



Facultad de Ciencias Empresariales

Tema:

**PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CAFÉ
TOSTADO Y MOLIDO
SOBRES ULTRA FILTRANTES LA SULTANA**

Trabajo de Titulación que se presenta como requisito
para el título de Ingeniería en Ciencias Empresariales.

Autor:

María Verónica Zavala Zavala

Tutor:

José Macuy.

Samborondón, Marzo 2013.



*Your complimentary
use period has ended.
Thank you for using
PDF Complete.*

[Click Here to upgrade to
Unlimited Pages and Expanded Features](#)

Agradezco a todas aquellas personas que de una u otra manera contribuyeron en este trabajo, en especial a mis padres que gracias a su dedicación y esfuerzo pude culminar esta etapa importante de mi vida, también no podría dejar de agradecer a cada uno de mis profesores y sobre todo mi tutor, quienes me impartieron sus conocimientos durante mi carrera y en esta etapa de investigación.
Mil gracias a cada uno de ellos.

1. CAPITULO I: EL PROBLEMA

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA 8

1.1.1 Origen y descripción del problema 8

1.1.2 Delimitación del problema 9

1.1.3 Formulación del problema 9

1.1.4 Sistematización del problema 9

1.1.5 Determinación del tema 10

1.2 OBJETIVOS 10

1.2.1 Objetivo General de la Investigación 10

1.2.2 Objetivos Específicos de Investigación 10

1.3 JUSTIFICACIÓN 10

2. CAPÍTULO II: MARCO REFERENCIAL 12

2.1 MARCO TEÓRICO 12

2.1.1 Antecedente Históricos 12

2.1.2 Historia del Café en el mundo 12

2.1.3 El proceso del cultivo 13

2.1.3.1 Plantaciones 13

2.1.3.2 La cosecha y procesamiento de los granos de café 14

2.1.3.3 Pasos adicionales 16

2.1.4 Tipos de granos de café 17

2.2 LA SULTANA COMO COMPAÑÍA 19

2.2.1 Misión 19

2.2.2 Características de la Compañía La Sultana 19

2.2.3 Ubicación de la Compañía 19

2.2.4 FODA 19

2.3 Preparación de los granos de café 20

2.4 Preparación técnica de los sobres ultra filtrantes de café 23

2.5 Análisis del entorno 24

2.6 Marco Legal 25

2.7 El café como factor de desarrollo económico 26

2.8 MARCO CONCEPTUAL 28

2.9 Hipótesis y variables 28

2.9.1 Hipótesis general 28

2.9.2 Hipótesis particulares 28

2.9.3 Declaración de variables 29

2.10 ANÁLISIS DEL SECTOR EMPRESARIAL 29

2.10.1 La entrada de nuevos competidores 29

2.10.2 La sultana frente a la competencia 30

2.10.3 Cafés producidos en Nuestro País 39

2.10.4 La sultana frente a su competencia directa 41

2.10.5 La amenaza y/o presencia de sustitutos 44

- 3. CAPÍTULO III: MARCO METODOLOGICO** .45
- 3.1 TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN** ..45
- 3.2 La población y la muestra** .46
 - 3.2.1 Características de la población** ..46
 - 3.2.2 Delimitación de la población** .47
 - 3.2.3 Tipo de muestra** ..47
 - 3.2.4 Tamaño de la muestra** ...47
- 3.3 Los métodos y las técnicas** ..47
 - 3.3.1 Métodos teóricos** ...47
 - 3.3.1.1 Método inductivo** .47
 - 3.3.1.2 Método deductivo** ...48
 - 3.3.1.3 Síntesis** .48
 - 3.3.2 Técnicas e instrumentos de la investigación** .48
- 3.4 Mercado meta** ...48
 - 3.4.1 Identificación de la demanda** ...49
 - 3.4.2 Modelo de encuesta** ..50

- 4. CAPÍTULO IV: MARCO ADMINISTRATIVO** 58
- 4.1 Talento Humano** 58
- 4.2 Recursos financieros** ...58
- 4.3 Presupuestos** 59
- 4.4 Análisis financiero** 61
 - 4.4.1 Estados financieros proyectados** ...62
- 4.5 Conclusiones** 68
- 4.6 Recomendaciones** 69

- 5. CAPÍTULO V:**
- 5.1 BIBLIOGRAFÍA DE INVESTIGACIÓN** 70
- 5.2 ANEXOS** ..76

Tabla 1. Declaración de variables con sus respectivos conceptos	.29
Tabla 2. Porcentaje de participación de las personas que consumen café	..50
Tabla 3. Promedios de consumo de café	51
Tabla 4. Porcentaje de participación de los lugares donde suelen comprar café	.52
Tabla 5. Porcentaje de edades y ocupaciones de los demandantes de café por familia	52
Tabla 6. Porcentaje de participación de los consumidores de café según sus ocupaciones	53
Tabla 7. Tipos de embase de café que le gustaría tener en el mercado	.54
Tabla 8. Opciones de consumo de café	...55
Tabla 9. Opciones para conocer si es favorable que en el mercado exista café en sobres 100% orgánico	..56
Tabla 10. Valores de precios opcionales para el producto	57
Tabla 11. Costos de sacos de café lavado	.59
Tabla 12. Gramos de 1 libra de café	.60
Tabla 13. Sacos de café en producción	.60
Tabla 14. Costos de producción de materia prima	..60
Tabla 15. Costos de costos fijos administrativos	60
Tabla 16. Costos de maquinarias y equipos	.61
Tabla 17. Estado de resultados	..60
Tabla 18. Flujo de caja	..61

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo ha sido elaborado como un estudio de Proyecto para la instalación de una pequeña empresa procesadora de café, cuya finalidad es darle un valor agregado al mismo, a fin de entregar una nueva presentación como te-café para el deleite del mercado consumidor.

Los resultados obtenidos nos servirán para tener un conocimiento cabal de los diferentes ámbitos en los cuales esta inmersa una empresa de este tipo, desde la idea del proyecto, la legalización del negocio, el posicionamiento del producto y otros.

Siendo el café uno de los principales productos tradicionales que se producen en la zona sur de Manabí, especialmente en el cantón Jipijapa, para el estudio se tomo en cuenta la característica del producto y a la población objetivo a quienes va dirigido; cabe señalar el potencial consumo de café que se practica desde tiempos ancestrales por la mayor cantidad de familias de la provincia de Manabí y de casi todas las provincias de nuestra Patria, por lo que se prevé una excelente demanda del té- café.

Para llegar a resultados se utilizó principalmente información secundaria (estudios realizados) e información primaria técnicas de investigación como encuestas, esto debido al corto tiempo, a partir de estos estudios se infirió resultados, y se llegó a las conclusiones respectivas.

INTRODUCCIÓN

En estos últimos años la producción y comercialización del café ha manifestado un alto crecimiento a nivel nacional e internacional, muchas compañías hoy en día han agregado valor al producto , lanzándolo al mercado en diversas presentaciones, para ofrecer alternativas innovadores a los diferentes extractos socio económicos del país y del mundo.

El Ecuador es uno de los principales exportadores de café a nivel mundial, y se lo reconoce por contar con una de las mejores calidades de este producto, pero debido a la inestabilidad económica del país, los pequeños y medianos productores, sienten afectadas sus cosechas, y el precio de oferta en el mercado tiende a variaciones, pero es muy importante conocer que gracias al esfuerzo y crecimiento de producción de Brasil, Colombia entre otros el café logra posicionarse de nuevo en el mercado estando en una excelente etapa de crecimiento., a nivel mundial, lo cual le permite al mercado ecuatoriano competir con estándares de calidad , genera empleo y a la vez competitividad con otros países ante la oferta y demanda de grandes compañías que transforman este producto en variedades como café soluble, café instantáneo, crema de café, chocolate de café etc., productos alternativos que se expanden en los diferentes estratos y grupos objetivos.

Ante la evolución y globalización, Café La Sultana, es la alternativa, para el amplio grupo objetivo de grandes consumidores de Café, como viajeros, ejecutivos, turistas, y todas las personas que cuidan de su salud, y que tienen una necesidad de no sentirse afectados por consumir un café, que ofrece la alternativa de ser 100 por ciento orgánico y con un sabor y aroma propio de este producto.

Por todo lo analizado anteriormente he planteado este proyecto para recuperar la cultura de consumir y cultivar café, producto representativo en nuestro país, de vital importancia que genera plazas de trabajo.

CAPÍTULO I

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1.1 Problematicación, Origen y descripción del problema, causas, consecuencias, pronóstico y control del pronóstico.

Origen y descripción del problema

Jipijapa cantón que pertenece a la Provincia de Manabí es el mayor productor de café en los últimos tiempos sufrió un caída del precio del café ocasionando grandes problemas económicos en la zona, siendo éste su producto de principal producción es por ello que se perdieron grandes áreas de cultivo (cafetales) provocando que las exportadoras y compañías del cantón quebraran.

Los productos comercializados con poco valor agregado, son un denominador común en el sector rural de la Micro-región sur de Manabí; esto impide obtener mejores precios, más utilidades y más fuentes de trabajo.

La infraestructura de post-cosecha del café es casi nula, impidiendo aprovecharlo de manera adecuada, además de que las cantidades de desperdicios del producto son altas.

A pesar de que existe un conocimiento en elaboración artesanal de café tostado y molido, este no representa garantía de calidad, a mas de que los instrumentos y materiales con los que se cuenta para la elaboración artesanal son rudimentarios y en mal estado.

Causas:

- Insuficiente disponibilidad de equipos y herramientas para procesos agroindustriales.
- Limitado conocimiento técnico en empresas de producción agroindustriales.
- Demora en la recolección del café.
- Aumento de mano de obra al momento de recolectar.
- Deficiente explotación de los productos agrícolas de la zona.
- Problemas de fertilidad del suelo.
- Disminuye la disponibilidad de agua. (Cambios climáticos).

- Bajos volúmenes de café durante todos los meses del año.
- Aumentos en coste de producción por la demora en recolectar café.
- Baja calidad.
- Alto nivel de desperdicios del producto.

Pronóstico:

- Afecta utilidades y beneficios.
- Pérdida de participación en el mercado, por los escasos volúmenes de producción.
- Baja aceptación por mala calidad.
- Altos costos de producción.

Control de Pronóstico:

- Mejoras de producción aplicando estrategias de cultivo.
- Mejoras de control de calidad.

1.1.2 Delimitación del problema

Espacio:

País: Ecuador.

Región: Costa.

Provincia: Manabí.

Cantón: Jipijapa.

Empresa: %a Sultana+.

Universo:

Se aplicaran algunas técnicas en la recolección de información dirigidas a 200 personas.

1.1.3 Formulación del problema

¿Qué genera el bajo volumen de producción de café en la Zona Sur de Manabí?

1.1.4 Sistematización del problema

- 1.- Cuales sería el impacto de los tomadores de café al presentarles el café en sobres de preparación instantánea?
- 2.- Que problemas se suscitarían si hay una baja producción de café?
- 3.- Que desventajas nos proporcionarían los cambios climáticos en la calidad del cultivo de café?

café La Sultana si llegase a incrementar la fuerza de venta?

1.1.5 Determinación del tema.

Producción y Comercialización de Café Tostado y Molido. Café en sobres %La SULTANA+

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo General de la Investigación.

Analizar las problemáticas existentes en la producción de café en Jipijapa y proponer acciones innovadoras para su desarrollo y sostenibilidad.

1.2.2 Objetivos Específicos de Investigación.

- 1.- Analizar la producción del café en la zona del cantón Jipijapa.
- 2.- Identificar la incidencia de volúmenes y calidad del café producido en este cantón durante todos los meses del año.
- 3.- Presentar un proyecto innovador para comercialización de sobres de café ultra filtrantes con la marca %La Sultana+ producido en el cantón Jipijapa provincia de Manabí.

1.3 JUSTIFICACIÓN

El proyecto %La Sultana+ se inicia en Jipijapa por ser considerada la ciudad con los mayores cultivos de café en los últimos tiempos en el Ecuador antes de la caída de precios internacionales que sufrió hace algún tiempo, es por ello que se la conoce como la Sultana del Café.

Este proyecto nace con la idea de agregarle valor al producto de principal producción de mi ciudad aportando a un crecimiento de nivel de cultivo de café, además de generar fuentes de trabajo en la zona, también es muy importante conocer que este proyecto me permitirá acumular nuevas experiencias y conocimientos, diseñar estrategias operativas, participar activamente en la solución de problemas y fortalecer con una nueva actitud que me permita enfrentar los desafíos con posibilidades de éxito.

El punto principal de este proyecto es aplicar estrategias de solución para darle de nuevo valor al producto principal de la zona, mejorando los procesos agroindustriales con nuevos conocimientos técnicos, se busca explotar este producto agrícola, alcanzar el posicionamiento del mercado buscado.

temas que presenta el café hoy en día es que la infraestructura de post-cosecha del café es casi nula, impidiendo aprovecharlo de manera adecuada, además de que las cantidades de desperdicios del producto son altas, es por ello que los ciudadanos evitan el cultivo del mismo porque los precios que se presentan de manera inestable muchas veces no cubren con todos los gastos de producción, además a pesar de que existe un conocimiento en elaboración artesanal de café tostado y molido, este no representa garantía de calidad, a más de que los instrumentos y materiales con los que se cuenta para la elaboración artesanal son rudimentarios y en mal estado, es por ello que este proyecto trabajará directamente aplicando las técnicas, equipos y estrategias necesarias para poder cubrir con todas estas variables aportando de esta manera a un mejor crecimiento de producción, para después poder posicionarnos en el mercado con un producto innovador que se expandirá por la acogida que llegara a obtener ya que es un producto de consumo tradicional de excelente calidad, pero lo más importante un producto hecho en Jipijapa.

LA SULTANA será una empresa agropecuaria de transformación entendiéndose como tal aquellas que se dedican a aumentar el valor agregado de los productos agropecuario, por lo tanto con la ejecución de este proyecto se está aportando a la consecución de la visión, desarrollo local cantonal y nacional.

CAPÍTULO II

MARCO REFERENCIAL

2.1 MARCO TEÓRICO

2.1.1 Antecedentes Históricos.

Jipijapa cantón que pertenece a la provincia de Manabí se considera La sultana del café por su alta producción de café en el siglo XIX, lo que desplazó la producción de sombreros, desde entonces Jipijapa se convirtió en la máxima zona cafetera no solo por su producción sino también por la exportación del mismo. Es muy importante conocer que a pesar de que el café era un producto de alto rendimiento y producción sufrió una caída de precios internacionales provocando la pérdida de la mayoría de cafetales, desde entonces la producción cada año empeoraba, perdiendo en su zona el valor del mismo.

En la actualidad el café en este cantón ha mejorado su producción ya que se han implementado medidas necesarias para el resurgimiento por la serie de proyectos existentes en el sector agropecuario, para de esta manera poder mejorar niveles de vida a su vez incrementar los ingresos que provenían por parte de este producto en el área de exportación lo cual es muy importante para el aporte de la economía de nuestro país.

