estimativamente un 85% de los cafetales se maneja deficientemente, obteniendo rendimientos muy bajos (6 quintales de café oro / hectárea) y aproximadamente el 15% de la superficie cafetalera se está manejando de manera semitecnificada, obteniendo rendimientos promedios estimados en 16 quintales de café oro / hectárea. Muy pocas fincas cafetaleras se están manejando de forma tecnificada; sin embargo, estas pueden llegar a niveles de productividad alrededor de 50 quintales / ha.

La baja productividad de las plantaciones tiene sus causas en el deficiente manejo agronómico, la falta de recursos financieros para la tecnificación de los procesos de producción y postcosecha y la limitada asistencia técnica y capacitación a actores de la cadena cafetalera, principalmente a los productores.

Adicionalmente a la baja productividad, no ha habido un correcto tratamiento post cosecha que asegure un café de buena calidad, el cual debería incluir acciones como la cosecha selectiva de los frutos maduros, el proceso de despulpado, fermentado, lavado, secado y almacenado.

Hay problemas de asociatividad por mala estructura, administrativa por lo cual existe una necesidad de buscar un sistema específico de asociaciones que vaya acorde con las capacidades productivas de los socios así como sus actividades e intereses culturales. Los pequeños y medianos productores de café no organizados conforman grupos con gran similitud, en la tecnología de producción (no abonan, no realizan cosecha selectiva, etc.), de postcosecha y comercialización. Las diferencias se derivan de los volúmenes de producción antes que de niveles de productividad.

Con un mismo tipo de tecnología de producción (baja), las diferencias en la productividad entre los productores parecen estar relacionadas a la edad de la planta, la calidad de la tierra (referido a la antigüedad de explotación), y la variedad de la planta.

Los pequeños productores contratan de mano de obra sólo para la cosecha, debido a que la oferta familiar existente es menor a la demanda en dicho períodos. Los medianos requieren mano de obra para todo el proceso productivo debido a que, por el tamaño de sus predios, las necesidades de mano de obra superan la oferta familiar existente en todo el proceso

Los pequeños y medianos productores demandan financiamiento principalmente para asumir los gastos de cosecha. En el caso de los productores no organizados, los principales proveedores de crédito son los acopiadores locales, mientras que para los organizados son las grandes empresas acopiadoras. En el caso de las cooperativas, algunas de ellas cuentan con fondos de crédito proveído por la cooperación internacional. No se ha identificado casos donde el financiamiento sea proveído por algún agente financiero local.

La capacidad de negociación de los productores es un factor determinante en la forma como los pequeños y medianos productores se insertan en el mercado y aprovechan las oportunidades de mercado.

Se ha observado que los principales indicadores de la capacidad de gestión son: la consecución de mayores precios de mercado; la capacidad de aprovechar los nichos de mercado existentes; las inversiones realizadas por iniciativa propia en implementación; mejoramiento de la infraestructura pos cosecha y el logro de apoyo, por gestión propia, de organismos públicos y privados. Los grupos organizados que venden a nichos de mercado, están invirtiendo en la implementación de plantas de beneficios con el fin de mejorar y homogeneizar la calidad de la producción, superar el problema de secado ocasionado por la alta humedad del clima y cumplir con las exigencias de su nicho de mercado.

En general, la altura y la predominancia de variedades apreciadas en el mercado de cafés especiales, constituyen las principales ventajas de los productores cafetaleros, pequeños y medianos.

Los tipos de productores identificados, plantean, en hipótesis, la existencia de diversas cadenas de valor del café, cuyas eficiencias estarían relacionadas a la capacidad de gestión de los productores para negociar en el mercado (con sus compradores, proveedores, organismos públicos y privados, y otros actores), para aprovechar las oportunidades existentes y acondicionarse a sus exigencias, y para establecer alianzas con terceros.

CONNOTACIÓN GERENCIAL

FORTALEZAS

Existen cafés de la zona que han logrado puntajes por sobre 80 puntos y han obtenido los primeros lugares la “Taza Dorada 2014” (F6)

En la zona se ha implementado variedades arábicas puras, lo cual influye directamente en la calidad del café, por lo tanto esta es una fortaleza de alto impacto. (F7)

DEBILIDADES:

Existe una débil Gestión organizativa asociativa, lo cual no permite a los productores obtener mayores ganancias en su producción, por lo tanto, esta es una debilidad de alto impacto para la zona. (D10)

Existe una débil capacidad administrativa, organizativa y operativa en la gestión comercial de la cadena, por lo cual esta es una debilidad de alto impacto para la zona, ya que los productores no están organizados lo que ocasiona que intermediarios se aprovechen y paguen precios muy bajos por el café, el mismo que no cubre ni el costo, ni el esfuerzo que el productor gasta en producir el grano. (D11).

2.4 Análisis FODA

2.4.1 Matriz resumen

N°	FORTALEZAS
1	Los Productores de café de especialidad tienen un estilo democrático, por lo tanto la toma de decisiones se la realiza en conjunto (F1).
2	Se cuenta con productores comprometidos con el desarrollo del sector y con una buena actitud para hacer frente a todas las dificultades que se presentan (F2)
3	Existen productores con facilidad de comunicación. (F3)
4	Los Productores de esta parroquia posee conocimientos en la cadena de café debido a su experiencia, (F4)
5	Los Cafetales de la zona son nuevos con menos de 10 años. (F5)
6	Existen cafés de la zona que han logrados puntajes por sobre 80 puntos y han obtenido los primeros lugares la “Taza Dorada 2014” (F6)
7	En la zona se ha implementado de variedades arábicas puras, lo cual influye directamente en la calidad del café. (F7)

N°	OPORTUNIDADES
1	Programa de reactivación de café y cacao dirigido por el MAGAP (O1).
2	El gobierno nacional apoya al café (O2)
3	La exención del ISD busca atraer a capitales (O3).
4	La SEPS busca fortalecer la gestión de las organizaciones en beneficio de sus integrantes y la comunidad (O4).
5	Si el PIB aumenta, las personas tendrán más poder adquisitivo para adquirir productos de especialidad(O5)
6	Inflación estable, estabilización del precio de los insumos para la producción (O6)
7	Si el índice de desempleo aumenta, las personas se dedicaran a actividades propias (O7).
8	El uso de la tecnología para agroquímicos permite una Reducción de los costos de producción (O8).
9	El nivel de la producción de café se incrementa en un 100% con aplicación de la tecnología. (O9)
10	El uso del internet por parte de los productores, permite agilizar procesos de compra de insumos para la producción del café, así como abrir nuevos mercados (O10).
11	Existen clientes fieles al café de noroccidente de Pichincha que han tostado el café de esta zona por años. (O11)
12	Existe gran número de proveedores, lo cual facilita las negociaciones(O12)

CONTINÚA 

N°	DEBILIDADES
1	Los productores de café presentan capacidad limitada para manejar cultivos de manera empresarial, (D1)
2	Existe falta de empoderamiento de los productores de café para trabajar de manera asociativa en torno al tema de café(D2)
3	Existen productores poco capacitados en calidad del café (D3).
4	Baja capacidad de los técnicos que trabajan en las organizaciones, para asistir en toda la temática del manejo de la cadena productiva del café de especialidad. (D4)
5	No existe un sistema de información georeferenciado para el manejo de las fincas cafetaleras, para verificar la procedencia de la calidad de café,(D5)
6	No existe un sistema de trazabilidad de café (D6)
7	Existe una infraestructura en mal estado, lo cual no permite realizar un adecuado sistema de postcosecha, para garantizar la calidad de café (D7)
8	No existe un plan estratégico (D8)
9	No existe una estructura organizacional (D9).
10	Existe una débil Gestión organizativa asociativa, lo cual no permite a los productores obtener mayores ganancias en su producción(D10)
11	Existe una débil capacidad administrativa, organizativa y operativa en la gestión comercial de la cadena. (D11)

N°	AMENAZAS
1	El desempleo aumenta, las personas pierden poder adquisitivo y no podrán adquirir productos de consumo especial como el café (A1).
2	La fuga de mano de obra del área rural a la aérea urbana ha sido una constante (A2).
3	La migración también puede generar, que los productores ya no quieran dedicarse a la agricultura (A3).
4	El uso de la tecnología para agroquímicos, limita la producción orgánica, lo cual podría ocasionar pérdida de mercado (A4).
5	El uso de maquinaria con tecnología que disminuye la manipulación humana puede afectar la calidad del café. (A5)
6	Organizaciones con mayor experiencia en la producción de café de especialidad, (A6)

2.4.2 Matriz de impacto

FORTALEZAS	IMPACTO		
	ALTO	MEDIO	BAJO
Los Productores de café de especialidad tienen un estilo democrático, por lo tanto la toma de decisiones se la realiza en conjunto (F1).		2	
Se cuenta con productores comprometidos con el desarrollo del sector y con una buena actitud para hacer frente a todas las dificultades que se presentan (F2)		2	
Existen productores con facilidad de comunicación. (F3)	3		
Los Productores de esta parroquia posee conocimientos en la cadena de café debido a su experiencia, (F4)	3		
Los Cafetales de la zona son nuevos con menos de 10 años. (F5)	3		
Existen cafés de la zona que han logrados puntajes por sobre 80 puntos y han obtenido los primeros lugares la “Taza Dorada 2014” (F6)		2	
En la zona se ha implementado de variedades arábicas puras, lo cual influye directamente en la calidad del café. (F7)	3		

CONTINÚA



OPORTUNIDADES	IMPACTO		
	ALTO	MEDIO	BAJO
Programa de reactivación de café y cacao dirigido por el MAGAP (O1).	3		
El gobierno nacional apoya al café (O2)	3		
La exención del ISD busca atraer a capitales, que no sean golondrina y que puedan invertir en los pequeños emprendimientos (O3).		2	
La SEPS busca fortalecer la gestión de las organizaciones en beneficio de sus integrantes y la comunidad (O4).			1
Si el PIB aumenta, las personas tendrán más poder adquisitivo para adquirir productos de especialidad(O5)	3		
Inflación estable, produce una estabilización del precio de los insumos necesarios para la producción (O6)	3		
Si el índice de desempleo aumenta, las personas se dedicaran a actividades propias (O7).		2	
El uso de la tecnología para agroquímicos permite una Reducción de los costos de producción (O8).	3		
El nivel de la producción de café se incrementa en un 100% con aplicación de la tecnología. (O9)	3		
El uso del internet por parte de los productores, permite agilizar procesos de compra de insumos para la producción del café, así como abrir nuevos mercados (O10).	3		
Existen clientes fieles al café de noroccidente de Pichincha que han tostado el café de esta zona por años. (O11)	3		
Existe gran número de proveedores, lo cual facilita las negociaciones(O12)	3		

CONTINÚA



DEBILIDADES	IMPACTO		
	ALTO	MEDIO	BAJO
Los productores de café presentan capacidad limitada para manejar cultivos de manera empresarial, (D1)	3		
falta de empoderamiento de los productores de café para trabajar de manera asociativa en torno al tema de café(D2)	3		
Existen productores poco capacitados en calidad del café (D3).	3		
Baja capacidad de los técnicos que trabajan en las organizaciones, para asistir en toda la temática del manejo de la cadena productiva del café de especialidad. (D4)			1
No existe un sistema de información georeferenciado para el manejo de las fincas cafetaleras, para verificar la procedencia de la calidad de café,(D5)	3		
No existe un sistema de trazabilidad de café (D6)	3		
Existe una infraestructura en mal estado, lo cual no permite realizar un adecuado sistema de postcosecha, para garantizar la calidad de café (D7)	3		
No existe un plan estratégico (D8)	3		
No existe una estructura organizacional (D9).	3		
Existe una débil Gestión organizativa asociativa, lo cual no permite a los productores obtener mayores ganancias en su producción,. (D10)	3		
Existe una débil capacidad administrativa, organizativa y operativa en la gestión comercial de la cadena. (D11)	3		

CONTINÚA



AMENAZAS	IMPACTO		
	ALTO	MEDIO	BAJO
El desempleo aumenta, las personas pierden poder adquisitivo y no podrán adquirir productos de consumo especial como el café (A1).		2	
La fuga de mano de obra del área rural a la aérea urbana ha sido una constante (A2).		2	
La migración también puede generar, que los productores ya no quieran dedicarse a la agricultura (A3).			1
El uso de la tecnología para agroquímicos, limita la producción orgánica, lo cual podría ocasionar pérdida de mercado (A4).			1
El uso de maquinaria con tecnología que disminuye la manipulación humana puede afectar la calidad del café. (A5)			1
Organizaciones con mayor experiencia en la producción de café de especialidad, (A6)	3		

2.4.3 Matriz interna

FORTALEZAS	TOTAL PUNTAJE	PONDERACION	VALOR
Los Productores de café de especialidad tienen un estilo democrático, por lo tanto la toma de decisiones se la realiza en conjunto (F1).	2	0,04	0,08
Se cuenta con productores comprometidos con el desarrollo del sector y con una buena actitud para hacer frente a todas las dificultades que se presentan (F2)	2	0,04	0,08
Existen productores con facilidad de comunicación. (F3)	3	0,06	0,18
Los Productores poseen conocimientos en la cadena de café debido a su experiencia, (F4)	3	0,06	0,18
Los Cafetales de la zona son nuevos con menos de 10 años. (F5)	3	0,06	0,18
Existen cafés de la zona que han logrado puntajes por sobre 80 puntos y han obtenido los primeros lugares la “Taza Dorada 2014” (F6)	2	0,04	0,08
En la zona se ha implementado de variedades arábicas puras, lo cual influye directamente en la calidad del café. (F7)	3	0,06	0,18

CONTINÚA



DEBILIDADES	TOTAL PUNTAJE	PONDERACION	VALOR
Los productores de café presentan capacidad limitada para manejar cultivos de manera empresarial, (D1)	3	0,06	0,18
falta de empoderamiento de los productores de café para trabajar de manera asociativa en torno al tema de café(D2)	3	0,06	0,18
Existen productores poco capacitados en calidad del café (D3).	3	0,06	0,18
Baja capacidad de los técnicos que trabajan en las organizaciones, para asistir en toda la temática del manejo de la cadena productiva del café de especialidad. (D4)	1	0,02	0,02
No existe un sistema de información georeferenciado para el manejo de las fincas cafetaleras, para verificar la procedencia de la calidad de café,(D5)	3	0,06	0,18
No existe un sistema de trazabilidad de café (D6)	3	0,06	0,18
Existe una infraestructura en mal estado, lo cual no permite realizar un adecuado sistema de potscosecha, para garantizar la calidad de café (D7)	3	0,06	0,18
No existe un plan estratégico (D8)	3	0,06	0,18
No existe una estructura organizacional (D9).	3	0,06	0,18
Existe una débil Gestión organizativa asociativa, lo cual no permite a los productores obtener mayores ganancias en su producción,. (D10)	3	0,06	0,18
Existe una débil capacidad administrativa, organizativa y operativa en la gestión comercial de la cadena. (D11)	3	0,06	0,18
TOTAL	49	1,00	2,84

2.4.4 Matriz externa

OPORTUNIDADES	TOTAL PUNTAJE	PONDERACION	VALOR
Programa de reactivación de café y cacao dirigido por el MAGAP (O1).	3	0,07	0,21
El gobierno nacional apoya al café (O2)	3	0,07	0,21
La exención del ISD busca atraer a capitales, que no sean golondrina y que puedan invertir en los pequeños emprendimientos (O3).	2	0,05	0,10
La SEPS busca fortalecer la gestión de las organizaciones en beneficio de sus integrantes y la comunidad (O4).	1	0,02	0,02
Si el PIB aumenta, las personas tendrán más poder adquisitivo para adquirir productos de especialidad(O5)	3	0,07	0,21
Inflación estable, produce una estabilización del precio de los insumos necesarios para la producción (O6)	3	0,07	0,21
Si el índice de desempleo aumenta, las personas se dedican a actividades propias (O7).	2	0,05	0,10
El uso de la tecnología para agroquímicos permite una Reducción de los costos de producción (O8).	3	0,07	0,21
El nivel de la producción de café se incrementa en un 100% con aplicación de la tecnología. (O9)	3	0,07	0,21
El uso del internet por parte de los productores, permite agilizar procesos de compra de insumos para la producción del café, así como abrir nuevos mercados (O10).	3	0,07	0,21
Existen clientes fieles al café de noroccidente de Pichincha que han tostado el café de esta zona por años. (O11)	3	0,07	0,21
Existe gran número de proveedores, lo cual facilita las negociaciones(O12)	3	0,07	0,21

CONTINÚA



AMENAZAS	TOTAL PUNTAJE	PONDERACION	VALOR
El desempleo aumenta, las personas pierden poder adquisitivo y no podrán adquirir productos de consumo especial como el café (A1).	2	0,05	0,10
La fuga de mano de obra del área rural a la aérea urbana ha sido una constante (A2).	2	0,05	0,10
La migración también puede generar, que los productores ya no quieran dedicarse a la agricultura (A3).	1	0,02	0,02
El uso de la tecnología para agroquímicos, limita la producción orgánica, lo cual podría ocasionar pérdida de mercado (A4).	1	0,02	0,02
El uso de maquinaria con tecnología que disminuye la manipulación humana puede afectar la calidad del café. (A5)	1	0,02	0,02
Organizaciones con mayor experiencia en la producción de café de especialidad, (A6)	3	0,07	0,21
TOTAL	42	1,00	2,62

2.4.5 Resultados matrices de análisis interna y externa

RESULTADOS MATRIZ DE ANALISIS	VALORES
Resultados Ponderados internos	2.84
Resultados Ponderados Externos	2,62

