

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS,
ADMINISTRATIVAS Y TURISMO**

Trabajo de fin de carrera titulado:

**“PRODUCCIÓN Y EXPORTACIÓN DE CAFÉ ZARUMA TIPO
ARÁBIGO DE LA HACIENDA “EL TABLÓN” HACIA EL
MERCADO ESPAÑOL”**

Realizado por:

GABRIEL ALEJANDRO ASTUDILLO BELLO

Director del proyecto:

PATRICIO JARRIN

Como requisito para la obtención del título de:

**INGENIERO COMERCIAL CON MENCIÓN EN NEGOCIOS
INTERNACIONALES**

Quito, 4 de Febrero del 2013

DECLARACIÓN JURAMENTADA

Yo, GABRIEL ALEJANDRO ASTUDILLO BELLO con cédula de identidad #1717480444 declaro bajo juramento que el trabajo aquí desarrollado es de mi autoría, que no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional; y, que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

A través de la presente declaración, cedo mis derechos de propiedad intelectual correspondientes a este trabajo, a la UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK, según lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual, por su reglamento y por la normativa institucional vigente.

Gabriel Alejandro Astudillo Bello

C.I.: 1717480444

DECLARATORIA

El presente trabajo de investigación titulado:

**“PRODUCCIÓN Y EXPORTACIÓN DE CAFÉ ZARUMA TIPO ARÁBIGO DE LA
HACIENDA “EL TABLÓN” HACIA EL MERCADO ESPAÑOL”**

Realizado por:

GABRIEL ALEJANDRO ASTUDILLO BELLO

como Requisito para la Obtención del Título de:

**INGENIERO COMERCIAL CON MENCIÓN EN NEGOCIOS
INTERNACIONALES**

ha sido dirigido por el profesor

PATRICIO JARRIN

quien considera que constituye un trabajo original de su autor

Patricio Jarrín

DIRECTOR

LOS PROFESORES INFORMANTES

Los profesores informantes:

DARIO DIAZ

FABIOLA SALVADOR

Después de revisar el trabajo presentado,
lo han calificado como apto para su defensa oral ante
el tribunal examinador

Fabiola Salvador

Dario Diaz

Quito, 4 de febrero del 2013

DEDICATORIA

Dedico el presente trabajo a mis padres Vladimir y Alexandra, que han estado siempre para mí apoyándome y guiándome por el camino del bien y la sabiduría. A mi abuela, Hilda, que gracias a Dios está aquí para verme dar un paso tan importante en mi carrera y mi vida. A Renata que ha sido mi consejera y mi apoyo incondicional y a mis amigos y familiares que con su apoyo y alegría me han llevado a este punto tan importante.

AGRADECIMIENTO

A Patricio Jarrín que con mucha paciencia y tiempo se ha dedicado a pulir este proyecto y que sin su ayuda no hubiera llegado tan lejos, a mis lectores..... y que le han dado vida a este documento y que con sus consejos he podido llevarlo a donde está ahora.

RESUMEN EJECUTIVO

Ecuador es un país rico en productos agropecuarios debido a las privilegiadas características ambientales que posee y dentro de este segmento se encuentra el café. En las montañas de la provincia de El Oro existe una variedad de alta calidad que debido a una serie de factores no ha sido comercializado de manera adecuada y no se ha tomado la ventaja competitiva que este producto ofrece. Cada vez los mercados extranjeros son más exigentes y buscan productos que satisfagan por completo sus necesidades y es aquí donde el café Zarumeño tiene cabida. Hacienda “El Tablón” es una hacienda productora de café que se encuentra ubicado en el cantón Zaruma y en base a la cual se propuso esta investigación pretendiendo aportar a la comunidad y a la economía de la zona. La necesidad de exportar un producto que no está siendo aprovechado lleva a esta investigación a encontrar un destino ideal, España, un país en donde la gran mayoría de sus habitantes consumen café diariamente y que debe importar todo su consumo de café debido a que su clima y ubicación no favorecen al cultivo de esta planta. Las facilidades arancelarias que ofrece la Unión Europea y los bajos costos de producción hacen que el café zarumeño tenga buenas oportunidades de penetración de mercado con estrategias de precios bajos comparándolo con otras marcas de café de tipo gourmet. Crear una marca y estandarizar procesos de producción son claves para que el café zarumeño tenga éxito en el mercado europeo, siempre adaptando las acciones a consumidor. La importancia de la exportación de café radica en el impulso que daría a todos los grupos involucrados como: ciudadanía, gobierno, productores, entre otros; de aquí sale la principal motivación para desarrollar un proyecto de estas características. El café es una bebida milenaria que se ha transformado en un hábito placentero para muchas personas a nivel mundial y esa es una de las claras ventajas que posee este producto sobre otros.

SUMMARY

Ecuador is a country rich in agricultural products due to magnificent environmental characteristic and within this segment is coffee. In the mountains of the province of El Oro, there is a variety of high quality coffee due to a number of factors has not been marketed properly and not taken the competitive advantage that this product offers. Whenever foreign markets are more ambitious and want products that meet their needs completely and here is where Zarumeño coffee fits. Hacienda "El Tablón" is a coffee producing ranch locates in Zaruma, this project is inspired in this property aiming to help the community and the economy of the area. The need to export this product that is not being taken advantage, leads this research to find an ideal destination, Spain, a country where the vast majority of people consume coffee daily and must import all its coffee consumption because its climate and location are not conducive to the cultivation of this plant. Tariff facilities offered by the EU and the low production costs make zarumeño coffee has good market penetration opportunities with low pricing strategies compared with other brands of gourmet coffee. Create a brand and standardize production processes are key to that coffee zarumeño succeed in the European market, always adapting strategies to the consumer. The importance of coffee exports lies in the impulse that would give all stakeholders such as citizens, government, producers, among others, for here comes the main motivation to develop a project of this nature. Coffee is an ancient beverage that has become a pleasurable habit for many people in the world and that's one of the clear advantages of this product over others.

INDICE

DECLARACIÓN JURAMENTADA	iii
DECLARATORIA	iv
LOS PROFESORES INFORMANTES	v
DEDICATORIA.....	vi
AGRADECIMIENTO	vii
RESUMEN EJECUTIVO	viii
SUMARY	ix
LISTA DE TABLAS	xvi
LISTA DE GRÁFICOS.....	xvii
Introducción.....	1
CAPÍTULO I.....	3
1. El problema	3
1.1 Planteamiento del problema.....	3
1.1.1 Reducción de los sembríos de cafetos y producción de café arábigo en el cantón Zaruma	3
1.1.2 Porcentaje nulo de industrialización del café en la zona.	5
1.1.3 No existe una entidad organizada que se encargue de producir e industrializar el café en la zona.	8
1.1.4 Importaciones cafeteras españolas.....	9
1.1.5 Análisis de competidores.....	10

1.2	Formulación del Problema.....	13
1.3	Sistematización del Problema.....	13
1.4	Objetivos generales.....	14
1.5	Objetivos específicos.....	14
1.6	Justificaciones.....	16
1.6.1	Tipo de Justificación.....	17
CAPÍTULO II.....		19
2.	Marco Teórico.....	19
2.1	Fundamentación teórica.....	19
2.1.1	La planta.....	19
2.1.2	El cafeto zarumeño.....	20
2.1.3	Cosecha.....	20
2.1.4	Sabor.....	21
2.1.5	Producto.....	23
2.1.6	La Hacienda El Tablón.....	23
2.2	Marco Conceptual.....	24
2.3	Hipótesis.....	25
2.4	Identificación y caracterización de variables.....	26
2.4.1	Variable Independiente.....	26
2.4.2	Variable Dependiente.....	27
CAPÍTULO III.....		28

3.	Diseño metodológico.....	28
3.1	Nivel de estudio	28
3.2	Modalidad de la investigación	28
3.3	Método de investigación	29
3.4	Población y muestra.....	29
3.5	Procesamiento de datos.....	30
CAPÍTULO IV		31
4.	Aplicación práctica.....	31
4.1	Aplicación estratégica.....	31
4.1.1	FODA	31
4.1.2	Misión.....	33
4.1.2.3	<i>Identificación de las razones que tiene la organización para su existencia.</i>	34
4.1.3	Visión	35
4.1.4	Objetivos.....	35
4.1.5	Valores.....	36
4.1.6	Estrategia competitiva	37
4.2	Aplicación de marketing.....	38
4.2.1	Consumidores de café en España	38
4.2.2	Volúmenes de Compra	42
4.2.3	Marketing Mix.....	44
4.3	Producción	55

4.3.1	Descripción del proceso en general	55
4.3.2	Flujograma.....	65
4.3.3	Maquinaria y equipos	66
4.3.4	Infraestructura.....	67
4.3.5	Mantenimiento.....	67
4.3.6	Materia prima e insumos	68
4.4	Proceso de Exportación	68
4.5	Términos de Exportación.....	69
4.6	Impacto ambiental.....	70
4.6.1	Identificación de posibles impactos ambientales	70
4.6.2	Medidas para contrarrestar el impacto encontrado.....	70
4.7	Aplicación de recursos humanos	71
4.7.1	Contratación de personal	71
4.7.2	Contratos.....	72
4.8	Aplicación financiera.....	73
4.8.1	Inversión	73
4.8.2	Financiamiento	74
4.8.3	Ingresos.....	75
4.8.4	Costos	77
	Tabla 9 Depreciaciones Proyectadas empresa Hacienda “El Tablón”	78
4.8.5	Flujo de Fondos	79

4.8.6	Valor actual neto (VAN), Tasa Interna de Retorno (TIR), Costo Beneficio.	80
4.8.7	Estado de resultados	81
4.9	Aspectos legales y arancelarios	82
4.9.1	Aspectos Legales	82
4.9.2	Parámetros Sanitarios	84
CAPITULO V		86
5.	Conclusiones y Recomendaciones	86
5.1	Conclusiones	86
5.1.1	El café zarumeño de la Hacienda “El Tablón puede ser exportado.....	86
5.1.2	El proyecto brinda beneficios sociales y económicos al cantón Zaruma	86
5.1.3	El café es un buen atractivo turístico.....	86
5.1.4	Se necesita mayor apoyo gubernamental para motivar la producción de café en la zona.....	87
5.1.5	Falta de educación y acceso al crédito.....	87
5.2	Recomendaciones	87
5.2.1	Invertir y establecer proyectos de exportación cafetalera en el cantón Zaruma.	87
5.2.2	Capacitación en comercio exterior y administración de negocios	88
5.2.3	Presentación de propuestas para buscar apoyo gubernamental y crédito accesible.....	88
5.2.4	Buscar la conformación de asociaciones o agrupaciones de manera legal y constituida.....	89
5.2.5	Mediante proyectos buscar la comercialización del café zarumeño.....	89

Bibliografia..... 95

LISTA DE TABLAS

Tabla 1 Análisis FODA Empresa Hacienda “El Tablón”	32
Tabla 2 Países exportadores de café a España.....	43
Tabla 3 Cargos y salarios del personal de la empresa Hacienda “El Tablón”	72
Tabla 4 Presupuesto de Inversión de la empresa Hacienda “El Tablón”	73
Tabla 5 Amortización (Financiamiento de Inversión).....	74
Tabla 6 Ingresos proyectado empresa Hacienda “El Tablón”	75
Tabla 7 Costos fijos proyectado empresa Hacienda “El Tablón”	76
Tabla 8 Costos variable proyectado empresa Hacienda “El Tablón”	77
Tabla 9 Depreciaciones Proyectadas empresa Hacienda “El Tablón”	77
Tabla 10 Flujo de fondos de la empresa Hacienda “El Tablón”	78
Tabla 11 Flujo de caja proyectado empresa Hacienda “El Tablón”	79
Tabla 12 Estado de resultados proyectado empresa Hacienda “El Tablón”	80

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Exportaciones Cafetaleras Ecuatorianas (2004-2005).....	7
Gráfico 2 Importaciones de café tostado en España.....	10
Gráfico 3 Razones del Consumo de café en España.....	40
Gráfico 4 Rangos de edades de consumidores de café.....	41

Introducción

A nivel mundial el consumo de productos exclusivos y de calidad brinda prestigio, estatus y buenas experiencias. Esta ha sido una tendencia que se ha ido expandiendo en los últimos años debido a la masificación de los bienes y apegada a la idea de que un producto único es mucho más costoso y por ende su calidad será superior al compararlo con productos elaborados en serie.

Tomando en cuenta la idea anterior se pone a consideración un producto muy conocido en el mundo, cuyo consumo se ha convertido en un hábito arraigado en gran parte de la población, el café. Existen cafés en varias presentaciones: solubles, en polvo, en grano, especiales, comunes, entre otros. Aquí es donde los verdaderos consumidores de café se fijan en las características del producto y si está a su alcance adquieren aquel que satisfagan totalmente sus necesidades.

Ecuador tiene entre de sus productos estrella al café, en iguales condiciones al cacao y al camarón, produciéndose en sectores tradicionales de la costa, pero existe un pequeño rincón en las montañas ecuatorianas donde, gracias a las características del lugar, se produce un café de una calidad muy superior, con sabores y texturas inigualables, lamentablemente este producto no se ha exportado todavía, perdiendo grandes cantidades de dinero y fama mundial. Este lugar tiene el nombre de Zaruma, conocida como la sultana de El Oro.

El siguiente documento presenta propuestas para que este producto pueda ser explotado y comercializado en el mercado español, puntualmente en la ciudad de Madrid. Cada capítulo contiene información relevante de los problemas a resolverse.

En el primer capítulo se trata la problemática del sector y se exponen los verdaderos inconvenientes que existen. Un pequeño recuento histórico que deriva en las razones por las cuales el café zarumeño no ha sido comercializado nacional ni internacionalmente.

En el siguiente capítulo se expone la teoría que ayudará al lector a entender de mejor manera lo que el proyecto busca y además un marco conceptual en donde se describen terminologías que se utilizarán a lo largo de todo el documento.

El tercer apartado demuestra la manera en que se evaluará el proyecto y los métodos investigativos que se utilizarán para encontrar la información que sea requerida, además se explican las variables que servirán de medidor del proyecto.

En el cuarto capítulo se desarrollan todos los procesos que se deberán llevar a cabo para que la comercialización del café sea exitosa; marketing, producción, cuidado ambiental, aspectos legales, entre otros. Además se expone una sección financiera en donde se explica en números la inversión, costos y otros factores que demuestran la viabilidad y sustentabilidad del proyecto.

La parte final del documento contiene las conclusiones que deja todo el estudio realizado y las recomendaciones que se pueden ofrecer al sector para la aplicabilidad de proyectos similares.

Es importante señalar que Ecuador está interesado en incrementar sus exportaciones no petroleras que se han visto afectadas en los últimos años debido a diversos factores, el resultado de esta investigación pretende fortalecer este tipo de exportaciones aportando al crecimiento económico, social y laboral del país.

CAPÍTULO I

1. El problema

1.1 Planteamiento del problema

1.1.1 Reducción de los sembríos de cafetos y producción de café arábigo en el cantón Zaruma

La región alta de la provincia de El Oro, en donde se encuentra el cantón Zaruma, es un área propicia para el sembrío de café arábigo de calidad Premium debido a que sus tierras se encuentran en una altura de entre 900 a 2000 metros sobre el nivel del mar, su clima agradable y la fertilidad del campo son otros factores que aportan a las privilegiadas características que tiene el café producido en estas tierras.

Según la información obtenida en el libro “Zaruma: Historia y Tradiciones” escrito por Sr. Galo Gallardo Feijoo, a partir de 1935 inició la producción comercial de este fruto en Zaruma el cual poco a poco fue ganando aceptación a nivel nacional por características como el sabor, textura y acidez. Con los años el café zarumeño forjó su fama y su sabor reconocido a nivel mundial sin embargo su producción fue disminuyendo a tal punto de casi desaparecer de la zona.

A inicio de los años ochenta se propuso que el café zarumeño molido sea mezclado con granos de menor calidad para incrementar su volumen y reducir su precio de manera que sea más rentable pero el efecto fue contrario al que se pensó puesto que el producto bajó radicalmente su precio y con este su calidad, exquisitez y sabor, ya no era una verdadera fuente de ingreso para los productores.