2.1.2. HISTORIA DEL CAFÉ EN EL MUNDO

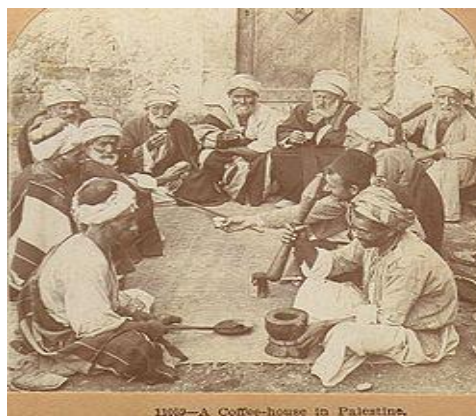


Gráfico 1: Café en Palestina hacia 1900.
Elaborado por Tarjeta estereoscópica de Keystone View Company.

no, del Nororiente, es por ello que en todo el mundo sobresale la importancia comercial de las especies de cafés arábigo y robustos. El café arábigo abarcó su producción y cultivo en el Centro y Sur de América. La segunda especie conocida también como cafeto es producida en la provincia de Kafa, en Etiopía.

El café nace después de un estudio realizado por el pastor de Abisinia llamado Kaédi, en donde analizó el efecto tonificante que estos pequeños frutos rojos habían causado en unas cabras que lo consumieron

Este pastor llevo unas muestras de café a un monasterio estos monjes ante la curiosidad de los supuestos efectos del mismos lo pusieron a cocinar, después que lo cocinaron lo probaron la bebida era tan amarga, de mal sabor que la botaron a una hoguera, pero a medida que los granos se iban quemando empezaron a sentir un aroma agradable, en ese momento a uno de los monjes se le ocurrió que debían de prepararlo así, tostando los granos.

Ya en otros sectores de África utilizaban la planta para varios consumos, como lo hacían algunas tribus, estas molían sus granos y elaboraban una pasta que la utilizaban para alimentar sus animales, no sólo eso también al darse cuenta los efectos del mismo procedieron alimentar a sus guerreros para que estos aumentaran sus fuerzas, es por ello que fue de consumo masivo por parte de los prisioneros de guerra.

Es por ello que para ellos el café llevo a hacer un vigorizante por eso se lo llamaba qahwa. De acuerdo a todos los estudios desde entonces nos dan a conocer que el café no fue domesticado antes del siglo XV. La creación de la bebida en sí, tuvo un largo proceso de elaboración debido a los estudios necesarios de las semillas, según estudios realizados en el año 1996 por un equipo arqueológico británico dejan en cuestión que el consumo comienza a partir del XII en Arabia, pero de estos aún están por confirmarse.

2.1.3 El proceso del Cultivo

Lo primero que se analiza en la producción de café son las:

2.1.3.1 Plantaciones:

En las plantaciones es muy importante tener en claro que para realizar la producción del mismo no se necesita de inmensos terrenos conformados por millones de hectareas, se puede obtener una buena producción con alto volúmenes bajo un número de hectareas.

ore tiene que contar con un clima cálido, se necesita del sol y de humedad para obtener un ciclo de producción sin ningun problema alcanzando una buena cosecha.

Para la recolección del cultivo de café se necesita de bastantes agricultores, ya que este no se puede realizar de manera mecanizada, para obtener un buen producto se requiere de mano de obra.

Enfocándonos en América del Sur la mayor zona cafetalera queda en Brasil, existe un porcentaje sumamente alto de personas (agricultores) que viven del café un promedio de 300.000, además de más de 3 millones de empleados.

Para poder empezar a producir un cafeto joven se requiere de 3 a 4 años, pero hay que tener claro que el arbusto puede vivir numerosas décadas.

Las plantaciones de café se pueden hacer al descubierto ya que se necesita de la radiación solar, además se debe contar con una buena fertilidad del suelo, disponibilidad de agua, además de contar con buen clima, todo esto facilita la cosecha.

En el Ecuador hay varias plantaciones de café pero la mayoría son de arabigos muy poco el robusta, aunque en la actualidad ya estan sembrando, las zonas mas importantes de plantaciones de café son en Loja, Chone, y Jipijapa que es una de las principales zonas cafetaleras del país.

2.1.3.2 La Cosecha y procesamiento de los granos de café.

La Cosecha

El café debe cumplir un ciclo para poder ser cosechado, el café arábica tiene que cumplir de 6 a 8 meses para que llegue a su estado de madurez, y el robusta de 9 a 11 meses.

Una vez que se cumple este ciclo se procede a recolectar los granos de café maduros, consiste en recolectar de cada planta los granos de café que esten en su punto y recoger las de mejor calidad.

Existe otro método de recolectar que es el despalillado este se lo puede realizar mecanizado ya que consiste en raspar la rama de las cerezas, con este método recolectamos todo tipo de grano ya sea maduro o no, por lo que provoca un café más acido.

En Ecuador especialmente en Manabí se realiza la cosecha en los meses desde mayo hasta agosto en esta época se obtiene el cereza, despues de esos meses el bola seco.

que el café maduro se recolecta rápidamente para evitar su caída, ya una vez que se ha recolectado el café viene el proceso de transformación donde se utiliza la despulpadora para retirar la pulpa de los granos, de ahí lavarlo y realizar una preselección del mismo para evitar cascara o basura, ya una vez que ha pasado por todo este proceso el café se debe secar, usualmente para ello todo el café es expandido en patios secos bajo la luz del sol para secado más rápido y menos costo, también se lo puede hacer mediante secadoras industriales.

Procesamiento de los granos de café

Existen varios metodos para el procesamiento de café, ya que en la actualidad gracias a la tecnología se han implementado máquinas que aceleran el proceso de secado de granos de café, pero a continuación nombraré los principales y aplicables en nuestro medio.

- **Método seco**

Este proceso se emplea para el café robusta y una gran parte del café Arábigo en Etiopía, Perú, Brasil y Ecuador, este proceso es después de la recolección del fruto ya una vez que pasa por el proceso de transformación, el café se procede a extenderse por un patio seco bajo la luz solar donde con una pala se rastrillan las cerezas y se extienden para que se pueda secar, de ahí se muele para eliminar la capa exterior y cáscaras. Los desperdicios se utilizan para abonos, o alimentos para animales.

- **Método húmedo**

El método húmedo se aplica para obtener el café arábigo de buena calidad, en este proceso primeramente se debe escoger los granos maduros estos se lavan para quitarles la basura, de ahí se les quita la pulpa o cáscara.

Después de esto se fermentan los granos que se reducen a pulpa, y se los pone en los respectivos tanques, ya después que se aplica el lavado final se seca al sol.

Ya una vez que el café está seco se debe sacar la cáscara para que el grano quede verde o limpio sin desperdicios, de esta manera en muchos países es como se comercializa.

Este proceso se aplica para obtener un café de mejor calidad.

do

El semi-húmedo este proceso se aplica especialmente en Sumatara/Célebes, Costa Rica, Brasil y Ecuador para hablar específicamente de nuestro país en este se lleva a cabo este proceso donde con un rastrillo se extiende toda la cereza para que esta se seque y de esta manera se pueda eliminar la piel y parte de la pulpa.

2.1.3.3. Pasos adicionales

- **Proceso de Clasificación**

Este proceso se debe realizar para limpiar el café y obtener el de mejor calidad, este se realiza despues que el café se ha secado y pasa a ser café verde.

- **Proceso de Pulido**

Para obtener un café de mejor calidad muchas veces es necesario pulirlo para poderle sacar la piel de plata conocida también como cáscara, de esta manera queda un café puro y totalmente limpio, despues que pasa por este proceso ya puede ser almacenado.

- **Proceso de Almacenamiento**

Una vez que el café ha pasado por todo el proceso de transformación se procede a su almacenamiento en sacos hechos de fibra ya que debe transpirar para de esta manera mantenerse seco y limpio.

- **Proceso de Descafeinamiento**

El descafeinamiento es muy importante debido a los efectos de la cafeína, el cafeto tiene 2% de cafeína el principal objetivo de este proceso es para evitar o controlar los efectos excitantes de la misma sin perder el sabor del café.

Este proceso se llevo a cabo después de descubrir que uno de los principales efectos que provocaba la cafeína era el insomnio. El proceso en sí consiste en aumentar la superficie de los granos húmedos es decir sumerjo los granos en agua esto me permitirá absorber la cafeína obteniendo de esta manera un café ya de consumo.

El café descafeinado poco a poco se fue esparciendo hasta que logro introducirse en los Estados Unidos se posicionó en el mercado a través de una reconocida marca Sanca, esta se deriva de Sans caffeine, que significa %in cafeína+en francés.

Al principio el proceso de tueste se lo hacía a través de estufas, ya con los años se ha introducido en la tecnología con tostadoras especiales, los granos de café verdes al momento que pasan de ahí se hacen de color amarillo, después a color canela y durante este proceso el grano va perdiendo su humedad y a la vez aumenta de tamaño.

En algunos países el proceso de tueste se le añade un 15% de azúcar de esta manera se obtiene un sabor mas vigoroso. Después de todo este proceso se puede ya proceder a molerlo.

Hay varios niveles de tueste donde se empieza del café verde, de ahí canela, de ahí pasa a marrón después marrón mas oscuro, francés (o seminegro), italiano (negro).

Ya una vez que se ha tostado el café se vuelve mas oscuro y este bota mas aceite mientras termina el tueste, ya una vez que termina todo el proceso se obtiene un café con mejor sabor y se conserva por mas tiempo su aroma.

2.1.4 Tipos de granos de café

Existen varios tipos de café procedentes de todo el mundo, cada grano presenta características diferentes algunos son de mejor calidad, en el Ecuador contamos con varios tipos de café de excelente calidad

Entre los cafés arabica más conocidos se encuentran:

Granos de café sin tostar de la variedad Coffea Canephora . Robusta.

- **Tarrazú de Costa Rica** . *Del valle de Tarrazú, en las montañas del exterior de San José; el café arquetipo del estado es La Minita.*
- **Huehuetenango de Guatemala** . *Crece a partir de los 1500 metros de altura en la región del norte, una de las regiones en las que crece más remotas de Guatemala.*
- **Harrar de Etiopía** . *De la región de Harar, Etiopía.*
- **Yirgacheffe de Etiopía** . *De la zona de la ciudad de Yirga Cheffe, en el Sidamo (en Oromía, región de Etiopía).*
- **Kona hawaiano** . *Crece en las laderas de Hualalai en el distrito de Kona en la Gran Isla de Hawái.*
- **Café Montaña azul de Jamaica** . *De la región de las Montañas Azules en Jamaica. Debido a su popularidad, alcanza un precio alto en el mercado.*

de Java, en Indonesia. Este café fue tan
comerciado que «java» se convirtió en un término del argot para
denominar al café.

- **Kenya AA** · De Kenia. El «AA» es una clasificación de la calidad en el sistema de subastas del café en Kenia. Procede de cualquiera de varios distritos. Conocido entre los entusiastas del café por tener un sabor «ácido».
- **Mandheling y Lintong de Sumatra** · Mandheling es denominado así por la región Mandheling, en Padang, al oeste de Sumatra, Indonesia. Al contrario de lo que pueda parecer por su nombre, actualmente no se produce café en la región Mandheling, y «Mandheling de Sumatra» es utilizado como una herramienta de mercadotecnia por los productores de café indonesios. Por su parte, Lintong debe su nombre al distrito Lintong, situado al norte de Sumatra.
- **Toraja Kalossi de Célebes** - Crece en grandes altitudes en la isla de Célebes en el centro del archipiélago de Malay en Indonesia. Kalossi es una pequeña ciudad del centro de Célebes que sirve como punto de recolección del café y Toraja es el área montañosa donde crece el café. Célebes muestra un cuerpo rico, con una acidez equilibrada (ligeramente mayor que la del Sumatra) y es multidimensional en carácter.
- **Moka** · Café yemení comercializado a través del que fuera el gran puerto de Moka. Se cree que el moka fue el primer café utilizado en mezcla, junto a granos de Java. No debe confundirse con el estilo de preparación (café con cacao).
- **Peaberry de Tanzania** · Crece en el Monte Kilimanjaro, en Tanzania. Peaberry significa que los granos vienen de una cereza (fruto del café).
- **Kopi Luwak (o café de civeta)** · Es el café obtenido a partir de granos de café que han sido digeridos por la civeta (*Paradoxurus hermaphroditus*). Parece ser que al pasar por el tracto intestinal, los granos de café son alterados químicamente y pierden parte de su amargura, se cree asimismo que la predilección de la civeta por granos de alta calidad contribuyen a al sabor de este café.
- **Sierra Nevada de Santa Marta Colombia** · Cosechado por los indios Arhuacos.

COMPAÑÍA

2.2.1 MISIÓN

Elaborar y entregar al mercado bebedor de café un producto orgánico natural, contribuir ampliamente en la alimentación de la gente con un excelente producto listo para usar y captar el mayor porcentaje de ventas en esta línea.

2.2.2 CARACTERÍSTICAS DE LA COMPAÑÍA LA SULTANA

- “ Este proyecto se basa directamente en la producción de un 40% café lavado que es el que se conoce como pergamino y el café bola seco pilado en un 60 % natural.
- “ Una vez que el café ha pasado por todo el proceso de producción y transformación, después se procederá a la distribución y venta del mismo en lugares como hoteles, restaurantes, aeropuertos, supermercados, entre otros.
- “ La presentación del café La Sultana será en bolsitas o sobres auto filtrantes que serán de un material adecuado para mantener el producto en buen estado.

2.2.3 UBICACIÓN DE LA COMPAÑÍA LA SULTANA

La microempresa La Sultana se localizará en el Kilómetro 1 y medio vía a Guayaquil, patios que se encuentran en buen estado donde antes operaba una exportadora de café, escogí este lugar porque cuenta con parte de los equipos necesarios para un buen proceso. La población del cantón Jipijapa estimada es 33, 345 habitantes.

2.2.4 FODA

Fortalezas

- “ Producto de alta calidad.
- “ Producto 100% natural, orgánico.
- “ Aceptación de la propuesta del nuevo producto según las encuestas.

- “ Bajos volúmenes de producción.
- “ Limitada variedad de producto
- “ Es un producto nuevo en el mercado.
- “ Decrecimiento de producción de café debido al desplazamiento por otros productos como el maíz y cacao.

Oportunidades

- “ Atender a un nicho del mercado.
- “ Aumento de los precios a nivel internacional.
- “ Hábitos del consumo del mercado local.

Amenazas

- “ Bajas barreras de entrada al mercado nacional.
- “ Ingreso de café Colombiano.
- “ Drásticos cambios climáticos.

2.3 PREPARACIÓN DE LOS GRANOS DE CAFÉ

2.3.1 La molienda

Para obtener un buen café es muy importante que al momento del proceso de tueste se extraiga y combine perfectamente la esencia en sí del grano de fineza del café de esta manera se obtendrá un café con aroma y sabor exquisito.

La Sultana es un café de preparación inmediata se disuelve en agua caliente por lo que para este tipo de café se necesita que el café una vez molido queda un poco mas grueso sus partículas para que tenga una mayor concentración, ya que en el caso que los granos se muelan demasiado para cualquier tipo de consumo o uso va hacer que su sabor sea mucho mas amargo.

Se debe llegar al punto principal en la molienda del café el tamaño de las partículas son sumamente importantes en el sabor del café ya que también es muy probable que si se dejan partículas muy gruesas el café al momento de prepararlo quede sin sabor.

Siempre se debe escoger para la preparación de café el de mejor calidad, y al momento de molerlo llegar al punto normal para poder ser envasado y su resultado sea favorable al momento de consumirlo.