2.4.6 Matriz General Electric

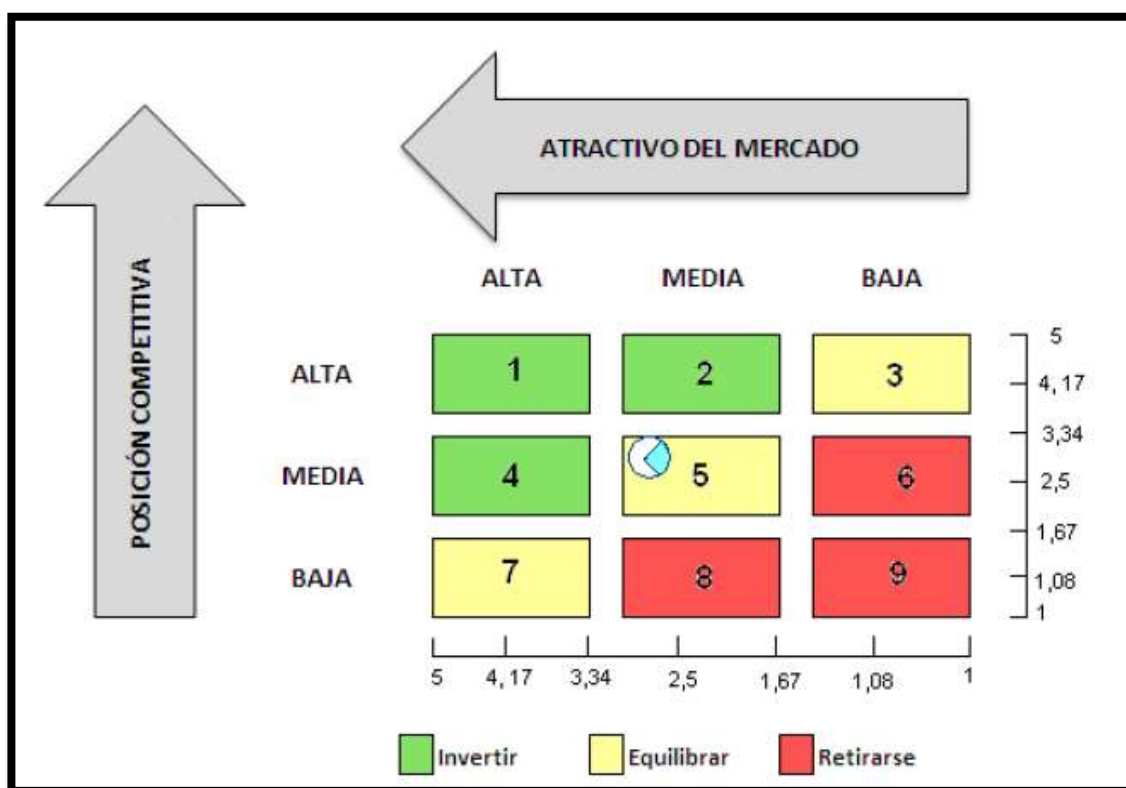


Figura 14. Matriz General Electric

De acuerdo al análisis de las matrices tanto internas como externas, vemos que la parroquia de Nanegalito se ubica en el quinto cuadrante de la matriz General Electric, lo que implica que el café de esta parroquia se encuentra en una etapa de SELECTIVIDAD, de alta incertidumbre porque no hay estabilidad, se deben especializar los mercados o trabajar en mercados que presenten menor riesgo, por lo cual es recomendable que se desarrolle proyectos y estrategias para lograr posicionarse en el mercado y salir de esa incómoda posición.

CAPITULO III

ESTUDIO DE MERCADO

3.1 Fase Cualitativa

3.1.1 Planteamiento del problema

Insuficiente acceso al mercado de los pequeños productores y los emprendimientos de pequeña escala de café, en la parroquia Nanegalito del Cantón Quito.

3.1.2 Necesidad

En la parroquia de Nanegalito la mayor parte del terreno está destinado para actividades pecuarias y agrícolas, sin embargo en los últimos años se ha dado un especial énfasis en la producción de café, debido a las condiciones climáticas que ahí existen, las cuales permiten producir cafés especiales de altísima calidad. A pesar de esto no se ha propiciado un crecimiento de la productividad de la zona, ni una correcta explotación del suelo, debido a que los caficultores no perciben suficientes ingresos como para realizarlo. Debido a ello, en esta parroquia existe la necesidad de fortalecer el sistema comercial asociativo, el mismo que permita a los caficultores ofertar su producto a un mayor número de compradores y poder ser competitivo en el mercado, para de esta manera obtener mayores ganancias y mejorar las condiciones de vida de los productores y sus familias.

3.1.3 Justificación del Problema

El noroccidente de Quito donde se encuentra la parroquia de Nanegalito, es una zona con alta potencialidad para el cultivo del café debido a su clima cálido y ha alturas que oscilan entre 1400 a 1600 msnm, cabe recalcar que recientemente cafés de esta zona han alcanzado puntuaciones sobre los 80 puntos en eventos de catación realizados por el MAGAP con jueces internacionales.

Por lo cual el café de esta zona se vuelve muy atractivo para el mercado nacional e internacional los mismo que están dispuestos a pagar precios razonables, sin embargo los grandes beneficiados han sido los intermediarios los cuales no pagan un precio justo, razón por la cual existe la necesidad de fortalecer el sistema comercial asociativo, para que los caficultores puedan llegar directamente con su café a los mercados y de esta manera asegurar un precio justo por su producto aumentando así sus ganancias.

El Plan Nacional del Buen Vivir, plantea varios objetivos que se pretenden alcanzar hasta el 2017, dedicados impulsar el emprendimiento de estos sectores; es así que el objetivo 3 propone: “Mejorar la calidad de vida de la población” (SENPLADES, 2013).

3.1.4 Propósito

Conocer la situación actual de los caficultores de la parroquia de Nanegalito, con la finalidad de fomentar el incremento de la producción cafetalera mediante la participación de sus habitantes, en la comercialización directa de sus cosechas, con el fin de lograr mayores ingresos y mayor reinversión en nuevas siembras. Para alcanzar este propósito, es de vital importancia el fortalecimiento del sistema comercial asociativo, mismo que aportará significativamente a aumentar los ingresos de los productores.

3.1.5 Definición del problema

Entre las principales causas del problema, se puede mencionar la dificultad de producir mayores volúmenes y/o cumplir con los requisitos mínimos de calidad y reglas que requieren los mercados locales.

Los niveles de productividad son muy bajos dentro de la cadena de valor de café de especialidad.

La productividad laboral a lo largo de esta cadena tales como producción, cosecha, postcosecha, procesado, transporte, y otros servicios es muy baja debido a la falta de capacidades técnicas e infraestructura y equipamiento básicos para el cumplimiento de todo el proceso mencionado.

En el caso de las mujeres empresarias, estos obstáculos pueden ser aún mayores por la escasa capacidad de apoyo técnico a las pequeñas y medianas empresas que en su mayoría no está dirigida a mujeres, por otro lado, el nivel de cooperación entre el sector público y el sector privado es bajo lo que limita el desarrollo de los vínculos en la cadena de valor de café de especialidad.

3.1.6 Objetivos

3.1.6.1 Objetivo General

Mejorar el ingreso y el volumen de negocios de los pequeños productores, en la cadena de valor del café de especialidad, en la parroquia de Nanegalito del cantón Quito.

3.1.6.2 Objetivos Específicos

- 1) Determinar la oferta productiva de café de especial, a través de una investigación de mercados, mediante una encuesta a los productores, para conocer la cantidad de café especial que se ofertan en la zona.
- 2) Analizar la cadena de café especial, a través de una investigación de mercado, mediante la aplicación de una encuesta a los productores del noroccidente del DMQ, para conocer su estado actual.

- 3) Realizar el diagnóstico del sistema actual de comercialización, a través de los resultados obtenidos después de realizado la investigación de mercado, con el fin de contar con una línea de base.
- 4) Elaborar propuestas que fortalezcan el sistema comercial del café, mediante aplicación de estrategias, para incrementar los ingresos de los pequeños productores y mejorar sus condiciones de vida.

3.1.7 Hipótesis

El Fortalecimiento del Sistema Comercial Asociativo de café de especialidad, mejorará el ingreso y el volumen de negocios de los pequeños productores en la cadena de valor del café de especialidad, en la parroquia Nanegalito del cantón Quito.

3.1.8 Ética del Investigador

Los datos recopilados para la presente investigación serán usados única y exclusivamente con fines académicos.

3.2 Fase Metodológica

3.2.1 Tipos de Investigación

Cuadro 3

Tipos de Investigación

DESCRIPTIVA	Permite llegar a conocer las situaciones , costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetivos, procesos y personas, utilizando el cómo, donde, cuando y porque	<ul style="list-style-type: none"> • Encuesta • Observación
EXPLORATORIA	Es aquella que se efectúa sobre un tema u objeto desconocido o poco estudiado, porque los resultados constituyen una visión aproximada de dicho objeto.	<ul style="list-style-type: none"> • Entrevistas • Grupos focales • Técnicas proyectivas
CAUSAL	Tiene como prioridad obtener evidencia de la relación causa efecto de un fenómeno identificando las variables dependientes y las independientes.	<ul style="list-style-type: none"> • Diagrama de Ishikawa • Diagrama del árbol.
CONCLUYENTE	Permite facilitar la toma de decisiones ante una situación dada, mezclando la investigación descriptiva y causal.	

Fuente: (Mantilla, 2013)

Para esta investigación se utilizara la investigación descriptiva.

3.2.2 Técnicas de muestreo

3.2.2.1 Muestreo probabilístico

Consiste en tomar una muestra de la población para realizar la investigación.

3.2.2.2 Muestreo no probabilístico

Las muestras se recogen en un proceso que no brinda a todos los individuos de la población iguales oportunidades de ser seleccionados.

En este estudio se utilizará un muestreo no probabilístico, en donde las encuestas se realizan a los productores de café de especialidad de la zona.

Las técnicas más comunes son:

Cuadro 4

Tipos de Muestreo no probabilístico

Muestreo por conveniencia	En el muestreo por conveniencia, las muestras son seleccionadas porque son accesibles para el investigador. Los sujetos son elegidos simplemente porque son fáciles de reclutar. Esta técnica es considerada la más fácil, la más barata y la que menos tiempo lleva.
Muestreo consecutivo	Esta técnica de muestreo no probabilístico puede ser considerada la mejor muestra no probabilística, ya que incluye a todos los sujetos que están disponibles, lo que hace que la muestra represente mejor a toda la población.
Muestreo por cuotas	El muestreo por cuotas es una técnica de muestreo no probabilístico en donde el investigador asegura una representación equitativa y proporcionada de los sujetos, en función de qué rasgo es considerado base de la cuota.
Muestro discrecional	En este tipo de toma de muestras, los sujetos son elegidos para formar parte de la muestra con un objetivo específico. Con el muestreo discrecional, el investigador cree que algunos sujetos son más adecuados para la investigación que otros. Por esta razón, aquellos son elegidos deliberadamente como sujetos.
Muestreo de bola de nieve	El muestreo de bola de nieve se lleva a cabo generalmente cuando hay una población muy pequeña. En este tipo de muestreo, el investigador le pide al primer sujeto que identifique a otro sujeto potencial que también cumpla con los criterios de la investigación.

Fuente: (Ramos, 2009)

Para este proyecto, se aplicará el muestreo bola nieve, ya que la población es reducida, ya que este tipo de técnica de muestreo funciona en cadena, luego de observar al primer sujeto, el investigador le pide ayuda a él para identificar a otras personas que tengan un rasgo de interés similar.

3.2.3 Tipos de información

En el presente proyecto se utilizarán fuentes primarias y secundarias.

3.2.3.1 Fuentes de datos primarios

Son documentos como la encuesta, entrevista, libros, periódicos, normas técnicas, documentos oficiales de instituciones públicas, que contienen información nueva y original,

3.2.3.2 Fuentes de datos secundarios

Están constituidas por enciclopedias, libros, artículos y otros que interpretan otros trabajos, es decir, las fuentes primarias.

3.2.4 Técnicas de investigación

Técnicas de campo.- Son aquellas que ayudan al investigador a relacionarse con el objeto de estudio, recopilando información real sobre el fenómeno a estudiar.

Incluye la técnica de observación, que consiste en observar atentamente al objeto y registrar la información para su análisis posterior.

Para esta investigación se realizará una observación directa, es decir, habrá un contacto personal con el hecho a investigar. Dentro de esta técnica se encuentra también la encuesta, que se utilizará para obtener datos de las opiniones de los productores de café especial, que son imprescindibles en este proyecto (Mantilla, 2013)

3.2.5 Segmentación del mercado

3.2.5.1 Evaluación del mercado meta

3.2.5.2 Cuadro 5

Evaluación del mercado meta

VARIABLES	PRODUCTORES DE CAFÉ ESPECIAL DE LA PARROQUIA NANEGALITO
Características	<ul style="list-style-type: none"> • Son personas naturales. • Se dedican a cultivar café.
Tamaño	<ul style="list-style-type: none"> • La parroquia de Nanegalito tiene 3.026 habitantes, de los cuales 1555 son hombres y 1471 son mujeres. • Según el censo realizado por Conquito en 2015, en la zona, existen 35 productores de café de especialidad.
Poder adquisitivo	Según el censo del 2010 el 68.84% de la población del noroccidente de Pichincha vive bajo condiciones de pobreza.
Productividad	En los últimos años el cultivo del café ha crecido significativamente, debido al clima propicio para cultivar y a los diversos premios que ha obtenido el café de esta zona.

3.2.6 Perfil del mercado meta

Cuadro 6

Perfil de Mercado meta

VARIABLES	CARACTERISTICAS
SEGMENTACIÓN GEOGRÁFICA	<ul style="list-style-type: none"> • Región.- Sierra • Provincia.- Pichincha • Cantón.- Quito • Parroquia.- Nanegalito
SEGMENTACIÓN DEMOGRÁFICA	<ul style="list-style-type: none"> • Edad.- De 15 a 65 años • Genero.- Masculino y Femenino • Nacionalidad.- Ecuatoriana • Educación.- Primaria, Secundaria y analfabetos • Ocupación.- caficultores
SEGMENTACIÓN PSICOGRÁFICA	<ul style="list-style-type: none"> • Personalidad.- Personas que quieren crecer y desarrollarse. • Estilo de vida.- Aquellas personas que se dedican a la caficultura, como su actividad principal de sobrevivencia.

3.2.7 Segmento objetivo

Esta investigación va dirigida a los caficultores de entre 15 y 65 años que habitan en la parroquia de Nanegalito que producen y comercializan café de especialidad.

3.2.8 Tipo de posicionamiento

Cuadro 7

Tipos de posicionamiento

Posicionamiento por atributo	Un producto se posiciona según un atributo, como el tamaño o el tiempo que lleva de existir.
Posicionamiento por beneficio	El producto se posiciona como el líder en lo que corresponde a cierto beneficio que las demás no dan.
Posicionamiento por uso o aplicación	El producto se posiciona como el mejor en determinados usos o aplicaciones.
Posicionamiento por competidor	Se afirma que el producto es mejor en algún sentido o varios en relación al competidor.
Posicionamiento por categoría de productos	El producto se posiciona como líder en cierta categoría de productos.
Posicionamiento por calidad o precio	El producto se posiciona como el que ofrece mejor valor o calidad.

Para este producto se tomara como referencia el posicionamiento por calidad, debido a que en esta zona se presentan cafés de alta calidad, los cuales sobrepasan los 83 puntos fácilmente, incluso hay cafés que ya han ganado premios en concursos de catación a nivel nacional.

3.2.9 Ventaja diferencial

El café, es especial debido a la ubicación de la parroquia, este cuenta con mayor acidez, por lo cual, sus características físicas y organolépticas (calidad) se convierten en una ventaja diferencial ante los cafés de otras zonas.

3.2.10 Diseño del formulario de recolección de datos

La encuesta es una técnica de recolección de datos, mediante la aplicación de un cuestionario a una muestra de individuos.

A través de las encuestas se pueden conocer las opiniones, las actitudes y los comportamientos de los ciudadanos.

En una encuesta se realizan una serie de preguntas sobre uno o varios temas a una muestra de personas seleccionadas siguiendo una serie de reglas científicas que hacen que esa muestra sea, en su conjunto, representativa de la población general de la que procede. Una encuesta debe cumplir con ciertas características:

- Debe tener relación con el objeto de estudio.
- Se deben utilizar las medidas de escala (nominal, ordinal, intervalo y de razón)
- El número de preguntas varía entre 10 y 12 preguntas
- Se debe realizar una prueba piloto, la cual ayuda a determinar la estructura del cuestionario e identificar si las preguntas son claras, concisas y entendibles. Contiene una pregunta filtro si es necesario y se realiza a máximo 15 personas.

3.2.11 Operacionalización de variables y formulario

Tabla 5.