La existencia y el boom de actividades mucho más rentables como los sembríos de otros productos (caña de azúcar y mango), la ganadería y producción de lácteos; y la masificación de la minería hicieron que muchos productores de café se dediquen a otras labores, en algunos casos vendiendo sus tierras y en otras destruyendo los cafetales para destinar el uso del suelo a las actividades antes mencionadas.

Marcelo Valverde, un conocido productor en la zona afirma que tomando en cuenta que los cafetos tienen una vida promedio de 18 a 20 años deben ser reemplazados poco a poco cuando se acercan a esta edad, esto fue algo que no se hizo en las haciendas cafetaleras de Zaruma debido a la falta de conocimiento técnico, es por esto que los pocos productores que sobrevivieron quedaron con plantas viejas cuya producción empezó a ser deficiente e irregular, afectando nuevamente a quienes vivían de este producto.

Luego de sembrar el cafeto se debe esperar en promedio tres años para que éste empiece a producir las cerezas que luego se convertirán en los granos de café, por esta razón los poquísimos productores que quedaron y que solo se dedicaban a esta actividad se vieron forzados a dejarla ya que no podrían pasar tres años esperando a que la planta madure y se torne productiva.

El café arábigo gourmet es una variedad que tan solo se cosecha una vez al año, esto puede ser entre los meses de mayo a julio dependiendo de la maduración que tenga cada grano, siendo este un factor que obliga a que el cuidado de la planta y la cosecha de las cerezas sean casi perfectas para no desperdiciar la producción.

Al igual que en otros lugares el cambio climático se empieza a sentir y la inestabilidad de las estaciones que antes eran muy marcadas pasaron factura a los productores de café zarumeño quienes fueron testigos de heladas que marchitaron los granos de café, de sequías largas como la del 2003 que duró aproximadamente 6 meses.

Al darse cuenta que poco a poco los cafetales se estaban perdiendo, a partir del año 2006 la Ilustre Municipalidad del Cantón Zaruma inició un plan piloto de recuperación de los cafetales mediante gestión del entonces alcalde Fabián Romero. El plan incluía la entrega de 400000 plantas gratuitas a las personas interesadas, estas plantas habían sido criadas en forma técnica en viveros de la zona y bajo la vigilancia y dirección de expertos botánicos e ingenieros agrónomos.

Los cafetales poco a poco están recuperándose y el café ganando más fama debido a la gran explotación turística que se le ha dado a la zona y al misticismo que envuelve a la ciudad y a sus productos. Vale recalcar que al tratarse de plantas la recuperación es lenta y va al ritmo de crecimiento y maduración de los cafetos.

1.1.2 Porcentaje nulo de industrialización del café en la zona.

Las actividades para procesar el café son similares en todas las especies, sea este arábigo o robusta, y se los puede resumir de esta manera:

- **Recolección:** se deben recoger los granos con el mayor cuidado posible, sin dañar el cafeto o romper las yemas de las ramas o las hojas.
- **Expulsión:** El café maduro es introducido a una máquina llamada expulpadora para sacar toda la pulpa de la cereza que rodea al grano de café que se encuentra dentro.

- **Secado:** Luego de obtener el grano de café que se encuentra envuelto por la pulpa de la cereza, este se mete dentro de un horno el cual lo seca y lo deja listo para molerse.
- **Molido:** el café es molido en una máquina llamada moledora, que lo deja en un polvo extrafino el cual es apto para preparar cualquier otro producto a base de café, es decir se obtiene la verdadera materia prima

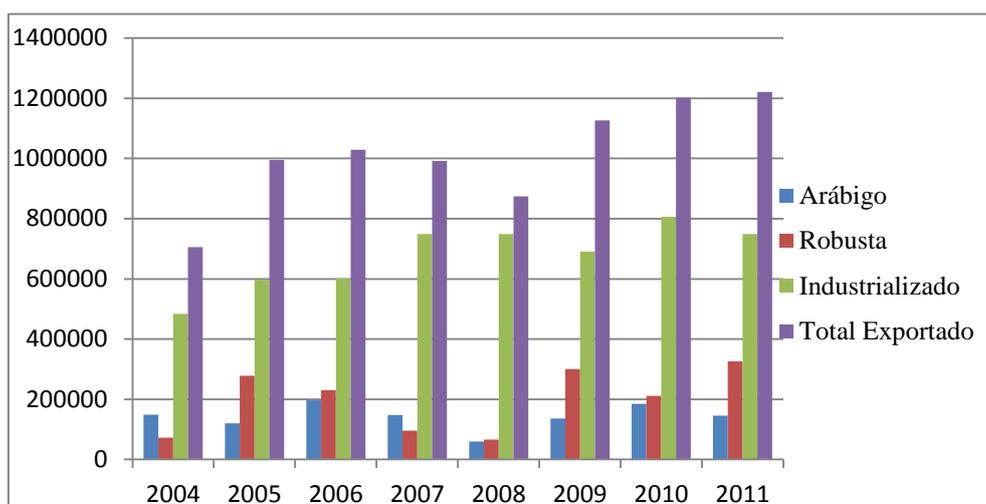
Todo este proceso tiene como finalidad obtener el café molido, que como ya se dijo es apto para realizar cualquier producto que se derive del mismo como bebidas, caramelos, dulces, galletas, etc. El problema principal que se presenta en el cantón Zaruma es que el café no es industrializado o empaquetado de manera adecuada para una exportación o venta a nivel nacional.

A pesar de que el gobierno municipal apoya a la recuperación de los cafetales en el cantón Zaruma, los pequeños productores no reciben incentivos para poder industrializar o transformar al café de una simple materia prima a un producto que puede ser vendido a nivel mundial.

Resumiendo, en este cantón de la provincia de El Oro falta un paso adicional que permita comercializar el café no solo a nivel local o nacional sino para ser exportado a otros países en donde es casi garantizado que este producto tendrá grandes niveles de aceptación y sobre todo será catalogado como clase gourmet.

Como un claro ejemplo podemos mostrar el siguiente gráfico que muestra las exportaciones nacionales de café a lo largo de los últimos 8 años, dividiéndolos en tipo y nivel de industrialización

Gráfico 1 Exportaciones Cafetaleras Ecuatorianas (2004-2011)



Fuente: Asociación Nacional de Exportadores de café (2012)

Elaborado por: Gabriel Alejandro Astudillo Bello

Año: 2012

Dentro del gráfico se aprecia que la cantidad de café que se exporta en el Ecuador se ha incrementado en los últimos años, también hay diferencias entre los dos tipos de cafés que se produce, el primero es el arábigo que tiene una calidad muy superior sobre todo con su sabor y su baja acidez.

Otra categoría es la del café robusta, que es un café de una calidad bastante inferior pero que sustenta los fines comerciales, posee un sabor bastante fuerte y ácido. Y por último se tiene el café industrializado, es decir transformado no solo en molienda sino ubicado de otras maneras como solubles, caramelos, con chocolates o empaquetados correctamente como una marca comercial.

Es visible que las exportaciones de café industrializado a nivel nacional han tomado fuerza en los últimos años, incluso situándose por sobre la exportación neta del café Robusta, es una ventaja que se debe aprovechar puesto que Ecuador empieza a penetrar en el mercado internacional como un fuerte proveedor de café por lo que en la provincia de El Oro se debe poner mucho énfasis en cuanto a industrialización del grano molido.

1.1.3 No existe una entidad organizada que se encargue de producir e industrializar el café en la zona.

Dentro del cantón Zaruma, la producción y todo el proceso que se lleva a cabo para obtener el café se hace de manera artesanal, no hay una finca o una propiedad que explote su propio café y lo empaquete para venderlo a nivel nacional peor para comercializarlo en el extranjero. Lo que quedó luego de la debacle cafetalera que inició a mediados de los años ochenta obligó a los productores que sobrevivieron a compartir actualmente las actividades cafetaleras con otras para generar mayor ingresos.

Los productores venden sus granos de café en costales de 50kg a los intermediarios, los cuales en la mayoría de los casos se encargan de tostarlo y molerlo para empaquetarlo en fundas de baja calidad y comercializarlo en la zona donde se consumen altas cantidades de esta bebida debido a las tradiciones compartidas por años.

El Municipio del cantón Zaruma se encarga de reunir a los productores para las sesiones de establecimiento de precios pero estas se las realizan a baja escala, es decir con un pequeño número de productores y no son muy frecuentes. La falta de una hacienda insignia en la población zarumeña hace que la calidad del café no sea explotada debidamente ya que no hay especialización, ni una marca establecida que sea la imagen de este producto.

Utilizando el modelo colombiano se puede poner como ejemplo la Asociación Nacional de Productores de Café de Colombia, la cual durante algunos años fue desarrollando un proyecto que resultó en la cadena internacional Juan Valdez la cual distribuye en forma de cafeterías todo tipo de productos cafetaleros, desde café espresso hasta galletas de café. Esta asociación compra a los productores colombianos asociados su café en precios previamente establecidos generando de esta manera ingresos constantes y

estabilidad en los agricultores, además de convertir a las plantaciones de café en un negocio rentable.

1.1.4 Importaciones cafeteras españolas

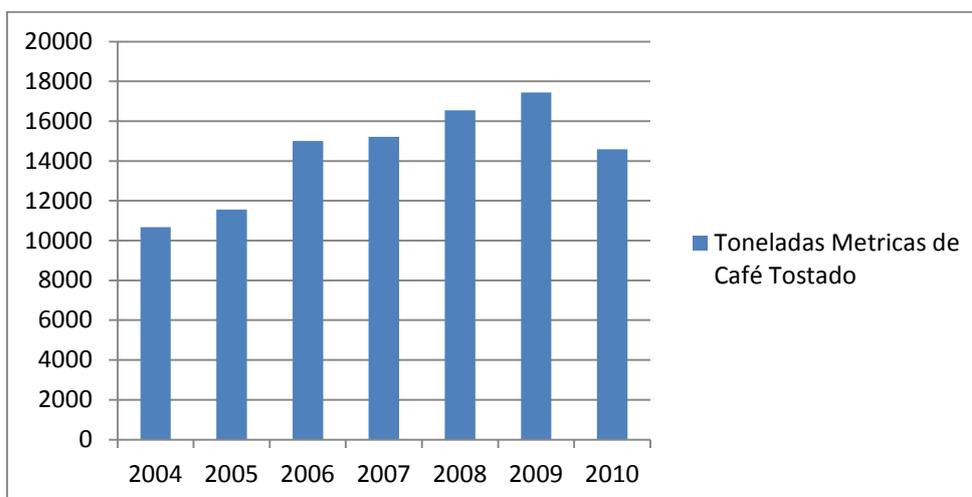
España es un país con un clima que no es nada propicio para el cultivo de café, es por esta razón que el 100% de su demanda debe ser importada de los diferentes países productores a nivel mundial. Vietnam, Brasil, Uganda y Colombia son los principales proveedores de café en el país ibérico.

Es importante diferenciar las importaciones que realiza España ya que existen varios segmentos a los que van enfocadas dichas compras internacionales. Hay tres categorías, la hotelera que se lleva el 50% de las importaciones, la de hogar que tiene un 48% y la institucional con un 2% del total de importaciones. (Manso, 1998)

España importa el café en 3 tipos: café verde, café tostado y café soluble. El café verde es el grano separado de sus envolturas listo para tostar y moler, es enviado a empresas torrefactoras locales para su procesamiento y venta con marcas independientes; el café tostado es aquel que viene listo para moler o ya en polvo para el consumo directo y generalmente este viene con marcas de su país de origen y el café soluble cuya industria está dominada por la transnacional Nestlé con la marca Nescafé.

En el siguiente cuadro se presenta un gráfico de las importaciones de café tostado que ha realizado España a partir del año 2004 hasta el 2010:

Gráfico 2 Importaciones de café tostado en España



Fuente: Federación española de café

Elaborado por: Gabriel Astudillo

Año: 2012

En el gráfico anterior se puede determinar que las importaciones de café tostado de España han ido creciendo poco a poco desde el 2004 hasta el 2009 pero en el siguiente año se producen una disminución de casi 3000 toneladas, esto se debe al surgimiento de plantas torrefactoras locales que iniciaron la compra de café verde para su propia producción. España cerró sus importaciones de café tostado en el 2010 con 14500 toneladas provenientes principalmente de Vietnam, Brasil y Uganda.

1.1.5 Análisis de competidores

Es importante el análisis de las principales marcas de café que copan el mercado español y que sería potenciales competidores para el café Hacienda “El Tablón”. Vale recalcar que el estudio se encuentra enfocado hacia café tostado y/o molido ya que el mercado de café soluble se encuentra dominado por otra empresa transnacional. Se dividirán las marcas en cafés que son producidos en España y marcas de empresas extranjeras que venden su producto ya industrializado.

Las marcas que se describirán a continuación son las potenciales competidoras de café Hacienda “El Tablón” dentro del mercado español:

1.1.5.1 Marcas locales

Café La Brasileña

Se trata de un café que apunta a la calidad gourmet con la mezcla de granos provenientes de varios países como Brasil, Papúa Nueva Guinea, Guatemala, entre otros; es una empresa torrefactora local y se encuentra ubicada en la ciudad vasca de Vitoria. La principal ventaja que tiene Café La Brasileña es su capacidad de mezcla y búsqueda de un sabor único. Su principal área de ventas en el centro norte de España, incluyendo la capital Madrid.

Cafés El Abra

Es una marca consolidada en el año de 1959 y la principal política que manejan es la de mantener tradiciones aprendidas a lo largo de los años, su ubicación es en la ciudad de Bilbao, al norte de España y al igual que Café La Brasileña su territorio de ventas es el norte y centro del país; son competidores directos.

Café Cornellá

Es uno de los líderes del sector de café gourmet, su principal proveedor es Colombia y su constante innovación tiene a esta marca en un constante crecimiento en cuanto a mercado y a productos nuevos. Además se encuentra inmersa en el mercado hotelero siendo uno de los principales abastecedores de café a cadenas hoteleras a lo largo de España.

Café Jurado

Jurado es una marca reconocida en el mercado español debido a su calidad y aunque ofrece varios tipos de café en cuanto a calidad es ofertante de calidad gourmet es por eso que se lo toma en cuenta para este estudio, conjuntamente con Café Cornellá son líderes en la distribución del producto a nivel hotelero.

1.1.5.2 Marcas extranjeras

Café Juan Valdez Calidad Premium de Altura (Colombia)

Hablar de Juan Valdez es hablar del mundo del café en esencia, esta compañía colombiana comercializa en España uno de sus productos más finos, se trata del café de altura con calidad Premium, mantiene características bastante similares a las del café zarumeño, es decir, una baja acidez, un sabor profundo y un amargo moderado convirtiéndolo en un competidor bastante fuerte.

Café Me Trang (Vietnam)

Vietnam es el mayor exportador de café hacia España y es lógico que un producto cafetero proveniente de este país se encuentre dentro de los principales hablando de calidad gourmet. Se trata de un grano tostado y molido con técnicas asiáticas, de tipo arábigo y con textura suave aunque con una acidez mayor.

Café Damasco (Brasil)

Es un café de sabor fuerte, con alto contenido de cafeína y de ardua selección en cuanto a granos y materia prima utilizada. Califica dentro de los productos de calidad gourmet por su sabor y sus características, proviene del estado sureño de Curitiba.

1.2 Formulación del Problema

El problema principal radica en el no aprovechamiento de recursos y oportunidades de comercialización por parte de los agricultores zarumeños. Tienen un producto de magníficas características y tierras muy fértiles donde se puede producir café pero no se lo toma en cuenta para propósitos comerciales internacionales. No existe una empresa que explote debidamente el café zarumeño y que dinamice la economía de la zona con inversiones que promuevan la exportación de dicho producto agrícola.

Con todo lo descrito hasta ahora y evidenciadas las dificultades existentes en el sector, es oportuno proponer esta Tesis, un estudio encaminado a determinar la viabilidad de producción y exportación hacia el mercado español del café arábigo tipo Zaruma sembrado y cosechado en la hacienda El Tablón como lugar símbolo y marca del producto.

1.3 Sistematización del Problema

¿Cuál es la extensión destinada a la plantación de café de la Hacienda El Tablón?