Se debe tener mucho cuidado con el uso del café una vez que ya está molido este no puede estar expuesto a zonas húmedas ni de mucho sol, siempre en temperatura normal, además no puede prevalecer mucho tiempo sin un proceso ya que se deteriora por estar expuesto al oxígeno se pierde sabor y aroma.

ara alcanzar una molienda adecuada de café es decir la partícula adecuada para consumo, pero es necesario que para conseguir la misma se utilice la máquina o molinillo que permitan machacar el grano sin riesgo de quemarse, estas cuchillas deben tener una forma redonda o también puede ser cónica, las cuchillas permiten moler el café en un tamaño normal, y a la vez constante, esto facilita la extracción del mismo al momento de su elaboración, es por ello que algunos expertos y conocedores de este proceso consideran que el molinillo es el mejor método para moler el café y obtener el mismo de la mejor manera.

2.3.2 Se conserva y almacena

El café debe ser almacenado en un lugar fresco donde no haya humedad, para que se pueda conservar este se empaca en sacos de fibra, y de ahí se guarda en lugares frescos, oscuros y tienen que ser sellados al vacío para que no ingresen aire al saco.

2.3.2.1 La infusión

Se debe moler el café antes de la infusión es la única manera para que este no pierda su aroma al momento de mezclarlo con el agua caliente. Hay algunas variantes para poder aplicar este método de acuerdo a los tipos de café.

- El café filtro este se prepara a través de un filtro en el que está el café molido y por ahí pasa el agua hirviendo hasta obtener la mezcla.
- El café restringido conocido también como ristretto este es mas corto que el expresso, se consigue un sabor mas fuerte porque sus granos son más finos, al momento de la mezcla con agua hirviendo el café queda con un fuerte aroma.
- El café griego o turco primero se debe moler finamente para conservar un sabor y aroma mas concentrado de ahí se lo mezcla con agua hirviendo como es un método antiguo este proceso se repite tres veces.
- El café expresso, mientras se hierve el agua bajo presión se realiza la mezcla del café molido.
- El café instantáneo este se prepara rapidamente y de diversas maneras la tradicional la mezcla del café con el agua hirviendo, o a través de las cafeteras.

r que en nuestro país, mis estudios que son base en el cantón Jipijapa provincia de Manabí el el café se comercializa molido y al vacío.

Presentación del Café en botella o enlatado.

Este tipo de café es de mayor consumo en Japón y en Corea del Sur, estos lugares desde hace años cuenta con las máquinas expendedoras y venden varios tipos de café y se lo puede consumir de manera caliente o frío. Por el estilo de vida de los coreanos este café les resulta adquirir este café por la rapidez. Este tipo de café tiene varios sabores ya que es mezclado con otros productos como leche, su sabor es muy bueno y tiene aceptación por todos los consumidores.

Concentrado de café líquido

Este café es muy tradicional en Jipijapa, su esencia conserva su aroma natural y es mucho más concentrado ya que del café se saca como una pasta que se obtiene del propio café que se hace una infusión y se elimina la mayor cantidad de agua posible de esta manera queda concentrado, para que la esencia dure mas tiempo es recomendable mantenerla refrigerada. Por lo general esta esencia se la utiliza en producciones grandes ya que al aplicar esta esencia se puede producir en las máquinas más de 500 tazas en un tiempo promedio de una hora.

.3.2.2 Otros usos del café

El café en otros alimentos

La cafeína hoy en día se utilizan para algunos productos sobre todo en aromatizantes, estimulantes, fertilizantes, además que la cafeína se aplica en algunos medicamentos por lo general estos son consumidos por personas que requieren energías o necesitan mantenerse despiertos por alguna actividad física que necesitan realizar.

El café considerado fertilizante

La cáscara del café la utiizan para abonos, ya que proporciona alto nitrógeno lo cual es recomendable para las plantas. Las rosas cogen un color especial, y crecen de manera rápida así como otras plantas.

TECNICA DE LOS SOBRES DE CAFÉ ULTRAFINETRANTES LA SULTANA

Una cantidad de café será sometido a labores de post-cosecha para luego de esto, tostarlo y molerlo con las maquinarias e instrumentos adecuados para el proceso.

El producto será enfundado en sobres de 3 gramos, los empaques serán herméticamente sellados para su durabilidad, posteriormente se procede a empacar 25 sobres en cada caja de cartón con una presentación llamativa que identifique que el producto es de Jipijapa, para que estas sean presentadas y aceptadas por el mercado consumidor, esto con los respectivos permisos y documentación que certifique que son actos para el consumo humano.

Para cumplir con estos cometidos se espera la creación de un empresa encargada de la elaboración del café en este caso se llamará LA SULTANA el mismo nombre tendrá el producto.

Luego se realizará las obras físicas para el manejo de post-cosecha y las instalaciones de las maquinarias.

Se realizará un reclutamiento de personas y se escogerá el personal para la administración de la microempresa y se los capacitará en administración y en el proceso de elaboración.

Se procederá a elaborar el producto cuidando la calidad, para lo cual se obtendrán los respectivos registros sanitarios y certificados de funcionamiento.

Durante todo el proceso se velará que las normas de higiene sean adecuadas. La propuesta incluye también la ejecución de un estudio de mercado a nivel nacional, y la incorporación de un plan de ventas que permita captar la mayor cantidad de consumidores en todo el país, por lo que se proyecta un incremento en las ventas para el año 2 del 20%, para el año 3 un 17% más, para el año 4 un 7% más, y así en adelante el objetivo principal no es sólo incrementar las ventas sino también la empresa con nuevas presentaciones de café y que sean innovadoras como sería el caso de café en esencia.

El punto principal del café La Sultana es contar con una presentación llamativa que identifique de donde proviene el producto, el eje principal es incentivar a los jipijapenses y manabitas en general consumir un producto propio de excelente calidad y así que este vaya de nuevo alcanzando el valor en el ámbito económico y cultural que es muy importante para nosotros ya que nos identificamos mundialmente como la Sultana del Café.

Económico

En la actualidad nuestro país no cuenta con una situación económica estable por los diferentes factores que afectan directamente a la misma, ocasionando de esta manera que los ingresos familiares se estanquen o disminuyan, afecta directamente en este tipo de proyectos ya que nuestro producto va dirigido al consumo diario de las personas, las mismas que se vuelven mucho más exigentes buscando productos de calidad pero no de altos costos debido a las problemáticas económicas existentes.

Sociocultural

Sí nos enmarcamos en el Ecuador específicamente en Manabí sabemos que el consumo de café es algo tradicional, lo consumen la mayoría de los hogares, desde todo tipo de grupo socio económico, por eso es claro entender que es un producto que implica una necesidad potencial.

Al hablar más detalladamente de lo implica el café La Sultana, sabemos que es un té café creado con el propósito de alcanzar una mejor presentación, de la mejor calidad, que siempre cuente con su aroma natural, y a la vez contribuya con la salud del consumidor. Para poder alcanzar todos los puntos es necesario obtener una buena cosecha, contando con los granos de café de la más alta calidad, para ello se aplicará las medidas necesarias en el proceso de transformación. Se busca siempre alcanzar un producto 100% orgánico.

Tecnología

La tecnología a aplicar en este proyecto no necesariamente tiene que ser de la más avanzada, se contará con las máquinas necesarias para alcanzar la adecuada producción.

Los Equipos a usar serán:

- Una Piladora para café bola seco y pergamino seco; \$2,850.00
- Una Clasificadora para granos con dos juegos de dos mallas c/u; \$1,400.00
- Una Tostadora con cuatro quemadores industriales; \$2,600.00
- Un enfriador para café en acero inoxidable A/5/304; \$1,200.00
- Un molino para granos de café con motor de 3Hp y tolvas; \$1,100.00
- Una selladora de impulso de pedal para sobres y cajas; \$1,300.00

CONSTITUCION DE LA MICROEMPRESA

La constitución de la Microempresa se dará bajo la aportación de capital propio.

A continuación plantearé pasos esenciales para poder constituir una compañía:

2.6.1 Trámites Legales

Las oficinas registrales ubicadas en la Ciudad de Portoviejo y Jipijapa

- Se aplicara un certificado de búsqueda Mercantil que tiene un valor de \$.20.00, este proceso nos permitirá conocer si no existe otra compañía con el mismo nombre en este caso LA SULTANA.
-
- En el caso que no exista ninguna compañía con este nombre se debe reservar dan un plazo de 30 días y el valor es \$10.00 por trámite.

Estos trámites se realizan en la Superintendencia de Compañías, ya una vez que se ha realizado los trámites anteriores se debe especificar en que consiste la compañía a que se dedicará, donde se pondrá claro que existirá una transformación de materia prima para llegar después a un embase, este proceso se plantea en el Registro Mercantil y el valor del trámite es de 30 dólares.

2.6.2 La Minuta.

Este documento es muy importante ya que se especifica que tipo de empresa se está constituyendo, el capital que se ha aportado para poder elaborar el proyecto, este documento contará con firma del dueño de la compañía y el abogado, este documento después de plantear las especificaciones requeridas se presentará ante una notaría para que sea una escritura pública.

Conformaré una Compañía de Sociedad Anónima. Bajo los estatutos establecidos en la constitución debo cumplir con los siguientes requisitos.

Requisitos:

% Son aplicables a esta compañía los requisitos precisados en los numerales 1.1.1, 1.1.2, 1.1.5 y 1.1.6, sobre los requisitos de la compañía de responsabilidad limitada. No obstante lo dicho, se aclara que la compañía anónima no puede tener por nombre una razón social, con las salvedades correspondientes, perfectamente identificadas.

1.2.2 Forma de constitución

1.2.2.1. Constitución simultánea.- *Se constituye en un solo acto por convenio entre los que otorguen la escritura y suscriben las acciones, quienes serán los fundadores.*

Artículos 148 y 149 de la Ley de Compañías.

1.2.2.2. Constitución sucesiva.- *Por suscripción pública de acciones, los iniciadores de la compañía que firmen la escritura de promoción serán promotores.*

1.2.3. Capital

Capital mínimo.- *El capital suscrito mínimo de la compañía deberá ser de ochocientos dólares de los Estados Unidos de América. El capital deberá suscribirse íntegramente y pagarse en al menos un 25% del valor nominal de cada acción. Dicho capital puede integrarse en numerario o en especies (bienes muebles e inmuebles) e intangibles, siempre que, en cualquier caso, correspondan al género de actividad de la compañía¹*

2.7 EL CAFÉ COMO FACTOR DE DESARROLLO ECONÓMICO

En 1830 el café empieza a crecer mundialmente, tanto así que Brasil prefirió dejar a un lado lo de la explotación del oro para empezar a cultivar café, y fue así como empezó hasta llegar hacer el máximo productor de café debido al aumento de demanda este permitía el crecimiento económico brutalmente, aumento la mano de obra tanto así que hubo una inmigración masiva, la gente llegaba de diferentes lugares para poder trabajar, estas llegaron a un promedio de 3,5 millones de trabajadores.

¹ <http://megalex-ec.blogspot.com/2009/09/constitucion-de-companias-en-comandita.html>

El café estaba en su mejor momento su producción, convirtiéndose el producto principal de exportación del País, sus ganancias aumentaban cada vez más siendo uno de los puntos principales para el desarrollo económico de Brasil.

Brasil acaparo mundialmente todos los mercados, ya que contaban con un café de calidad y podían cubrir la demanda, estos mantuvieron el precio del mismo logrando de esta manera que su producción aumentara aun más, esto se dio en el año 1930.

El café era de suma importancia a nivel mundial pero sobre para América del Sur, este también empezó a crecer en Colombia debido a la estabilidad de los mayores productores que era Brasil, Colombia empezó a exportar en mayor escala, sirvió también para la estabilidad y bienestar económica de Colombia, no solo por lo que significaba la exportación del mismo por el ingreso de divisas sino que permitió el incremento de empleos, aportando también a mejoras en la tecnología.

Colombia se posicionó también como uno de los principales exportadores de café procesados también produciendo el café tostado y molido, solo el extracto del mismo, entre otros

Hablamos ahora de Ecuador y su importancia en este medio debido a que también contribuyó para el crecimiento económico del mismo, llego hacer un país muy importante en la producción de café, llegando a posicionarse mundialmente por su tipo de café de calidad, la principal zona de producción, comercialización y exportación fue en la zona sur de Manabí, en el cantón Jipijapa.

Jipijapa cantón que pertenece a la provincia de Manabí se considera La sultana del café por su alta producción de café en el siglo XIX, lo que desplazó la producción de sombreros, desde entonces Jipijapa se convirtió en la máxima zona cafetera no solo por su producción sino también por la exportación del mismo.

Es muy importante conocer que a pesar de que el café era un producto de alto rendimiento y producción sufrió una caída de precios internacionales provocando la pérdida de la mayoría de cafetales, desde entonces la producción cada año empeoraba, perdiendo en su zona el valor del mismo.

En la actualidad el café en este cantón ha mejorado su producción ya que se han implementado medidas necesarias para el resurgimiento por la serie de proyectos existentes en el sector agropecuario, para de esta manera poder mejorar niveles de vida a su vez incrementar los ingresos que provenían por parte de este producto en el área de exportación lo cual es muy importante para el aporte de la economía de nuestro país.

La producción de café tostado y molido presenta varios tipos de variables que se involucran directamente en el planteamiento del problema, como:

- **Cambios climáticos** esto se presenta por los varios fenómenos naturales que esta sufriendo el mundo.
- **Aumento de mano de obra** esto se da debido al aumento de personal al momento de recolectar la cosecha por lo que se necesita más mano de obra para el proceso de cultivo.
- **Deficiente explotación de productos agrícolas**, falta de credibilidad y recursos por parte de la zona para invertir en productos agrícolas por la series de variables como precio, y clima.
- **Limitado conocimiento en el área agroindustrial**, gente de poco conocimiento (sector rural) donde aplican procesos no tecnificados.
- **Baja calidad**, debido a que en el proceso de cosecha no se pudieron enfrentar los problemas, obteniendo como resultado un producto de mala calidad.
- **Cantidades de desperdicios del producto** son altas debido a la mala cosecha por exceso o falta de agua.

2.9 HIPÓTESIS Y VARIABLES

2.9.1 Hipótesis General

Los cambios climáticos que se están dando últimamente son tan impredecibles que podrían afectar el nivel de producción de café en la Zona Sur de Manabí.

2.9.2 Hipótesis Particulares

- El impacto sería que si dentro de las dos opciones que ofreceré no satisfaga al gusto del cliente.
- Si existiera un declive en la producción de café no contaría con la materia prima necesaria para la elaboración del producto.
- Debido a los cambios climáticos inesperados obtendría un café de mala calidad no apta para la elaboración de mi producto,
- Si se incrementará la fuerza de venta expandería mi producto y a su vez generaría mas fuentes de trabajo.

VARIABLES	CONCEPTO
Aumento de costos	Aumento en precios y gastos de producción
Aumento de mano de obra	Baja eficiencia en el proceso productivo
Baja producción	Falta de demanda o por problemas operativos o climáticos
Fertilidad del suelo	Suelo listo para ser utilizado para el cultivo.
Disponibilidad de agua	Anomalía transitoria debido a los cambios climáticos.
Falta disponibilidad de equipos	Ausencia de equipos por falta de presupuesto o conocimiento.
Mala calidad	No se cuenta con buena materia prima ni mano de obra.