Matriz de operacionalización de variables

Pregunta	Alternativa de Respuesta	Escala	Objetivo al que pertenece
Nombre	-		Objetivo Especifico N°3
Número de teléfono	-		Objetivo Especifico N°3
Genero	Masculino__ Femenino__	Nominal	Objetivo Especifico N°3
Edad	15 a 25__ 26 a 35__ 36 a 45__ 46 a 55__ 56 en adelante__	Razón	Objetivo Especifico N°3
Nivel de instrucción	Primaria__ Secundaria__ Superior__	Nominal	Objetivo Especifico N°3
Numero de cargas familiares	-	Ordinal	Objetivo Especifico N°3
¿Cuál de las siguientes variedades de café es la que predomina en su finca?	Típica__ Caturra__ Borbón__ SL28__ Pacamara__ Otras__	Nominal	Objetivo General
¿Qué tipo de café usted comercializa?	Verde(en grano)__ Pergamino seco__ Tostado Molido__ Tostado en grano__	Nominal	Objetivo Especifico N° 1
¿Cuántos quintales de café produce por hectárea?	De 1 a 10 qq__ De 11 a 20qq__ De 21 a 30qq__	Razón	Objetivo Especifico N° 1

CONTINÚA 

	De 30 en Adelante__		
¿Cuántos años tiene su plantación (productiva)?	Entre 1 y 3 años__ Entre 3 y 6 años__ Entre 6 y 9 años__ Más de 9 años__	Razón	Objetivo Especifico N° 1 CONTINUA
¿Qué proceso maneja en la etapa pos cosecha de café?	Proceso vía húmeda__ Proceso vía seca__ otros__	Nominal	Objetivo Especifico N°2
¿Posee algún tipo de certificación?	Sí__ No__	Ordinal	Objetivo Especifico N°2
¿Actualmente es miembro de alguna asociación?	Sí__ No__	Ordinal	Objetivo Especifico N°3
¿Su café se exporta?	Sí__ No__	Ordinal	Objetivo Especifico N°3
¿Cuál es el precio promedio al que vende su quintal de café?	De \$101 a \$150__ De \$151 a \$200 __ De \$201 a \$250__ De \$251 a \$300__ De \$301 En Adelante__	Razón	Objetivo Especifico N° 1
¿Cuántos quintales promedio de café vende al mes (local/internacional)?	De 1 a 5 qq__ De 6 a 10qq__ De 10 a 15qq__ De 15 en adelante__	Razón	Objetivo Especifico N° 1
¿Qué propuesta cree Ud. permitiría a su café tener una mejor participación de mercado?	Centro de acopio__ Sistema Asociativo__ Otros__	Nominal	Objetivo Especifico N° 4

Elaborado por: Pablo Alvear

Formulario

ENCUESTA FORTALECIMIENTO DEL CAFÉ ESPECIAL
<p>OBJETIVO GENERAL: Recopilar información de la situación actual de los productores de café especial en la parroquia de Nanegalito del Noroccidente del DMQ</p> <p>INSTRUCCIÓN:</p> <ul style="list-style-type: none"> • MARQUE CON UNA X LA RESPUESTA SELECCIONADA.
<p><u>DATOS GENERALES:</u></p> <p>NOMBRE: _____</p> <p>N° TELEFONO: _____ GENERO: Masculino___ Femenino___</p> <p>EDAD: ___ NIVEL DE INSTRUCCIÓN: Primaria___ Secundaria___ Superior___</p> <p>NUMERO DE CARGAS FAMILIARES: ___</p>
<ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Cuál de las siguientes variedades de café es la que predomina en su finca? Típica__ Caturra__ Borbón__ SL28__ Pacamara__ Otras__ Si su respuesta fue otras, especifique cual _____ 2. ¿Qué tipo de café usted comercializa? Verde(en grano)__ Pergamino seco__ Tostado Molido__ Tostado en grano__ 3. ¿Cuántos quintales de café produce por hectárea? De 1 a 10 qq__ De 11 a 20qq__ De 21 a 30qq__ De 30 en Adelante__ 4. ¿Cuántos años tiene su plantación (productiva)? Entre 1 y 3años__ Entre 3 y 6 años__ entre 6 y 9 años__ más de 9 años__ ¿Qué proceso maneja en la Proceso vía húmeda__ Proceso vía seca__ otros__ 5. ¿etapa pos cosecha de café? Proceso vía húmeda__ Proceso vía seca__ otros__ Si su respuesta fue otros, especifique cual _____ 6. ¿Posee algún tipo de certificación? Sí__ No__ Si su respuesta fue afirmativa especifique cual _____ 7. ¿Actualmente es miembro de alguna asociación? Sí__ No__ Si su respuesta es afirmativa indique el nombre de la asociación _____ 8. ¿Su café se exporta? Sí__ No__ Si su respuesta fue afirmativa especifique la cantidad en quintales _____ 9. ¿Cuál es el precio promedio al que vende su quintal de café? De \$101 a \$150__ De \$151 a \$200 __ De \$201 a \$250__ De \$251 a \$300__ De \$301 En Adelante__ 10. ¿Cuántos quintales promedio de café vende al mes (local/internacional)? De 1 a 5 qq__ De 6 a 10qq__ De 10 a 15qq__ De 15 en adelante__ 11. ¿Qué propuesta cree Ud. permitiría a su café tener una mejor participación de mercado? Centro de acopio__ Sistema Asociativo__ Otros__ Si su respuesta es otros, especifique cual _____

3.3 Fase de Trabajo de Campo

3.3.1 Prueba piloto

Una prueba piloto es una puesta en práctica de un experimento tendiente a considerar las posibilidades de un determinado desarrollo posterior. Puede entenderse también como una primera puesta en escena de un determinado proyecto con la intención de considerar las facilidades de implementación.

3.3.2 Análisis de preguntas

Se procedió a realizar la prueba piloto a 10 caficultores de la parroquia de Nanegalito. La prueba piloto arrojó los siguientes resultados:

- En la pregunta N°7 se puede reformular o cambiar por otra pregunta ya que no es relevante para el estudio.
-

Formulario Prueba Piloto	¿Actualmente es miembro de alguna asociación? Sí__ No__
Formulario Final	¿Actualmente recibe apoyo de las autoridades de su parroquia para incrementar la producción? Sí__ No__

- En la pregunta N°8, para tener una idea más clara, se debe aumentar por medio de quien exporta.

Formulario Prueba Piloto	¿Su café se exporta? Sí__ No__ Si su respuesta fue afirmativa especifique la cantidad en quintales_____
--------------------------------	---

Formulario Final	<p>¿Su café se exporta? Sí__ No__ Si su respuesta fue afirmativa especifique la cantidad en quintales ____ y por medio de quien exporta _____</p>
------------------	---

- En la pregunta N° 11 se debe aumentar la opción de mejorar la calidad, ya que muchos de los encuestados expresaron esta opción.

Formulario Prueba Piloto	<p>¿Qué propuesta cree Ud. permitiría a su café tener una mejor participación de mercado? Centro de acopio__ Sistema Asociativo__ Otros__ Si su respuesta es otros, especifique cual_____</p>
Formulario Final	<p>¿Qué propuesta cree Ud. permitiría a su café tener una mejor participación de mercado? Centro de acopio__ Sistema Asociativo__ Mejorar la calidad__ Otros__ Si su respuesta es otros, especifique cual_____</p>

3.3.3 Formulario final

ENCUESTA “SISTEMA COMERCIAL DEL CAFÉ”
<p>OBJETIVO GENERAL: Recopilar información de la situación actual de los productores de café del Noroccidente del DMQ.</p> <p>INSTRUCCIÓN:</p> <ul style="list-style-type: none"> • MARQUE CON UNA X LA RESPUESTA SELECCIONADA.
<p>DATOS GENERALES:</p> <p>NOMBRE: _____</p> <p>N° TELEFONO: _____ GENERO: Masculino___ Femenino___</p> <p>EDAD: ___ NIVEL DE INSTRUCCIÓN: Primaria___ Secundaria___ Superior___</p> <p>NUMERO DE CARGAS FAMILIARES: _____</p>
<ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Cuál de las siguientes variedades de café es la que predomina en su finca? Típica___ Caturra___ Borbón___ SL28___ Pacamara___ Otras___ Si su respuesta fue otras, especifique cual _____ 2. ¿Qué tipo de café usted comercializa? Verde(en grano)___ Pergamino seco___ Tostado Molido___ Tostado en grano___ 3. ¿Cuántos quintales de café produce por hectárea, aproximadamente? De 1 a 10 qq___ De 11 a 20qq___ De 21 a 30qq___ De 30 en Adelante___ 4. ¿Cuántos años tiene su plantación (productiva)? Entre 1 y 3años___ Entre 3 y 6 años___ entre 6 y 9 años___ más de 9 años___ 5. ¿Qué proceso maneja en la etapa pos cosecha de café? Proceso vía húmeda___ Proceso vía seca___ otros___ Si su respuesta fue otros, especifique cual _____ 6. ¿Posee algún tipo de certificación? Sí___ No___ Si su respuesta fue afirmativa especifique cual _____ 7. ¿Actualmente recibe apoyo de las autoridades de su parroquia para incrementar la producción? Sí___ No___ Si su respuesta es afirmativa indique que tipo de apoyo recibe _____ 8. ¿Su café se exporta? Sí___ No___ Si su respuesta fue afirmativa especifique la cantidad en quintales _____ y por medio de quien exporta _____ 9. ¿Cuál es el precio promedio al que vende su quintal de café? De \$101 a \$150___ De \$151 a \$200 ___ De \$201 a \$250___ De \$251 a \$300___ De \$301 En Adelante___ 10. ¿Cuántos quintales promedio de café vende al mes (local/internacional)? De 1 a 5 qq___ De 6 a 10qq___ De 10 a 15qq___ De 15 en adelante___ 11. ¿Qué propuesta cree Ud. permitiría a su café tener una mejor participación de mercado? Centro de acopio___ Sistema Asociativo___ Mejorar la calidad___ Otros___ <p>Si su respuesta es otros, especifique cual _____</p> <p>_____</p>

3.4 Fase de Análisis

3.4.1 Análisis de datos

Procesamiento de datos e interpretación

Para el procesamiento de los datos obtenidos a través de la aplicación de la encuesta se utilizó el programa SPSS versión 22.0 y se aplicó un análisis univariado y bivariado.

3.4.2 Análisis univariado

PREGUNTA A:

Tabla 6.

Genero del Encuestado.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Femenino	9	25,7	25,7	25,7
	Masculino	26	74,3	74,3	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

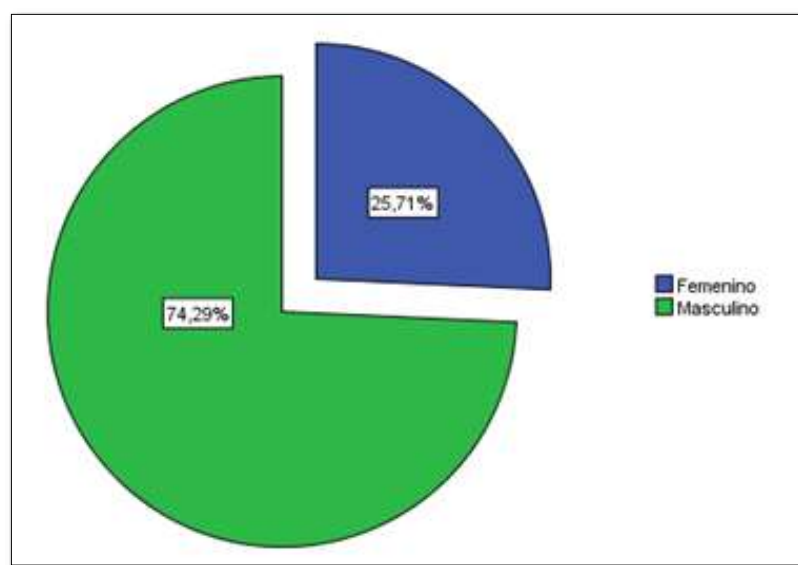


Figura 15. Género del Encuestado

ANÁLISIS EJECUTIVO:

Analizando la pregunta A, correspondiente al género, se observa que el mayor porcentaje corresponde a productores hombres, mismo que se pudo evidenciar en la visita a campo, donde los hombres son los que realizan las actividades de cosecha y postcosecha, sin embargo existe un importante 25% de mujeres que colaboran en el cultivo del café.

ANÁLISIS COMPARATIVO

Según un informe del Grupo SIPSE con información de Ansalatina, publicado el 28 de octubre de 2015. La incursión de las mujeres en el universo cafetero, ha tomado dimensiones importantes en los últimos años, pues pasaron de ser las recolectoras del grano o de estar dedicadas a labores domésticas en las fincas, a ser propietarias, con conocimientos plenos de la cadena de producción. Según Mery Santos, directora de la Alianza Internacional de Mujeres en Café (IWCA, por su sigla en inglés) “las mujeres por tener manos más pequeñas, tienen mejor manejo para sembrar. Además cuando se está recolectado el café, la mujer es más detallista, tiene más paciencia, recoge la cerezas más maduras, lo que afecta directamente en la calidad de la taza”.

PREGUNTA B:

Tabla 7.

Edad del encuestado.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De 15 a 25 Años	4	11,4	11,4	11,4
	De 26 a 35 Años	7	20,0	20,0	31,4
	De 36 a 45 Años	5	14,3	14,3	45,7
	De 46 a 55 Años	8	22,9	22,9	68,6
	De 56 Años en adelante	11	31,4	31,4	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

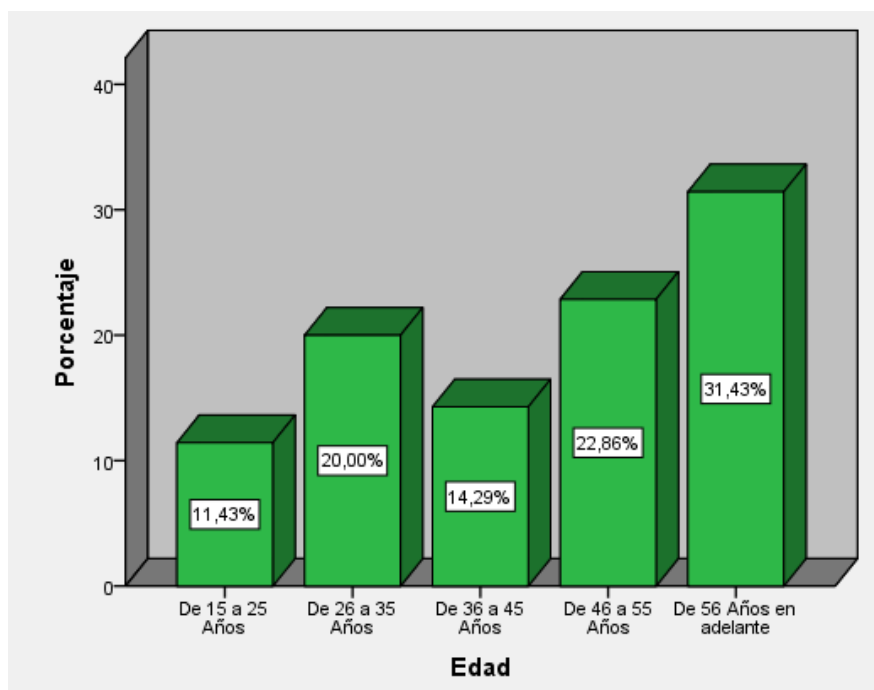


Figura 16 Edad del encuestado

ANÁLISIS EJECUTIVO:

Según la investigación realizada, la edad de los caficultores se encuentra en un rango de 36 a 65 años con un 68%, con una mayor concentración en las edades de entre 56 a 65 años, lo cual representa un 32% del total de encuestados, evidencia que demuestra que en la actualidad los jóvenes no quieren trabajar en el campo, esto conlleva a que exista migración hacia las grandes ciudades.

ANÁLISIS COMPARATIVO

Según Laura Benítez Cisneros en un artículo publicado de Diario La Hora el 22 de marzo de 2012, la migración de los jóvenes a las grandes ciudades, refiriéndose a la población juvenil, que habiendo terminado sus estudios secundarios se dispone abandonar todo por un mejor futuro en sus metas, a rodearse de gente nueva lejos de su entorno familiar, deciden estudiar en la capital o en otras ciudades.

La no adecuada orientación profesional sigue siendo el mayor limitante en los jóvenes de provincias que han culminado sus estudios de bachillerato, y deciden ir a la capital, ya que esta urbe les permite un contacto más cercano en el campo laboral que difícilmente se puede obtener en las provincias pequeñas.

PREGUNTA C:

Tabla 8.

Nivel de Instrucción

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Primaria	19	54,3	54,3	54,3
	Secundaria	8	22,9	22,9	77,1
	Superior	8	22,9	22,9	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

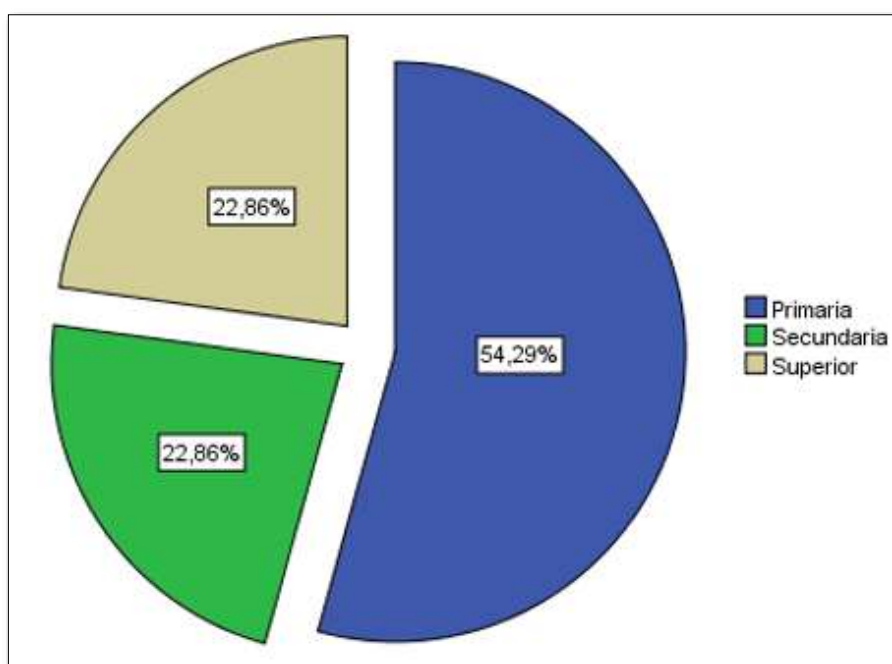


Figura 17 Nivel de instrucción del encuestado

ANÁLISIS EJECUTIVO:

Al analizar la pregunta C, correspondiente al nivel de instrucción se puede evidenciar que la mayoría de personas que se dedica al café de especialidad, solo ha terminado la primaria, evidencia que demuestra porque muchos de los caficultores se les dificulta aumentar la calidad del café, ya que muchos de los textos que existe requiere de una formación académica superior.