¿Cuál es el número de cafetos que podrían plantarse en la hacienda?

¿Cuál es la inversión que se debería hacer?

¿Cuántos kilogramos de granos de café se obtienen por planta?

¿Cuántos kilogramos de café tostado se obtienen por saquillo (50kg) de granos de café?

¿Cuántos saquillos (50kg) molidos se obtienen por costal (50kg) de granos tostados?

¿Cuál sería la producción máxima y mínima dentro de la hacienda?

¿Cuáles serían los costos de producción?

¿Quién es consumidor de café?

¿Cuáles son las condiciones de exportación hacia la Unión Europea?

¿Cómo sería nuestro mercado español?

¿Cuáles son los pasos a seguir para crear una marca?

¿Cuáles son los permisos para iniciar las exportaciones?

1.4 Objetivos generales

Como problema esencial se determinó la viabilidad de producir y exportar hacia el mercado español el café arábigo tipo Zaruma sembrado y cosechado en la Hacienda “El Tablón”.

Entonces un objetivo general será:

- Establecer la viabilidad de producir y exportar hacia el mercado español café arábigo tipo Zaruma con la marca “Hacienda El Tablón” sembrado y cosechado en la hacienda del mismo nombre como lugar símbolo de la región.

Es decir que al terminar todo este proceso de investigación se conocerá si es posible cosechar y exportar el café zarumeño proveniente de esta propiedad utilizándola como marca e identidad del producto.

1.5 Objetivos específicos

Dentro de los objetivos específicos que se han planteado existe:

- Determinar la extensión destinada a la plantación de café de la Hacienda El Tablón.

Mediante análisis y compatibilidad de suelo, revisión de flora y fauna del terreno se puede establecer que porciones son aptas para el sembrío de café y además tomando en cuenta el presupuesto con el que se cuenta se puede saber con exactitud la extensión de tierra que será utilizada para cafetales.

- Saber cuál es el número de cafetos que podrían plantarse en la hacienda.

Cada cultivo tiene sus espacios y un número límite de plantas dentro de determinada área, al investigar esto podremos saber cuántos cafetos se plantarán por hectárea.

- Establecer la inversión que se debe hacer.

Se debe invertir para comprar plantas jóvenes y bien cuidadas que nos entreguen una buena producción, equipos de mantenimiento, fumigadores, expulpadoras, tostadoras y molinos. Conocer esto es vital para saber si el negocio será rentable.

- Estimar los rendimientos parciales y totales que tiene el café luego de su procesamiento

Conociendo todos estos valores podremos determinar cual podrá ser la producción a lo largo del año, dependiendo del número de hectáreas que se destinen al cultivo y además al número de plantas que puedan ser sembradas.

- Conocer cuáles serían los costos de producción

El conocer estas cifras permite establecer los mínimos de producción con los que la hacienda puede trabajar y también la máxima producción que se tendrá trabajando a

toda capacidad, es decir un punto de equilibrio que permita determinar los costos en los que se incurriría.

- Determinar quién es el tipo de consumidor de café.

De esta manera conoceremos a quien va enfocado nuestro producto, se necesita saber todo sobre el consumidor y adaptar el café al mercado español que es el lugar objetivo de la exportación.

- Conocer globalmente al mercado español en lo referente al café.

Con esto se trata de conocer con precisión el mercado al que se quiere ir para saber si existen buenas oportunidades, competidores, consumidores y todo lo relacionado con la investigación de mercado.

- Saber cuáles son las condiciones de exportación hacia la Unión Europea.

Existen ciertas reglas que se deben tomar en cuenta para la exportación hacia las distintas regiones del mundo es por eso que queremos conocer con exactitud cuáles son las condiciones que impone la Unión Europea para la compra de productos a nivel mundial, nos referimos a estándares de calidad, normas sanitarias, normas arancelarias, cuotas, etc.

1.6 Justificaciones

Es importante dar apoyo a esta investigación y explicar por qué se la realiza, mostrando al lector un mejor panorama sobre el proceso de producción e industrialización de café, dando a entender hacia dónde va direccionado todo el esfuerzo que se realizará y quiénes serán los principales beneficiados con esta información.

Se ha mencionado que el cantón Zaruma es una región con un increíble potencial agrícola sobre todo en lo referente al café, debido a su ubicación, su clima y sus tierras pero estas ventajas no son aprovechadas correctamente, desperdiciando un enorme potencial económico y social.

Como resultado de esta investigación se elaborará un plan concreto y práctico que permita a la Hacienda “El Tablón” exportar su producto a otros mercados ayudando a que la zona crezca con este conocimiento y que a futuro no sea solo esta propiedad la productora y exportadora sino que sean varias las haciendas que devuelvan la identidad cafetera a la zona y generando plazas de trabajo y elevando el nivel de vida de la población en general.

La factibilidad del proyecto radica en que se tienen tierras aptas para la plantación de cafetos, maquinaria e instalaciones de procesamiento y conocimiento de producción (siembra, cultivo y transformación). Tomando en cuenta los atributos del producto es una gran oportunidad comercial que se quiere aprovechar.

1.6.1 Tipo de Justificación

Se podría definir a la justificación que ampara a esta investigación como práctica ya que se busca resolver un gran problema de no aprovechamiento de recursos y de poco conocimiento agroindustrial de los productores de café que evita la exportación de este producto a otros mercados.

La información de esta investigación será útil para las personas que vean en el café una oportunidad de negocios y de beneficio social ya que expondrá parámetros y será una guía de exportación que ayudará enormemente a los caficultores de esta zona.

Al finalizar este proceso investigativo se mostrará resultados concretos sujetos a verificación que ayudarán a implantar procesos y técnicas, en algunos casos mejorando las existentes, dándole un impulso grande al sector cafetero ecuatoriano y no solo desde el punto de vista económico sino también social.

CAPÍTULO II

2. Marco Teórico

2.1 Fundamentación teórica

2.1.1 La planta

Según la tesis Manual para la elaboración de café tostado y molido en el cantón Zaruma escrita por el Ingeniero Lenin Cordero en 1998, el cafeto es una de las especies vegetales más conocidas a nivel mundial, consta de alrededor de 40 especies entre ornamentales y productoras, su nombre científico general es (*Coffea spp*) y las plantas de café arábigo son de la variedad (*Coffea Arábigo*). El arbusto es conformado por hojas de color verde brillante, con bordes lisos y de tamaño pequeño y mediano. En general los arbustos tienen un tamaño mediano que oscila entre los 150 a 200 centímetros.

Los cafetos tienen flores de color blanco las cuales tienen propiedades aromáticas, de dichas flores se obtienen el fruto de donde se sacará el grano de café, en estado maduro son conocidas como cerezas.

El fruto o cereza presenta un color rojo intenso cuando está en punto de cosecha, en su interior se encuentra el grano de café, es decir la semilla, la cual contiene grandes cantidades de cafeína y de donde se obtiene la materia prima para producir la bebida luego de ciertos procesos.

Los cafetos son plantas que crecen en climas templados, de preferencia en áreas ecuatoriales que se encuentran entre los 200 a los 1500 metros sobre el nivel del mar dependiendo de su variedad.

Existen varios tipos de café pero las especies más grandes y que abarcan todos los subtipos son el café arábigo y el café robusta. El primero es el más apetecido a nivel mundial debido a su fino sabor, su aroma penetrante y su perfecto toque de acidez y amargura. El café robusta es un poco más grueso de sabor, con alta acidez y un amargo más profundo, aunque se lo comercializa puro también sirve de mezcla con café arábigo para incrementar volumen sin perder totalmente calidad y sabor.

2.1.2 El cafeto zarumeño

Al estar ubicados entre los 800 y los 1800 metros sobre el nivel del mar las plantaciones de café logran características que convierten al café zarumeño en un producto único. Son sembríos que se confunden en la vegetación debido a que necesitan de la sombra y los nutrientes de árboles más grandes. Los caficultores Rodrigo Astudillo y Marcelo Valverde coinciden en que los cafetos zarumeños tienen una maduración de mediana velocidad, es decir que la planta se demora entre dos y medio a tres años para empezar a florar y por ende a producir las cerezas. Los granos maduros son de color rojizo intenso y marrón.

2.1.3 Cosecha

Debido al clima y a las estaciones de la parte alta de la provincia de El Oro que influyen en las plantaciones de café existe un solo periodo de cosecha que está comprendido entre los meses de abril y julio gracias a ligeros intervalos de sol que reciben los frutos luego de las lluvias. Valverde señala que especialmente en el mes de abril las cerezas tienden a madurar de manera lenta y por consecuencia el sabor se concentra mucho más en su interior.

El pepiteo o recolección de las cerezas es el primer paso al que se somete al café para luego ser expulpado, tostado y molido. La cosecha debe ser llevada a cabo de manera manual debido a que el cafeto es bastante sensible a la manipulación de sus frutos y puesto que las plantaciones se encuentran en zonas bastante empinadas como para introducir maquinaria que haga este trabajo. Otro factor que influye para realizar un pepiteo manual es que los cafetos están rodeados de una vegetación semi-densa por razones que ya fueron explicadas anteriormente.

La baja introducción de tecnologías y maquinarias hace que el café de Zaruma tenga un sabor mucho más profundo y apetecido: “La baja influencia de maquinas que realicen labores humanas en cuanto al proceso del café hace que las labores sean más delicadas y tediosas pero son estos esfuerzos los que hacen que el producto sea único y conserve su sabor de origen” (Astudillo, 2011)

2.1.4 Sabor

El café zarumeño es del tipo *Coffea Arábica* siendo su especie la base al determinar su sabor y textura. Se describe al café zarumeño como de fina textura al paladar, con cierta sensación ácida sin exagerar en el punto, algunas influencias del proceso de tostado que brindan un toque suave amargo y una sensación dulzona sin agregarle azúcar a la bebida.

Estas características se obtienen debido a su forma natural de crecimiento debido a la ausencia de plagas letales que afecten al cafeto que por ende hace a un lado la utilización de plaguicidas, además el cafeto al compartir la tierra con otras plantas y árboles intercambia nutrientes lo que también hace que la utilización de fertilizantes sea casi nula. Otro factor es que existe una mayor concentración de cafeína en el grano de café robusta (*coffea robusta*) que en el café arábigo (*coffea arábica*), con

concentraciones que van entre el 1.6% al 2.7% y del 1% al 1.5% respectivamente. (Federación Nacional de Cafeteros de Colombia, 2008). La importancia de este dato radica en el sabor del café puesto que una mayor concentración de cafeína vuelve al grano más amargo e incrementa su acidez.

Uno de los detalles que le da a este café un sabor especial es el proceso de tostado, en algunos casos el tostado se lo hace en hornos especiales ya que esto ahorra tiempo y esfuerzo pero el secreto de la calidad total de este producto parte del bajo uso de maquinarias. Desde que inició el café en Zaruma debido a la falta de tecnologías y de su difícil acceso los lugareños secaban los granos maduros de café al sol, extendían las cerezas sobre el piso de cemento para evitar que el grano absorba la humedad del suelo, este proceso lleva aproximadamente 10 días; sacaban el grano en la mañana y en la tarde lo guardaban nuevamente. Pero el proceso no termina aquí ya que al momento de secar la cereza los caficultores espolvoreaban panela o azúcar morena sobre los granos, es aquí donde el producto adquiere ese sabor adicional azucarado y donde se rebaja en parte la acidez natural del grano. Esta manera de tostar el café es utilizada aún aunque ahora también se ha introducido el uso de hornos.

Es importante señalar los procesos que sufre el café ya que además de los beneficios de la naturaleza, son estas prácticas, las que aportan en el sabor del producto final y por ende en su calidad; por estas razones encontramos publicaciones que revelan lo siguiente:

“Los que visitan la Parte Alta de la Provincia de El Oro, tienen la oportunidad de degustar de uno de los mejores cafés que se produce en el mundo, para muchos considerado el café gourmet por excelencia, que es capaz de satisfacer a los paladares

más exigentes y delicados de todas las latitudes. Se trata nada más y nada menos, que del café zarumeño.” (Proyecto Viva el Ecuador, 2012)

2.1.5 Producto

Luego de la cosecha de las cerezas se obtiene un fruto carnoso, algo jugoso y húmedo que dentro contiene las semillas que contienen la verdadera esencia del café como tal ya que aquí se concentra el sabor y la cafeína. A partir de las semillas de las cerezas se obtienen los granos que luego serán molidos para obtener el café como materia prima para la elaboración de la bebida.

El café es una infusión que se realiza poniendo agua hervida y café molido en una coladera especial aunque con los años se ha elaborado el café soluble en polvo y liofilizado¹. También se ha cambiado procesos y se lo ha diluido con leche pero siempre utilizando el café molido como materia prima.

A pesar de tantas clases y mezclas que se han hecho a partir de café, el americano, es decir la infusión con agua caliente y azúcar sigue siendo la más popular a nivel mundial por su facilidad de preparación y en el caso de granos gourmet porque así se conserva intacto el sabor del grano molido y no se pierden sus propiedades.

2.1.6 La Hacienda El Tablón

En la provincia de El Oro en el cantón Zaruma y a una altura de 1250 metros sobre el nivel del mar se encuentra ubicada la Hacienda “El Tablón”, propiedad del señor Rodrigo Astudillo Ordoñez, aquí se dedican al cultivo de café tipo arábigo zarumeño y otras actividades agrícolas propias de la zona.

¹ Proceso de extracción de la humedad de los productos mediante secado al vacío y sometimiento del producto a bajas temperaturas para su compactación

El Tablón cuenta con una extensión de 52 hectáreas y el clima en donde está asentada esta propiedad es perfecto para plantación de cafetos arábigos con las características que solamente este cantón puede dar tomando en cuenta altitud, temperatura, estaciones y vegetación circundante.

Dentro de las hectáreas que forman parte de la propiedad se destinan aproximadamente entre 30 y 35 para la producción de café arábigo dependiendo de la inversión que se realice cada año y tomando en cuenta las situaciones climáticas y agrícolas que caractericen a la zona cada año.

En cada hectárea existe un número máximo y mínimo de cafetos, esto con el afán de no reseca la tierra y también por asuntos económicos determinando la utilidad que cada zona debe generar. Según el Ingeniero Agrónomo Álvaro Miño se debe plantar entre 1500 y 2000 plantas por cada hectárea.

2.2 Marco Conceptual

Café arábigo: se trata de un tipo de café de alta calidad debido a su sabor, su acidez y textura. Es importante señalar que la mayoría del café que se comercializa a nivel mundial es de esta especie ya que también existe el tipo robusta.

Café Robusta: grano de café de menor calidad al arábigo, su sabor es mucho más fuerte y la cereza de mayor tamaño. La facilidad de crecimiento de esta planta radica en su resistencia y su alto rendimiento que sin embargo no son suficientes para que los bebedores de café lo acepten con agrado. (Cordero, 1998)

Mercado español: se refiere a la zona hacia donde el café va a ser comercializado, esto es en España. Pero no solamente se toma en cuenta la localización sino también al consumidor, competencia, demanda, oferta, gustos y preferencias, entre otros factores.

Exportación (comercialización): luego de industrializar el café se busca venderlo en el mercado español, previa aceptación de leyes, reglas, y aprobación de requisitos. La idea fundamental es vender el café en otras naciones.

Producción: referente a todo el proceso productivo del café, es decir, a todos los pasos que debe seguir el producto desde que los cafetos son trasladados a la tierra hasta que el grano es empaquetado y etiquetado para su futura comercialización en el mercado internacional.

Aranceles: son barreras comerciales impuestas por los países para evitar la comercialización indiscriminada de cierto producto en sus límites y consiste en el cobro de tasas por cada unidad o cantidad (kilogramos, toneladas) de bienes que ingresen al país en cuestión.

2.3 Hipótesis

Luego de lo que se ha observado, estudiado y analizado en cuanto a la situación del cantón Zaruma y la posibilidad que se tiene de exportar un producto tan típico de la zona a un mercado interesante como es el español podemos llegar a determinar una hipótesis que tendrá que ser comprobada, aceptada o negada a lo largo del estudio que se realizará sobre el tema.