Tabla 1. Declaración de variables con sus respectivos conceptos
Elaborado por: El autor

2.10 ANÁLISIS DEL SECTOR EMPRESARIAL

2.10.1 La entrada de nuevos competidores

En el mercado del café tenemos la presencia de varios competidores, en sí LA SULTANA enfrenta a todas las presentaciones de café ya que todas son sus competencias directas, entre las más conocidas en el mercado ecuatoriano tenemos a Nescafé, Prescafé, Buen día, Sí café, Café Moro, entre otros. Estas son compañías que ya tienen un posicionamiento en el mercado ecuatoriano aunque su presentación sea diferente a la propuesta de La Sultana entra como competidores directos ya que su café es molido y de preparación inmediato, muchas de estas empresas son de comercialización no solo nacional sino también internacional ya sea café en grano, solubles en variadas presentaciones, en la actualidad solo dos compañías cuentan con la presentación del café molido en sobres a manera de té, que son Café Loja y Café Ite.

Es por ello que se hizo los estudios necesarios para poder analizar las barreras existentes y estar conscientes que a mediano o largo plazo habrá la presencia de nuevos competidores.

ado como un producto nuevo, de excelente calidad, por su aroma y sabor 100% orgánico, con costos relativamente bajos lo cual es una fortaleza, está muy claro que en este mercado las utilidades se manifiestan de acuerdo a su ganancia por volumen más no por un margen de ventas.

2.10.2 LA SULTANA FRENTE A LA COMPETENCIA

En el Ecuador existe una demanda alta de café, es por ello que hoy en día el mercado cafetalero a crecido y cuenta con la presencia de varios tipos de café de todo el mundo, hice un estudio de mercado y en los supermercados, tiendas más cercanas y farmacias que venden este producto cuentan con estas marcas que son las de mayor aceptación por los consumidores:

NESCAFÉ

Nescafé es el café con mayor aceptación a nivel mundial el más vendido, en nuestro país vemos que el mercado esta dividido ya que contamos con la presencia de varios tipos de café de buena calidad, Nescafé proviene de suiza gracias a una fusión con Brasil que presentó la idea para que empiezen a introducirse en el mundo cafetalero.

- **Nescafé Classic.-** su presentación es en un frasco de vidrio, se elabora con café arábica de la mejor calidad con un aroma concentrado a café natural.



Gráfico 2: Presentación Nescafé Classic

Fuente: www.nestle.com.ec/nescafe/

Elaborado por Nescafé

- **Nescafé Classic descafeinado.-** café tostado y molido, café natural, descafeinado viene en envases de 220, 200, 110,100 y 50 gramos.
-
- **Nescafé classic sobres.-** elaborado con café arábica, con un proceso especial de tueste, viene en sobres de 10 x 2 gramos.



Gráfico 3: Presentación Nescafé Classic sobres
Fuente: www.nestle.com.ec/nescafe/
Elaborado por Nescafé

- **Nescafé descafeinado sobres.-** dirigido a personas que se cuidan su salud y no es beneficioso la cafeína, 100% natural y viene en sobres de 10 x 2 gramos.
- **Capuccino Natural.-** mezcla de café, crema y azúcar.
- **Capuccino descafeinado.-** mezcla de café, crema, y azúcar, pero descafeinado, excelente sabor.
- **Capuccino natural sobres.-** mezcla de café con crema que conserva su aroma y sabor natural.
- **Capuccino descafeinado sobres.-** preparación igual al de capuccino descafeinado con presentación diferente.
- **Café Vienés.-** café con un toque de chocolate Nestlé.



Gráfico 4: Presentación Nescafé café Vienés
Fuente: www.nestle.com.ec/nescafe/
Elaborado por Nescafé

- **Café Vienés sobres.-** con su presentación en sobres, pero un sabor delicioso y cremoso.
- **Café caramelo sobres.-** café con un toque de sabor a caramelo.
- **Café vainilla sobres.-** café con un toque sabor a vainilla.

light.- mezcla de café con crema con tan



Gráfico 5: Presentación Nescafé Capuchino light

Fuente: www.nestle.com.ec/nescafe/

Elaborado por Nescafé

- **Nescafé capuccino ICED.-** su preparación se la realiza con leche fría.
- **Colección espresso sticks.-** se produce con café 100% arábica conserva un intenso aroma y sabor.
- **Colección espresso.-** se prepara con Café Arábica, su preparación es inmediata sin máquina.



Gráfico 6: Presentación Nescafé Colección espresso

Fuente: www.nestle.com.ec/nescafe/

Elaborado por Nescafé

- **Colección Puro Colombia.-** 100% arábica colombiano, con intenso aroma.



Gráfico 7: Presentación Nescafé Colección Puro Colombia

Fuente: www.nestle.com.ec/nescafe/

Elaborado por Nescafé

a.- 100% arábica procedente de América central y del sur, con sabor exquisito.

- **Gold descafeinado.**- café descafeinado con excelente sabor.



Gráfico 8: Presentación Nescafé Gold descafeinado
Fuente: www.nestle.com.ec/nescafe/
Elaborado por Nescafé

- **Gold natural.**- presenta un aroma y sabor mucho más intenso.
- **Nescafé green Blend.**- es una mezcla de café tostado y verde.



Gráfico 9: Presentación Nescafé green Blend
Fuente: www.nestle.com.ec/nescafe/
Elaborado por Nescafé

- **Nescafé Sensazione Créme.**- es una mezcla deliciosa de café con crema, el café queda muy cremoso.

NESCAFÉ DOLCA

Dolca es una compañía también de Nestlé de café soluble, esta nació en una fusión de Nestlé con el País Argentino, y hoy en día es la marca con mayor aceptación en su país.

Sus presentaciones.

- **Dolca café con leche.**- café de la mejor calidad mezclado con leche, exquisito sabor. Viene en envase de tipo cartón de 200 gramos.



Gráfico 10: Presentación Dolca café con leche
Fuente: www.nescafe.cl/Nescafe_dolca
Elaborado por Nescafé-Dolca

- **Dolca cortado.**- es le mezcla perfecta de café con leche, viene en un frasco de vidrio de 180 gramos



Gráfico 11: Presentación Nescafé Dolca cortado
Fuente: www.nescafe.cl/Nescafe_dolca
Elaborado por Nescafé-Dolca

- **Dolca leche manchada.**- ofrece la cremosidad y nutrientes de la leche, con el sabor del más rico café.



Gráfico 12: Presentación Nescafé Dolca con leche manchada
Fuente: www.nescafe.cl/Nescafe_dolca
Elaborado por Nescafé-Dolca

- **Dolca mokaccino.**- combinación de chocolate, café y leche con menos de 50 calorías por porción.



Gráfico 13: Presentación Dolca café mokaccino
Fuente: www.nescafe.cl/Nescafe_dolca
Elaborado por Nescafé-Dolca

ave cremoso, la mezcla perfecta de café con crema.



Gráfico 14: Presentación Nescafé Dolca suave
Fuente: www.nescafe.cl/Nescafe_dolca
Elaborado por Nescafé-Dolca

COLCAFÉ

Colcafé es un café colombiano, se dedica a la industrialización y comercialización de café y algunos productos afines, por lo general sus productos se producen con café arábigo de la mejor cosecha.

Viene en varias presentaciones:

Café en pepa.- su presentación es en funda de varios gramos.

- **Sello rojo en pepa.-** este se produce con café arábigo, este café para su consumo ideal hay que molerlo.
- **La bastilla en pepa.-** se produce con granos excelsos de café arábigo, se dice que es un café muy suave.
- **La bastilla expresso.-** se elabora con la selección de granos de café excelsos de excelente calidad, para que conserven un especial aroma.

Tostado y Molido

- **Sello Rojo**



Gráfico 15: Presentación de Colcafé Sello Rojo
Fuente: www.colcafe.com
Elaborado por Industria Colombiana de café S.A

- **Sello Rojo Molido.-** café tostado y molido, de consumo inmediato.

nado.- café de consumo inmediato, es tostado y molido, pero se le ha extraído el 97% de cafeína.



Gráfico 16: Presentación de Colcafé Sello Rojo descafeinado
Fuente: www.colcafe.com
Elaborado por Industria Colombiana de café S.A

- **Sello Rojo Mocca.-** café tostado y molido, este es una combinación de café con tosti3n y molienda media, cocoa y sabor a chocolate.
- **Sello Rojo Vainilla.-** café tostado y molido con un toque sabor a vainilla.
- **Sello Rojo Canela.-** café tostado y molido con un toque sabor a canela
- **Sello Dorado**

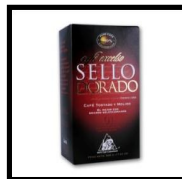


Gráfico 17: Presentación de Colcafé Sello Dorado
Fuente: www.colcafe.com
Elaborado por Industria Colombiana de café S.A

- **Molido excelso tipo 1.-** este es un café gourmet, por lo general de consumo para ejecutivos, conserva un aroma especial, y cuenta con una tosti3n clara y una molienda gruesa.
- **Molido excelso tipo 2.-** café gourmet a diferencia del excelso tipo 1 este cuenta con tosti3n media, y molienda media.



Gráfico 18: Presentación de Colcafé La Bastilla
Fuente: www.colcafe.com
Elaborado por Industria Colombiana de café S.A

- **Molido.-** tiene 3 tipos de presentaciones de acuerdo al consumidor, Café tipo suave que cuenta con tostión clara y molienda gruesa, el café tipo medio de tostión media y molienda media y el café tipo fuerte que presenta tostión oscura y molienda fina.
- **Molido descafeinado.-** conserva su aroma natural, y se ha extraído el 97% de la cafeína.

Instantáneos.- su presentación es en frascos de vidrios.

- **Colcafé**



Gráfico 19: Presentación de Colcafé Clásico
Fuente: www.colcafe.com
Elaborado por Industria Colombiana de café S.A

- **Clásico.-** café en polvo que conserva un suave sabor.
- **Granulado Colombia.-** presenta las características de un café tostado, y cuenta con un sabor mucho más intenso.
- **Neutralizado.-** Café granulado sin acidez, este va dirigido a personas que sufren de problemas gástricos.

elabora mediante un proceso de liofilización a bajas temperatura este permite conservar el sabor y aroma de un café natural.

- **Descafeinado.-** como su nombre lo indica este se elabora con café granulado descafeinado.
- **Bastiyá**



Gráfico 20: Presentación de Colcafé Bastiyá
Fuente: www.colcafe.com
Elaborado por Industria Colombiana de café S.A

- **Instantáneo.-** se conserva como un café natural tostado, y va dirigido a personas que prefieren un café más intenso y con fuerte aroma.

Instantáneos saborizados.- su presentación es en frascos de vidrios.

- **Colcafé**



Gráfico 21: Presentación de Colcafé coco
Fuente: www.colcafe.com
Elaborado por Industria Colombiana de café S.A

- **Coco.-** café en polvo con sabor a coco.
- **Vainilla.-** café en polvo con sabor a vainilla.
- **Caramelo.-** café en polvo con sabor a caramelo.

presentaciones en frascos de vidrio, plásticos, y envases de cartón.



Gráfico 22: Presentación de Colcafé Capuccino
Fuente: www.colcafe.com
Elaborado por Industria Colombiana de café S.A

- **Coffee Crem.-** este es una crema no láctea que se aplica en el café para un mejor sabor.
- **Colcafé Cappuccino.-** es una mezcla en seco de leche en polvo, café instantáneo, azúcar y saborizantes.
- **Colcafé Todo en 1.-** es una mezcla de café, azúcar y crema, que conserva un buen aroma.
- **Todo en 1 light.-** es una mezcla de café con una crema no láctea.

2.10.3 CAFÉS PRODUCIDOS EN NUESTRO PAÍS

- CAFÉ PRES 2

Pres2 es ecuatoriano, va dirigido a jóvenes, es una mezcla del café arábigo y robusta, tiene varias presentaciones en envases de sachet de 50 gramos hasta una jarra de 100 gramos y un frasco de vidrio de 170 gramos.

- CAFÉ ORO

Este se lo produce con café robusta, este es un café instantáneo spray diet, y su envase es en sachets.

- DON CAFÉ

Es producido con café robusta, y es un café instantáneo.

È COFFE BLEND

Este café se lo produce con café arábigo, la mezcla de café tostado y molido, se cosecha en Galápagos en suelo 100% orgánico y en suelo volcánico, su presentación es en un envase de 400 gramos.

- CAFÉ CARIAMANGA GOURMET

Se produce con el café arábigo especial que se escoge de una estricta altura de 1.950 msnm, es una mezcla de café tostado y molido y sus presentaciones cuentan con dos tipos de envases de 200 y 400 gramos. Este café cuenta con un sabor y aroma muy especial es por ello que fue catalogado como % la mejor taza de café+, por las series de características que toman en cuenta para su elaboración.

- CHOKAFE

Es un café producido con café arábigo tostado, no es un café común ya que es cubierto con chocolate este es de cacao fino que cuenta con un aroma muy especial, su presentación es en lata abre fácil para una mejor conservación y uso de 50 gramos.

- CAFÉ ECUADORÈS FINEST COFFE

El Ecuadorè\$ finest coffe es una mezcla de dos tipos de café que es el Cariamanga y el café de Loja, su presentación contiene una funda de 200 gramos de café de Cariamanga y una funda de 200 gramos de café de Loja acompañado por un sur venir.

- CAFÉ MONTECRISTI GOURMET

Este café como su nombre mismo lo indica gourmet para su elaboración se realiza una selección de granos de café arábigo de las mejores zonas de café del Ecuador, sobre todo en Manabí. Va dirigido a ejecutivos, con un aroma y sabor diferenciado brinda características similares a un café tostado y molido, es un café soluble, su envase es en fundas de 200 y 400 gramos.

- CAFÉ MONTECRISTI È FREEZE DRIED

Es un café producido con café arábigo, es soluble liofilizado.

Este café a pesar de contar con el nombre de otro país cafetero, su producción es en Ecuador con café 100% ecuatoriano, es un café de pasar, se lo produce con granos excelsos de café robusta seleccionados de las mejores cosechas de café, su presentación es en fundas de 200 y 500 gramos.

- **CAFÉ DE LOJA PREMIUN**

Este café se produce con café lojano, se elabora con café arábigo de estricta altura para que conserve un aroma especial y a la vez un balance ideal, viene en envases de 200 y 400 gramos.

2.10.4 LA SULTANA FRENTA A SU COMPETENCIA DIRECTA

CAFÉ DE LOJA

El café de Loja es una empresa que opera desde hace más de dos décadas, esta compañía se dedicaba a la comercialización de grano verde a nivel nacional pero a medida que el café creciendo en su demanda empezaron a exportarlo, desde tal punto que en los años 2006-2007 nos posicionamos como los terceros exportadores de granos verdes del país.

Contamos con una adecuada infraestructura que nos permite atender las necesidades de nuestros clientes en cuanto a procesos de producción y comercialización, teniendo un selecto grupo de trabajadores, maquinarias y equipos indispensables para realizar un buen tratamiento de limpieza del grano verde, etc. además de nuestro laboratorio para el control de calidad.

Hoy en día hemos crecido como empresa, gracias a la tecnología aplicada hemos ingresado al mercado nacional con semi-industrializados de café tostado y molido variedad Arábica, abrimos nuevos mercados, agregándoles valor al café haciéndolo de consumo inmediato mediante una buena presentación, para nuestros productos siempre consideramos el café Arábica de la mejor calidad, pero sin dejar a un lado nuestro principal producto que es el grano verde especial de Cariamanga de Loja, este se lo encuentra en el sur de nuestro país, se lo caracteriza por ser un café de intenso aroma y sabor, es por ello que lo utilizamos para la elaboración de algunos de nuestros productos semielaborados.

erado como competencia directa debido a que hace algún tiempo ha sacado en el mercado la presentación de un té café, conocido como las funditas de café, de una u otra manera es una competencia directa por el tipo de consumo del mismo, más no por su sabor y aroma.