ANÁLISIS COMPARATIVO

Según Chain Intervention Framework 2014-2016 (CIF) del proyecto que realizan Veco Andino y Conquito, elaborado el 12 de diciembre de 2014, el nivel de analfabetismo del noroccidente de Quito es mínimo, y un porcentaje significativo de productores terminaron la primaria.

En Nanegalito, existen agricultores con estudios superiores, éstos productores normalmente son empresarios cafetaleros que se han asentado en la región.

PREGUNTA D:

Tabla 9.

Número de cargas familiares

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	0	20	57,1	57,1	57,1
	2	2	5,7	5,7	62,9
	3	8	22,9	22,9	85,7
	4	2	5,7	5,7	91,4
	5	1	2,9	2,9	94,3
	6	1	2,9	2,9	97,1
	8	1	2,9	2,9	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

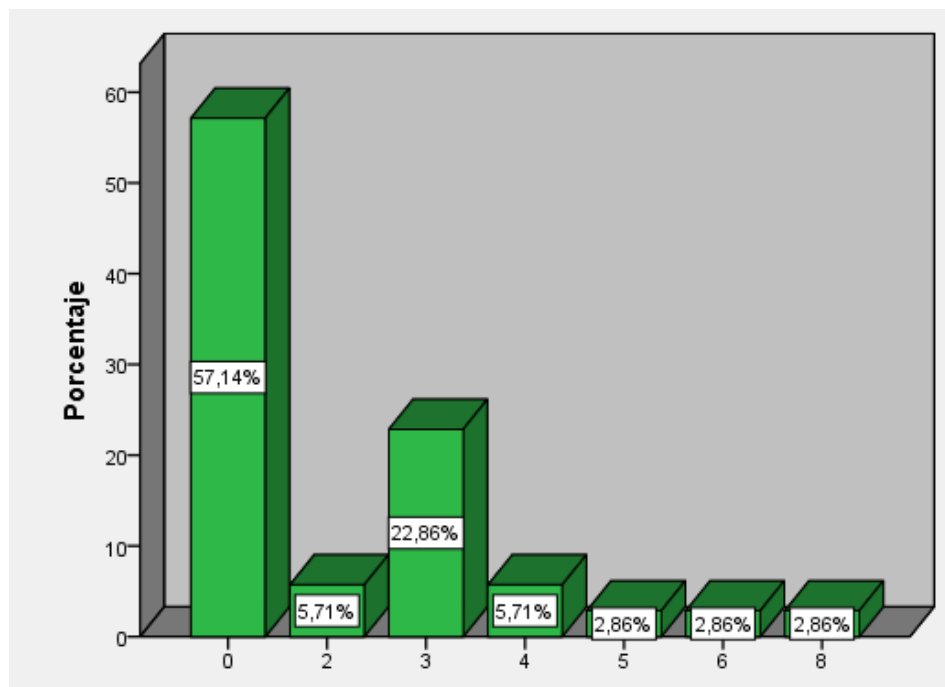


Figura 18 Número de cargas familiares del encuestado

ANÁLISIS EJECUTIVO:

Analizando la pregunta D correspondiente al número de cargas familiares, se obtiene que de un total de 35 encuestados, veinte no poseen cargas familiares lo que representa más del 50% del total, además ocho encuestados manifestaron tener tres cargas familiares lo que representa un 23 % del total.

ANÁLISIS COMPARATIVO

De acuerdo con los datos del Censo de Población y Vivienda del año 2010 en Ecuador el número de hijos por hogar disminuyó en los últimos años. Según Byron Villacis, Director del Instituto Nacional de Estadísticas y Censo (INEC), el decrecimiento de hijos por hogar es una tendencia mundial, debido a que las familias toman decisiones que les permitan cuidar sus presupuestos, por consiguiente existen reducciones en el tamaño de los hogares.

Lo anteriormente expuesto coincide con lo revelado en el análisis de datos en donde la mayor parte de productores no tienen cargas familiares, seguidos de cerca por los productores que tienen únicamente tres cargas familiares.

PREGUNTA 1:

Tabla 10.

Variedades de café que predomina en las fincas

		Frecuencia	Porcentaj e	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Típica	21	60,0	60,0	60,0
	Caturra	8	22,9	22,9	82,9
	Borbón	2	5,7	5,7	88,6
	Pacamara	2	5,7	5,7	94,3
	Sarchimor	2	5,7	5,7	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

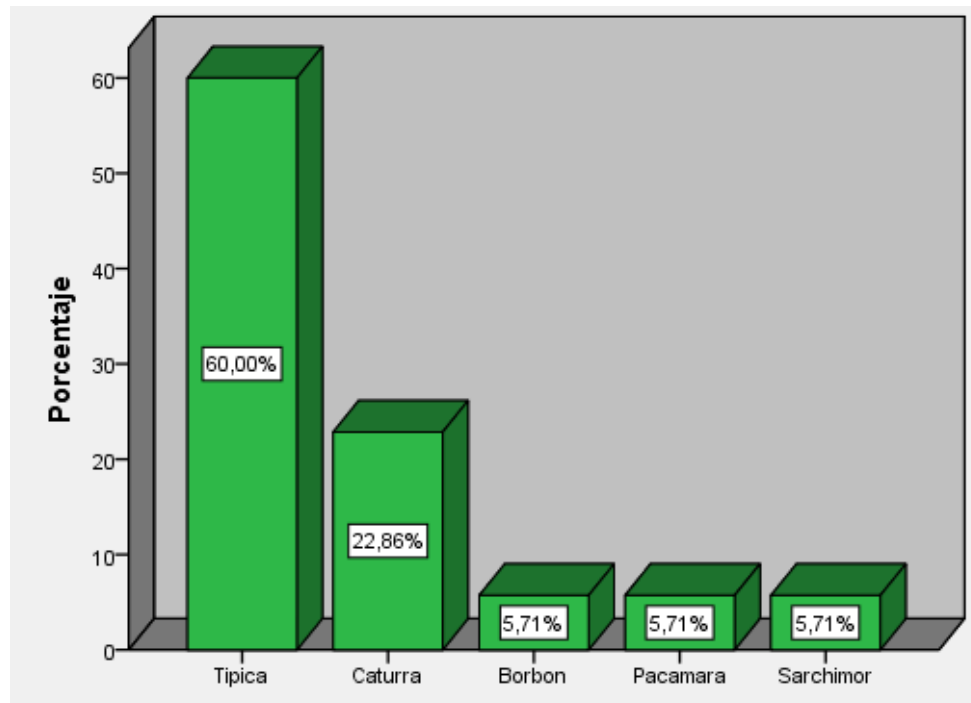


Figura 19 Variedades de café que predomina en las fincas.

ANÁLISIS EJECUTIVO:

De la investigación desarrollada en la pregunta N° 1, se evidencia que el 60% de los investigados posee la variedad típica como predominante en sus fincas, seguido de la variedad caturra, lo cual significa una gran ventaja debido a la adaptabilidad de estas dos variedades de café, a la zona.

ANÁLISIS COMPARATIVO

El artículo publicado por la Revista Líderes el 12 de enero de 2015, muestra que la parroquia de Nanegalito cuentan con climas adecuados para la producción de cafés especiales, la franja ideal oscila entre los 1400 y los 1600 metros sobre el nivel del mar para la obtención de variedades como pacamara, típica, y borbon.

PREGUNTA N°2:

Tabla 11.

Tipo de café que se comercializa.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Verde en grano	6	17,1	17,1	17,1
	Pergamino seco	26	74,3	74,3	91,4
	Tostado molido	1	2,9	2,9	94,3
	Tostado en grano	2	5,7	5,7	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

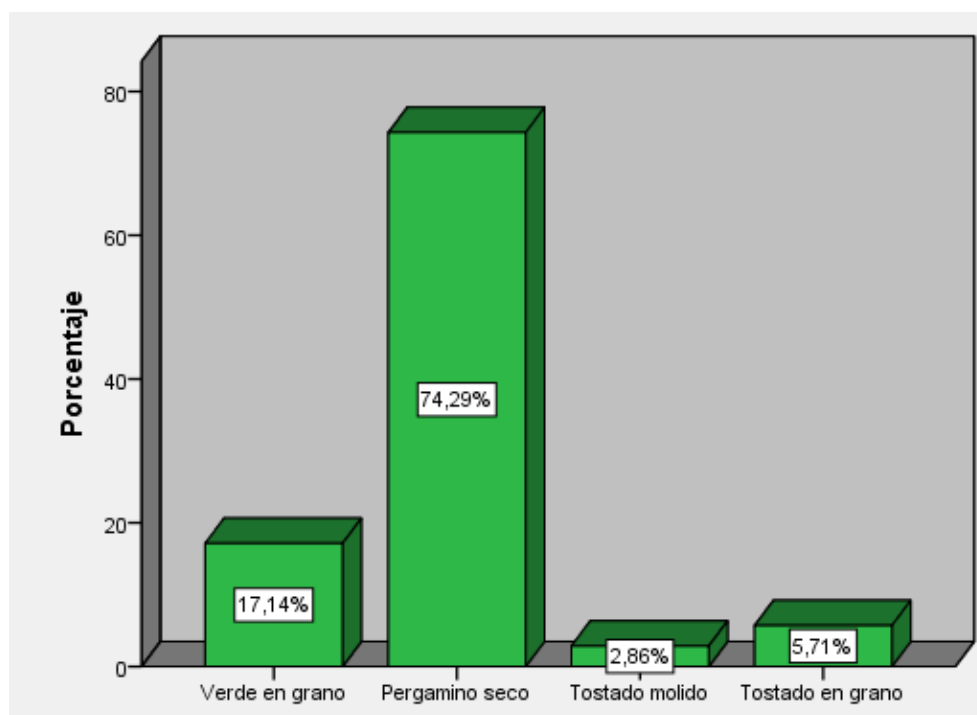


Figura 20 Tipo de café que se comercializa.

ANÁLISIS EJECUTIVO:

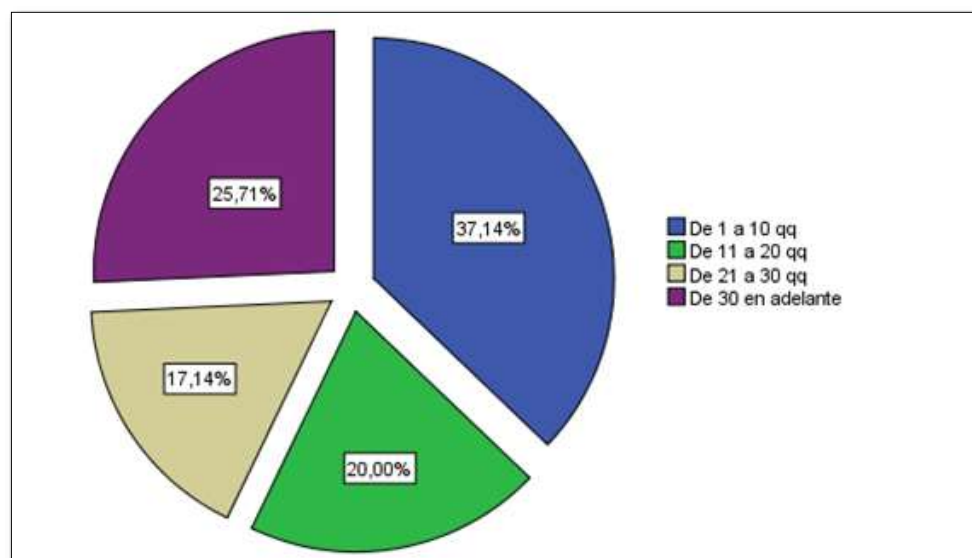
De la investigación desarrollada en la pregunta N° 2, se puede observar que la gran mayoría de productores vende su café en pergamino seco con un 75% sobre las otras formas de venta de café, lo cual evidencia una desventaja al momento de conseguir el mejor precio.

ANÁLISIS COMPARATIVO

Según el Chain Intervention Framework 2014-2016 (CIF), elaborado el 12 de diciembre de 2014, del proyecto realizado entre Veco Andino y Conquito, muestra que el precio de café del noroccidente de Quito, no se ha comercializado en menos de 180 dólares, por ser una variedad no especial sin embargo el café del sector la Perla con variedades gourmet, se ha comercializado en no menos de 300 dólares el quintal y con producciones no inferiores a los 30 quintales por hectárea en pergamino seco. Lo que ha permitido a estos productores mejorar su calidad de vida en el corto plazo.

PREGUNTA N°3**Tabla 12.****Quintales de café por hectárea**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De 1 a 10 qq	13	37,1	37,1	37,1
	De 11 a 20 qq	7	20,0	20,0	57,1
	De 21 a 30 qq	6	17,1	17,1	74,3
	De 30 en adelante	9	25,7	25,7	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

**Figura 21 Quintales de café por hectárea****ANÁLISIS EJECUTIVO:**

De la investigación desarrollada en la pregunta N° 3, se puede observar que el 37% de los encuestados tiene una producción de menos de 10qq por hectárea, sin embargo un 25% de los encuestados producen más de 30 qq por hectárea, lo cual evidencia que con un buen manejo, los suelos son altamente productivos.

ANÁLISIS COMPARATIVO

Francisco Enríquez técnico de Conquito (Agencia Metropolitana de Promoción Económica) a través de un artículo elaborado por Pamela Castilla de Agencia pública de noticias de Ecuador y Suramérica, el 03 de mayo de 2015, indica que tres asociaciones trabajan en las cuatro parroquias noroccidentales de Quito y entre todas, hay un aproximado de 100 productores. Los cuales han tenido una producción de 2.500 quintales de café pergamino seco por año, cifra que prevé ser incrementada a medida los cultivos sigan creciendo.

Así mismo según Conquito, hasta el 2013 el café ocupaba el 40% de la superficie agrícola sembrada en el noroccidente del Distrito, contribuía con el 27% del ingreso en esta actividad y el 11,6% de los ingresos totales del área. Hasta el 2013 estaban registradas dos asociaciones que agrupan a cerca de 70 productores y que también participaron en el proyecto denominado Café de Quito.

PREGUNTA N°4:

Tabla 13.

Edad de las plantaciones de café.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Entre 1 y 3 años	17	48,6	48,6	48,6
	Entre 3 y 6 años	12	34,3	34,3	82,9
	Entre 6 y 9 años	3	8,6	8,6	91,4
	Más de 9 años	3	8,6	8,6	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

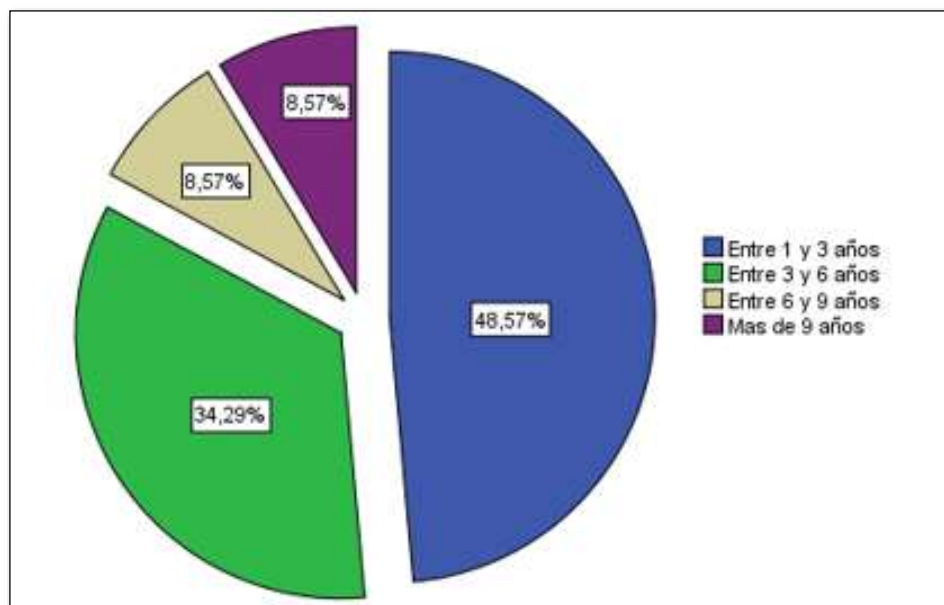


Figura 22. Edad de plantaciones de café.

ANÁLISIS EJECUTIVO:

De la investigación desarrollada en la pregunta N° 4, se puede observar que un 49% de los encuestados tiene plantaciones entre 1 y 3 años de edad, lo cual influye directamente en la cantidad de producción, ya que un cafeto da su máxima producción a partir de los 3 años de edad.

ANÁLISIS COMPARATIVO

El Gobierno Nacional reconoce la importancia del café en la economía del país (22 de noviembre de 2014). Por ello, a través del Ministerio de Agricultura Ganadería Acuacultura y Pesca (MAGAP), impulsa el “Proyecto de Reactivación de la Caficultura Ecuatoriana”, que busca promover la productividad, rentabilidad, investigación, mejoramiento de la calidad e institucionalidad de la cadena de valor.

Con este proyecto, alrededor de 52.500 familias productoras de café arábica, involucradas en la tecnificación de sus cultivos, producirán aproximadamente 2'017.300 quintales de cafés especiales, al décimo año, disponibles para el mercado internacional. Mientras que 15 mil familias que producen café robusta generarán 1'467.000 quintales, al décimo año, producción que se destinarán a la industria local.