Tenemos factores sociales, económicos y tradicionales que aportan valor a esta hipótesis y sobre todo la información necesaria que permitirá determinar la validez o no del supuesto que se va a proponer.

La hipótesis planteada según los datos y la información que se ha obtenido luego de la investigación previa determina que:

- La creación de un proyecto de exportación hará viable (rentable) el envío de café arábigo del cantón Zaruma proveniente de la Hacienda “El Tablón” al mercado español.

2.4 Identificación y caracterización de variables

Para poder determinar la hipótesis anteriormente planteada se han tomado dos variables que serán de fundamental ayuda ya que jugarán un papel de guía para darle validez o no a la propuesta. Además esta hipótesis será debidamente sustentada con la investigación que se está llevando a cabo.

Como se ha mencionado anteriormente lo que se quiere comprobar es lo rentable que puede ser exportar café de altísima calidad proveniente del cantón Zaruma hacia el mercado español y para determinar esto debemos escoger variables que nos permitan medir esta rentabilidad.

2.4.1 Variable Independiente

Como variable independiente se ha situado al plan de exportación ya que la rentabilidad del café exportado a Madrid dependerá de la minuciosidad con la que se implemente el proyecto que se diseñará en esta investigación, el cual dará dinamismo a la ciudad de Zaruma que actualmente está estancada sin aprovechar su gran potencial de producción cafetalera.

Además con el plan de exportación que se obtendrá de esta investigación se proyectarán las ventas dependiendo de la demanda y la imagen que se logre dar al producto determinando de esta manera el éxito o fracaso que puede tener el proyecto en un mercado tan exigente como el español.

2.4.2 Variable Dependiente

Se ha establecido la rentabilidad como la variable dependiente ya que esta será positiva o negativa dependiendo del plan de negocios que se aplique al producto y la precisión del mismo. Al mencionar rentabilidad nos referimos a la obtención de recursos económicos que hagan de la Hacienda un negocio próspero en lo que a café se refiere, además que cree plazas de empleo en el sector y que incremente el nivel de ingresos en la ciudad de Zaruma.

CAPÍTULO III

3. Diseño metodológico

3.1 Nivel de estudio

La idea final es dar validez a la hipótesis planteada y además buscar posibles soluciones para el problema que se propuso inicialmente, esto mediante investigaciones, las mismas arrojarán resultados que servirán para cumplir el objetivo que se ha trazado cuando inició el proceso de formulación de la hipótesis. Para poder cumplir con las metas se utilizará varias fuentes de información y conocimiento que a más de aportar datos, técnicas y cifras servirán de guía a lo largo de este proceso,

En cuanto al tipo de investigación se la ubica dentro del tipo descriptivo debido a que el objetivo final es determinar la validez o no de una hipótesis previamente formulada tomando en cuenta variables que serán los medidores de ese planteamiento.

Además se describirán procesos que ya existen pero que no se los aplica de manera correcta u ordenada, con la finalidad exportar, es este caso el café del cantón Zaruma. Sumado a esto no solamente se dará significado a datos obtenidos sino que se elaborará una descripción minuciosa de la información obtenida de modo que se presentarán posibles respuestas o soluciones a problemas que se han descubierto con anterioridad.

3.2 Modalidad de la investigación

Lo que se intenta hacer en la investigación es proponer un proyecto de desarrollo que permita al sector cafetero de la parte alta de la provincia del El Oro sacar sus productos

y darlos a conocer en otros países, esto sin duda será un impulso para promover sus ventas mejorando la calidad de vida de los productores y los habitantes del lugar.

Es importante la implantación de un proyecto de desarrollo debido al escaso tratamiento que se le da al tema en esta zona ya que existen otras actividades que actualmente se roban la atención de los pobladores haciendo que se desaproveche el gran potencial agrícola que existe en Zaruma, es por esto que mediante la presente investigación se busca demostrar que el café es un producto altamente rentable que se está dejando de lado.

Por las características del tema descritas anteriormente, la modalidad que más se ajusta a este estudio es la investigación de campo.

3.3 Método de investigación

Se utilizará una metodología investigativa basada en un modelo inductivo porque se plantea una hipótesis, dando una predicción que hay demostrar reuniendo información que al ser unida dará validez a la mencionada hipótesis. La utilización de cuadros y métodos facilitarán esta tarea. El objetivo final es demostrar porque la hipótesis será válida o no.

3.4 Población y muestra

Para el estudio de mercado se han tomado datos y resultados expuestos por dos grandes empresas que se encuentran dentro del mundo del café, una de estas es McDonald's quien realizó estudios para la implementación de su segmento McCafé en el año 2006 en España, y la cadena de cafeterías Café & Te. Se trata de cafeterías que ofrecen una serie de productos basados en el café.

En ambos casos se han hecho estudios a la población española de 15 años en adelante, con el fin de obtener resultados que permitan segmentar el mercado de una mejor manera y aplicar estrategias que hagan del café un negocio sostenible en el país ibérico.

3.5 Procesamiento de datos

Los datos que han servido para este estudio, fueron tomados de la realidad española en base a estudios realizados por Café & Te y McDonald's. El resultado de su análisis sirvió para establecer parámetros de consumo y enfocar la publicidad y seleccionar el mercado objetivo que tiene la empresa en la ciudad de Madrid, todos estos datos se muestran tabulados mediante gráficos para que la lectura de los mismos sea mucho más didáctica y entendible al lector.

CAPÍTULO IV

4. Aplicación práctica

4.1 Aplicación estratégica

4.1.1 FODA

La empresa Hacienda “El Tablón” analizó algunos factores y diseñó una matriz FODA para determinar con exactitud las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas que tienen influencia en el día a día y que darán una pauta para la creación de estrategias comerciales, direccionar actividades, reducir o aumentar procesos, entre otros.

Tabla 1 Análisis FODA Empresa Hacienda “El Tablón”

Matriz FODA Hacienda "El Tablón"	
Fortalezas	Debilidades
Calidad del café zarumeño	La no existencia de apoyo gubernamental
Variedad de café único en el mundo	Novatos en la exportación de café
Ubicación geográfica.	Distancia entre los principales puertos marítimos o aéreos
Tener una hacienda con tierras aptas para la plantación de café.	
Bajo consumo de fertilizantes y plaguicidas	No se cuenta con un sistema de riego por aspersión
Conocimiento del Cultivo de Café	Tan solo 3 meses al año de cosecha
Proceso de industrialización tradicional no invasivo	Escasa motivación de los zarumeños hacia la producción de café
Oportunidades	Amenazas
Ingresar a un mercado nuevo con un producto de alta calidad	Precios irregulares del café
Exportación de un producto único en el Ecuador	Malos temporales
Incremento de las importaciones de café en España	Plagas
España es un país que importa el 100% de su consumo de café.	Falta de conocimiento de las cualidades del café Zaruma en otros países
Hábito de beber café en incremento en Europa	Ruptura de acuerdos comerciales con el país
El café es el segundo producto de mayor comercialización en el mundo luego del petróleo.	Inestabilidad jurídica y económica del país
Motivación al consumo de productos gourmet	Aranceles internacionales

4.1.2 Misión

4.1.2.1 Identificación del Producto, servicio o función básica de la organización.

Hacienda “El Tablón” es una empresa que se dedica a la producción y comercialización de café arábigo tipo Zaruma, el cual es producido en el cantón del mismo nombre ubicado en la provincia de El Oro. Se trata de un producto de tipo gourmet, con características únicas que muchos cafés carecen y que hacen único al grano que se produce en esta localidad.

Debido a sus propiedades se ha nominado al café zarumeño como un producto de exportación ya que tiene lo necesario para competir con productos de alta calidad hechos en países tradicionalmente cafetaleros como Colombia y Brasil. Además se busca ganar fama para la ciudad de Zaruma, promoviéndola como un destino de turismo del café.

4.1.2.2 Identificación del mercado objetivo o base de clientes de la organización.

El café zarumeño producido por Hacienda “El Tablón” está enfocado a consumidores de café de España, precisamente de la ciudad de Madrid. Esta bebida ha aumentado su consumo en países europeos y mucho más cuando se trata de granos gourmet de alta calidad.

Se busca consumidores de buen paladar, que gusten de productos especiales en comparación con el común denominador. Con esto la empresa quiere decir que al ser un café gourmet se puede comparar con un vino añejado de buena factura al lado de un vino de cartón que aunque existen algunos de calidad no llegan a obtener características o propiedades de un producto diferenciado.

Las estadísticas nos ayudan a enfocarnos en este mercado ya que las tres cuartas partes del consumo nacional de España están situadas en 8 provincias encabezadas por Madrid seguidas por Barcelona, Sevilla, Álava, Valencia, Castellón, Oviedo y Tarragona.

4.1.2.3 Identificación de las razones que tiene la organización para su existencia.

El café zarumeño, como se menciona en el capítulo uno, es un producto de características inmejorables pero que lamentablemente por falta de conocimiento comercial, iniciativas o apoyos gubernamentales no es explotado debidamente. Esto significa que existe una oportunidad no aprovechada por los habitantes o por personas que buscan alternativas de negocios.

Una de las razones para que se establezca la empresa Hacienda “El Tablón” es dinamizar la economía del cantón, de la provincia y del país; beneficiando de esta manera a varios grupos de interés que fueron señalados previamente. Además de buscar beneficios, sus propietarios pretenden que el cantón salte a la fama como productor de café de calidad mundial.

Otra razón es la identificación de un mercado potencial como el español. Estos motivos le dan sentido a la existencia de esta compañía y serán reflejados en la misión que Hacienda “El Tablón” estructurará.

4.1.2.4 Acuerdo sobre la declaración de la misión de la organización.

Luego de haber explicado algunos factores se plantea la misión de Hacienda “El Tablón” de la siguiente manera:

“Hacienda El Tablón es una empresa que se dedica a la producción y exportación de café zarumeño de alta calidad, conservando las características natas del grano que le dan un sabor especial llevando al consumidor un producto que satisfaga sus necesidades”

4.1.3 Visión

Vinculando la misión con los objetivos que tiene la empresa se ha declarado la siguiente visión:

“Ser la empresa modelo en lo referente a exportación de café gourmet en el Ecuador, promoviendo el comercio exterior y el crecimiento de compañías que tomen a Hacienda “El Tablón” como ejemplo a seguir”

Con esta visión lo que Hacienda “El Tablón” quiere a largo plazo es que sea un referente en la comercialización de productos gourmet y que otras empresas que tengan ideas similares tomen como ejemplo a esta compañía.

4.1.4 Objetivos

Analizando la visión que tiene Hacienda “El Tablón” se pueden puntualizar los objetivos que se deben cumplir poco a poco para alcanzar la gran meta que plantea el enunciado descrito en el inciso anterior.

En conjunto se han establecido objetivos que se formulan de la siguiente manera:

- Dinamizar las exportaciones cafeteras ecuatorianas.
- Motivar la economía zarumeña mediante la inversión.
- Crear fuentes de trabajo digno y con salarios justos.
- Incentivar la exportación de productos no petroleros en Ecuador.

Con estos pequeños objetivos se podrá llegar a la meta que la empresa en conjunto se ha planteado.

4.1.5 Valores

Dentro del proceso de búsqueda de valores se pretende determinar bajo qué valores, políticas y lineamientos trabajará la empresa. Para esto Hacienda “El Tablón” debe tener en cuenta los valores de cada uno de los miembros del grupo y así poder definir efectivamente los valores bajo los que trabajara la compañía.

4.1.5.1 Declaración de los Valores Organizacionales.

Los valores que se utilizarán en Hacienda “El Tablón” son los siguientes:

- Cooperación
- Responsabilidad
- Honestidad
- Respeto
- Servicio
- Sentido de Pertenencia
- Responsabilidad social
- Esfuerzo
- Calidad
- Puntualidad

Estos valores se publicarán en un lugar visible dentro de las instalaciones de la compañía para que puedan ser vistos por los trabajadores y que se demuestre bajo que principios y lineamientos Hacienda “El Tablón” realiza sus operaciones.

4.1.6 Estrategia competitiva

La empresa “Hacienda El Tablón” quiere utilizar 2 estrategias competitivas: el diferenciamiento y el precio. Es muy importante que el producto tenga identidad y el sabor sea único, además de que el precio no sea tan elevado para que llegue a un mayor número de consumidores. A continuación se describen factores que ayudarán a aplicar las estrategias mencionadas anteriormente.

4.1.6.1 Características del producto

El café zarumeño es uno de los mejores productos gourmet que se producen en el Ecuador y así lo describen los expertos:

“El café zarumeño es un producto con una calidad muy superior, se lo podría comparar con bienes tan especiales como el cacao fino de aroma que Ecuador exporta a Suiza para que ellos nos devuelvan chocolates exquisitos” (Valverde, 2011)

“No existe café como el zarumeño, sus propiedades son muy finas, así como hay buen vino, buen chocolate o buen tabaco también hay buen café y ese es el que se hace aquí” (Astudillo, 2011)

Al ser único, el café Zaruma puede ser considerado un producto gourmet, es decir que ya no está dentro del común denominador sino que ya pasa a una calidad superior lo cual genera la principal ventaja competitiva de Hacienda “El Tablón”. Su producto será único en sabor y propiedades.

4.1.6.2 Técnicas de Producción

Las técnicas que se utilizan en Hacienda “El Tablón” son lo menos invasivas posibles, no se utiliza máquinas para la cosecha, el café se tuesta de manera natural, las plantas

reciben cantidades mínimas de fertilizantes o nutrientes artificiales. Todo esto se hace con el objetivo de conservar al cien por ciento todas las características del café.

La población en la actualidad busca productos que sean lo más sano y natural posible, tomando en cuenta todos sus procesos; esta es una gran ventaja que posee Hacienda “El Tablón” ya que el secreto yace en la naturalidad de sus procesos, la higiene y la tradición que existe hacia el café en este cantón orense.

4.1.6.3 No existen intermediarios.

Hacienda “El Tablón” cosecha, tuesta, expulpa, muele, empaqueta y comercializa su café, no existen intermediarios ni proveedores de materia prima ya que todo proviene de las montañas de la hacienda y se transforma en el mismo lugar. Esto ayuda a reducir costos y procesos de compra ya que existen ciertos productos como los fertilizantes o las herramientas que deben ser adquiridas a proveedores pero en lo referente a la materia prima todo es local.

4.2 Aplicación de marketing

4.2.1 Consumidores de café en España

Consumir café en España es un hábito que se ha arraigado desde muchos años atrás y fue justamente en el siglo VIII cuando la ocupación árabe de la península ibérica trajo consigo al café como bebida tradicional, costumbre que poco a poco se va incrementando en ese país.

Recientemente una de las más grandes cadenas de cafeterías en España llamada Café & Te, publicó un informe bastante revelador que arroja cifras puntuales sobre el consumo

de café en ese país, informe en el cual Hacienda “El Tablón” se basará para desarrollar estrategias que le permitan crecer en el mercado.

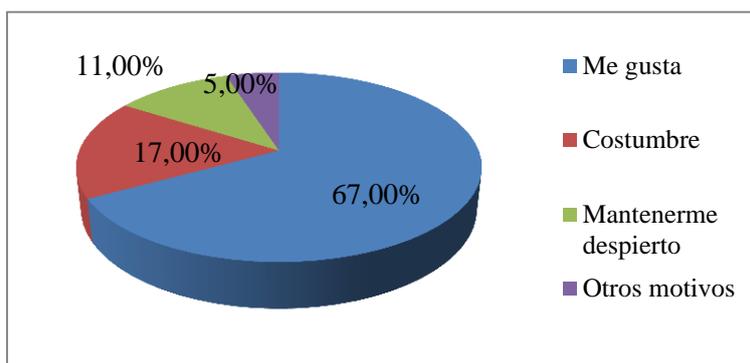
Inicialmente se plantea que un 63% de españoles mayores de 15 años toman por lo menos una taza de café diaria para derivar en un consumo promedio de 3.6 tazas de café al día por persona que se reduce a 2.7 tazas en los fines de semana ya que estos días no exigen mayor actividad, además de determinar que el consumo de café está vinculado a actividades laborales principalmente. Las ciudades con mayor consumo de café son Barcelona y Madrid, 76% y 61% de población consumidora respectivamente, mientras que las ciudades con la menor cifra de consumidores son Murcia, Cantabria y Palencia con un 58% de consumidores.