La presentación del Café de Loja es la siguiente:

- **Funditas de café**



Gráfico 23: Presentación de Café de Loja en funditas de café

Fuente: www.cafecomsa.com

Elaborado por Cafecom S.A

Este es un café de preparación inmediata que no requiere de ningún filtro ni cafetera, vienen en caja de 15 funditas de café de 5.5 gramos cada considerando una medida justa para una taza de café, dirigida para todo tipo de consumidor. Tiene dos tipos de presentaciones que es el café Regular y Descafeinado. Su precio de venta de cada caja es de 2.76 dólares americanos.

CAFÉ ILE

Industrias ILE, es una compañía lojana que se dedica a la producción y comercialización de alimentos de buena calidad, como son especias, línea completa de condimentos, hierbas aromáticas entre otros.

Esta compañía en los últimos años ha crecido enormemente llegando a posicionarse en el mercado con uno de sus productos como los numero uno además de exportar alguno de ellos en grandes escalas.

Presenta los siguientes productos:

- **Condimentos en polvo:** Sabora, pimienta picante molida, comino molido, ajo en polvo, sazónador natural, apanadura sazónada, ají para seco, ají peruano.

sta: aliño completo, ajo en pasta, chimichurri, mani en pasta, jengibre en pasta, refrito pasta de achiote, manteca de color.

- **Salsas:** salsa china, salsa de ají, ají extrapicante.
- **Hierbas aromáticas:** horchata, hierbaluisa, orégano, manzanilla, menta, toronjil, canela, anís común, cedrón.
- **Café:** café Delaroma, café Alto Cayetano.
- **Dulces:** azúcar, panela molida.
- **Varios:** anís, canela, clavo de olor, pimienta dulce, comino en grano, orégano, laurel, semillas de linaza, entre otros.
- **Atún:** campos ILE.

Considero al Café ILE como competencia directa ya que cuenta con el café Alto Cayetano que tiene la misma presentación de té café del café La Sultana, este es un café filtrado al instante que se produce con café tostado y molido.

Tiene la siguiente presentación:



Gráfico 24: Presentación de Café de Ile en sobres
Fuente: www.ile.com.ec
Elaborado por Industria ILE

Este café ha pesar que no es muy conocido, es considerado innovador por su tipo de consumo, viene en bolsitas auto filtrantes, su preparación es muy fácil se ingiere la bolsita de café en una taza de agua caliente se espera dos minutos y está listo para se consumido. El valor de esta caja es de \$2.75, en cada caja vienen 25 funditas de café.



*Your complimentary
use period has ended.
Thank you for using
PDF Complete.*

[Click Here to upgrade to
Unlimited Pages and Expanded Features](#)

sencia de sustitutos

Es muy importante analizar los sustitutos que de una u otra manera son también una amenaza directa para el café, una de las principales el cacao que se puede conseguir en el mercado a un bajo precio, también los té o sobres de plantas medicinales, entre otros. El punto principal de La Sultana es que es un café natural, con una buena presentación, innovadora, de consumo inmediato, y que conserva su aroma, este va dirigido al consumo diario de las personas ya sea en desayunos, almuerzos o cenas, o considerado también para cualquier otro tipo de actos sociales, como conferencias, compromisos fúnebres, encontrarlo en aeropuertos, oficinas, etc.

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1 TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

El proyecto *%a Sultana+* presenta dos tipos de investigación empieza aplicando una investigación **histórica** ya que se analiza la vida del café en los últimos años, la caída terrible de precio que sufrió y como afectó directamente la economía no solo de las zonas cafetaleras sino de todo el país por el bajo porcentaje de exportación.

Ya una vez que contamos con los antecedentes históricos del problema a investigar traemos la información y comparamos con datos presentes, analizando cada una de las variables que sufrieron cambios.

Partiendo de estos análisis podemos ya aplicar una investigación de tipo **transeccional** empezamos a recoger información del impacto actual del producto, cual es su situación en la zona de Jipijapa en el área productiva y de consumo. Esta nos ayudará a poner en marcha el proyecto presentando soluciones en las deficiencias que presenta el mismo, conocer cuales son las estrategias a aplicar para obtener mejores resultados, la calidad de producto que se recoge en la zona, su volumen de producción y el efecto del producto al ser puesto en el mercado.

Se analiza una investigación profunda del tema para poder cubrir todas las áreas.

Metodología.

Es necesario realizar un estudio de mercado para ello se realiza un estudio exploratorio cualitativo el mismo que nos permitirá conocer si el café molido tendrá aceptación en el mercado, una vez que se conoce la reacción de las personas ante la presencia del producto se procede hacer una investigación cuantitativa aplicando estrategias estadísticas y métodos como entrevistas, encuestas, entre otros directamente a los consumidores para obtener resultados favorables, estas técnicas serán aplicadas en la zona directa donde va dirigido el proyecto.

Al momento de aplicar una técnica de investigación se debe definir la población a la que se aplicará la cual deben ser personas con criterio formado y de diferentes condiciones sociales.

Una vez que se tiene claro la población a la que se va dirigida la encuesta, se debe establecer un marco muestral, este nos permitirá llegar directamente a las personas consumidoras de café.

Existen dos métodos muy importantes que se deben aplicar al momento de ejecutar la técnica que es el método de muestreo y el método de recolección de datos.

El método de muestreo en este proceso se seleccionan bajo el conocimiento referente al tema, se lo conoce como un muestreo por juicio.

El método de recolección de datos en este se aplican directamente técnicas de investigación a través de entrevistas, o encuestas en esta se aplican preguntas abiertas, de ahí viene una segunda etapa en el proceso donde se debe degustar del producto y a la vez darlo a conocer en su presentación las características que presenta.

Una vez que se aplica el método cualitativo servirá para conocer las características del demandante de café, sobre todo de sus actitudes a explorar frente a una nueva presentación del producto, esta sirve como la base fundamental para poder llegar a el método cuantitativo.

En este proyecto LA SULTANA, se partirá con una muestra en la que solo participará el cantón Jipijapa. Después nos desplazaremos hacia otros cantones del norte de la provincia de Manabí como Portoviejo, Manta, El Carmen, entre otros, donde sabemos que el producto tendrá acogida debido a la predisposición que existe en el consumo de café de la zona, por lo que nuestro mercado objetivo ya está ubicado.

3.2 LA POBLACIÓN Y LA MUESTRA

3.2.1 Características de la población.

Las características de la población se enmarcan directamente a el comportamiento de esta frente al producto después de conocer su nueva presentación y degustación del mismo, es muy importante conocer cuales son las verdaderas necesidades a satisfacer, los motivos de compra, como le gustaría comprar el producto, a que precio, en que lugares le gustaría adquirirlo, también es muy importante otras variables demográficas de acuerdo a los estándares al que va dirigido el café.

blación.

A Nivel de Manabí. Los estudios realizados por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) y otras organizaciones nos muestran que la población Manabita ha presentado un crecimiento en su tasa inter censal de 5.5 y 3.5, superior al promedio nacional. Manabí tiene alrededor de Un millón trescientos cuarenta y cinco mil setecientos setenta y nueve habitantes, y se estima que en el 2011 tendrá más de dos millones. Este producto se dirige a todos los sectores de la población clases alta, media y baja, ya que es un producto de consumo tradicional de la zona.

3.2.3 Tipo de muestra.

El proyecto "La Sultana" utilizará una muestra probabilística seleccionaremos a un grupo para aplicar los métodos de recolección de información buscando el perfil o características de la población planteadas para poder agilizar el proceso al momento de aplicar las técnicas.

3.2.4 Tamaño de la muestra

$$\frac{2000}{((0.05)^2 (2000-1))+1}$$

$$= 4.012$$

3.3 LOS MÉTODOS Y LAS TÉCNICAS.

3.3.1. Métodos Teóricos

3.3.1.1 Método inductivo

El proyecto "La Sultana" se plantea en el método inductivo ya que parte con el problema de producción de café en la zona sur de Manabí no simplemente por la baja de precios que últimamente ha sufrido este producto, sino también el abandono de tierras y cultivos en esta zona, clima no favorable por la serie de fenómenos naturales que está sufriendo la tierra.

Este método nos permitirá conocer a fondo las series de variables que afectarían a la producción de café ya sea la fertilidad de la tierra no esta acorde, no existe la disponibilidad del agua, la producción baja demasiado rechazando de esta manera más producto, en fin, es una serie de problemas que afectan directamente el cultivo de café, este método nos permitirá conocer y analizar cada una de estas variables.

Una vez que conocemos todas las variables que generan el problema del cultivo de café, empleamos estrategias para poder manejar y dar soluciones a cada una de ellas, conocemos claramente que ante cambios climáticos no podemos evitarlos pero si enfrentarlos con equipos necesarios para ayudar a los cultivos protegiéndolos de climas no favorables.

Una vez que le agreguemos valor al producto, entraremos al mercado y daremos inicio aprovechar la mejoras de precio que últimamente esta favoreciendo al café, se trata de entrar a competir en un mercado donde no cuenta con un proyecto como el mencionado y eso es algo favorable debido a la innovación del mismo.

3.3.1.3 Síntesis

Al finalizar con las investigaciones respectivas y ya una vez aplicadas las estrategias para dar solución a las variables que generan problemas podemos obtener ya cambios beneficiosos, mejoras en los procesos agroindustriales por la implementación de equipos, aumento de producción de los productos agrícolas, manejo de la disponibilidad del agua o de algún cambio climático debido a la preparación obtenida en el transcurso de la investigación de esta manera lograremos óptimos resultados, cubriremos la demanda, sin necesidad de un aumento de costos y lo más importante tendremos un producto de calidad que será aceptado ante el consumidor.

3.3.2. Técnicas e instrumentos de la Investigación

- La encuesta.
- La entrevista.
- Marco lógico.
- Muestreo.
- Análisis de expertos.
- La prueba o test, etc.
-

3.4 MERCADO META

Para conocer el mercado meta se aplica un plan de marketing dirigido directamente a la población de los cantones de la provincia de Manabí en el primer año especialmente enfocándonos en el cantón Jipijapa de donde se partirá la elaboración del proyecto. Y posteriormente a las otras Provincias del Ecuador, pretendiendo en el futuro realizar exportaciones a los países norteamericanos, europeos y asiáticos donde el consumo de café es una tradición bastante elevada.

as siguientes características:

- Familias que residen en barrios y ciudadelas, que generalmente se abastecen de productos de primera necesidad en tiendas y casas comerciales locales.
- Familias que tienen un desarrollo económico intermedio y alto, cuya condición le permite realizar sus compras en supermercados y comisariatos.
- Ciudadanos que asisten a comedores, restaurantes, bares y cafeterías.
- Personas que utilizan hosterías y hoteles por asuntos de reuniones de trabajo y actividades de recreación personal.
- Las familias que poseen vivienda propia.
- Familias que habitan en ciudades de clima frío tropical.

También es muy importante considerar lo que es un mercado secundario que se considera a las personas de altos, medios o bajos ingresos que habitan temporalmente en el País.

3.4.1 Identificación de la demanda

Para poder conocer nuestro mercado objetivo fue muy importante aplicar una técnica de investigación como es la encuesta esta nos permite obtener un porcentaje relevante de datos reales de las reacciones del consumidor frente al producto, se planteó un estudio completo donde se parte de lo básico, para poder llegar a fuentes primarias reales, se escogió un grupo de posibles consumidores tomando en cuenta también a especialistas del tema, competidores, y distribuidores finales como son propietarios de tiendas.

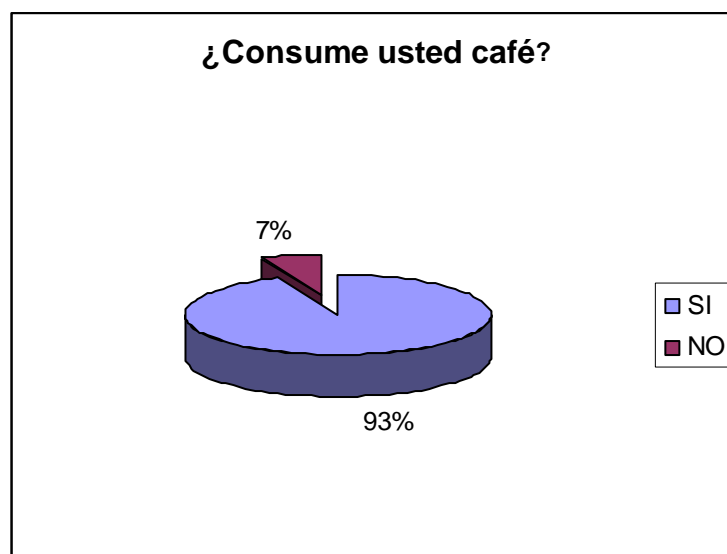
Para poder aplicar esta técnica de investigación es necesario también conocer el perfil del demandante de café en este estado, nos dirigimos a personas con niveles de cultura alto medio y bajo.

Después de aplicar las encuestas a un total de 200 personas en el cantón Jipijapa para conocer si el proyecto era fiable o no obtuvimos los siguientes datos:

1.- ¿Consume usted café?

OPCIONES	ENCUESTADOS	%
SI	187	94%
NO	13	7%
TOTAL	200	100%

Tabla 2. Porcentaje de participación de las personas que consumen café



**Gráfico 25: Porcentaje de participación de personas que consumen café
Elaborado por La autora.**

Como podemos darnos cuenta el 91,50% de las personas toman café lo que nos indicaría que una gran parte de lo población es consumidora de café mientras que solo el 8.50% no consume café. Por lo tanto si hay una gran demanda de café en el mercado lo que vendría a constituirse en un Mercado Potencial.

e consumo?

OPCIONES	ENCUESTADOS	%
DIARIO	114	57%
SEMANTAL	66	33%
NO CONTESTO	20	10%
TOTAL	200	100%

Tabla 3. Promedios de consumo de café

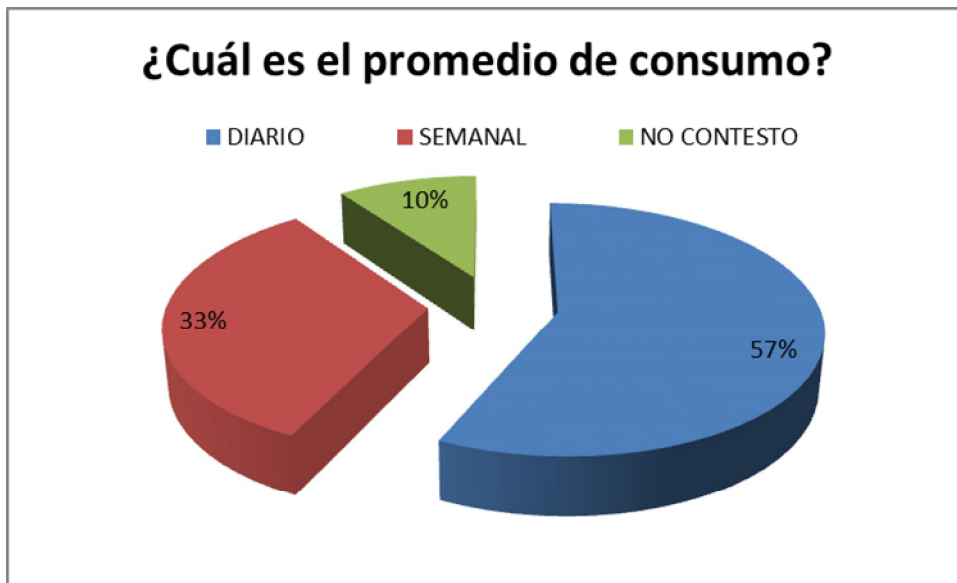


Gráfico 26: Porcentaje de participación del promedio de consumo de café
Elaborado por La autora.