Desde el 2014 que este proyecto entro en vigencia, productores que se dedicaban a otros cultivos en el noroccidente de Pichincha decidieron cultivar café, por esta razón las mayoría de las plantaciones tienen edades menores a tres años.

PREGUNTA N°5

Tabla 14.

Proceso que se maneja en la postcosecha del café

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Vía húmeda	20	57,1	57,1	57,1
	Vía Seca	15	42,9	42,9	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

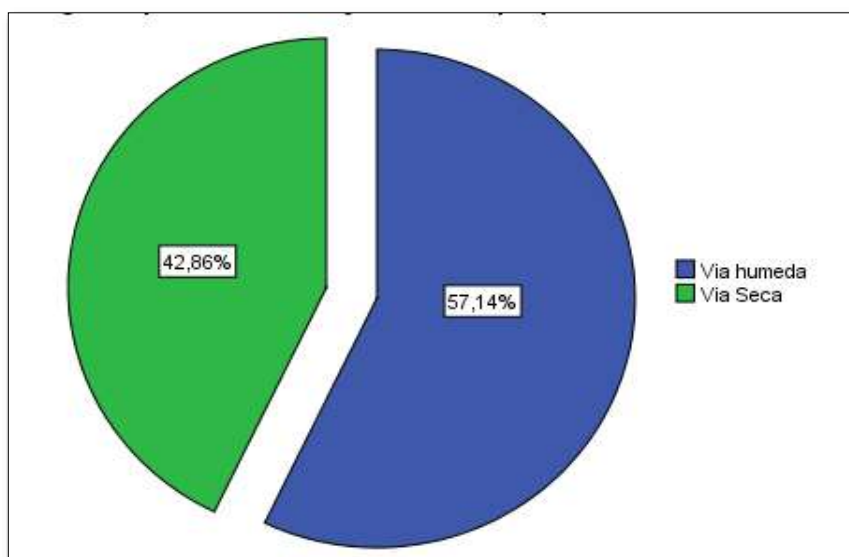


Figura 23. Proceso que se maneja en la postcosecha del café

ANÁLISIS EJECUTIVO:

De la investigación desarrollada en la pregunta N° 5, se puede observar que existe una diferencia pequeña en el proceso que se maneja en la postcosecha de café, sin embargo un 57% realiza un proceso vía húmeda contra un 43% que se inclina por el proceso seco, sin embargo este método emplea cantidades altas de agua.

ANÁLISIS COMPARATIVO

Según el boletín publicado en la página web de la Organización Internacional de café (Diciembre 2015), el método de vía seca se usa aproximadamente para el 90% del café Arábica que se produce en el Brasil, para la mayoría del café que se produce en Etiopía, Haití y Paraguay, y también para algunos Arábicas que se producen en la India y en Ecuador, sin embargo en los últimos años debido al alto precio que se paga por cafés de calidad sobre los 80 puntos, los productores han empezado a utilizar el método vía húmeda, ya que cuando se hace bien este método, se consigue que los atributos intrínsecos del grano de café se conserven mejor y que el café verde sea homogéneo y tenga pocos granos defectuosos.

De ahí que el café que se beneficia con este método, se considere en general de mejor calidad y alcance precios más altos.

PREGUNTA N°6:

Tabla 15.

Tipo de certificación que poseen

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	3	8,6	8,6	8,6
	No	32	91,4	91,4	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

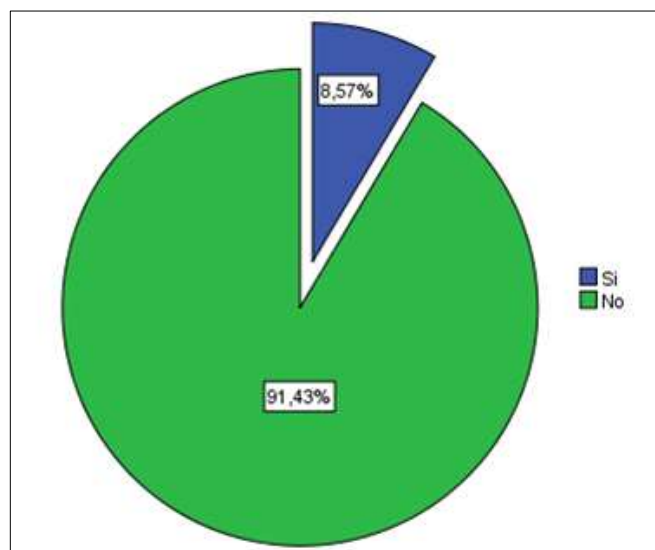


Figura 24 Tipo de certificación que poseen

ANÁLISIS EJECUTIVO:

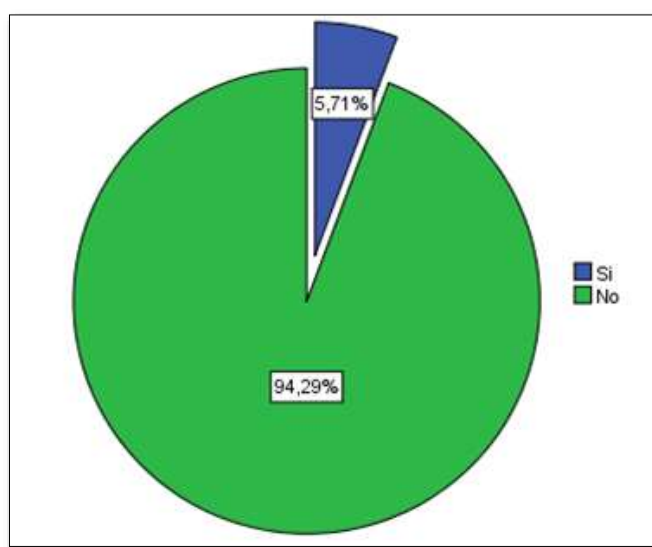
De la investigación desarrollada en la pregunta N° 6, se puede observar que de los 35 encuestados, solo 3 poseen algún tipo de certificación, lo cual se debe tomar muy en cuenta, ya que no contar con certificaciones influye directamente en el precio del café.

ANÁLISIS COMPARATIVO

Según la hoja técnica de la fundación salvadoreña para la investigación del café (02 de octubre de 2009), para que un productor ingrese al mercado del café orgánico, es necesario que cuente con una certificación que lo acredite y para aplicar a ella, debe cumplir con estrictas normas de producción, bajo el control de inspectores de una Agencia Certificadora Nacional y/o Internacional. También es importante tomar en cuenta que el proceso de certificación y las inspecciones tienen un costo, por lo que los productores interesados deben solicitar toda la información necesaria cuando seleccionen una agencia certificadora, razón por la cual muchos de los productores no poseen ningún tipo de certificación.

PREGUNTA N° 7:**Tabla 16.****Apoyo que brindan las autoridades de la parroquia.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	2	5,7	5,7	5,7
	No	33	94,3	94,3	100,0
Total		35	100,0	100,0	

**Figura 25 Apoyo que brindan las autoridades****ANÁLISIS EJECUTIVO:**

En una parroquia, en donde existe un clima propicio para cultivar uno de los mejores cafés del mundo y donde el cultivo del café puede fácilmente mejorar la calidad de vida de sus pobladores, es necesaria la participación activa de autoridades locales, con la finalidad de asegurar el continuo mejoramiento de la calidad de vida de los pobladores, encaminándose al cumplimiento de los objetivos del Plan Nacional del Buen Vivir, para ello podría desarrollarse un sinnúmero de actividades, desde la capacitación de los mismos, hasta la ejecución de planes que faciliten el acceso a herramientas de producción para los pequeños productores.

A pesar de estos un 94% de los encuestados, hasta el momento en que se realizó la encuesta, no ha recibido ningún tipo de ayuda por parte de autoridades de su parroquia.

ANÁLISIS COMPARATIVO

Según una publicación realizada por la comisión Económica para América Latina y el Caribe CEPAL (junio 2013), las autoridades deben concentrarse en el fomento del desarrollo productivo agrícola, debido a que los pequeños productores presentan problemas reales para acceder a nueva tecnologías, créditos y otras condiciones necesarias para modernizar sus procesos de producción

Esta situación presenta algunas causas, entre ellas el desconocimiento de la oferta tecnológica, el bajo nivel cultural e incapacidad financiera.

PREGUNTA N° 8:

Tabla 17.

Porcentaje de productores que exportan su café

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	15	42,9	42,9	42,9
	No	20	57,1	57,1	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

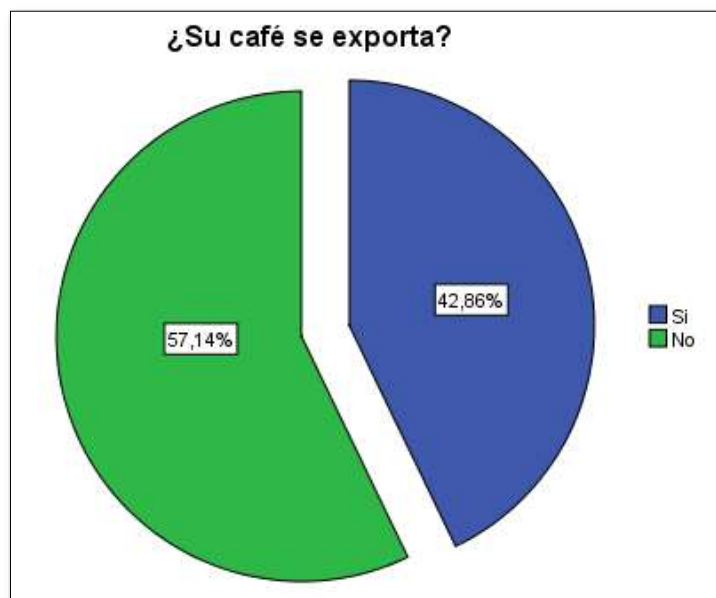


Figura 26. % de productores que exportan su café

ANÁLISIS EJECUTIVO:

De la investigación desarrollada en la pregunta N° 8, se puede observar que el 43% de los encuestados exportan su café, lo cual evidencia que el café de esta zona es apetecido por países del extranjero, sin embargo un importante 58% no logra exportar su café, ya que no cumplen con el puntaje y/o calidad necesaria, requerida para la exportación.

ANÁLISIS COMPARATIVO

El artículo publicado en la página web de PROECUADOR (Agosto 2015), muestra que Ecuador posee una gran capacidad como productor de café, y es uno de los pocos países en el mundo que exporta todas las variedades de café: arábigo lavado, arábigo natural y robusta.

Debido a su ubicación geográfica, Ecuador produce un de los mejores cafés de América del Sur y los más demandados en Europa. Los diferentes ecosistemas que posee el Ecuador permiten que los cultivos de café se den a lo largo y ancho del país llegando a cultivarse inclusive en las Islas Galápagos.

La producción del café arábigo se da desde marzo hasta octubre, mientras la de robusta se da desde febrero hasta noviembre.

El café ecuatoriano se exporta actualmente a casi cincuenta países, entre los cuales se encuentran: Estados Unidos, Alemania, España, Chile, Colombia, Italia, Francia, Polonia, Japón, Bélgica, Argentina, Países Bajos, Canadá, entre otros.

El café en forma de grano verde o tostado es exportado en sacos de cabuya de 60 kilos, y el café soluble en cajas de 25 a 30 kilos, o en frascos de vidrio, latas y sobres. También se exporta como extracto congelado en tambores de 55 galones.

PREGUNTA N° 9

Tabla 18.

Precio promedio del quintal de café

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De \$101 a \$150	6	17,1	17,1	17,1
	De \$151 a \$ 200	14	40,0	40,0	57,1
	De \$201 a \$250	5	14,3	14,3	71,4
	De \$ 251 a \$300	6	17,1	17,1	88,6
	De \$301 en adelante	4	11,4	11,4	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

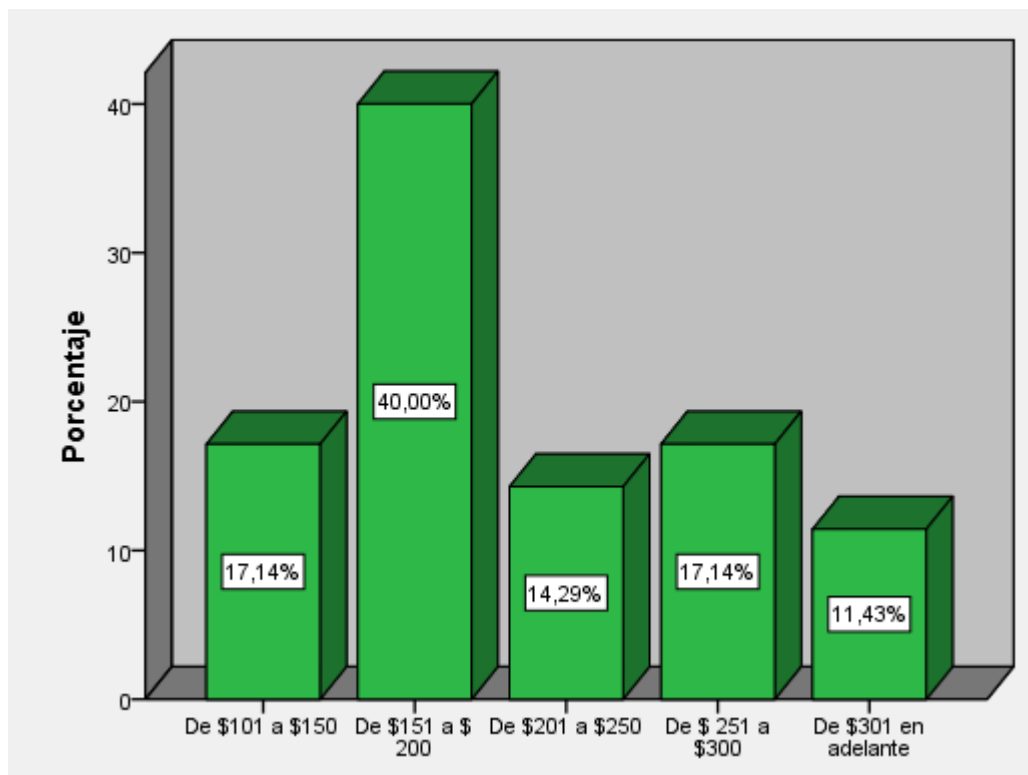


Figura 27. Precio promedio del quintal de café

ANÁLISIS EJECUTIVO:

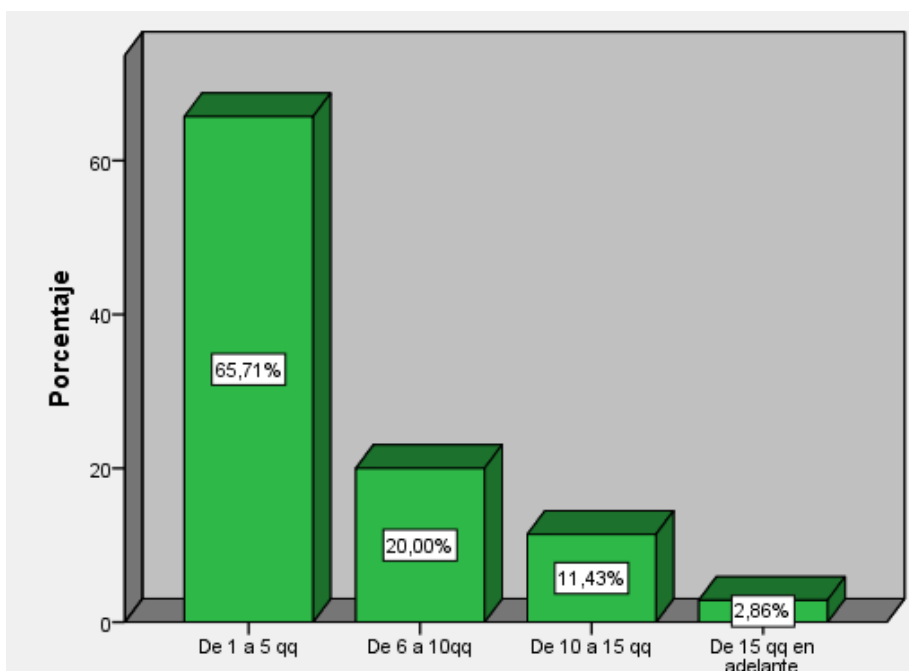
De la investigación desarrollada en la pregunta N° 9, se puede observar que un 40% de los encuestados venden su quintal de café a más de \$151.00 dólares, sin embargo el precio es relativamente bajo, lo cual no cubre ni el esfuerzo, ni la inversión de los productores de la zona.

ANÁLISIS COMPARATIVO

La revista “The Grocer” reportó en su edición del 10 de Octubre de 2015, que los precios del café arábigo han disminuido 7.6% (mes-mes). Esto debido a la predicción de una buena oferta global y la depreciación del Real Brasileño, por ende se debe pensar en que la calidad y no la cantidad permitirán obtener una mejor ganancia a los productores de café.

PREGUNTA N° 10**Tabla 19.****Quintales promedio vendidos al mes**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De 1 a 5 qq	23	65,7	65,7	65,7
	De 6 a 10qq	7	20,0	20,0	85,7
	De 10 a 15 qq	4	11,4	11,4	97,1
	De 15 qq en adelante	1	2,9	2,9	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

**Figura 28. Quintales promedio vendidos al mes****ANÁLISIS EJECUTIVO:**

De la investigación desarrollada en la pregunta N° 10, se puede observar que solo un 34% de los encuestados vende más de 5 qq de café al mes, aquí cabe señalar que el calendario del café de noroccidente de Quito, muestra que los meses de cosecha son: marzo, abril, mayo, junio, julio, agosto y septiembre.