Otro factor a tomar en cuenta es la diferenciación de consumo que existe en los días laborables (lunes a viernes) y los fines de semana (sábado y domingo). Los datos que arrojaron las investigaciones sugieren que el 99% de los potenciales consumidores beben café entre semana mientras que los fines de semana este porcentaje se reduce al 89%. La conclusión importante de estos datos es que el café está bastante vinculado a las actividades laborales por sus propiedades energéticas derivadas de la cafeína.

El consumo de café también depende de la hora del día por eso un 63% de los habitantes de España consumen café en la mañana, un 38% lo incluyen luego de las comidas y un 29% también lo bebe por la tarde. Pero también el consumo de esta bebida está asociado con la compañía, es decir junto a quién los ibéricos toman café; las cifras que se obtuvieron revelan que 78% de los consumidores lo hacen junto a amigos, familiares, compañeros, etc. Mientras tanto el 22% lo hacen solos.

En el siguiente gráfico se muestran las causas más representativas del consumo de café en la población española:

Gráfico 3 Razones del Consumo de café



Fuente: Informe Café & Té: Hábitos de consumo en España

Elaborado por: Gabriel Astudillo

Año: 2012

El gráfico presenta datos con los cuales se puede concluir que más de la mitad de los consumidores españoles (67%), lo hacen por gusto y placer a la bebida, esto quiere decir que buscan un café que satisfaga sus necesidades sensoriales y que por lo menos cubra sus expectativas y es ahí donde apunta el café de Hacienda “El Tablón”

El 17% lo hace por costumbre, es decir, consumen café por tradición, ellos también buscan un buen café pero en muchas ocasiones valoran más el precio que la calidad del mismo.

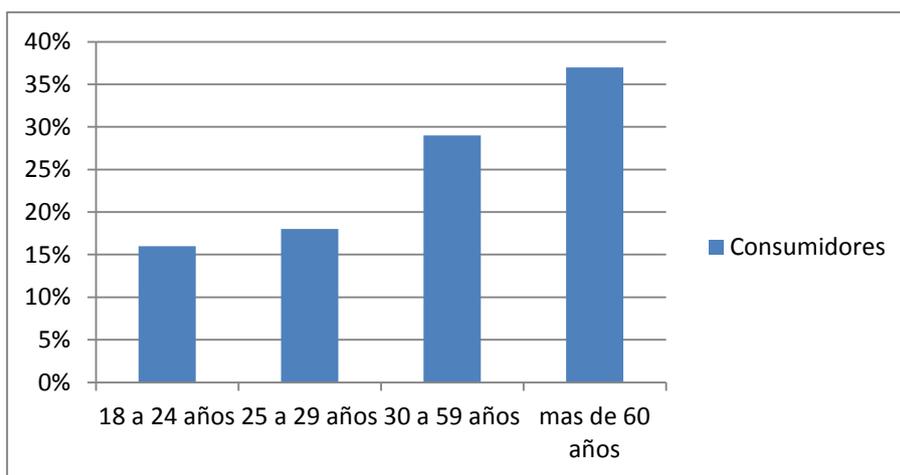
Otra segmento importante es el que surge a partir del género y los datos nos dicen que de toda la población que consume café el 63% de los hombres y mujeres consume más de una taza al día. Esto quiere decir que el consumo de esta bebida no está ligado al género de quien lo bebe.

La compañía McDonald’s realizó estudios para implementar los McCafés en España y dentro de los pocos datos que publicó en el año 2006 existen cifras bastantes interesantes con resultados que permiten concluir de manera más exacta. Por ejemplo el

60% de las personas que toman café a diario están casadas, mientras que solamente un 16% de los solteros consumen la bebida. También se vincula el uso de la computadora al café ya que el 69% de los consumidores habituales de la bebida la consumen mientras se encuentran trabajando en sus ordenadores.

En cuanto a los rangos de edad el crecimiento más importante se da en las personas entre 18 y 24 años, es decir, el consumo de café está incrementado en los individuos que están dentro de esta edad, mientras que las personas mayores a 60 años concentran un mayor número de compradores en relación a otras. A continuación se observa un gráfico que corrobora lo investigado.

Gráfico 4 Rangos de edades de consumidores de café



Fuente: Hoja de datos de consumo de café. Tendencias durante el 2005 McDonald's

Elaborado por: Gabriel Astudillo

Año: 2012

Como se puede observar casi el 37% de los consumidores pertenecen al rango que supera los 60 años de edad mientras que las edades con menor consumo son las que comprenden los 18 a 24 años. La mayor cantidad de consumidores están concentrados en las dos últimas categorías y será ahí donde la empresa Hacienda "El Tablón" se enfocará.

Al igual que la compañía Café & Te, McDonald's coincide en decir que el momento del día en que un mayor número de personas bebe café es en el desayuno con un porcentaje cercano al 65% de consumidores. Publicitariamente asociar el café de Hacienda "El Tablón" con la comida de las mañanas podría ser bastante productivo.

4.2.2 Volúmenes de Compra

Según cifras de la Federación Española del Café (FEC) el consumo de café en España va en aumento debido a la tradición y gusto que los habitantes de la península ibérica le han tomado al producto. En la actualidad esta institución calcula que en España los consumidores de café compran anualmente en promedio 3.5 kilogramos del producto per cápita.

Según el último censo Madrid tiene 6.4 millones de habitantes una cifra bastante alta. Este dato sirve al proyecto para estimar volúmenes de compra al contrastarlo con los datos de Café & Te.

Según los estudios de Café & Te, Madrid es la ciudad con el mayor número de consumidores con un 63% de la población total, le sigue Barcelona con el 58%, esto quiere decir que en la capital española existen 4.03 millones de consumidores de café. Al año en Madrid se consumen catorce mil toneladas netas de este producto, vale recalcar que España importa el 100% de su consumo de café.

Al continuar los cálculos y revisar los datos del gráfico 3 (Razones de consumo del café) se llega a la conclusión de que el 67% de los consumidores de café lo hacen porque les gusta esta bebida y es a este segmento a donde Hacienda "El Tablón" apunta. En total son 9000 toneladas de café para personas que toman esta bebida por que les gusta, es decir, toman en cuenta atributos como el sabor y la calidad.

Según un informe hecho por Carmen Morales Miguélez para Pagea consultores en 2003 presenta la siguiente tabla de exportadores de café a España:

Tabla 2 Principales exportadores de café a España

País	Porcentaje
Vientam	38%
Brasil	22%
Uganda	12%
Colombia	11%
Costa de Marfil	8%
India	7%
Indonesia	1%
Honduras	1%
Ecuador	1%
	100%

Esto da una pauta para determinar que de las 9000 toneladas de café que van a Madrid un 1% es ecuatoriano, una cantidad que oscila entre las 90 toneladas anuales. Se puede determinar a este análisis como un volumen de compra de café en el mercado español.

4.2.2.1 Volúmenes de compra en tiendas Carrefour

Carrefour es una cadena de supermercados franceses que se han establecido durante años en varios países del mundo y donde se puede encontrar todo tipo de productos. Hacienda “El Tablón se ha enfocado en esta empresa para la venta del café debido a la gran acogida que tienen en España, especialmente en Madrid en donde cuentan con 15 hipermercados y 35 supermecados.

Según Jorge Andrés Villa Villalba, ecuatoriano residente en Madrid y asistente local del departamento de adquisiciones, se comercializan aproximadamente 400 toneladas anuales de café, de esta cantidad el 25% es producto tostado y molido en España como por ejemplo café El Abra o La Brasileña, marcas que han sido descritas en el primer capítulo. El 40% corresponde a café soluble de diferentes marcas pero principalmente de la multinacional Nestlé con el nombre Nescafé, un 25% son marcas de café importado corriente mientras que solo el 10% se trata de café tipo gourmet.

4.2.3 Marketing Mix

4.2.3.1 Producto

Características

Café Hacienda “El Tablón” es un producto de altísima calidad, el cual es cosechado y producido en Zaruma, cantón de la provincia de El Oro. Su sabor incomparable lo hace parte del exigente mercado mundial; una acidez bastante suave, un amargo profundo pero delicado y una textura que agrada al paladar son sus principales características.

El manejo responsable del producto y la mínima intervención de químicos hacen que su sabor y calidad se conserve intacto y además lo ubican dentro del segmento de productos gourmet, es decir alimentos de gran calidad que satisfacen paladares exigentes que siempre buscan el mejor sabor.

Su presentación es en polvo, ideal para colocarse en cafeteras y ser colado ya que de esta manera se aprecia mucho mejor el café. Los paquetes tendrán 400 gramos, el producto será envasado en fundas de plástico laminado, con aluminio en su interior para evitar contaminación o la entrada de humedad.

Beneficios

Café Hacienda “El Tablón” presenta beneficios múltiples a sus consumidores iniciando por el sabor y la sensación de placer que producirá a quienes beben este producto, además los procesos poco invasivos y la salubridad con la que se maneja la materia prima, brindará al cliente un alimento sano, libre de químicos o de agentes no saludables.

Probar una bebida diferente será para los consumidores de café una sensación única y es lo que Café Hacienda “El Tablón” quiere que experimenten sus clientes. La idea parte de que el 67% de los españoles que consumen café lo hacen porque les gusta², Para corroborar este dato podemos revisar el gráfico presentado anteriormente acerca de Razones del consumo del café en España.

Diferenciación

Dentro de la categoría de café gourmet que se ofrece en el mercado español existen dos aristas: la del café tostado y molido en España y la del café importado, cada segmento tiene sus características propias. Por ejemplo una de las principales marcas de café gourmet español se llama Café Cornellá; la principal característica de este producto radica en su innovación constante y en los tipos de café que mantiene en el mercado, en cuanto a los extranjeros el más conocido, siempre hablando del segmento gourmet es Café Me Trang, se trata de un café vietnamita, vale recalcar que Vietnam es el principal proveedor de café en tierras españolas, su principal característica está en su sabor.

Café “Hacienda El Tablón” pretende diferenciarse al igual que Café Me Trang por el sabor pero con una variante muy importante, la autenticidad. Se ha explicado la

² Datos proporcionados por la cadena de cafeterías Café & Te de España

verdadera esencia del café zarumeño y los factores que lo hacen único, lo añejos que son los procesos que lo convierten en polvo y sobre todo el lugar de donde proviene, Zaruma es un lugar con propiedades extraordinarias para el cultivo y producción de café, haciendo el sabor de Café Hacienda “El Tablón” incomparable.

Posicionamiento

“El posicionamiento es el lugar mental que ocupa la concepción de un producto y su imagen cuando se compara con el resto de los productos o marcas competidores, además indica lo que los consumidores piensan sobre las marcas y productos que existen en el mercado.” (Agencia de marketing y publicidad Deimon, 2010)

Mediante la publicidad y degustaciones Café Hacienda “El Tablón” tiene como objetivo posicionarse en un segmento de alta calidad para los clientes, que ubiquen al café dentro del sector del buen vino, del queso artesanal de calidad, de un jamón serrano bien hecho. Para esto la publicidad deberá estar enfocada en que el potencial consumidor cree anclajes mentales que vinculen al producto con elegancia, calidad, prestigio.

Propuesta de Valor

Es importante destacar que la clave de un producto exitoso se encuentra en aportar valor agregado a quien los consume, es por esta razón que Café Hacienda “El Tablón” tiene bastante claro este concepto y siempre busca brindar valor agregado a sus clientes y la clave de este plus se encuentra en el sabor. El valor agregado que tiene este café es la generación de una experiencia sensorial única, crear vivencias al consumidor hará que este se enfoque en nuestro producto. Un café de tan alta calidad por la mañana ofrecerá placer y gusto a quien los consume.

4.2.3.2 Precios

Existen marcas de café importado de algunos países productores y marcas de café procesado netamente en España, el precio varía entre uno y otro ya que los extranjeros asumen costos de envío, en algunos casos aranceles y derechos de aduana.

En cuanto a los productos españoles los precios varían entre €7.50 a €13.80 por 400 gramos en lo referente a café molido, los granos tostados y listos para moler oscilan entre €1.98 y €2.60 por cada 100 gramos. Al ser productos locales sus precios son inferiores en comparación al café que es traído de otras naciones.

Los niveles de precios aumentan en los cafés importados con un rango en grano molido que va desde los €9.75 hasta los €18.30 por cada 400 gramos, en cuanto a grano tostado listo para moler el precio por cada 100 gramos de productos inicia en €2.60 hasta €4.80. Se debe tomar en cuenta que algunos de los países que ofertan su café están dentro de preferencias arancelarias otorgadas por la Unión Europea, además estos precios en caso de locales e importados son netos, hay que incrementarles el 18% de IVA.

Café Hacienda “El Tablón” busca ingresar al mercado mediante una estrategia de precios bajos, es decir introducir el producto con un precio atractivo al potencial cliente. Esta será la excusa para que los consumidores compren el producto, lo prueben y de seguro vuelvan a tomarlo de la percha la próxima vez que vayan al supermercado. El producto pretende ser negociado en aproximadamente €12.00 por la presentación de 400 gramos que es la única que se ofertará. Este precio es de introducción y se mantendrá durante 2 años para ganar mercado, a partir del tercer año el precio se incrementará en un 10%.

4.2.3.3 Distribución

En este caso se propondrá un canal de distribución corto, es decir del fabricante Hacienda “El Tablón” con su debido representante en España se venderá el producto a los establecimientos detallistas como la cadena francesa de supermercados Carrefour, esto facilitará la distribución del producto en Madrid.

El proceso se inicia en la misma hacienda, donde los camiones irán a recoger el producto, lo pondrán dentro del contenedor y será llevado hacia el puerto más cercano, en este caso el puerto de Guayaquil ya que el puerto de Machala no brinda la capacidad ni las garantías necesarias.

El café será trasladado en barco al puerto de Cádiz, ubicado en el sur occidente del país en la provincia del mismo nombre, se ha escogido este sitio porque es el puerto más cercano a la ciudad de Madrid en donde el café quiere ser ubicado por el momento. Posteriormente el cargamento será embarcado en camiones y distribuido a las cadenas que soliciten el producto.

Vale recalcar que la mercadería se encontrará siempre amparada por el debido seguro tanto en transporte interno en Ecuador, el viaje que realizará en barco hacia Cádiz y el transporte en España.

Café “Hacienda El Tablón” está dirigido a un público de clase media-alta y alta, por esta razón el producto será ubicado en supermercados a los que acuden personas que cumplan con el perfil y que además estén dispuestas a pagar el costo del café.

4.2.3.4 Promoción

Existe una idea bastante interesante que expone el Manual Práctico de Pymes en su documento de creación de marcas, señala que a veces los empresarios buscan crear la

mejor marca, pero que el concepto “mejor” es bastante relativo y que lleva al fracaso. La idea es diferenciar la marca, buscar los atributos más relevantes, las características y las bondades que el producto quiere brindar al consumidor; estos factores contribuyen a que un producto de similares características a otros se diferencie utilizando la marca y la imagen corporativa como mecanismo diferenciador. A continuación se exponen argumentos que aportarán a la imagen del producto, haciéndolo diferente de otros.

Atributos más atractivos

- ***Tradicición***

Hablar del café producido en Hacienda “El Tablón” es hablar de tradición. Procesos cafetaleros que se han ido interiorizando en la gente a lo largo de décadas han hecho que el sabor y la calidad de este producto sean inigualables. Los pasos para industrializar el café siguen intactos desde hace mucho tiempo, pequeños secretos transmitidos por generaciones hacen que Café Hacienda “El Tablón” conserve aromas y texturas bastante propias del café zarumeño.

La idea de mantener las tradiciones es brindar un producto único, saludable y con la calidad que los clientes que consumirán este café se merecen. Se busca que la gente al ver Café Hacienda “El Tablón” lo vincule con años de experiencia y secretos familiares que dan las características a esta bebida.

- ***Calidad***

Estar dentro de productos con categoría gourmet exige a Café Hacienda “El Tablón” mantener altos estándares de calidad en factores como sabor, textura, acidez y aroma. Gracias a las bondades de la naturaleza, el café de altura del cantón Zaruma crece con

cualidades muy apreciadas y es lo que hace a esta bebida de una calidad bastante alta en el segmento del café.