El 57% de los encuestados toma café diariamente, mientras que el 33% lo consume unas 2 o 3 veces a la semana lo que vendría a representar un porcentaje de consumo del 90%. Lo que nos indica que si hay una gran porcentaje de consumidores de café lo que resulta muy beneficioso para nuestro producto.

¿comprar?

De acuerdo a el lugar donde suelen adquirir el café nos damos cuenta que un 76% compran en tiendas cerca de sus viviendas, el otro 24% realizan la compra en supermercados y otros que se encuentran fuera de la ciudad.

La preferencia según ellos son:

LOCALES COMPRA DE CAFÉ SOLUBLE/MOLIDO.	CLIENTES	%
Tiendas	140	76
Otros	60	24
Total	200	100

Tabla 4. Porcentaje de participación de los lugares donde suelen comprar café.

4.- ¿Edades y ocupaciones de los demandantes por familia?

EDADES/AÑOS	%
05-15	15
16-25	17
26-35	20
36-45	18
46-55	14
56-y más.	16
TOTAL	100

Tabla 5. Porcentaje de edades y ocupaciones de los demandantes de café por familia.

tenemos un alto porcentaje de los ejecutivos o personas profesionales que consumen café con un promedio de 48% que comprende las personas de 36 años en adelante, un 20% de personas jóvenes muchas profesionales que laboran ente los 26 a 35 años, un 17% de jóvenes estudiantes que también consumen que están entre los 16 y 25 años, finalmente se cuenta con 15% de menores que consumen café.

OCUPACION	%
EMPRESARIOS/EJECUTIVOS	11
EMPLEADOS	22
OBREROS	30
DOMESTICOS	29
OTROS	8
TOTAL	100

Tabla 6. Porcentaje de participación de los consumidores de café según sus ocupaciones

El promedio por familia que toman café se ubica en 4.22% miembros por cada familia que tienen como habito tomar café.

presentación le gustaría tener en el mercado?

OPCIONES	ENCUESTADOS	%
BOTELLA	84	42%
FUNDA FAMILIAR	32	16%
SOBRE	66	33%
TARRO	0	0%
INDIFERENTE	18	9%
TOTAL	200	100%

Tabla 7. Tipos de embase de café que le gustaría tener en el mercado



Gráfico 27: Porcentaje de participación del tipo de envase o presentación de café que le gustaría tener en el mercado. Elaborado por La autora.

El 42% de la población consume en botella es decir el café tostado y molido envasado en botella de vidrio, el 33% en sobre que se acerca a la presentación que quiero ofrecer, el 16% en funda familiar, el 9% a la población le es indiferente la presentación y un 0% de población que no le gusta el café con un envase de tarro enlatado.

¿Por qué consumes café?

OPCIONES	ENCUESTADOS	%
POR SU SABOR	60	30%
POR SU AROMA	41	21%
POR SUS BENEFICIOS	6	3%
POR COSTUMBRE	71	35%
POR VICIO	0	0%
POR STRES	5	3%
NO CONTESTO	17	9%
TOTAL	200	100%

Tabla 8. Opciones de consumo de café

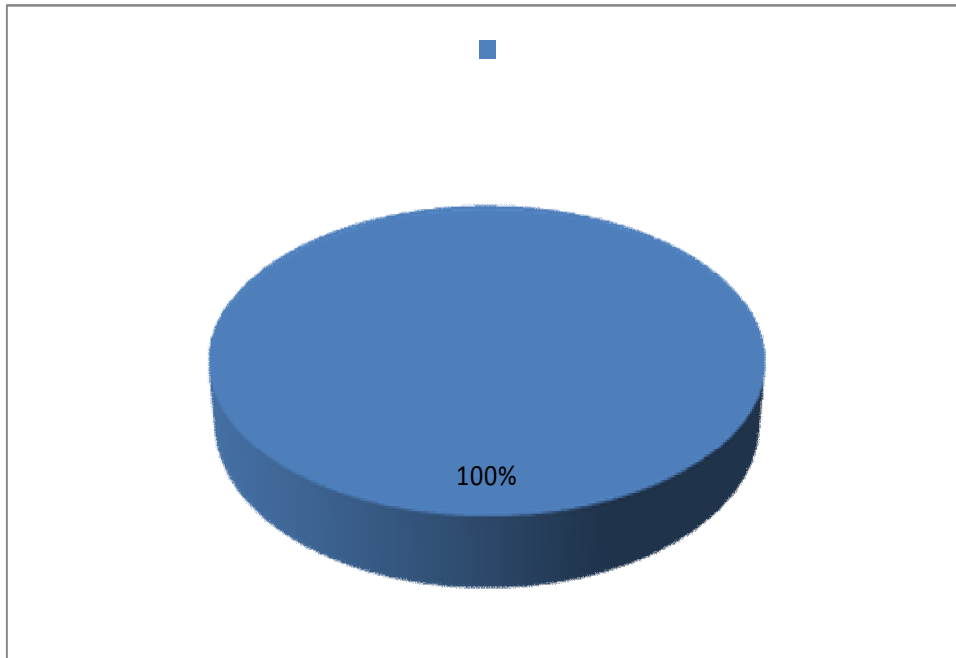


Gráfico 28: Porcentaje de las opciones por la que se consume café
Elaborado por La autora.

Nos damos cuenta que el 35% de la población consume café por tradición o costumbre, el 30% por el sabor agradable del mismo, un 21% consume café por su aroma, tenemos un 9% que no contesto, un 3% lo toma por los beneficios que adquiere al consumirlo, y por ultimo un 3% que consume por stres y la cafeína les ayuda a controlar su sistema nervioso.

¿Le gustaría que en el mercado exista un Café en sobres 100% natural orgánico?

OPCIONES	ENCUESTADOS	%
SI	183	92%
NO	0	0%
NO CONTESTO	17	9%
TOTAL	200	100%

Tabla 9. Opciones para conocer si es favorable que en el mercado exista café en sobres 100% orgánico



Gráfico 29: Porcentaje de participación que en el mercado exista café en sobres 100% orgánico. Elaborado por La autora.

Esta pregunta es muy clave para la microempresa pues nos indica que la gente si esta de acuerdo con que exista en el mercado un café en sobre 100% puro. El 91,50% es muy significativo tomando en cuenta que ninguno de los encuestados dijo que no y que el 8,50 % corresponde a aquellas personas que no consumen café.

¿Le gustaría que el precio del producto sea?

OPCIONES	ENCUESTADOS	%
\$ 0,05	120	60%
\$ 0,07	7	4%
\$ 0,10	63	32%
más de \$ 0,10	10	5%
TOTAL	200	100%

Tabla 10. Valores de precios opcionales para el producto

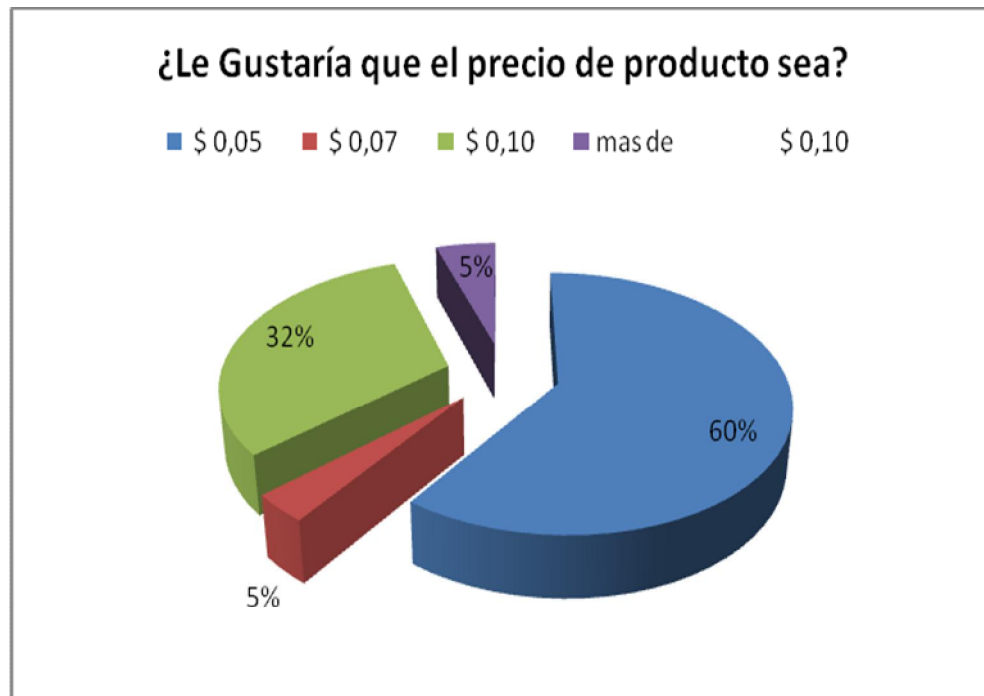


Gráfico 30: Porcentaje de precios opcionales para el café.
Elaborado por La autora.

Esta pregunta la consideramos muy importante por uno de los principales factores de adquirir un producto es el precio, de esta conocemos que un 60% que el producto debería valer 0.05 centavos cada bolsita de café la propuesta de menor precio que consideramos, de ahí obtuvimos un 4% que consideró que debería costar 0.07 centavos, un 32% que debería costar 0.10 centavos, y por último un 5% que consideró que debería costar mas de 0.10 centavos.

CAPÍTULO IV

MARCO ADMINISTRATIVO

4.1 TALENTO HUMANO.

Investigadores.- como mentalizadora de este proyecto he basado mis investigaciones en las diferentes etapas que en los últimos años ha sufrido el principal producto de mi ciudad como es el café, conoceré a fondo las zonas de cultivo de café para ver las condiciones en las que se encuentran. Buscaré información en sitios estratégicos.

Encuestadores.- se buscaran personas capacitadas a tratar con el público al momento de aplicar encuestas, gente ágil, inteligente, respetuosa, para de esta manera poder facilitar el proceso teniendo la aceptación por parte de las personas al momento de realizar la encuesta.

Tabuladores.- Una vez realizada las encuestas o entrevistas obtendremos resultados del número de entrevistados, y los porcentajes relacionados a las preguntas establecidas es por ello que el encargado de esta área será una persona capacitada en áreas de estadística y computación.

Ya una vez que he realizado los estudios necesarios para llevar a cabo el proyecto, como promotora de este proyecto buscaré a gente con experiencia en el tema de café, una vez que cuente con la microempresa se aplicarán seminarios o capacitaciones a cada uno de los miembros que serán parte de la misma aplicando en las diferentes áreas de desempeño de sus actividades de producción.

3.3 RECURSOS FINANCIEROS.

Los recursos financieros que permitirán llevar a cabo el proyecto es por el aporte de la dueña del mismo en este caso yo, para poder lograr lo propuesto con la tecnología adecuada se prevé también gestionar un financiamiento de acuerdo al presupuesto planteado en una Institución financiera donde se otorgará el préstamo a 5 años con una tasa de interés del 13% capitalizable mensualmente.

La Sultana en cuanto haya entrado al mercado y sea un producto competitivo que genere ganancias se irá cubriendo los gastos previstos, y a la vez solventar la puesta en marcha del mismo.

onales

Investigadores.- En este caso no existirían costos porque yo soy la investigadora del proyecto.

Encuestadores.- 5 personas con un costo de 25 dolares semanales y la realizarán en 2 semanas (5 días de cada semana). Esto tendrá un costo de 250 dolares.

Tabuladores.- El tabulador recibirá 30 dólares.

Costos Generales:

Transporte.- el gasto que se devengará aquí es la gasolina que gaste en mi vehículo que aproximadamente es de \$30.00 semanal.

Papelería.- Remas de papel bond en donde se imprimirán las encuestas tienen un costo de \$7.00 cada rema.

Impresión de formularios.- \$30.00 por gasto de tinta ya que es impresora láser.

Procesamiento de información.- en este proceso de información se aplicara la degustación del producto, y los costos son de \$50.00.

3.4 Presupuestos.

Propuesta de la planta de producción

Nuestro producto será elaborado con café lavado porque es el de mejor calidad, ya que es el grano de mejor formación porque completa su etapa de maduración. Este tipo de café se lo puede adquirir como pergamino seco o pilado lavado.

Tanto el pergamino seco como el pilado lavado en la actualidad se lo adquiere cada quintal o saco es de 130 libras y tiene un costo de \$205.

COSTOS VARIABLES ASOCIADOS A LA PRODUCCIÓN

QUINTAL	LIBRAS	PRECIO
1	130	\$ 205

Tabla 11. Costos de sacos de café lavado

Al procesa el café se merma la cantidad inicialmente adquirida. Por ejemplo un saco de 130 libras merma a 110 libras de café tostado y molido y/o procesado.

	GRAMOS	BOLSITAS 3 GRAMOS
1	454	151

Tabla 12. Gramos de 1 libra de café

Se va a elaborar bolsitas auto filtrante de 3 gramos por lo que debemos conocer que 1 LIBRA de Café serían 454 gramos aproximadamente, nos indica que con una 1 LIBRA de Café se puede llegar a producir hasta 151 bolsitas de café.

Primer año de producción

Para nuestra primera producción tenemos previsto arrancar con 20000 cajas (de 25 sobres cada una), es decir 500000 sobres de café aproximadamente.