ANÁLISIS COMPARATIVO

Según un artículo del Diario de Portoviejo (10 de febrero 2014), indica que en el caso de Ecuador, durante el 2013, según datos de la Asociación Nacional de Exportadores de Café (Anecafé), exportó 78.587,22 sacos de 60 kilos de café arábigo, 122.656,39 de robusta y 1'261.690,96 sacos de café industrializado. Estas exportaciones representan un total de 218'070.535,46 dólares durante el año 2014.

PREGUNTA N° 11

Tabla 20.

Propuesta de mejora de participación de mercado.

Válido	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Centro de Acopio	3	8,6	8,6	8,6
Sistema Asociativo	6	17,1	17,1	25,7
Mejorar la calidad	24	68,6	68,6	94,3
Otros	2	5,7	5,7	100,0
Total	35	100,0	100,0	

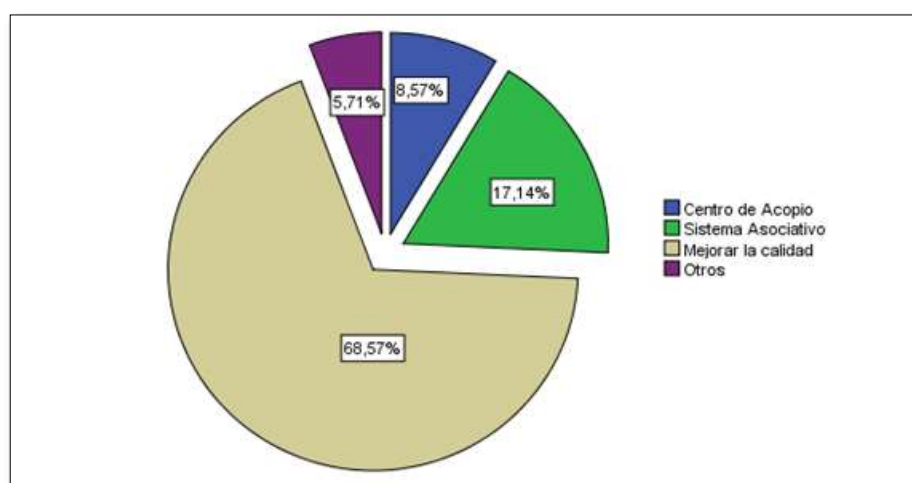


Figura 29. Propuesta de mejora de participación de mercado

ANÁLISIS EJECUTIVO

De la investigación realizada, un 69% del total de encuestados asegura que para fortalecer el sistema comercial asociativo de los pequeños productores de la parroquia de Nanegalito es importante mejorar la calidad, para de esta manera poder conseguir precios mucho más altos y tener un mejor acceso a mercados nacionales e internacionales con café de alta calidad, si bien no se puede competir en cantidad con grandes marcas, la calidad del café del noroccidente de Quito brinda una ventaja competitiva en el mercado.

ANÁLISIS COMPARATIVO

Miguel F. Monroig (03 de marzo de 2014), en su informe del Blog Ecos de café indica, que ante la situación mundial y local de la caficultura una de las principales estrategias para el mercadeo del café debe ser la calidad. Si se quiere ser competitivo hay que participar con una mejor calidad del producto en el mercado. Hay que promocionar el producto por la calidad.

Este concepto tiene que estar en la conciencia de todos los involucrados en las distintas fases de la industria.

Entre las ventajas de producir un café de calidad están las siguientes:

- Vender a mejores precios
- Posicionarse en nuevos mercados o mantenerse en los actuales
- Tener una ventaja competitiva entre países productores

Esto requiere un trabajo y esfuerzo continuo que no descuide ninguno de los factores que influyen en la calidad.

Por ello en cada uno de los procesos se debe considerar la adopción y uso de prácticas adecuadas para la producción, procesamiento y elaboración del grano de manera que obtengan la excelencia en la calidad que se proponen comercializar.

3.4.3 Análisis bivariado

Permite analizar dos o más variables de estudio, utilizando técnicas estadísticas

3.4.3.1 Anova

Relación entre dos o más variables de estudio respecto a su media

HIPÓTESIS:

HO: Si es mayor que 0.5 se rechaza. Las variables del precio al que venden el quintal de café y si exportan su café, no se encuentran relacionadas entre sí.

H1: Si es menor que 0.5 se acepta. Las variables del precio al que venden el quintal de café y si exportan su café, se encuentran relacionadas entre sí.

Tabla 21.

Anova 1

	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
¿Su café se exporta?	17,202	1	17,202	14,675	,001
¿Cuál es el precio promedio al que vende su quintal de café?	38,683	33	1,172		
Total	55,886	34			

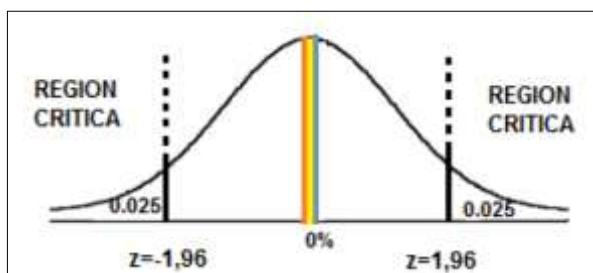


Figura 30. Anova 1

ANÁLISIS EJECUTIVO:

Para este análisis se consideró las variables de cuál es el precio al que venden el quintal de café y si el café se exporta, en donde se puede observar que el nivel de significancia es menor que 0,05, es decir ambas variables se encuentran relacionadas y tienen medias similares por lo que se acepta la hipótesis alternativa y el estudio es viable.

HIPÓTESIS:

HO: Si es mayor que 0,5 se rechaza. Las variables de cuántos años tiene la plantación de café y cuántos quintales producen por hectárea, no se encuentran relacionadas entre sí.

H1: Si es menor que 0,5 se acepta. Las variables de cuántos años tiene la plantación de café y cuántos quintales producen por hectárea, se encuentran relacionadas entre sí.

Tabla 22.

Anova 2

	Suma de cuadrados	Gl	Media cuadrática	F	Sig.
¿Cuántos quintales producen por hectárea?	7,316	3	2,439	3,308	,033
¿Cuántos años tiene su plantación (productiva)?	22,855	31	,737		
Total	30,171	34			

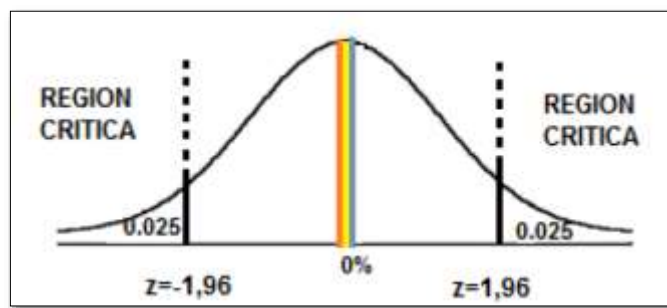


Figura 31. Anova 2

ANÁLISIS EJECUTIVO

El análisis ANOVA se realizó tomando en consideración las variables de cuantos quintales producen por hectárea y cuántos años tiene su plantación, en donde se puede observar que el nivel de significancia es menor que 0.05, es decir ambas variables se encuentran relacionadas y tienen medias similares. Como consecuencia de lo expuesto, se acepta la hipótesis alternativa y el estudio es viable.

3.4.3.2 Cruce de variables

Tabla 23.

Crosstab 1

¿Qué proceso maneja en la etapa pos cosecha de café? * ¿Cuántos quintales promedio de café vende al mes (local/internacional)? tabulación cruzada						
Recuento						
		¿Cuántos quintales promedio de café vende al mes (local/internacional)?				Total
		De 1 a 5 qq	De 6 a 10qq	De 10 a 15 qq	De 15 qq en adelante	
¿Qué proceso maneja en la etapa pos cosecha de café?	Vía húmeda	12	5	2	1	20
	Vía Seca	11	2	2	0	15
Total		23	7	4	1	35

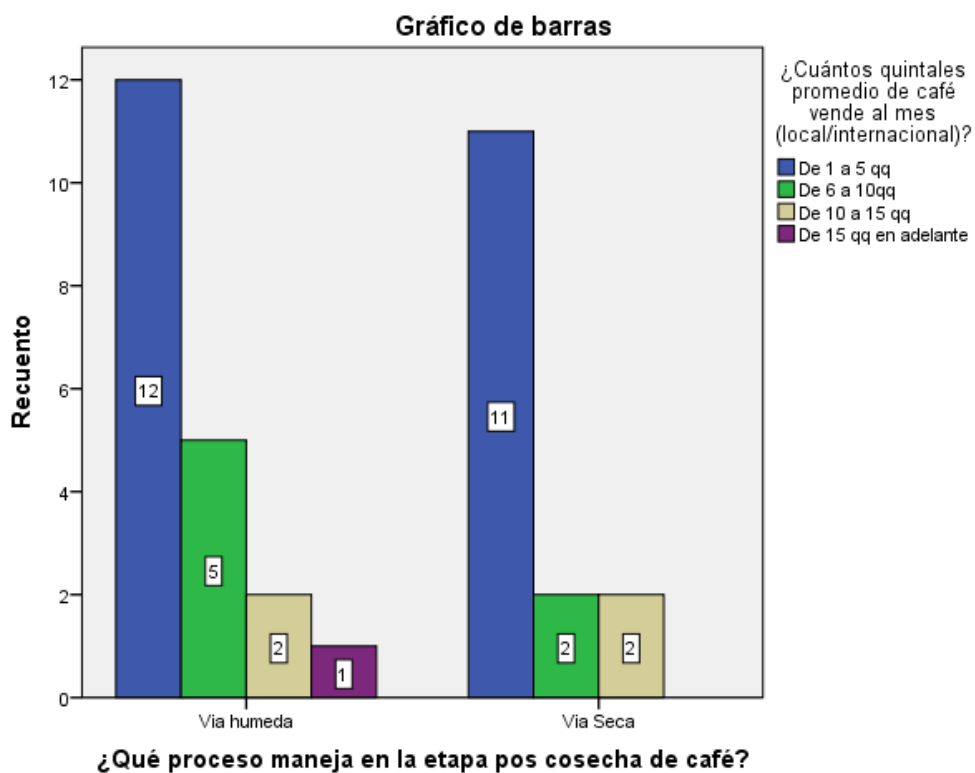


Figura 32. Crosstab 1

ANÁLISIS EJECUTIVO

En la tabla anterior se puede apreciar la relación entre las variables de proceso que manejan en la etapa de postcosecha del café y cuantos quintales venden al mes. Al realizar el cruce de variables se evidencia que el mayor contingente fue de 12 encuestados que manejan el proceso vía húmeda y que venden de uno a cinco quintales mensuales, es decir existe asociación y relación entre las variables, por consiguiente el proyecto es viable.

Tabla 24.

Crosstab 2

¿Qué tipo de café usted comercializa? * ¿Cuál de las siguientes variedades de café es la que predomina en su finca? tabulación cruzada							
		¿Cuál de las siguientes variedades de café es la que predomina en su finca?					Total
		Típica	Caturra	Borbón	Pacamara	Sarchimor	
¿Qué tipo de café usted comercializa?	Verde en grano	3	2	0	0	1	6
	Pergamino seco	16	6	1	2	1	26
	Tostado molido	1	0	0	0	0	1
	Tostado en grano	1	0	1	0	0	2
Total		21	8	2	2	2	35

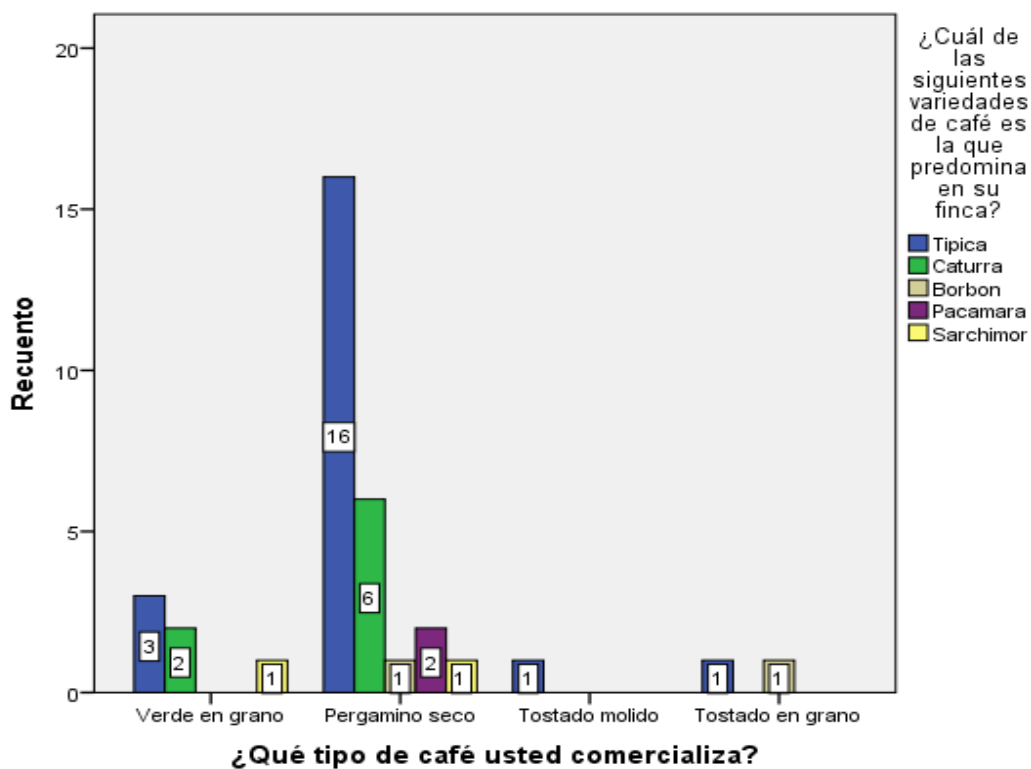


Figura 33. Crosstab 2

ANÁLISIS EJECUTIVO

En la tabla anterior se puede apreciar la relación entre las variables de qué tipo de café comercializa y que variedad predomina en su finca. Al realizar el cruce de variables se evidencia que el mayor contingente fue de 16 encuestados en el tipo de café que comercializa es café pergamino seco lo cual evidencia que existe asociación y relación entre las variables por consiguiente el proyecto es viable.

3.4.3.3 Correlación

El coeficiente de correlación ayuda a medir el grado de dependencia de dos variables de estudio.

Tabla 25.

Correlación 1

		¿Cuántos quintales de café produce por hectárea, aproximadamente?	¿Cuál es el precio promedio al que vende su quintal de café?
¿Cuántos quintales de café produce por hectárea, aproximadamente?	Correlación de Pearson	1	,592**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	35	35
¿Cuál es el precio promedio al que vende su quintal de café?	Correlación de Pearson	,592**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	35	35

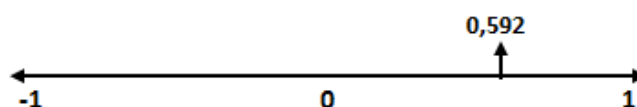


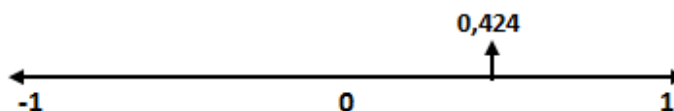
Figura 34. Correlación 1

ANÁLISIS EJECUTIVO

Como se puede observar en la tabla anterior, existe correlación positiva media de 0.592, entre las variables de cuantos quintales de café produce por hectárea y cual es precio promedio al que venden su quintal de café, es decir, tienen una asociación directamente proporcional, lo cual evidencia la asociación y relación baja entre estas variables para mi proyecto, por lo cual se debe generar estrategias para alcanzar una correlación perfecta.

Tabla 26.**Correlación 2**

		¿Cuántos quintales promedio de café vende al mes (local/internacional)?	¿Cuántos años tiene su plantación (productiva)?
¿Cuántos quintales promedio de café vende al mes (local/internacional)?	Correlación de Pearson	1	,424*
	Sig. (bilateral)		,011
	N	35	35
¿Cuántos años tiene su plantación (productiva)?	Correlación de Pearson	,424*	1
	Sig. (bilateral)	,011	
	N	35	35

**Figura 35. Correlación 2****ANÁLISIS EJECUTIVO**

Como se puede observar en la tabla anterior, existe una correlación positiva baja de 0.424 entre las variables cuantos quintales venden al mes y cuantos años tiene su plantación productiva, es decir, tienen una asociación directamente proporcional baja entre variables para mi proyecto, razón por la cual se debe generar estrategias para conseguir una correlación perfecta.

3.4.3.4 Chi Cuadrado

Este análisis sirve para determinar la relación entre los datos observados frente a los esperados.

HIPÓTESIS

H0: Si es mayor que 0.5 se rechaza. Las variables de que variedad de café predomina en su finca y posee algún tipo de certificación, son independiente entre sí.

H1: Si es menor que 0.5 se acepta. Las variables que variedad de café predomina en su finca y posee algún tipo de certificación, están relacionadas entre sí.

Tabla 27.

Prueba Chi Cuadrado1

Estadísticos de prueba		
	¿Cuál de las siguientes variedades de café es la que predomina en su finca?	¿Posee algún tipo de certificación?
Chi-cuadrado	38,857 ^a	24,029 ^b
Gl	4	1
Sig. Asintótica	,000	,000

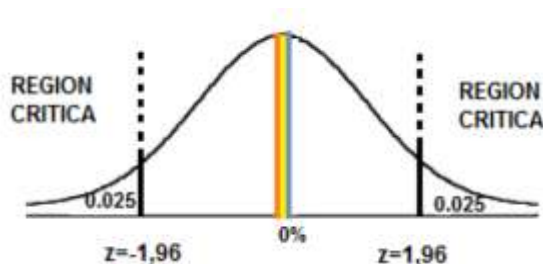


Figura 36. Prueba Chi Cuadrado 1

ANÁLISIS EJECUTIVO

En el análisis realizado se puede observar que las variables de que variedad de café predomina en su finca y si posee algún tipo de certificación, se relacionan y se asocian, con respecto a su media, consecuentemente se acepta la hipótesis alternativa por lo que el estudio de estas variables es viable.