Relacionar a la marca Hacienda “El Tablón” con calidad permitirá al cliente reconocer uno de los atributos más importantes del producto, será una bebida que satisfaga sus necesidades y que brindará un placer único a quien la consuma puesto que el sabor con un amargo moderado, con toques frutales, con una baja acidez y una textura suave será el principal representante de calidad que tenga este café.

- ***Su origen***

Zaruma es una de las ciudades ecuatorianas que se encuentra como candidata a Patrimonio de la Humanidad, reconocimiento calificado y otorgado por la Unesco. La magia del lugar, la cultura y la tradición, la conservación de su historia y los hechos sucedidos aquí hacen que el café proveniente de este cantón de la provincia de El Oro también adquiera esas propiedades místicas e históricas. Vale recordar que uno de los grandes objetivos que tiene este proyecto es dar a conocer a la ciudad de donde proviene el café de mayor calidad en el mundo.

- ***Prestigio***

Al ser un producto enfocado para clases socio-económicas altas Café Hacienda “El Tablón” quiere transmitir prestigio a sus consumidores, reflejar una imagen de elegancia, calidad y sabor. No todos los consumidores pueden acceder a un café de calidad gourmet, esta segmentación hace a Café Hacienda “El Tablón” un producto exclusivo.

4.2.3.5 Nombre

El nombre Hacienda El Tablón se deriva del mágico lugar en donde es cosechado el café, es un tributo a la propiedad y a sus características únicas. El nombre da un sentido de origen al café, vincula al producto con la tierra en donde ha sido obtenido y además busca que el consumidor conozca más acerca del sitio de origen creando un anclaje mental.

4.2.3.6 Identificación del atributo más representativo del producto

Café Hacienda “El Tablón” tiene muchas características que lo hacen único y superior pero la más importante y que destaca al producto totalmente es su calidad. En el segmento del café la calidad está vinculada al sabor de la bebida y al aroma del grano tostado o molido.

Ya se ha mencionado que el café zarumeño es de tipo arábigo, al estar dentro de esta clase de grano su sabor se suaviza, su amargura no es tan penetrante comparado con un grano de tipo robusta; pero a más de esto el café de altura tiene una acidez moderada, según los expertos la bebida no es tan agria, y este sabor al mezclarse con el amargo genera un nuevo buqué³, que es único. La textura de la bebida es ligera, de sabor suave que agrada al paladar por su gran diferencia con los otros tipos de café.

4.2.3.7 Identidad de la marca

El consumidor al fijarse una marca de buen vino lo primero que piensa es en el placer sensorial que aquel producto le produciría, en un gusto que se da quien lo consume y está asociado a una tradición considerada elegante como beber vino. Hacienda “El Tablón” quiere proponer al mercado una marca que denote elegancia, prestigio y

³ Buqué: mezcla de sabores y texturas que presenta una bebida sea esta alcohólica y no alcohólica-

calidad, el objetivo es que al ver el logo o un paquete de Café Hacienda “El Tablón” se piense de la misma manera.

En resumen se trabajará en una imagen sobria y elegante, que brinde a su consumidor estatus, reconocimiento y exclusividad. Se busca que irradie calidad por donde se la vea ya que se trata de un producto gourmet, que no está dirigido a las masas sino a clientes que gustan darse lujos.

4.2.3.8 Slogan

Para que la marca Café Hacienda “El Tablón” sea una marca que siga los lineamientos de identidad que se le quiere dar se ha optado por un slogan que realce dichas características y que llegue al cliente de una forma clara y sugestiva.

“Sabor y calidad de Zaruma para el mundo”

Es importante recalcar el lugar de origen para que se cumpla uno de los objetivos de la empresa que es darle representatividad al lugar de donde proviene el producto para que sea considerado un lugar mágico y de características excepcionales para la producción de café y esto se evidenciará cuando los consumidores beban el café.

4.2.3.9 Logotipo

La compañía ha creado una identidad de imagen a mostrar, es decir, como el potencial consumidor y el consumidor habitual miran a la marca y a la empresa. Elegancia, distinción y buen nombre es lo que busca proyectar Hacienda “El Tablón”, estas son algunas de las características que se han planteado y para reflejarlas se ha creado un logotipo.



Se ha tomado el color negro por su elegancia y su sobriedad que al combinarlo con el blanco y el gris se crea una especie de imagen que denota antigüedad, es esta antigüedad la que está plasmada en los procesos tradicionales que se siguen para que el café de Hacienda “El Tablón” tenga la calidad y el sabor que lo caracterizan. Además en la parte inferior se agrega el slogan de la empresa: Sabor, calidad y tradición de Zaruma para el mundo...

4.2.3.10 Publicidad

Anteriormente se dijo que el café de Hacienda “El Tablón” es un producto de altísima calidad y por ende su precio su ubica por encima de productos similares pero de calidad estándar y este factor se relaciona directamente con el precio del bien. La empresa está enfocada en público que pueda costear el producto. La promoción se hará a través de pautas televisivas y revistas empresariales y sociales.

Los estudios de Café & Te dicen que el 63% de los consumidores de café lo consumen en el desayuno como un hábito por eso la empresa quiere vincular al café con la comida matutina. Además se tienen datos que aseguran que más de la mitad de los consumidores de café en España asocian beber este producto en compañía de mas personas sean estos familiares, amigos, compañeros de oficina, etc. Esta característica da una pauta a la empresa para además del desayuno, vincular a Café “Hacienda El Tablón” como canal de unión entre amigos para charlas relajadas y amenas.

Pautas televisivas que inviten a la gente a beber Café “Hacienda El Tablón” llevarán guiones que demuestren la calidad y el sabor de este producto unido a la satisfacción de compartirlo con las personas que te acompañan, además de brindar prestigio a la persona que lo consume.

En cuanto a publicidad escrita existe la idea de publicar en afiches en revistas empresariales que sean populares en España además de revistas de variedades y sociales ya que la imagen que quiere proyectar Hacienda “El Tablón” se enfoca en el prestigio que brinda tomar una taza de café gourmet, la elegancia y el impacto que esto puede tener entre sus socios o amigos.

La inversión en publicidad el primer año se sitúa en aproximadamente \$150000 y se indicará en el presupuesto de inversión. Es importante mencionar que nos ubicaremos dentro del segmento objetivo de mercado al poner la publicidad de Hacienda “El Tablón” en medios y horarios en que los españoles a quien va dedicado se ven identificados.

4.3 Producción

4.3.1 Descripción del proceso en general

El manejo del café es bastante delicado, a pesar de que la planta es medianamente resistente a la manipulación y que sus frutos son procesados luego de su recolección, todo se lo realiza de la manera menos invasiva posible y aplicando técnicas tradicionales que se han ido difundiendo a lo largo de los años en la región; el manejo es una de las claves para que el café conserve todas sus propiedades y lo convierta en un producto gourmet.

Existen ciertos parámetros y procesos que deben llevarse a cabo y que están establecidos previamente para el manejo del producto, todos guiados por la experiencia y los conocimientos del ingeniero agrónomo de planta, esto con el fin de conservar las plantas y maximizar la producción que se tiene pero sobre todo manteniendo la calidad del producto que se va a vender.

Los pasos que se llevan dentro de la propiedad para manejar adecuadamente el café se explicarán más adelante dentro de este capítulo pero se los describe de la siguiente manera:

Iniciales:

- Siembra de semillas en invernadero.
- Traslado de las plantas al campo.
- Cuidado y Fertilizado
- Revisiones periódicas de las plantas y frutos.

Productivas e Industriales:

- Cosecha (entre abril y septiembre)
- Expulsión
- Fermentación
- Lavado
- Secado y Tueste
- Molido
- Empacado (saquillos)

La finalidad de todos estos procesos es la obtención de un producto de calidad con un nivel gourmet por sus propiedades las cuales deben quedar intactas y para esto las instalaciones y los conocimientos de Hacienda “El Tablón” son indispensables. Esto se refiere a cuartos de almacenaje con baja humedad, control de plagas, paquetes (saquillos) adecuados, entre otros.

4.3.1.1 Proceso de Siembra

Las semillas de café se las obtiene de los mismos granos recolectados previo al proceso de industrialización y son enterrados en viveros donde se podrá monitorear su crecimiento y la calidad del cafeto, el objetivo de esto es crear plantas fuertes y que no carezcan de nutrientes que atenten con la producción de buenos granos.

La germinación de las plantas ocurre entre los primeros 45 a 50 días desde que se sembró la semilla, estos pequeños brotes son conocidos como fósforos por la semejanza que tienen con estos, luego de 15 días de la aparición de los llamados fósforos aparecen las primeras hojas y a los 6 meses los pequeños árboles son transferidos al campo.

El café es una planta de crecimiento medio ya que llega a su primera etapa de floración luego de 3 o 5 años dependiendo de la especie, en el caso del café arábigo se da en un

promedio de 3 años y medio, y al florecer después de 48 horas aproximadamente aparece el primer grano.

4.3.1.2 Proceso de Fertilización

Fertilizante se le puede llamar a cualquier compuesto, sea este orgánico o sintético que provea a las plantas de uno o varios elementos nutricionales necesarios para su sustentabilidad y producción, esto ocurre cuando estos elementos nos los provee el suelo en donde se encuentra la planta o los produce de manera ineficiente.

Para determinar la falta de ciertos elementos es importante fijarse en la fisionomía de la planta, especialmente en sus hojas que, dependiendo de su coloración, muestra falta de algunos nutrientes tales como: nitrógeno, fósforo, o potasio. Son estos nutrientes los que determinan la producción del cafeto, es por esto que la compra de fertilizantes no es un gasto sino una inversión.

Los fertilizantes se agregan en cantidades necesarias dependiendo de factores influyentes como la edad de la planta, la ubicación, las muestras de suelo o el temporal que recibe la región en determinadas fechas del año, en resumen la fertilización es la alimentación que recibe la planta.

Previo la experiencia y los estudios que se han realizado en Hacienda “El Tablón” en conjunto con los conocimientos del ingeniero agrónomo se han determinado 16 tipos de nutrientes que necesitan las plantas, los tres principales son el carbono, el hidrógeno y el oxígeno; estos son obtenidos del suelo y del aire y los otros trece se los han clasificado en dos grupos.

- Macronutrientes: nitrógeno, fósforo, potasio, calcio, magnesio y azufre.
- Micronutrientes: boro, cloro, hierro, manganeso, molibdeno, zinc y cobre.

Cuando los cafetos inician su crecimiento se hacen fertilizaciones periódicas iniciando a los dos meses desde su traslado, repitiéndolo luego de tres o cuatro meses iniciando la estación invernal, en el caso del cantón Zaruma esto es en septiembre u octubre y en los cafetales en producción es cada 6 meses. Las cantidades dependen de los estudios de suelo que se realizan cada año y diferenciando los sectores por su debida fertilidad

4.3.1.3 Proceso de Riego

La función básica del proceso de riego es la de llevar el agua a las plantas y distribuirla de la manera más adecuada posible, dependiendo del requerimiento de cada especie de planta que ocupe el terreno, se analizará lo adecuado para la producción óptima de café.

Existen dos tipos de riego que se utilizan actualmente para las plantaciones de café, se trata del riego por goteo y el riego por aspersión. El primero es uno de los más eficaces ya que hidrata a la planta de manera continua y dosificada pero lamentablemente el costo de instalación de este sistema es bastante elevado y complejo; en cambio el riego por aspersión aunque no es tan efectivo es más barato en comparación con el antes mencionado y brinda resultados que son muy aceptables, es este el tipo de riego que se utiliza en Hacienda “El Tablón”

Aproximadamente una planta de café necesita entre 120 y 140 litros de agua adicionales a lo que las aguas lluvias proveen en las zonas de café de altura, siempre dependiendo de los temporales que afecten al terreno ya que pueden existir estaciones secas prolongadas donde los cafetos necesitarán mayor volumen de agua en cambio en épocas muy lluviosas el exceso de agua puede ser perjudicial para el cafetal.

El riego en la hacienda está compuesto por mangueras vistas ⁴interconectadas a tres fuentes de agua principales ubicadas en sectores estratégicos. Las mangueras desembocan en aspersores de agua de gran capacidad, aproximadamente existen cinco por hectárea y son móviles, esto quiere decir que pueden ser trasladados de un sitio u otro dependiendo de la necesidad de agua.

Las ventajas del riego por aspersión radican en los bajos costos de su infraestructura y de la similitud que tiene el proceso con el de la lluvia cayendo sobre la planta, eso hace que el cafeto acepte de mejor manera la lluvia que cae cuando no se están regando los cafetales y que la producción mejore sustancialmente. (Astudillo, 2011)

4.3.1.4 Proceso de Cosecha

La cosecha es uno de los procesos más delicados dentro de la producción del café, esto se debe a que existe una necesidad imperativa de cuidar tanto los cerezos como la planta y para que esto sea factible se debe realizar con mucho cuidado pero con la rapidez adecuada para recolectar la producción en tiempos establecidos y proceder con la industrialización del grano.

Esta actividad se lleva a cabo entre los meses de mayo y septiembre aproximadamente, cuando las lluvias refrescan los cafetos y los mismos florecen para posteriormente dar los tan anhelados cerezos de los cuales se obtiene el grano de café luego de algunos procesos que serán detallados más adelante.

El grano se recolecta cuando presenta una coloración roja intensa y es mucho más grande en comparación a los que aún no maduran, esta recolección debe hacerse manualmente debido al terreno montañoso en el cual está ubicado la planta, además al

⁴ Mangueras que se encuentran a simple vista en los senderos o caminitos laterales de los cafetos que pueden ser cambiadas o movidas según la necesidad.

estar rodeada de otro tipo de árboles que le proveen sombra y nutrientes se dificulta mucho más la recolección mecánica.

La cosecha es conocida en el mundo cafetalero como pepiteo y es realizada por trabajadores que generalmente son contratados por jornal o temporada debido a que no es una actividad que deba realizarse durante todo el año; estas personas saben cómo obtener los granos sin dañar el cafeto ni la cereza.

Cuando es temporada de café generalmente en los campos trabajan entre 35 y 45 trabajadores, esto es durante tres meses pero a lo largo del año el número se reduce a 10 trabajadores, esto con el afán de reducir costos y de no tener gente improductiva dentro de la hacienda.

El café recolectado es depositado en saquillos y llevado a la expulpadora donde se le sacará la cáscara para luego proceder con las otras actividades que transformarán al grano en café molido apto para el consumo humano y como materia prima para la preparación de un sinnúmero de recetas que tienen este producto.

4.3.1.5 Industrialización

Los pasos para industrializar el café no son muchos ni complejos pero deben ser llevados a cabo con mucha meticulosidad debido a que es aquí donde se adquiere parte del sabor especial que cada tipo de grano posee, y como se ha mencionado con anterioridad en Zaruma, especialmente en la hacienda “El Tablón”, se trata de que estas actividades permanezcan lo mas artesanales posibles precautelando la calidad que hace que este café sea especial.

Para obtener la materia prima proveniente del café este debe pasar por ciertos procesos, se podría decir de industrialización, para convertir el grano en polvo listo para colar o

utilizarlo en otras recetas. Dentro de los pasos que sigue la cereza desde que es cosechada tenemos los siguientes:

- **Recolección:** se deben recoger los granos con el mayor cuidado posible, sin dañar el cafeto o romper las yemas de las ramas o las hojas. También hay que tomar en cuenta que los cafetos producen un grano especial, de supremo sabor, que se encuentra en la copa del arbusto; la recolección de estos granos es más complicada aún ya que se trata de brotes jóvenes que pueden dañarse fácilmente afectando producciones futuras e inclusive matando la planta.
- **Expulsión:** El café maduro es introducido a una máquina llamada expuladora para sacar toda la pulpa de la cereza que rodea al grano de café que se encuentra dentro.
- **Secado:** Luego de obtener el grano de café que se encuentra envuelto por la pulpa de la cereza, este se mete dentro de un horno el cual lo seca y lo deja listo para ser molido o se realiza de manera tradicional sacando el grano al sol cada mañana y recogéndolo en la tarde, esta actividad se hacen entre 10 a 15 veces dependiendo del clima.
- **Molido:** el café es molido en una máquina llamada moladora, lo deja en un polvo extrafino el cual es apto para preparar cualquier cosa a base de café, es decir se obtiene la verdadera materia prima. Anteriormente se realizaba este proceso en molinos manuales a nivel familiar pero es una práctica que ya no existe debido a los volúmenes que se maneja.