Bolsitas de 3 gramos	Gramos totales	Libras de café	Sacos de 130lbs
500000	1500000	3307	26

Tabla 13. Sacos de café en producción

Costos de Materia Prima

Costos de Producción			
Unidad = 1 Caja = 25 bolsitas			
Materia Prima		Elaboración	
Sacos Café de 130 lb		Costo de caja (unit)	\$ 0.05
	\$		
Costo unit x saco	205.00	Costo de bolsita	\$ 0.08
Costo unit x libra (110lb)	\$ 1.86	Costo de imprenta	\$ 0.04
Costo Unit bolsita (151 funditas x lb)	\$ 0.01	Costo de sellado	\$ 0.10
Costo Unit Cajita (de 25 funditas)	\$ 0.31	Costo Unit Elaboración	\$ 0.27
Costo Unitario Produccion			\$ 0.58

Tabla 14. Costos de producción de materia prima

COSTOS FIJOS APROXIMADOS

Descripción costos fijos	Valor
Sueldos y Cargas Sociales	7251.81
Gastos de Depreciación	1045.00
Servicios básicos (agua, teléfono y luz)	200.00
Gastos de arriendo	100.00
TOTAL	\$ 8596.81

Tabla 15. Costos de costos fijos administrativos

A IMPLEMENTACION DE LA PLANTA

Área	Descripción	Valor Total
Maquinarias	Una Piladora para café bola seco y pergamino seco; \$.2,850.00	\$ 2,850.00
Maquinarias	Una Clasificadora para granos con dos juegos de dos mallas c/u; \$.1,400.00	\$ 1,400.00
Maquinarias	Una Tostadora con cuatro quemadores industriales; \$.2,600.00	\$ 2,600.00
Maquinarias	Un enfriador para café en acero inoxidable A/5/304; \$.1,200.00	\$ 1,200.00
Maquinarias	Un molino para granos de café con motor de 3Hp y tolvas; \$.1,100.00	\$ 1,100.00
Maquinarias	Una selladora de impulso de pedal para sobres y cajas; \$.250.00	\$ 1,300.00
TOTALES		\$ 10,450.00

Tabla 16. Costos de maquinarias y equipos

3.5 ANALISIS FINANCIERO

Se ha considerado predecir los comportamientos de producción de LA SULTANA frente al mercado, se han utilizado aproximado o suposiciones para poder elaborar los estados financieros que presentaré a continuación, y es muy importante conocer los siguientes puntos considerados:

- El personal se mantiene durante los años presentados.
- La producción de la planta opera durante un solo turno.
- La Sultana durante su proceso de post-cosecha operará 100%, una vez que se produce se vende la producción.
- La producción de acuerdo a una proyección conservadora va aumentando su capacidad durante los 5 años, su primera producción empieza con 20000 cajas, en el segundo año se espera un incremento del 20%, para el tercer año un incremento del 17% aproximadamente, para el cuarto año un 7% más aproximadamente y así en adelante.

proyectados

ESTADO DE RESULTADOS

4.5.1.1 Escenario- Conservador:

MICROEMPRESA "LA SULTANA"	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ESTADO DE RESULTADOS:	Acumulado	Acumulado	Acumulado	Acumulado	Acumulado
VENTAS					
INGRESOS OPERATIVOS	\$ 39.000,00	\$ 49.608,00	\$ 60.769,80	\$ 68.366,03	\$ 75.111,47
Unidades Vendidas	20000	24000	28000	30000	32000
Precio	\$ 1,95	\$ 2,07	\$ 2,17	\$ 2,28	\$ 2,35
EGRESOS OPERATIVOS	\$ 27.119,67	\$ 31.539,51	\$ 35.475,11	\$ 38.375,23	\$ 41.452,40
Costos Produccion	\$ 27.119,67	\$ 31.539,51	\$ 35.475,11	\$ 38.375,23	\$ 41.452,40
UTILIDAD BRUTA	\$ 11.880,33	\$ 18.068,49	\$ 25.294,69	\$ 29.990,79	\$ 33.659,07
GASTOS	\$ 11.705,86	\$ 11.998,36	\$ 11.810,17	\$ 11.611,83	\$ 11.290,99
Sueldos y Cargas Sociales	\$ 7.251,81	\$ 8.064,41	\$ 8.467,63	\$ 8.891,01	\$ 9.335,56
Gastos de Depreciacion	\$ 1.045,00	\$ 1.045,00	\$ 1.045,00	\$ 1.045,00	\$ 1.045,00
Servicios básicos (agua, teléfono y luz)	\$ 200,00	\$ 202,00	\$ 204,02	\$ 206,06	\$ 208,12
Gastos de arriendo	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 150,00	\$ 150,00
Materiales de Oficina	\$ 80,00	\$ 82,00	\$ 85,00	\$ 90,00	\$ 95,00
Gasto financieros	\$ 3.029,05	\$ 2.504,96	\$ 1.908,52	\$ 1.229,76	\$ 457,31
Utilidad antes de Impuestos	\$ 174,47	\$ 6.070,13	\$ 13.484,52	\$ 18.378,96	\$ 22.368,08
15% de participación a trabajadores	\$ 26,17	\$ 910,52	\$ 2.022,68	\$ 2.756,84	\$ 3.355,21
22% Impuesto a la Renta	\$ 32,63	\$ 1.135,11	\$ 2.521,60	\$ 3.436,87	\$ 4.182,83
Utilidad (pérdida) Neta	\$ 115,67	\$ 4.024,50	\$ 8.940,24	\$ 12.185,25	\$ 14.830,04
Margen de Utilidades sobre ventas	0,30%	8,11%	14,71%	17,82%	19,74%

MICROEMPRESA "LA SULTANA"
AL 31 DE AGOSTO DE 2011
FLUJO DE CAJA PROYECTADO

CONCEPTO	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
SALDO INICIAL DE CAJA		(\$ 25.000,00)	(\$ 20.810,28)	(\$ 12.495,75)	\$ 468,06	\$ 16.347,53
VENTAS						
INGRESOS OPERATIVOS	\$ 0,00	\$ 39.000,00	\$ 49.608,00	\$ 60.769,80	\$ 68.366,03	\$ 75.111,47
<i>Unidades Vendidas</i>		<i>20.000,00</i>	<i>24.000,00</i>	<i>28.000,00</i>	<i>30.000,00</i>	<i>32.000,00</i>
<i>Precio</i>		<i>\$ 1,95</i>	<i>\$ 2,07</i>	<i>\$ 2,17</i>	<i>\$ 2,28</i>	<i>\$ 2,35</i>
EGRESOS OPERATIVOS	\$ 0,00	\$ 27.119,67	\$ 31.539,51	\$ 35.475,11	\$ 38.375,23	\$ 41.452,40
<i>Costos Produccion</i>		<i>\$ 27.119,67</i>	<i>\$ 31.539,51</i>	<i>\$ 35.475,11</i>	<i>\$ 38.375,23</i>	<i>\$ 41.452,40</i>
GASTOS		\$ 11.764,66	\$ 13.303,92	\$ 15.284,40	\$ 16.386,09	\$ 17.039,74
<i>Sueldos y Cargas Sociales</i>		<i>\$ 7.251,81</i>	<i>\$ 7.324,33</i>	<i>\$ 7.397,58</i>	<i>\$ 7.471,55</i>	<i>\$ 7.546,27</i>
<i>Gastos de Depreciacion</i>		<i>\$ 1.045,00</i>	<i>\$ 1.045,00</i>	<i>\$ 1.045,00</i>	<i>\$ 1.045,00</i>	<i>\$ 1.045,00</i>
<i>Servicios básicos (agua,teléfono y luz)</i>		<i>\$ 200,00</i>	<i>\$ 202,00</i>	<i>\$ 204,02</i>	<i>\$ 206,06</i>	<i>\$ 208,12</i>
<i>Gastos de arriendo</i>		<i>\$ 100,00</i>	<i>\$ 100,00</i>	<i>\$ 100,00</i>	<i>\$ 150,00</i>	<i>\$ 150,00</i>
<i>Materiales de Oficina</i>		<i>\$ 80,00</i>	<i>\$ 82,00</i>	<i>\$ 85,00</i>	<i>\$ 90,00</i>	<i>\$ 95,00</i>
<i>Gasto financieros</i>		<i>\$ 3.029,05</i>	<i>\$ 2.504,96</i>	<i>\$ 1.908,52</i>	<i>\$ 1.229,76</i>	<i>\$ 457,31</i>
<i>Pago de utilidades a trabajadores</i>		<i>\$ 26,17</i>	<i>\$ 910,52</i>	<i>\$ 2.022,68</i>	<i>\$ 2.756,84</i>	<i>\$ 3.355,21</i>
<i>Pago de impuesto a la renta</i>		<i>\$ 32,63</i>	<i>\$ 1.135,11</i>	<i>\$ 2.521,60</i>	<i>\$ 3.436,87</i>	<i>\$ 4.182,83</i>
UTILIDAD NETA	\$ 0,00	\$ 115,67	\$ 4.764,57	\$ 10.010,29	\$ 13.604,71	\$ 16.619,33
DEPRECIACION		\$ 1.045,00	\$ 1.045,00	\$ 1.045,00	\$ 1.045,00	\$ 1.045,00
AMORTIZACION		\$ 3.029,05	\$ 2.504,96	\$ 1.908,52	\$ 1.229,76	\$ 457,31
FLUJO DE CAJA OPERATIVO	\$ 0,00	\$ 4.189,72	\$ 8.314,53	\$ 12.963,81	\$ 15.879,47	\$ 18.121,64
INVERSIONES	(\$ 25.000,00)					
<i>Compra de Maquinarias y Equipos</i>						
<i>Infraestructura</i>	<i>\$ 0,00</i>					
<i>Capital de trabajo</i>						<i>\$ 25.000,00</i>
<i>valor de salvamento</i>						<i>\$ 4.700,00</i>
FLUJO DE CAJA DEL PERÍODO	(\$ 25.000,00)	\$ 4.189,72	\$ 8.314,53	\$ 12.963,81	\$ 15.879,47	\$ 47.821,64
SALDO FINAL DE CAJA	(\$ 25.000,00)	(\$ 20.810,28)	(\$ 12.495,75)	\$ 468,06	\$ 16.347,53	\$ 64.169,17

cenario- Conservador)

	1	2	3	4	5
VF	\$ 4,189.72	\$ 8,314.53	\$ 12,963.81	\$ 15,879.47	\$ 47,821.64
VA	3643.24	6286.98	8523.92	9079.14	23775.81
VA TOTAL	51309.07				
INVERSION	(\$ 25,000.00)				
VAN	26309.07				

van	\$ 26,309.07
tir	39.97%
Tiempo de recuperación	3 años

De acuerdo con el análisis del TIR y el VAN, el proyecto es viable considerando un escenario conservador. Se tiene una tasa interna de retorno del 39.97% versus el 13% del costo del préstamo bancario, esto implica que si se pagara el préstamo en menos tiempo o con una tasa mayor existe un margen considerable para que el inversionista pueda operar sin mayor problemas. Adicionalmente, tenemos que el valor presente neto es positivo lo cual refuerza la viabilidad del proyecto. Se estima que la inversión inicial de \$25.000 se recuperaría en un lapso de 3 años aproximadamente.

los. Escenario- Optimista

MICROEMPRESA "LA SULTANA"	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ESTADO DE RESULTADOS:	Acumulado	Acumulado	Acumulado	Acumulado	Acumulado
VENTAS					
INGRESOS OPERATIVOS	\$ 50.000,00	\$ 57.750,00	\$ 66.701,25	\$ 77.039,94	\$ 88.981,14
Unidades Vendidas	25000	27500	30250	33275	36602,5
Precio	\$ 2,00	\$ 2,10	\$ 2,21	\$ 2,32	\$ 2,43
EGRESOS OPERATIVOS	\$ 30.012,41	\$ 33.804,53	\$ 37.248,84	\$ 41.137,26	\$ 45.534,12
Costos Produccion	\$ 30.012,41	\$ 33.804,53	\$ 37.248,84	\$ 41.137,26	\$ 45.534,12
UTILIDAD BRUTA	\$ 19.987,59	\$ 23.945,47	\$ 29.452,41	\$ 35.902,69	\$ 43.447,02
GASTOS	\$ 11.875,86	\$ 12.169,56	\$ 11.982,58	\$ 11.735,47	\$ 11.415,86
Sueldos y Cargas Sociales	\$ 7.251,81	\$ 8.064,41	\$ 8.467,63	\$ 8.891,01	\$ 9.335,56
Gastos de Depreciacion	\$ 1.045,00	\$ 1.045,00	\$ 1.045,00	\$ 1.045,00	\$ 1.045,00
Servicios básicos (agua, teléfono y luz)	\$ 320,00	\$ 323,20	\$ 326,43	\$ 329,70	\$ 332,99
Gastos de arriendo	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00
Materiales de Oficina	\$ 80,00	\$ 82,00	\$ 85,00	\$ 90,00	\$ 95,00
Gasto financieros	\$ 3.029,05	\$ 2.504,96	\$ 1.908,52	\$ 1.229,76	\$ 457,31
Utilidad antes de Impuestos	\$ 8.111,72	\$ 11.775,91	\$ 17.469,83	\$ 24.167,22	\$ 32.031,16
15% de participación a trabajadores	\$ 1.216,76	\$ 1.766,39	\$ 2.620,47	\$ 3.625,08	\$ 4.804,67
22% Impuesto a la Renta	\$ 1.516,89	\$ 2.202,10	\$ 3.266,86	\$ 4.519,27	\$ 5.989,83
Utilidad (pérdida) Neta	\$ 5.378,07	\$ 7.807,43	\$ 11.582,49	\$ 16.022,87	\$ 21.236,66
Margen de Utilidades sobre ventas	10,76%	13,52%	17,36%	20,80%	23,87%

MICROEMPRESA "LA SULTANA"						
AL 31 DE AGOSTO DE 2011						
FLUJO DE CAJA PROYECTADO						
CONCEPTO	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
SALDO INICIAL DE CAJA		(\$ 25.000,00)	(\$ 15.547,88)	(\$ 3.450,42)	\$ 12.155,65	\$ 31.872,74
VENTAS						
INGRESOS OPERATIVOS	\$ 0,00	\$ 50.000,00	\$ 57.750,00	\$ 66.701,25	\$ 77.039,94	\$ 88.981,14
<i>Unidades Vendidas</i>		<i>25.000,00</i>	<i>27.500,00</i>	<i>30.250,00</i>	<i>33.275,00</i>	<i>36.602,50</i>
<i>Precio</i>		<i>\$ 2,00</i>	<i>\$ 2,10</i>	<i>\$ 2,21</i>	<i>\$ 2,32</i>	<i>\$ 2,43</i>
EGRESOS OPERATIVOS	\$ 0,00	\$ 30.012,41	\$ 33.804,53	\$ 37.248,84	\$ 41.137,26	\$ 45.534,12
<i>Costo Mateia Prima</i>						
<i>Costos Produccion</i>		<i>\$ 30.012,41</i>	<i>\$ 33.804,53</i>	<i>\$ 37.248,84</i>	<i>\$ 41.137,26</i>	<i>\$ 45.534,12</i>
GASTOS		\$ 14.609,51	\$ 15.397,97	\$ 16.799,86	\$ 18.460,37	\$ 20.421,07
<i>Sueldos y Cargas Sociales</i>		<i>\$ 7.251,81</i>	<i>\$ 7.324,33</i>	<i>\$ 7.397,58</i>	<i>\$ 7.471,55</i>	<i>\$ 7.546,27</i>
<i>Gastos de Depreciacion</i>		<i>\$ 1.045,00</i>	<i>\$ 1.045,00</i>	<i>\$ 1.045,00</i>	<i>\$ 1.045,00</i>	<i>\$ 1.045,00</i>
<i>Servicios básicos (agua,teléfono y luz)</i>		<i>\$ 320,00</i>	<i>\$ 323,20</i>	<i>\$ 326,43</i>	<i>\$ 329,70</i>	<i>\$ 332,99</i>
<i>Gastos de arriendo</i>		<i>\$ 150,00</i>	<i>\$ 150,00</i>	<i>\$ 150,00</i>	<i>\$ 150,00</i>	<i>\$ 150,00</i>
<i>Materiales de Oficina</i>		<i>\$ 80,00</i>	<i>\$ 82,00</i>	<i>\$ 85,00</i>	<i>\$ 90,00</i>	<i>\$ 95,00</i>
<i>Gasto financieros</i>		<i>\$ 3.029,05</i>	<i>\$ 2.504,96</i>	<i>\$ 1.908,52</i>	<i>\$ 1.229,76</i>	<i>\$ 457,31</i>
<i>Pago de utilidades a trabajadores</i>		<i>\$ 1.216,76</i>	<i>\$ 1.766,39</i>	<i>\$ 2.620,47</i>	<i>\$ 3.625,08</i>	<i>\$ 4.804,67</i>
<i>Pago de impuesto a la renta</i>		<i>\$ 1.516,89</i>	<i>\$ 2.202,10</i>	<i>\$ 3.266,86</i>	<i>\$ 4.519,27</i>	<i>\$ 5.989,83</i>
UTILIDAD NETA	\$ 0,00	\$ 5.378,07	\$ 8.547,50	\$ 12.652,54	\$ 17.442,32	\$ 23.025,95
DEPRECIACION		\$ 1.045,00	\$ 1.045,00	\$ 1.045,00	\$ 1.045,00	\$ 1.045,00
AMORTIZACION		\$ 3.029,05	\$ 2.504,96	\$ 1.908,52	\$ 1.229,76	\$ 457,31
FLUJO DE CAJA OPERATIVO	\$ 0,00	\$ 9.452,12	\$ 12.097,46	\$ 15.606,07	\$ 19.717,09	\$ 24.528,26
INVERSIONES	(\$ 25.000,00)					
<i>Compra de Maquinarias y Equipos</i>						
<i>Infraestructura</i>	<i>\$ 0,00</i>					
<i>Capital de trabajo</i>	<i>(\$ 25.000,00)</i>					<i>\$ 25.000,00</i>
<i>valor de salvamento</i>						<i>\$ 4.700,00</i>
FLUJO DE CAJA DEL PERÍODO	(\$ 25.000,00)	\$ 9.452,12	\$ 12.097,46	\$ 15.606,07	\$ 19.717,09	\$ 54.228,26
SALDO FINAL DE CAJA	(\$ 25.000,00)	(\$ 15.547,88)	(\$ 3.450,42)	\$ 12.155,65	\$ 31.872,74	\$ 86.100,99

cenario- Optimista)

	1	2	3	4	5
VF	\$ 9,452.12	\$ 12,097.46	\$ 15,606.07	\$ 19,717.09	\$ 54,228.26
VA	8219.24	9147.42	10261.24	11273.31	26961.03
VA TOTAL	65862.23				
INVERSION	(\$ 25,000.00)				
VAN	40862.23				

van	\$ 40,862.23
tir	54.58%
Tiempo de recuperación	3 años



*Your complimentary
use period has ended.
Thank you for using
PDF Complete.*

[Click Here to upgrade to
Unlimited Pages and Expanded Features](#)

1.- Decrecimiento de producción de café debido al desplazamiento por otros productos como el maíz y el cacao.