HIPÓTESIS

H0: Si es mayor que 0.5 se rechaza. Las variables de actualmente recibe apoyo de la autoridades de su parroquia y que tipo de café comercializa, son independiente entre sí.

H1: Si es menor que 0.5 se rechaza. Las variables de qué tipo de recibe apoyo de la autoridades de su parroquia y que tipo de café comercializa, están relacionadas entre sí.

Tabla 28.

Prueba Chi Cuadrado 2

	¿Actualmente recibe apoyo de las autoridades de su parroquia para incrementar la producción?	¿Qué tipo de café usted comercializa?
Chi-cuadrado	27,457 ^a	46,943 ^b
Gl	1	3
Sig. asintótica	,000	,000

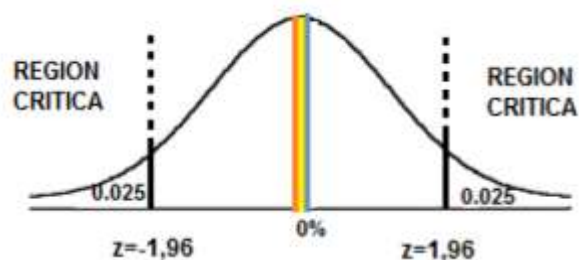


Figura 37. Prueba Chi Cuadrado 2

ANÁLISIS EJECUTIVO

En el análisis realizado se puede observar que las variables de si actualmente reciben apoyo de las autoridades de su parroquia y que tipo de café que comercializan, se relacionan y se asocian, con respecto a su media, consecuentemente se acepta la hipótesis alternativa, por lo que el estudio de estas variables es viable.

3.5 Análisis de la oferta

La oferta es la cantidad de bienes y servicios que los fabricantes o productores están dispuestos a vender en el mercado a un precio determinado.

3.5.1 Clasificación de la oferta

La oferta se clasifica en:

Cuadro 8

Clasificación de la oferta

Clasificación	Definición
Competitiva o de mercado libre	En este tipo de oferta, existe una libre competencia dado que existe gran cantidad de productores de un mismo artículo.
Oligopólica	Existen pocos productores de un mismo artículo y son quienes dominan el mercado
Monopólica	Existe un solo producto y es quien impone el precio y la cantidad producida

Fuente: (Baca, 1998)

La oferta de café especial es limitada ya que es un café dirigido a un mercado específico con un gusto entrenado que sabe diferencia entre un café especial y un café soluble, por lo tanto este commodity tiene una oferta oligopólica, ya que existe un número limitado de productores de café especial en el Ecuador.

3.5.2 Factores que afectan a la oferta

- **EXISTENCIA DE BIENES SUSTITUTOS**

La existencia de bienes aumenta el riesgo de una disminución en la venta del producto que una persona ofrece, debido a que habrá otros productores o fabricantes que producen el mismo bien o con características similares

- **DISPONIBILIDAD DE RECURSOS**

Cuando una organización tiene mayor disponibilidad de recursos como mano de obra, capital, tecnología y recursos naturales, tendrá una mayor oferta de su producto.

- **COMPETENCIA**

La oferta tiende a disminuir a medida que existan más empresas que oferten el mismo bien o sustitutos. El café de especialidad no tiene productos sustitutos, lo cual se convierte en una ventaja.

Como se mencionó en el capítulo dos, la competencia son asociaciones de productores de otras parroquias del noroccidente la cuales se dedican a producir y comercializar café especial, sin embargo mejorar la calidad brindaría una ventaja para los productores de esta parroquia.

En cuanto a la disponibilidad de recursos como la mano de obra, tierra y recursos naturales están disponibles en la parroquia, sin embargo, sería necesario la implementación del factor tecnológico y el respectivo financiamiento para contar con el capital requerido para tecnificar los procesos y de esta forma optimizar recursos.

3.5.3 Oferta actual de café

Según Rodrigo Ontaneda de la fundación Maquipucuna (septiembre 2014), en el noroccidente de Pichincha existen 150 hectáreas dedicadas al café, donde se producen 800 sacos al año. En promedio, cada saco de 25 kilos cuesta USD 350.

En el noroccidente, principalmente, se produce la variedad típica a través de un proceso que ha sido reconocido por la certificadora Dark Roast, como un modelo de producción lenta, que si bien no es de gran escala, es de alta calidad.

3.5.4 Proyección de la oferta

Para la proyección de la oferta se tomó en cuenta la tasa de aumento estimado de la producción mundial de café en 2015-2016 de 1.4% en comparación con 2014-2015 (Organización Internacional de Café, 2015) y se utilizó la siguiente fórmula:

$$Op = Oa (1+i)^n$$

En donde:

- **Op**= Oferta proyectada
- **Oa**= Oferta Actual
- **i** = tasa de crecimiento
- **n** = periodo

Tabla 29.

Proyección de la oferta

Producto	Oferta Actual TM	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Café	Sacos	Sacos	Sacos	Sacos	Sacos	Sacos
	800,00	811,20	822,56	834,07	845,75	857,59

Fuente: (Anecafe, 2015)

3.6 Análisis de la demanda

Se entiende por demanda, aquellas cantidades de un determinado bien o servicio que una población o demandante solicite o requiera para la satisfacción de sus necesidades. Existen diversos factores que pueden incidir en la demanda del café especial en la parroquia Nanegalito, entre las cuales podemos citar el precio, la calidad del producto, facilidad de acceso a la zona, entre otros.

3.6.1 Clasificación de la demanda

Según los autores de libro “Gestión e stocks de demanda independiente”, la demanda se puede clasificar en:

Cuadro 9
Clasificación de la Demanda

Clasificación	Definición
Estable con tendencia y con estacionalidad	Demanda estable.- es aquella cuya media no sufre variaciones significativas en el periodo considerado.
	Demanda con tendencia.- el valor de su media va creciendo o decreciendo con el tiempo.
	Demanda con estacionalidad.- la media sufre variaciones significativas dentro del periodo de observación que coincide siempre con las mismas fechas.
De movimiento lento y rápido	Demanda de movimiento lento.- Demanda asociada a productos que se compran habitualmente.
	Demanda de movimiento rápido.- asociada a productos que se compran habitualmente
Dependiente o independiente	Demanda dependiente.- Productos cuya cantidad es el resultado de definir niveles de compra o fabricación.
	Demanda Independiente.- Esta limitada por las decisiones de los clientes que no pueden ser anticipadas.
Discreta y continua	Demanda Discreta.- Está representada por periodos de tiempo en los cuales el stock no es relevante
	Demanda Continua.-se prevé como una función continua a lo largo del tiempo.

Fuente: (García Sabater, 2004)

Según lo expuesto en la tabla anterior, el café especial del noroccidente de Quito, está sujeto a una demanda con estacionalidad, debido a que el café tiene un calendario de cosecha en ciertos meses del año, también será una demanda dependiente, ya que la cantidad es el resultado de definir niveles de compra.

3.6.2 Factores que afectan a la demanda

- **GUSTOS Y PREFERENCIAS**

Cuando los ingresos de las personas se incrementan es razonable esperar que su demanda por un producto se eleve, es así que los consumidores tienden a requerir más cantidad de un producto cuando su nivel monetario ha mejorado con respecto al anterior.

- **EXPECTATIVAS FUTURAS**

Si un número de compradores esperan que el precio de un bien o servicio se eleve en el futuro, podría ocasionar que la demanda actual se eleve y existan más ventas que las habituales de un determinado producto.

- **PRECIOS DE PRODUCTOS SIMILARES**

La mayoría de las ocasiones, antes de realizar la compra, el consumidor realiza un comparativo entre el precio del producto en venta en dos o más lugares, para escoger el que sea más conveniente. Este factor es determinante para que un cliente o varios, demanden el producto ofertado.

Todos los factores anteriormente descritos afectarán la demanda del café especial, desde las preferencias del consumidor ya que preferirá cafés con puntajes altos, así como las expectativas futuras ya que el precio puede variar depende de cómo se cotice en la bolsa y por último los precios de productos similares en grandes supermercados.

3.6.3 Demanda actual del café

El principal destino de la producción de café ecuatoriano es el mercado internacional, pues, el 87% se orienta a la exportación y al consumo nacional se destina un 13%. (MAGAP, 2013)

Tabla 30.

Producción de café en Ecuador año 2015

PRODUCCION DE CAFÉ DEL ECUADOR AÑO 2015

AÑO	ROBUSTA	NATURAL	LAVADO	LAVADO ORGANICO	TOSTADO Y MOLIDO	TOTAL
	SACOS	SACOS	SACOS	SACOS	SACOS	
2015	12.453,00	9.477,00	1.532,00	588,00	579,00	24.629,00

Producción 2015	Exportaciones (87%)	Consumo nacional (13%)
Sacos	Sacos	Sacos
24.629,00	21427,23	3201,77

Fuente: (Anecafe, 2015)

3.6.4 Proyección de la demanda

Para realizar la proyección de la demanda se utilizó el 2,5 % tasa media de crecimiento anual del consumo mundial de café desde 2011 (ICO, 2015).

$$D_p = D_a (1+i)^n$$

En donde:

- D_p = demanda proyectada
- D_a = demanda actual
- i = tasa de crecimiento
- n = periodo

Tabla 31.
Proyección de la demanda

Producto	Demanda Actual TM	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
	Sacos	Sacos	Sacos	Sacos	Sacos	Sacos
Café	3.201,77	3.281,81	3.363,86	3.447,96	3.534,15	3.622,51

Elaborado por: Pablo Alvear

3.7 Determinación de la demanda insatisfecha

La demanda insatisfecha está determinada por la diferencia entre la demanda y la oferta y se refiere a aquella porción del mercado que no ha satisfecho sus necesidades por falta de un bien o servicio que las cubra totalmente.

A continuación se muestra la demanda insatisfecha de café para este proyecto,

Tabla 32.
Demanda insatisfecha de café

Años	Demanda Proyectada (Sacos)	Oferta Proyectada (Sacos)	Demanda Insatisfecha (Sacos)
1	3.281,81	811,20	2.471
2	3.363,86	822,56	2.541
3	3.447,96	834,07	2.614
4	3.534,15	845,75	2.688
5	3.622,51	857,59	2.765

Elaborado por: Pablo Alvear

Como se puede apreciar en la tabla, existe una demanda insatisfecha de café a nivel nacional, por lo cual si los productores de café se organizan y mejoran su calidad pueden ingresar a los grandes mercados, por ende mejorar su nivel de ingresos y satisfacer la demanda de los consumidores de café especial.

CAPITULO IV

ESTRATEGIAS Y PROPUESTA

4.1 Tipos de estrategias

Cuadro 10

Tipos de estrategia

ESTRATEGIAS	DEFINICIÓN
PRODUCTO	El producto es el catalizador para el inicio de un negocio, y el desarrollo de la estrategia de producto una de las decisiones más importantes que un vendedor hará, ya que los productos juegan un papel importante en la demanda, la competencia y el éxito.
PRECIO	Es un marco de fijación de precios básico a largo plazo que establece el precio inicial para un producto y la dirección propuesta para los movimientos de precios a lo largo del ciclo de vida del producto
PLAZA	Se refiere a los medios de distribución o canales adecuados por los cuales el cliente podrá tener acceso a los productos que se ofrecen. Esto incluye: Puntos de venta o de atención, almacenamiento, formas de distribución, intermediarios, todo aquello con lo que la empresa garantizará que el consumidor pueda tener posesión del producto.
PROMOCION	Son las habilidades, las destrezas a utilizar para dar a conocer, informar o recordar nuestro producto a nuestros consumidores y a los no consumidores.
POSICIONAMIENTO	Es un proceso mediante el cual se desarrolla una estrategia que tiene como objetivo llevar nuestra marca, organización o producto desde su imagen actual a la imagen que deseamos.
PERSONAL	En primer lugar por estrategia de recursos humanos debe entenderse: “el plan maestro y deliberado que una organización hace de sus RRHH para obtener una ventaja competitiva sobre sus competidores”,

Fuente: (Kotler Philip, 2004), (Escat, 2010)

4.1.1 Estrategia de producto

Tabla 33.

Estrategia de Producto

Objetivo Estratégico	Indicador	Meta	Medición	Impulsor	Estrategia	Responsable	Presupuesto Primer año
Aumentar la producción por hectárea de café	Numero de análisis de suelo realizados.	35	Anual	Apoyo de Magap y Ong's	Realizar un análisis de suelo.	Productores	\$ 7.000,00
	Numero de análisis de follaje realizados.	35	Anual	Apoyo de Magap y Ong's	Realizar un análisis de follaje.	Productores	\$ 7.000,00
	% de crecimiento de qq por hectárea.	10%	Anual	Apoyo de Magap y Ong's	Realizar un plan de fertilización.	Productores	\$ 400,00
							\$ 14.400,00

PROBLEMÁTICA

Después de haber realizado las encuestas a los productores de café de la parroquia Nanegalito; y analizado cada una de las respuestas obtenidas, se pudo encontrar los siguientes hallazgos:

De la investigación desarrollada en la pregunta N° 3, se puede observar que le 37% de los encuestados tiene una producción de menos de 10qq por hectárea, lo cual evidencia que la mayoría de productores tienen una productividad baja por hectárea y por ende los ingresos que obtiene por la venta de su café como ganancia son mínimos comparados con el costo de producción.

ESTRATEGIA

Aumentar la producción por hectárea de café. En definitiva, los productores de café en la parroquia de Nanegalito tienen el reto de aumentar la productividad no solo para su propio bienestar, sino también para que el costo por libra producida permita competir en el mercado en las épocas de bajo precio, para lo cual se ha pensado con apoyo del MAGAP y Ong's que apoyan al café en el Ecuador, realizar un estudio de suelo y follaje con el cual se determinará el estado de los suelos.

Una vez conocidos los resultados, poder realizar un plan de fertilización anual, el mismo que ayudara a realizar una fertilización adecuada de los suelos de la zona, con esto y un buen manejo de los cultivos se obtendrá un aumento en la producción de quintales de café por hectárea.

4.1.2 Estrategia de posicionamiento

Tabla 34.

Estrategia de posicionamiento

Objetivo Estratégico	Indicador	Meta	Medición	Impulsor	Estrategia	Responsable	Presupuesto Primer año
Incentivar a los productores para la obtención de certificaciones	Nº de productores con certificación	35	Anual	Apoyo de Magap y Ong's.	Realizar un taller de beneficios ofrece contar con una certificación.	Productores	\$ 1.000,00
	Nº de capacitaciones realizadas	3	Anual	Capacitaciones	Capacitar a productores sobre obtención de certificaciones	Productores	\$ 3.000,00
	Nº de productores con certificación	35	Anual	Agrocalidad	Reunión de socialización con entes que proporcionan certificaciones	Productores	\$ 300,00
							\$ 4.300,00

PROBLEMÁTICA

De la investigación desarrollada en la pregunta N° 6, se puede observar que del total de encuestados, el 91% de los productores no poseen ningún tipo de certificación, lo cual influye directamente en el precio que pueden obtener los productores por la venta de su café, ya que contar con una certificación aumenta significativamente el precio del mismo.

ESTRATEGIA

Incentivar a los productores para la obtención de certificaciones, especialmente la orgánica, la misma que asegura que los productores obtengan un mayor precio por su café, por tal razón es necesario realizar un estudio de socialización de los diferentes tipos de certificación que existen y cuál es la ventaja de contar con una, ya que uno de los principales motivos para que los productores de café no obtengan una certificación, ha sido el desconocimiento de las misma.

Una vez que contemos con el compromiso de los productores por adquirir una certificación, es muy importante realizar un taller de capacitación sobre los requisitos necesarios para obtener una certificación.

Organizar una reunión de negociación con las empresas certificadoras para tratar de buscar el mejor precio al momento de adquirir una.

Por ultimo realizar un taller donde se analice el costo/beneficio de contar con una certificación para que los productores se sientan seguros de la inversión que van a realizar.

4.1.3 Estrategia de posicionamiento

Tabla 35.

Estrategia de posicionamiento

Objetivo Estratégico	Indicador	Meta	Medición	Impulsor	Estrategia	Responsable	Presupuesto Primer año
Conseguir el apoyo de las autoridades de la parroquia	N° de autoridades presentes.	10 c/r	Anual	Productores organizados	Organizar reunión de articulación territorial con autoridades de la parroquia.	Productores	\$ 600,00
	N° de eventos realizados	3	Anual	Productores organizados	Realizar un evento de socialización entre autoridades de la parroquia y productores.	Productores	\$ 600,00
	N° de reuniones realizadas	6	Anual	Productores organizados	Realizar calendario de reuniones entre productores y autoridades.	Productores	\$ 250,00
							\$ 1.450,00

PROBLEMÁTICA

De los 35 productores encuestados en la zonas, un contundente 94% ha respondido, que no ha recibido apoyo por parte de las autoridades de la parroquia, lo cual evidencia que existe muy poca atención de las autoridades hacia los productores de café, si bien el MAGAP ha estado presente en la zona, el apoyo de las autoridades locales ha sido insuficiente.