Estos son procesos estandarizados pero son las pequeñas técnicas o secretos en cada uno de estos pasos los que le dan el sabor especial a la bebida y diferenciándolo entre una zona y otra.

Uno de los grandes secretos que esconde el café zarumeño ocurre en el momento del secado. Cuando se sacan los granos para exponerlos al sol los caficultores suelen regarle azúcar morena o panela encima, de esta manera las cerezas adquieren un sabor más dulce y reduce la acidez que podría afectar la calidad del grano.

Luego de todos estos procesos el café molido es empaquetado en saquillos que en su interior están recubiertos con un papel marrón similar al que se usa en pastelería, la función de este recubrimiento es evitar que la humedad traspase hacia el grano molido y que se formen bolas de café molido y se termine perdiendo el producto.

4.3.1.6 Rendimientos

Desde que las cerezas maduras son recolectadas del cafeto hasta que se obtiene la materia prima base (café molido) el peso de lo cosechado va disminuyendo debido a varios factores influyentes en cada uno de los procesos. Por ejemplo al despulparlo se extrae la corteza y el pergamino que envuelven a la semilla, al secarlo y tostarlo se extrae humedad; entonces este proceso reduce el peso y deja rendimientos que son variables dependiendo de la técnica utilizada.

En el cantón Zaruma el experto cafetero Emiliano Valverde señala que luego de pasar por los procesos antes señalados por cada saquillo se obtiene un 35% de materia prima, es decir que por cada 100 libras que se recolectan se consigue en promedio 35 libras de café molido que puede variar entre 33 o 37 dependiendo de la calidad.

Es importante señalar que el proceso que más reduce el grano maduro es el tueste y secado conjuntamente con el expulpado. Valverde explica que al someter 100 libras de cereza madura al pelado se reduce en un 30% y luego al ser secado y tostado se reduce en un 30% más, todo esto según su experiencia ya que no existen cifras documentadas. Posteriormente a estos dos procesos el grano semi-procesado es llevado al molino donde se reduce en un 5% más.

Como resumen podemos determinar que por cada 100 libras de café recolectado se obtienen entre 33 y 37 libras de café molido listo para el consumo. Pero para que los rendimientos sean aún más precisos también se debe determinar la cantidad de grano maduro que se recolecta por hectárea. Es importante recalcar que la mayor producción aparece luego de la época de lluvias que hidratan las plantas, es decir entre los meses de mayo y septiembre.

Valverde señala que en años anteriores, debido a la estabilidad del clima una hectárea de buena producción podía arrojar entre 45 o 50 saquillos de 100 libras cada uno pero que en los últimos cinco años debido a la inestabilidad climática la producción es irregular y sacando un promedio sugiere una cosecha de 32 a 38 saquillos por hectárea.

4.3.1.7 Empaquetado y etiquetado

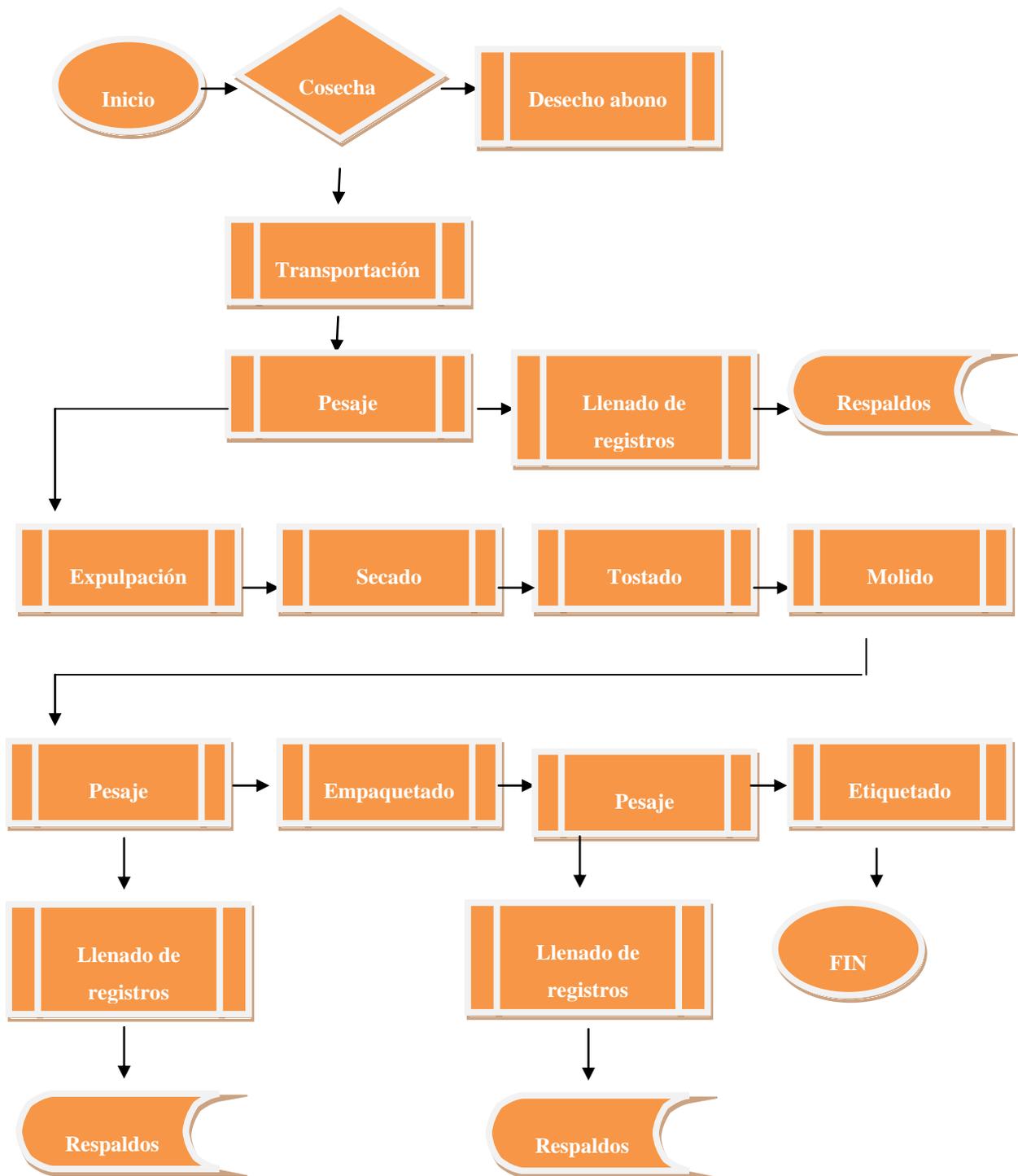
El producto es empaquetado en fundas plásticas con recubrimiento de aluminio, luego de ingresar el café el paquete es sellado al vacío para evitar que ingresen bacterias, contaminantes o humedad. A continuación el producto es llevado a control de peso y luego será etiquetado con papeles que identifican la marca y llevan toda la información requerida por la Unión Europea, dicha información fue detallada con anterioridad.

4.3.1.8 Controles

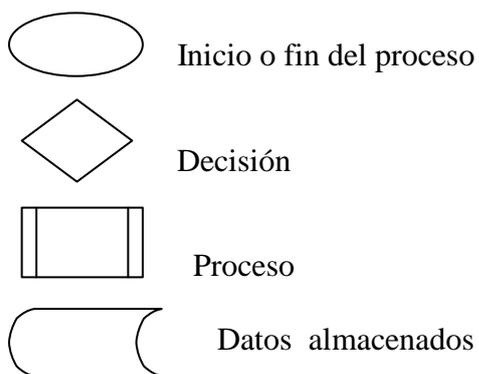
Como parte de proceso de control productivo y de calidad el producto es pesado en tres etapas del proceso. El primer pesaje se da al momento que los trabajadores encargados de cosechar el café lo llevan a la planta procesadora; suben los saquillos en la balanza y en compañía del supervisor se llena una ficha con el peso y la fecha de entrega.

El segundo pesaje es llevado a cabo luego de que el café es molido para determinar si los rendimientos se encuentran dentro de los parámetros establecidos y la tercera actividad de control de pesos ocurre luego de que el producto es empaquetado, para comprobar que realmente se estén empaquetando 400 gramos, de esta manera se cuida la calidad del producto y se evita que la empresa genere pérdidas de producto.

4.3.2 Flujograma



Para que se entienda de mejor manera el flujograma se explican los siguientes simbolismos:



4.3.3 Maquinaria y equipos

Existen algunas máquinas que ayudan a acelerar el proceso de industrialización del café, siempre guardando estándares de calidad que conserven la tradición del proceso el cual es parte de la imagen del producto. Estas máquinas fueron diseñadas por un ingeniero mecánico bajo las recomendaciones del propietario de la hacienda.

Se trata de una expulpadora, una tostadora y un molino industrial, cada uno realiza los pasos que fueron señalados anteriormente y son revisadas de manera trimestral por su diseñador y creador para que puedan trabajar dentro de los rangos y necesidades que se ha planteado la empresa.

En caso del tostador trabaja con gas licuado de petróleo, mientras que la expulpadora y el molino trabajan con corriente de 220 voltios que fue instalada en la propiedad para uso exclusivo de esta maquinaria.

Se cuenta también con dos balanzas marca Metler-Toledo, una industrial para el pesaje de los saquillos que llegan luego de la cosecha y una más pequeña para el control de los paquetes del producto ya terminado, además la empresa cuenta con una máquina empaquetadora con sellado al vacío y una etiquetadora.

Actualmente el proceso de rellenado de paquetes se realiza manualmente, Hacienda “El Tablón” estudia la posibilidad de solicitar el diseño y construcción de maquinaria que automatice este proceso para mayor efectividad del mismo.

4.3.4 Infraestructura

Una extensión de 280 metros cuadrados alberga la planta procesadora dentro de la hacienda, en este recinto están ubicadas las máquinas en su respectivo orden secuencial, 2 oficinas de control con acceso a internet y sus respectivos ordenadores. La bodega, con piso recubierto para aislar la humedad, ocupa un área de aproximadamente 60 metros cuadrados pero se estudia la posibilidad de ampliarla para que ingrese mayor cantidad de saquillos.

Además si se llega a cristalizar la compra de nueva maquinaria para automatización de procesos se necesita construir un área adicional para ubicarla con espacio suficiente para que el trabajo no se vea obstaculizado.

4.3.5 Mantenimiento

Las instalaciones de la planta así como la maquinaria son sometidas a controles constantes debido a la delicadeza con la que se debe tratar un producto que será saboreado por algún consumidor. La planta siempre es inspeccionada para evitar la propagación de humedad que contribuya a la formación de hongos, además de ser limpiada a diario por el personal encargado de estas labores.

En cuanto a la maquinaria se realizan mantenimientos trimestrales, los cuales son realizados por el ingeniero mecánico que diseñó y construyó dichas máquinas. Cambios de bandas, empaques, aceites, entre otras actividades buscan prolongar la vida útil y el trabajo eficiente.

4.3.6 Materia prima e insumos

La materia prima como tal es obtenida en las montañas de la finca pero siempre se necesita comprar materiales adicionales que servirán para el funcionamiento de la planta y para la elaboración del product, a continuación se definen los insumos que se utilizarán.

Para procesos productivos, es decir para elaborar el producto final, aparte del café es necesario adquirir los empaques y las etiquetas que darán información al cliente sobre lo que va a consumir.

Luz eléctrica y gas licuado de petróleo pero en su presentación industrial, es decir que no es subsidiada por el gobierno. La limpieza y seguridad laboral es fundamental en la planta por eso la Hacienda “El Tablón” busca adquirir botas, mascarillas, gorros desechables, guantes de látex y de caucho, overoles de trabajo, pantalones resistentes (jeans), audífonos para quienes trabajan en la parte de expulpación para evitar el ruido que produce la máquina. En cuanto a mantenimiento siempre es necesario adquirir bandas, empaques y mangueras en caso de la tostadora, aceite, rulimanes, filtros, cedazos, y cables eléctricos.

4.4 Proceso de Exportación

El proceso de exportación inicia mediante la negociación de las responsabilidades que cada una de las partes debe asumir. Se realizan los acuerdos y el pago se hará 50-50, es decir que la mitad del valor será cancelado al confirmar el envío y el sobrante se pagará cuando la mercadería haya llegado.

La mercadería se embala conjuntamente con dispositivos absorbentes de humedad en cajas que albergan 26 paquetes de 400 gramos, el peso aproximado de cada caja será de

25 a 26 kg. Las cajas se sellan y se etiquetan con la información necesaria que certifique quien es el propietario de dicha carga.

El proceso de transporte inicia cuando las cajas son subidas al camión que llevará el producto hacia el puerto de Guayaquil en un trayecto de dura aproximadamente 5 horas, luego será ingresado al puerto para realizar los trámites respectivos y puesto en el buque que se encargará de llevarlo al puerto de Cádiz.

4.5 Términos de Exportación

Es importante señalar como se realizará la exportación del café y explicar bajo que modalidad de comercio exterior se va a manejar las transacciones con la cadena Carrefour.

El primer paso es determinar bajo qué término (INCOTERM) se va a realizar el negocio. Por políticas de la empresa toda importación se hace bajo la modalidad CIF (Cost Insurance Fleet), esto según la página web de la empresa AON se refiere a que el exportador asume el costo del transporte interno (in-land), el seguro de dicho transporte, el transporte hacia el puerto del destino y el seguro de dicho transporte.

En este caso Hacienda “El Tablón” cubre el costo del transporte Zaruma-Guayaquil que son de \$1020 por envío, y se harán 2 envíos al año, uno en julio y otro en octubre. También se ha tomado en cuenta el seguro que correrá a través de todo el proceso de transporte, para el cual se realizan dos pólizas, una para el transporte interno y otra para el transporte marítimo, el valor de ambas pólizas es de \$1942.97 por cada envío.

En cuanto al transporte marítimo Guayaquil-Cádiz, la responsabilidad la tiene la empresa Siat, esta empresa nos proveerá de una parte del container estándar de 20 pies a un costo de \$1689.10 por cada envío.

Al manejarse la transacción bajo la modalidad CIF será el comprador el que nacionalice la carga en el puerto de destino y será responsable del transporte interno en España. En caso de pérdida de la mercadería o daño de la misma será el importador el que haga las gestiones necesarias con la aseguradora para que se paguen las indemnizaciones, siempre y cuando el daño surja en el transporte marítimo ya que si algo ocurre en el país de origen (Ecuador) será responsabilidad de Hacienda “El Tablón” reclamar los pagos por motivo de indemnización.

4.6 Impacto ambiental

4.6.1 Identificación de posibles impactos ambientales

Es importante señalar que el cultivo de café en el cantón Zaruma bastante amigable con el ambiente, con anterioridad se mencionó que los cafetos conviven con plantas nativas de la zona porque necesitan de su sombra y de los nutrientes que pueden proveer al suelo, esto es una gran ventaja para evitar la deforestación.

Una posible amenaza contra el ambiente radica, según el Ingeniero Agrónomo Álvaro Miño, en una explotación de nutrientes del suelo ya que las plantas consumen minerales y compuestos que se encuentran en la tierra. La no rotación de cultivos agiliza el proceso de erosión del suelo, pero en este caso un atenuante es la mezcla de vegetación en el área.

4.6.2 Medidas para contrarrestar el impacto encontrado

Una medida que puede reducir estos impactos ambientales es la toma constante de muestras de suelo para analizarlas en un laboratorio y revisar los componentes y los niveles en los que se encuentran en la tierra. En caso de encontrar niveles bajos o reducción se procede a la fertilización de los espacios, esto puede realizarse con

elementos químicos que se encuentren avalados por la Unión Europea para no contaminar el producto y así afectar la exportación.