2.- Problemas de fertilidad del suelo.

Drásticos cambios climáticos.

Los meses de cosecha del café arábigo son de mayo hasta agosto.

3.- Realizado el análisis financiero de este proyecto vemos que el resultado del TIR y el VAN de los dos escenarios son atractivos.

- 1.- Se recomienda a los agricultores de la zona cosechar café por su alta rentabilidad.
 - Renovación de los cafetales con híbridos de alto rendimiento por hectárea.
 - Desarrollar buenas prácticas agrícolas.
 - Manejo integrado de problemas fitosanitarios.

- 2.- Tecnificación en las plantaciones de café para obtener mayor producción.
 - Implementar tecnologías de producción integral tales como riego localizado.
 - Efectuar muestreos de suelos y análisis químicos periódicos.
 - Utilizar enmiendas de suelos y fertilizantes apropiados.
 - Prácticas de conservación de suelos.
 - Incorporación de biomasa de leguminosa al suelo.

- 3.- Se recomienda poner en marcha el proyecto.
 - Establecer programas de promoción y comercialización.
 - Garantizar la calidad de procesamiento pos cosecha.

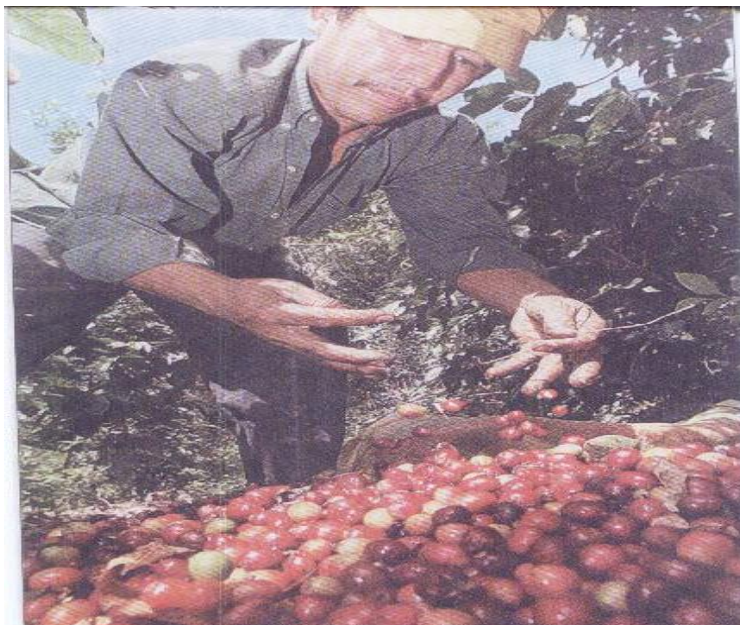
INVESTIGACIÓN.

- 1.- Consejo Cafetalero Nacional (COFENAC).**
<http://www.cofenac.org>
- 2.- Calidad física y Organoléptica de los cafés robustas ecuatorianos**
<http://cofenac.org/documentos/Estudio-Calidad-Cafes-Robustas.pdf>
- 3.- Cafés especiales del Ecuador**
<http://cofenac.org/documentos/manualcafe.pdf>
- 4.- Café verde en grano: clasificación y requisitos**
<http://www.cofenac.org/wp-content/uploads/2010/11/Norma-INEN-285-Cafe-verde-en-grano.ppt>
- 5.- Defectos físicos del café**
<http://www.cofenac.org/wp-content/uploads/2010/09/Defectos-fisicos-del-cafe.ppt>
- 6.- Métodos de beneficio de café arábigo**
<http://www.cofenac.org/wp-content/uploads/2010/11/Metodos-de-beneficio-de-cafe-arabigo.pptx>
- 7.- Métodos de beneficio de café robusta**
<http://www.cofenac.org/wp-content/uploads/2010/11/Metodos-de-beneficio-de-cafe-robusta.pptx>
- 8.- Asociación de exportadores de café. (ANECAFE)**
<http://www.anecafe.org.ec/wp-content/uploads/2011/04/Acumulado-Exportador-por-Calidad-20111.pdf>
<http://www.anecafe.org.ec/wp-content/uploads/2011/04/Acumulado-Exportador-por-Destino-y-Calidad-20112.pdf>
<http://www.anecafe.org.ec/wp-content/uploads/2011/04/Acumulado-Exportador-por-Mes-20112.pdf>
<http://www.anecafe.org.ec/wp-content/uploads/2011/04/Acumulado-por-Pais-de-Destino-201110.pdf>
<http://www.anecafe.org.ec/wp-content/uploads/2011/04/Comparativo-Semestral-años-2010-20111.pdf>
- 9.- Proyecciones cosecha de café**
<http://www.anecafe.org.ec/wp-content/uploads/2011/07/Cosecha-2010.pdf>
- 10.- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (Zona Manabí). INEC**
<http://www.inec.gov.ec/estadisticas>

Matas de café en producción.



Proceso de recolección del fruto



Conocimientos intelectuales aplicados y productivos.

Propósito del proyecto	Indicadores		Medios de verificación	Supuestos
	Línea Base	Metas		
Café explotado eficientemente con valor agregado.	Beneficiarios no comercializan con valor agregado el café.	Comercialización de TE-CAFÉ al final del primer año de implementado el Proyecto	* Registros de producción. * Facturas de ventas.	Consumidores de café del país demandan el producto por su calidad y presentación; y los precios se mantienen estables.
Resultados	Línea Base	Metas	Medios de verificación	Supuestos
1. Infraestructura para el proceso y elaboración de café tostado y molido establecida y funcionando.	No existe infraestructura de tratamiento postcosecha y de procesamiento del café.	Infraestructura que permite tratar y procesar el café al final del primer trimestre del Proyecto.	Verificación visual, actas de entrega recepción de la construcción.	Condiciones políticas y económicas del país no sufren variaciones considerables.
2. Capacitación en administración de empresas agroindustriales con tecnología aplicada.	Número de personas capacitadas	Capacitación técnica al final del 2do trimestre del Proyecto	* Registros de asistencia. * Registro de entregas de certificados.	Personas capacitadas aplican nuevos conocimientos
3. Implementación de equipos, herramientas e insumos para empresa agroindustrial adquirida e implement.	0	1 juego completo de equipos y maquinarias para procesamiento de café, son instaladas al final del 1er trimestre del Proyecto.	Verificación visual, contratos de adquisición, actas de entrega recepción	Existen por lo menos tres industrias de maquinarias dispuestas a proveernos de equipos.
4. Identificación del mercado consumidor realizada.	No existe un estudio de consumo de café tostado molido a nivel nacional.	1 estudio de mercado a nivel nacional se realiza al final del 2do trimestre del Proyecto.	Contratos y Documento final del estudio.	Se mantiene preferencia por consumo de café tostado molido.

N (CONSOLIDADA)

CUADRO DE AMORTIZACIÓN DE PRÉSTAMOS	
importe	25,000
años	5
comisión de apertura	0.00%
interés nominal	13.00%
periodo de pago	12
tipo amortización francés	1
PAGOS TOTALES	
PRINCIPAL	25,000.00
INTERESES	9,129.61
COMISIÓN	0.00
TOTAL	34,129.61

coste efectivo 13.80%		www.economia-excel.com			
meses	cuota	intereses	amortización	amortizado	pendiente
0					25,000.00
1	568.83	270.83	297.99	297.99	24,702.01
2	568.83	267.61	301.22	599.22	24,400.78
3	568.83	264.34	304.48	903.70	24,096.30
4	568.83	261.04	307.78	1,211.48	23,788.52
5	568.83	257.71	311.12	1,522.60	23,477.40
6	568.83	254.34	314.49	1,837.09	23,162.91
7	568.83	250.93	317.90	2,154.99	22,845.01
8	568.83	247.49	321.34	2,476.32	22,523.68
9	568.83	244.01	324.82	2,801.14	22,198.86
10	568.83	240.49	328.34	3,129.48	21,870.52
11	568.83	236.93	331.90	3,461.38	21,538.62
12	568.83	233.34	335.49	3,796.87	21,203.13
13	568.83	229.70	339.13	4,136.00	20,864.00
14	568.83	226.03	342.80	4,478.80	20,521.20
15	568.83	222.31	346.51	4,825.31	20,174.69
16	568.83	218.56	350.27	5,175.58	19,824.42
17	568.83	214.76	354.06	5,529.64	19,470.36
18	568.83	210.93	357.90	5,887.54	19,112.46
19	568.83	207.05	361.78	6,249.32	18,750.68
20	568.83	203.13	365.69	6,615.01	18,384.99
21	568.83	199.17	369.66	6,984.67	18,015.33
22	568.83	195.17	373.66	7,358.33	17,641.67

[Click Here to upgrade to
Unlimited Pages and Expanded Features](#)

24	568.83	191.12	377.71	7,736.04	17,263.96
25	568.83	187.03	381.80	8,117.84	16,882.16
26	568.83	182.89	385.94	8,503.77	16,496.23
27	568.83	178.71	390.12	8,893.89	16,106.11
28	568.83	174.48	394.34	9,288.23	15,711.77
29	568.83	170.21	398.62	9,686.85	15,313.15
30	568.83	165.89	402.93	10,089.78	14,910.22
31	568.83	161.53	407.30	10,497.08	14,502.92
32	568.83	157.11	411.71	10,908.80	14,091.20
33	568.83	152.65	416.17	11,324.97	13,675.03
34	568.83	148.15	420.68	11,745.65	13,254.35
35	568.83	143.59	425.24	12,170.89	12,829.11
36	568.83	138.98	429.84	12,600.73	12,399.27
37	568.83	134.33	434.50	13,035.23	11,964.77
38	568.83	129.62	439.21	13,474.44	11,525.56
39	568.83	124.86	443.97	13,918.41	11,081.59
40	568.83	120.05	448.78	14,367.18	10,632.82
41	568.83	115.19	453.64	14,820.82	10,179.18
42	568.83	110.27	458.55	15,279.37	9,720.63
43	568.83	105.31	463.52	15,742.89	9,257.11
44	568.83	100.29	468.54	16,211.44	8,788.56
45	568.83	95.21	473.62	16,685.05	8,314.95
46	568.83	90.08	478.75	17,163.80	7,836.20
47	568.83	84.89	483.93	17,647.74	7,352.26
48	568.83	79.65	489.18	18,136.91	6,863.09
49	568.83	74.35	494.48	18,631.39	6,368.61
50	568.83	68.99	499.83	19,131.22	5,868.78
51	568.83	63.58	505.25	19,636.47	5,363.53
52	568.83	58.10	510.72	20,147.19	4,852.81
53	568.83	52.57	516.25	20,663.45	4,336.55
54	568.83	46.98	521.85	21,185.30	3,814.70
55	568.83	41.33	527.50	21,712.80	3,287.20
56	568.83	35.61	533.22	22,246.01	2,753.99
57	568.83	29.83	538.99	22,785.01	2,214.99
58	568.83	24.00	544.83	23,329.84	1,670.16
59	568.83	18.09	550.73	23,880.57	1,119.43
60	568.83	12.13	556.70	24,437.27	562.73
		6.10	562.73	25,000.00	0.00

Mano de Obra Directa

No.	CARGO	SUELDO	ALIMENTACION	TOTAL INGRESOS	RECARGOS DE LEY					COSTO TOTAL SUELDOS
					APORTE PATRONAL 12,15%	13 SUELDO	14° SUELDO	FONDOS DE RESERVA	TOTAL	
1	Operador Maquinaria	312	30	342	37.91	26	26		89.91	431.91
2	Operador Empaquetado	312	30	342	37.91	26	26		89.91	431.91
3	Supervisor Producción	312	30	342	37.91	26	26		89.91	431.91
										1295.72

Comercialización

No.	CARGO	SUELDO	ALIMENTACION	TOTAL INGRESOS	beneficios sociales					COSTO TOTAL SUELDOS
					APORTE PATRONAL 12,15%	13 SUELDO	14° SUELDO	FONDOS DE RESERVA	TOTAL	
1	Secretaria - Contadora	450	30	480	54.68	37.5	32.14		124.32	604.32
										604.32
										7251.81

DEPRECIACION MAQUINARIA ADQUIRIDA INICIALMENTE

Área	Descripción	Valor Total	Depreciación anual	Valor residual	Dep valor anual	Mantenimien to anual
Maquinarias	Una Piladora p	\$ 2,850.00	10%	\$ 285.00	\$ 256.50	\$ 140.40
Maquinarias	Una Clasificad	\$ 1,400.00	10%	\$ 140.00	\$ 126.00	\$ 141.40
Maquinarias	Una Tostadora	\$ 2,600.00	10%	\$ 260.00	\$ 234.00	\$ 142.40
Maquinarias	Un enfriador pa	\$ 1,200.00	10%	\$ 120.00	\$ 108.00	\$ 143.40
Maquinarias	Un molino para	\$ 1,100.00	10%	\$ 110.00	\$ 99.00	\$ 144.40
Maquinarias	Una selladora	\$ 1,300.00	10%	\$ 130.00	\$ 117.00	\$ 145.40
	TOTALES	\$ 10,450.00		\$ 1,045.00	\$ 940.50	\$ 7,266.75