ESTRATEGIA

Conseguir el apoyo de las autoridades de la parroquia se convierte en una actividad primordial para fortalecer la capacidad comercial y mejorar los ingresos de los pequeños productores de café de la zona, por tal razón se ha pensado que se debe realizar una reunión de articulación territorial donde se pueda juntar al mayor número de autoridades de la parroquia, así como del el gobierno provincial, Magap y diferentes entes que puedan brindar el apoyo que necesitan los productores de café de la zona de Nanegalito. Otra actividad de que se ha pensado es realizar un evento de socialización entre los productores y las autoridades de parroquia, para de esta manera las autoridades puedan conocer el alto potencial de la zona para el cultivo de café. Una vez realizado las reuniones de articulación y socialización establecer un calendario anual de reuniones con las diferentes autoridades de la parroquia y de esta manera lograr una apoyo continuo de las mismas.

4.1.4 Estrategia de promoción

Tabla 36.

Estrategia de promoción

Objetivo Estratégico	Indicador	Meta	Medición	Impulsor	Estrategia	Responsable	Presupuest o Primer año
Establecer relaciones con empresas exportadoras	N° de exportadores presentes	15 c/r	Anual	Apoyo de Conquito y Ong's	Realizar un día de campo en una finca de café donde estén presentes los exportadores.	Productores	\$ 1.000,00
	N° de muestras enviadas	35	Trimestral	Productores	Enviar muestras de café a exportadores.	Productores	\$ 500,00
	Puntajes de café	De 83 en adelante	Trimestral	Catador	Realizar catación de café para obtener puntajes la zona.	Productores	\$ 2.000,00
							\$ 3.500,00

PROBLEMÁTICA

De los productores encuestados, el 57% no exporta su café, lo cual influye directamente en el precio que reciben por la venta del mismo, lo cual impacta directamente en sus ingresos.

ESTRATEGIA

Establecer relaciones con empresas exportadoras permitirá a los productores tener una fuerte posibilidad de exportar su café.

Por tal razón se ha pensado en realizar un día de campo donde se pueda mostrar las fincas y los procesos que realizan los productores al cultivar su café, de tal manera que los exportadores pueden conocer el café de la zona y se conviertan en posibles compradores.

Enviar muestras a las diferentes empresas que se dedican a la exportación de café, para de esta manera dar a conocer la calidad con que cuenta el café de esta zona.

Para conocer el promedio del puntaje de café de la zona, es necesario realizar una catación de muestras de café, en donde todos los productores conozcan cual es el puntaje de su café, al momento de ofrecer el café.

Mostrar el puntaje obtenido a los diferentes exportadores permitirá que más exportadores adquieran el café en la parroquia de Nanegalito, por tal razón los productores aumenten sus ingresos.

4.1.5 Estrategia de posicionamiento

Tabla 37.

Estrategia de posicionamiento

Objetivo Estratégico	Indicador	Meta	Medición	Impulsor	Estrategia	Responsable	Presupuesto Primer año
Mejorar la calidad del Café	N° de Productores que utilizan el manual.	35	Trimestral	Técnicos especializados en café de Magap, Conquito y Ong's	Elaborar un manual de proceso de la calidad de café	Productores	\$ 2.500,00
	N° de capacitaciones	6	Bimestral	Técnicos especializados en café de Magap, Conquito y Ong's	Capacitar a los productores sobre el manejo de procesos de cosecha y postcosecha de café	Productores	\$ 3.000,00
	N° de intercambios realizados	2	Semestral	Técnicos especializados en café de Magap, Conquito y Ong's	Realizar intercambios de experiencias con productores de café de calidad Loja	Productores	\$ 2000.00
							\$ 7500.00

PROBLEMÁTICA

De la investigación desarrollada en la pregunta N° 11, se puede observar que el 69% de los productores piensan que mejorara la calidad, permitirá que su café tenga una mayor participación de mercado. A pesar que la zona ha sido acreedora de importantes premios por la calidad del café, no se ha logrado mantener esa buen prestigio, ya que la calidad es bastante variada en la zona, los productores que invierten más en sus fincas logran obtener mayores puntajes de café, mientras que los productores que no poseen de un capital de trabajo fuerte, muchas veces su café no llega a los 80 puntos, puntaje necesario para ser considerado como un café de especialidad y recibir un precio diferenciado.

ESTRATEGIA

Ante la situación mundial y local de la caficultura una de las principales estrategias para el mercadeo del café debe ser la calidad. Si se quiere ser competitivo hay que participar con una mejor calidad del producto en el mercado. Hay que promocionar nuestro producto por la calidad. Este concepto tiene que estar en la conciencia de todos los involucrados en las distintas fases de la industria.

Entre las ventajas de producir un café de calidad, esta que el productor puede vender su café a mejores precios y posicionarse en nuevos mercados o mantenerse en los actuales

Esto requiere un trabajo y esfuerzo continuo que no descuide ninguno de los factores que influyen en la calidad.

Por ende una de las estrategias es realizar un manual de proceso de la calidad del café, el mismo que contara con no más de 30 páginas con pocas palabras y muchos gráficos, el contenido del mismo ayudara al pequeño productor a realizar un proceso adecuado para obtener un café de calidad.

Así mismo es necesario realizar capacitaciones con apoyo de técnicos del MAGAP, CONQUITO y Ong's que apoyan en la zona, de cómo obtener un café de calidad, las mismas que sean fáciles de entender para todos los productores, ya que como se pudo evidenciar en la investigación realizada, muchos de los productores apenas terminaron la escuela, y si los técnicos van con palabras difíciles y técnicas, los productores no van a entender.

Por último se realizará un intercambio de experiencias entre productores de Nanegalito y productores de las zonas sur del país, en donde los productores cuentan con mucha más experiencia para obtener cafés de calidad, lo cual puede ayudar significativamente a los productores de la parroquia de Nanegalito, ya que podrán conocer y replicar los procesos que se manejan en esta zona.

4.2 Análisis de propuesta

La creación de una asociación de productores con base legal, permitirá acceder a los mercados y acceder a apoyo de organización no gubernamentales, así mismo de esta manera podrán vender su café como una sola marca y aumentaran su cartera de clientes.

4.3 Análisis de Actividades

- **Realizar un análisis de suelo:** Análisis de suelos pueden usarse para acertar pH, contenido de materia orgánica y capacidad de intercambio catiónico (CIC), así dando una indicación de la disponibilidad de nutrientes y las características de retención de nutrientes del suelo.

Se enviaran muestras de los 35 productores de la zona, previamente recolectadas al laboratorio AGROBIOLAB CÍA.LTDA, ubicada en Quito dicho estudio permitirá a los productores conocer cuáles son las características de sus suelos, para de esta manera tomar medidas correctivas las cuales les ayuden a aumentar la producción.

- **Realizar un análisis de follaje:** Un análisis de tejido foliar ayuda a monitorear las necesidades del cultivo durante los periodos más importante del ciclo de crecimiento. Análisis temporales, que se efectúan a la misma fase de crecimiento, ayudará en construir una imagen clara de la situación nutritiva y las necesidades, y subrayará donde se tiene que hacer ajustes al programa de fertilización actual.

Análisis foliares también se pueden usar para diagnosticar o confirmar deficiencias de nutrientes, sobre todo donde síntomas visuales son confusos, no visibles o donde ocurren deficiencias múltiples de nutrientes. Es importante asegurar que los análisis foliares sigan los procedimientos básicos.

Pre-floración es la fase preferida para tomar muestras, pero un muestreo más frecuente es deseable para averiguar y ajustar el estatus nutritivo durante periodos de crecimiento activo.

- **Realizar un plan de fertilización:** Un plan de fertilización ayudara a llevar una fertilización paulatina y adecuada, con el fin de mejorar la capacidad de producción por hectárea
- **Realizar un taller de socialización sobre tipos de certificación y que beneficios ofrece:** socializar los beneficios que otorga el contar con una certificación es de vital importancia, ya que en la zona, muchas veces por el desconocimiento y el costo que tiene la certificación, los agricultores optan por no adquirirlas, ya que piensan que será una pérdida de dinero.

Se espera que después de la socialización los productores adquieran certificaciones y de esta manera pueden vender sus cafés a precios más altos.

- **Capacitar a productores sobre obtención de certificaciones:** Los productores necesitan ser capacitados para la obtención de certificación, ya que se requiere de cambios en su manera de producir su café, sin embargo no son cambios radicales.
- **Reunión de socialización con entes que proporcionan certificaciones:** Establecer lazos con entes que entregan certificaciones, entre los principales tenemos a Agrocalidad (entidad encargada de mantener y mejorar el estatus sanitario de los productos agropecuarios del país, con el objetivo de precautelar la inocuidad de la producción primaria, contribuir a alcanzar la soberanía alimentaria, mejorar los flujos comerciales y apoyar el cambio de la matriz productiva del país.).

- **Realizar un día de campo en una finca de café donde estén presentes los exportadores:** Promocionar el café del noroccidente de pichincha, con la organización de un día de campo, permitirá abrir mercados y ampliar la cartera de clientes. Los compradores/exportadores siempre están en búsqueda de café de calidad con el mayor puntaje.
- **Enviar muestras de café a exportadores:** En Quito existen exportadores como Café Vélez y Virmax, los cuales siempre están dispuestos a pagar un buen precio por cafés con alto puntaje, si lo productores se esfuerzan por aumentar su calidad, aseguran la venta de su producción.
- **Realizar catación de café para obtener puntajes la zona:** Para que los productores de café conozcan la calidad de su café es necesario contratar a profesionales que evalúen el puntaje del café de esta zona.
- **Organizar reunión de articulación territorial con autoridades de la parroquia.** El realizar reuniones donde se encuentren autoridades de diversos frentes, permitirá articular las relaciones las cuales ayuden a los productores a mejorar sus cultivos y llegar a los mercados con mayor facilidad.
- **Realizar un evento de socialización entre autoridades de la parroquia y productores:** Las autoridades locales deben familiarizarse con los cultivos de café de la zona, con el fin de mostrar el alto potencial de la zona.
- **Realizar calendario de reuniones entre productores y autoridades:** Establecer un calendario donde se comprometan las autoridades a brindar un apoyo permanente a los productores es de vital importancia.

- **Elaborar un manual de proceso de la calidad de café:** El realizar un manual donde se describan como los productores pueden mejorar la calidad de su café es necesario para la zona y para el país, el mismo que muestre el conjunto de procesos que permiten la expresión, desarrollo y conservación de las características físico-químico propias del café hasta el momento de su transformación y consumo.
- **Capacitar a los productores sobre el manejo de procesos de cosecha y postcosecha de café:** Una capacitación continua a los productores permitirá a los mismos generar capacidades para el mejor manejo de sus parcelas, para lo cual se necesitara el apoyo de técnicos del MAGAP, así como de Ong's internacionales que se encuentran realizando proyectos de investigación en la zona.
- **Realizar intercambios de experiencias con productores de café de calidad Loja:** La visita a fincas de café de la zona sur del país, permitirá a los productores replicar las buenas prácticas que se realizan en esa zona que tiene mucha tradición cafetalera, en las fincas de la parroquia de Nanegalito.

CAPITULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

- Mediante el análisis FODA realizado, se pudo determinar que la parroquia de Nanegalito, posee características idóneas para cultivar café de altísima calidad, entre las cuales podemos mencionar: el clima, las vías de acceso, la cercanía con la capital del Ecuador y plantaciones nuevas con menos de 10 años.
- Para realizar el estudio de mercado se tomó una muestra no probabilística de 35 productores de café especial. Para la recolección de datos se aplicó una encuesta y al analizar la información obtenida, se pudo determinar que el 69% de los productores piensan que para fortalecer el sistema comercial asociativo de los pequeños productores de la parroquia Nanegalito y tener una mayor participación de mercado se debe optar por mejorar la calidad del café.
- La creación de una asociación de café de los pequeños productores, permitirá tener acceso a mayor cantidad de apoyo ofrecido por las organizaciones privadas y públicas, ya que uno de los requisitos primordiales especialmente de entidades no gubernamentales es que, el apoyo que brindan vaya dirigido a asociaciones de por lo menos un año de haberse constituido.

5.2 Recomendaciones

- Adquisición de certificaciones, especialmente la orgánica, la cual permitirá mejorar significativamente los precios al que ofertan el café de esta zona.
- Capacitación constante en temas de producción, fertilización y mejoramiento de la calidad con énfasis especial en la cosecha y postcosecha del café, con el fin de aumentar la productividad y obtener altos puntajes, los cuales ayuden a atraer a más compradores a la zona y por ende mejorar la participación de mercado de los pequeños productores de la parroquia de Nanegalito.
- Capacitación continua en Catación y Barismo, para que los propios caficultores pueden apreciar su café y de esta manera fijen precios acordes, según la calidad de su café, con el fin de reducir costos y aumentar sus ingresos.
- Ejecutar el proyecto en base a la propuesta y estrategias planteadas lo cual contribuirá significativamente al desarrollo económico de los caficultores de la parroquia de Nanegalito

BIBLIOGRAFÍA

- Andes, A. d. (05 de Junio de 2015). *Economía de Ecuador* . Obtenido de <http://www.andes.info.ec/es/noticias/economia-ecuador-crecera-19-2015-segun-ultimas-previsiones-banco-central.html>
- Anecafe. (2015). *Exportaciones 2015*. Obtenido de <http://www.anecafe.org.ec/cafe-ecuador/estadisticas>
- Anecafe. (2015). *Informe Taza Dorada 2014*. Obtenido de <http://www.anecafe.org.ec/1480-informe-final-taza-dorada-2014.html>
- Baca, G. (1998). *Evaluacion de proyectos*. Mc Graw Hill.
- Banco Central del Ecuador. (30 de Septiembre de 2015). *Indicadores Económicos*. Obtenido de <http://www.bce.fin.ec/index.php/indicadores-economicos>
- BBC. (02 de Noviembre de 2012). *El Cafe Árábigo en peligro de extinción* . Obtenido de http://www.bbc.com/mundo/noticias/2012/11/121108_cafe_arabigo_riesgo_extin_sion_jbo
- Bendig Maquinaria S.A. (2014). *Maquinaria para el procesamiento del café*. Obtenido de <http://www.bendig.co.cr/hornos.php>
- Centro de Comercio Internacional. (2012). *La guia del Café*. Obtenido de <http://www.laguiadelcafe.org/guia-del-cafe/mercados-nicho-aspectos-ambientales-y-sociales/que-significa-cafe-especial/>
- Centro de Comercio Internacional. (2012). *La Guia del Café*. Obtenido de <http://www.laguiadelcafe.org/guia-del-cafe/el-comercio-mundial-del-cafe/Paises-productores-de-cafe-segun-el-Grupo-de-Calidad-de-la-OIC/>
- Cofenac. (2003). *Efecto de las abonaduras orgánicas líquidas fermentadas sobre la productividad del cafe Árábigo*. Portoviejo.
- Conquito. (Mayo de 2015). Chain Intervention Framework 2014-2016 cadenas productivas CONQUITO. Quito.
- Coste, R. (1969). *El Café*. Barcelona: Blume.

Diario el Telegrafo. (08 de Agosto de 2015). *Exoneracion del Pago del Impuesto a la Salida de Divisas*. Obtenido de <http://www.telegrafo.com.ec/economia/item/entidades-financieras-son-exoneradas-de-pago-de-isd.html>

Duicela, L. (2011). *Manejo sostenible de fincas cafetaleras*. Portoviejo: CGRAF.

Escat, M. (2010). *Estrategia de Recursos Humanos*. Obtenido de <http://www.arearh.com/rrhh/estrategiasrrhh.htm>

Garcia Sabater, C. C. (2004). *Gestion de Stocks de demanda independiente*, Universidad Politécnica de Valencia. Valencia.

INEC. (16 de Julio de 2015). *Informe sobre el Desempleo Junio 2015*. Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/ecuador-cierra-junio-con-un-desempleo-de-447/>

INEC. (Octubre de 2015). *Reporte de Inflación*. Obtenido de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Inflacion/2015/InflacionOctubre2015/Reporte_inflacion_201510.pdf

Kotler Philip, A. G. (2004). *Marketing*. Prentice Hall.

MAGAP. (2013). *Proyecto de Reactivacion de Cafe y Cacao*.

MAGAP. (Julio de 2013). *Proyecto de Reactivacion de Café y Cacao Nacional Fino de Aroma*. Ecuador.

MAGAP. (2014). *Informe Cafe-Cacao*. Obtenido de <http://www.agricultura.gob.ec/cafe-cacao/>

MAGAP. (2014). *Proyecto de Reactivación de café y cacap nacional fino de aroma*. Obtenido de <http://balcon.magap.gob.ec/pruebas/index.php/proyecto-de-reactivacion-de-cafe-y-cacao-nacional-fino-de-aroma>

Mantilla, F. (2013). *Un Enfoque a la investigación de mercados*. Quito.

Organización Internacional de Café. (2015). *Estadísticas de Comercio*. Obtenido de http://www.ico.org/monthly_coffee_trade_stats.asp

- Ramos, A. (2009). *Estadística aplicada para la investigación*. Obtenido de http://es.slideshare.net/anthonymaule/muestreo-no-probabilistico?next_slideshow=1
- Riddle, J., & J.E., F. (2011). *Manual Intenacional de Inspección Orgánica*. Obtenido de <http://www.scribd.com/doc/25400911/Normativa-Produccion-Organica-Ecuador-Acuerdo177>
- Rochac, A. (1964). *Diccionario del café*. New York: Rabasa.
- Royuela, V. (2010). *Recopilacion de estudios regionales*. Obtenido de <http://www.reunionesdeestudiosregionales.org/Zaragoza2014/htdocs/pdf/p1119.pdf>
- SENPLADES. (2013). *Plan Nacional del Buen Vivir*. Obtenido de <http://www.buenvivir.gob.ec/>
- SEPS. (2012). *Informacion de la Institución*. Obtenido de <http://www.seps.gob.ec/interna?-que-es-la-seps->

ANEXOS