4.7 Aplicación de recursos humanos

De acuerdo a las normas que aplica la EurepGap el trabajo y las condiciones laborales deben ser llevadas de manera impecable y apegándose a la legislación laboral del país exportador. Es por esta razón que Hacienda “El Tablón” contratará personal que ganará sueldos legales, en condiciones de trabajo que no afecten la salud de los empleados y bajo contratos que ampare la ley.

4.7.1 Contratación de personal

Hacienda “El Tablón” contratará personas que vivan dentro del cantón Zaruma, esto cumple uno de los objetivos que es dinamizar la economía del lugar mediante la creación de plazas de trabajo. Los trabajadores contratados deben cumplir con pruebas psicológicas y prácticas que confirmen su verdadero interés y conocimiento previa revisión de sus hojas de vida. La siguiente tabla muestra los empleados que se contratarán y sus respectivos salarios. A continuación presentamos una tabla con los cargos, personal y salarios.

Tabla 3 Cargos y salarios del personal de la empresa Hacienda “El Tablón”

Cargo	N.- Empleados	Salario
Cosechadores de Planta	3	300.00
Supervisor de Producción	2	500.00
Manejo de Pesas	1	350.00
Operador de Expulpadora	1	350.00
Operador de Hornos	1	350.00
Operador de Molino	1	350.00
Empaquetadores	3	300.00
Ingeniero Agrónomo	1	600.00
Customer Support	1	450.00
Gerente General	1	2000.00
Gerente de Ventas	1	1500.00
Limpieza	2	300.00
Contador	1	400.00

4.7.2 Contratos

Todos los empleados que estén en los cargos anteriormente señalados firmarán contratos por un año que entrarán en vigencia luego de los tres meses de prueba que la ley otorga al empleador y que serán renovados a su caducidad dependiendo de la necesidad que tenga la empresa pero además de estos recursos humanos, en época de cosecha (abril, mayo, junio y julio) se realizarán contrataciones de un número adicional de cosechadores bajo el contrato de jornal, es decir que se les pagará de acuerdo a los días que la empresa requiera.

4.8 Aplicación financiera

4.8.1 Inversión

Es importante señalar que la mayoría de los elementos que son parte de la inversión son parte de la Hacienda “El Tablón”, hay que recordar que esta propiedad ya venía operando pero a una escala menor y se estaban subutilizando las instalaciones y la maquinaria debido a la falta de un plan de producción y exportación. La justificación de dicha inversión se encuentra detallada en el Anexo 1.

A continuación se presenta el cuadro de inversión

Tabla 4 Presupuesto de Inversión de la empresa Hacienda “El Tablón”

DETALLE	VALOR
Maquinaria	\$7,874.38
Equipos de oficina	\$2,074.13
Vehículos	\$22,000.00
Insumos	\$2,397.30
Fertilizantes y pesticidas	\$6,448.56
Publicidad	\$150,000.00
Asistencia Técnica	\$7,000.00
Herramientas varias	\$983.25
Sistema de Riego	\$10,000.00
Mano de Obra	\$9,750.00
Reemplazos de Plantas en mal estado	\$500.00
Muebles y Enceres	\$3,243.90
Transporte	\$45,000.00
Plantas nuevas	\$1800.00
Combustible	\$3,000.00
TOTAL DE INVERSIÓN:	\$270,271.52

Es importante recalcar que el valor del terreno valorado en \$10800, una camioneta de \$23000, edificaciones por \$63000, \$2000 de muebles y enceres y \$35000 de maquinaria son parte del capital social, es decir no intervienen en el presupuesto de inversión. Los valores presentados de maquinaria corresponden a la compra de máquinas para

incrementar la producción, los \$23000 de vehículos pertenecen a la compra de una camioneta Toyo Hilux Turbo Diesel año 2009 para transporte.

Al iniciar el proceso se sembrarán 4000 plantas en dos hectáreas adicionales, estas plantas empezarán a producir a partir del tercer año, esto con la finalidad de incrementar la producción y por ende las ventas que contribuyen a la utilidad de la empresa.

Se pretende financiar todo el monto de inversión debido a que ya se ha aportado con bienes muebles e inmuebles al proyecto.

4.8.2 Financiamiento

Luego de realizar el análisis correspondiente se han seleccionado las siguientes opciones financieras, también se presenta el interés activo que tienen las mismas para este tipo de crédito:

Banco	Interés
Pichincha	9.17% anual
Banco de Fomento	8.93% anual
CFN	9.21% anual

Tabla 5 Amortización del Financiamiento

Número	FECHA	Pago de Capital	Pago de Interes	DIVIDENDO	CAPITAL Pendiente
1	29-Ago-13	22,422.59	11,040.59	33,463.18	247,848.93
2	25-Feb-14	23,338.55	10,124.63	33,463.18	224,510.38
3	24-Ago-14	24,291.93	9,171.25	33,463.18	200,218.45
4	20-Feb-15	25,284.26	8,178.92	33,463.18	174,934.19
5	19-Ago-15	26,317.12	7,146.06	33,463.18	148,617.08
6	15-Feb-16	27,392.17	6,071.01	33,463.18	121,224.90
7	13-Ago-16	28,511.14	4,952.04	33,463.18	92,713.76
8	09-Feb-17	29,675.82	3,787.36	33,463.18	63,037.94
9	08-Ago-17	30,888.08	2,575.10	33,463.18	32,149.86
10	04-Feb-18	32,149.86	1,313.32	33,463.18	0.00

Se ha tomado como referencia una tasa de interés activa del 8.93% del Banco de Fomento ya que es una institución dedicada a ayudar al sector agrícola, cuenta con mayores facilidades para acceder al crédito y la tasa mas baja.

Vale recalcar que el interés del crédito será tomado como gasto y se reflejará en el flujo de caja, adicionalmente se toma en cuenta el valor de capital que debe ser cancelado a la entidad financiera que sea acreedora de dicha deuda.

Los pagos de interés y capital se realizan de forma semestral.

4.8.3 Ingresos

En lo referente a ingresos se ha propuesto en inicio utilizar 13 hectáreas para producción, en esta área es donde existen plantas que se encuentran productivas, se plantarán 4000 plantas en 2 hectáreas al inicio, estas plantas estarán productivas en el tercer año. A continuación una tabla de ingresos proyectada a 5 años:

Tabla 6 Ingresos proyectado empresa Hacienda “El Tablón”

Ventas							
AÑO	N.- Hectáreas	Kg por Hectárea	Total kg	Rechazo kg 10%	Total Paquetes 400gr	PVP	Ingresos
2013	13	577.5	7508	750.8	16891	\$14.40	\$243,230.40
2014	13	577.5	7508	750.8	16891	\$14.40	\$243,230.40
2015	13	577.5	7508	750.8	16891	\$15.84	\$267,553.44
2016	15	577.5	8663	866.3	19490	\$17.42	\$339,515.80
2017	15	577.5	8663	866.3	19490	\$19.17	\$373,623.30
TOTAL DE INGRESOS:							\$1,467,153.34

Se esperan ingresos por más de setecientos mil dólares en los primeros cinco años del proyecto. Anteriormente se ha mencionado que el precio inicial en el mercado español sería de €12.00 y que este se mantendría por dos años, es importante recalcar que se han tomado en cuenta las fluctuaciones del euro frente al dólar de los últimos tres años y se ha establecido una cotización promedio de €1.20 por cada dólar.

En Carrefour, lugar a donde apunta Hacienda “El Tablón” se comercializa aproximadamente 40 toneladas anuales de café importado tipo gourmet. La producción anual de la empresa son 6.75 toneladas, es decir que queremos ingresar al 16% del mercado que tiene Carrefour en cuanto a café gourmet en Madrid.

4.8.4 Costos

4.8.4.1 Costos fijos

Tabla 7 Costos fijos proyectado empresa Hacienda “El Tablón”

Rubro	Año 2013	Año 2014	Año 2015	Año 2016	Año 2017
Energía Eléctrica	\$5,231.00	\$5,466.40	\$5,712.38	\$5,969.44	\$6,238.06
Agua	\$3,280.00	\$3,427.60	\$3,581.84	\$3,743.02	\$3,911.46
Sueldos	\$9,750.00	\$10,188.75	\$10,647.24	\$11,126.37	\$11,627.06
Fertilizantes y Pesticidas	\$6,448.56	\$6,738.75	\$7,041.99	\$7,358.88	\$7,690.03
Materiales desechables	\$2,397.30	\$2,505.18	\$2,617.91	\$2,735.72	\$2,858.82
Imprevistos	\$2,000.00	\$2,090.00	\$2,184.05	\$2,282.33	\$2,385.04
Comunicaciones	\$2,500.00	\$2,612.50	\$2,730.06	\$2,852.92	\$2,981.30
Asesoría Legal y contable	\$4,000.00	\$4,180.00	\$4,368.10	\$4,564.66	\$4,770.07
Combustibles	\$3,000.00	\$3,135.00	\$3,276.08	\$3,423.50	\$3,577.56
TOTAL	\$38,606.86	\$40,344.17	\$42,159.66	\$44,056.84	\$46,039.41

Aquí se toman en cuenta todos los valores que la empresa debe pagar independientemente de las ventas que tenga. Se estima un incremento de estos costos en un 4.5% anual, tomando en cuenta los datos inflacionarios de los últimos tres años según el Banco Central del Ecuador.

4.8.4.2 Costos variables

Tabla 8 Costos variable proyectado empresa Hacienda “El Tablón”

Tabla de costos variables					
Rubro	Año 2013	Año 2014	Año 2015	Año 2016	Año 2017
Empaque recubierto de aluminio	\$1.50	\$ 1.57	\$ 1.64	\$ 1.71	\$ 1.79
Etiquetas	\$0.50	\$ 0.52	\$ 0.55	\$ 0.57	\$ 0.60
Transporte Interno	\$0.18	\$ 0.19	\$ 0.20	\$ 0.21	\$ 0.21
Container	\$0.20	\$ 0.21	\$ 0.22	\$ 0.23	\$ 0.24
Transporte marítimo	\$0.68	\$ 0.71	\$ 0.74	\$ 0.78	\$ 0.81
Seguro	\$0.23	\$ 0.24	\$ 0.25	\$ 0.26	\$ 0.27
TOTAL	\$3.29	\$ 3.44	\$ 3.60	\$3.76	\$3.92

Los valores que constan en la tabla superior están asignados a cada una de los empaques de 400 gramos de Café Hacienda “El Tablón” hasta llegar al cliente final. Se prevé un incremento en un 4.5% anual tomando como referencia los datos inflacionarios dados por el Banco Central del Ecuador de los últimos 3 años.

Tabla 9 Depreciaciones Proyectadas empresa Hacienda “El Tablón”

Bienes	Valor	Vida Útil	% V. Resid.	V. Resid	Depreciación
Edificios	\$63,000.00	20 años	50%	\$31,500.00	\$1,575.00
Muebles y Enceres	\$4,000.00	10 años	7%	\$280.00	\$372.00
Equipos de Oficina	\$2,074.13	3 años	15%	\$311.12	\$587.67
Vehículos	\$45,000.00	5 años	35%	\$15,750.00	\$5,850.00
Maquinaria	\$42,874.38	10 años	35%	\$15,006.03	\$2,786.83
				TOTAL	\$11,171.50

La empresa Hacienda “El Tablón” acogiéndose a la legislación tributaria que existe vigente en el Ecuador hace uso de su derecho de depreciación de activos para lo cual realiza esta transacción mediante la aplicación de métodos lineales que darán como respuesta la depreciación anual que se debe aplicar.

Estas depreciaciones estarán dentro de los gastos que se calcularan en el flujo de fondos y en el estado de resultados.

4.8.5 Flujo de Fondos

Tabla 10 Flujo de fondos de la empresa Hacienda “El Tablón”

Flujo de Fondos									
Año	Inversión	Ingresos	Costos		Depre	Gasto Financiero		Imprevisto	Utilidad
			Variables	Fijos		Interés	Capital		
2012	\$270,271.52								
2013		\$243,230.40	\$55,571.39	\$38,606.86	\$11,171.50	\$11,040.59	\$22,422.59	\$10,000.00	\$94,417.47
2014		\$243,230.40	\$58,105.04	\$40,344.17	\$11,171.50	\$19,295.88	\$47,630.48	\$10,000.00	\$56,683.33
2015		\$267,553.44	\$60,807.60	\$42,159.66	\$11,171.50	\$15,324.98	\$51,601.38	\$13,000.00	\$73,488.32
2016		\$339,515.80	\$73,282.40	\$44,056.84	\$11,171.50	\$11,023.05	\$55,903.31	\$13,000.00	\$131,078.70
2017		\$373,623.30	\$76,400.80	\$46,039.41	\$11,171.50	\$6,362.46	\$60,563.90	\$15,000.00	\$158,085.23

Se puede observar que existe una buena cantidad de utilidad que ayudarán a recuperar la inversión en el menor tiempo posible, aquí se contemplan los costos y los gastos que se han descrito con anterioridad

4.8.6 Valor actual neto (VAN), Tasa Interna de Retorno (TIR), Costo Beneficio

Tabla 11 Flujo de caja proyectado empresa Hacienda “El Tablón”

Flujo de caja						
	Año 2012	Año 2013	Año 2014	Año 2015	Año 2016	Año 2017
Inversión:	\$270,271.52					
Ingresos:		\$243,230.40	\$243,230.40	\$267,553.44	\$339,515.80	\$373,623.30
Gastos:		\$148,812.93	\$186,547.07	\$198,728.83	\$212,664.03	\$219,900.73
Útil/Perd	- \$270,271.52	\$94,417.47	\$56,683.33	\$73,488.32	\$131,078.70	\$158,085.23

VAN = \$117205.65

TIR= 23%

PRC= 3 años, 3 meses y 16 días

Costo Beneficio= \$0.43

Se ha tomado una tasa de actualización del 8.93% obtenida de la tasa del banco de Fomento, el cual será quien ayude a la empresa a financiarse. Los resultados del VAN nos dicen que el proyecto es altamente rentable ya que al finalizar el año 5 tendremos un valor neto actualizado de \$117205.65.

En cuanto al TIR tenemos una tasa bastante alta en comparación con la que se ha tomado del banco central, esto significa que existe otro indicador que revela que el negocio es rentable a pesar de tener un alto costo de inversión y la necesidad de solicitar un crédito. Y en cuanto al costo beneficio observamos que se tiene una ganancia de \$0.43 por cada dólar invertido.

Es importante también recalcar el PRC (Periodo de Recuperación del Capital) ya que es fundamental para la empresa saber en cuanto tiempo podrá recuperar lo que invirtió, de esta manera se podrán proyectar datos y establecer estrategias que permitan a Hacienda “El Tablón” crecer con el tiempo.

4.8.7 Estado de resultados

Tabla 12 Estado de resultados proyectado empresa Hacienda “El Tablón”

AÑO 5	
DETALLE	VALOR
(+) Ingresos por Ventas	\$373,623.30
(-) Costos Variables	\$76,400.80
Utilidad Bruta	\$297,222.50
(-) Costos Fijos	\$46,039.41
(-) Pago de Préstamos	\$66,926.36
(-) Depreciaciones	\$11,171.50
Utilidad Operacional	\$173,085.23
(-) 15% Participación Trabajadores	\$25,962.78
Utilidad antes de impuesto a la Renta	\$147,122.45
(-) 25% I.R. Empresarial	\$36,780.61
Utilidad Neta	\$110,341.83
% Rentabilidad	39%

Este es el estado de resultados proyectado para el año 5, se ha tomado en cuenta este año ya que es en esta etapa es donde el proyecto ya estará asentado y trabajando de manera sustentable. Un dato importante a rescatar de este estado de resultados es la rentabilidad que tiene el proyecto, un 39% refleja una buena ganancia para la empresa Hacienda “El Tablón”.

4.9 Aspectos legales y arancelarios

4.9.1 Aspectos Legales

La Unión Europea, comunidad de la cual España es miembro implantó estrictos parámetros que todos los productos de origen agrícola deben cumplir para poder ingresar a su territorio y ser comercializados, esto con el afán de precautelar la salud de sus habitantes y de mantener estándares de trabajo justo y bien remunerado en los países que venden bienes comestibles a España.

4.9.1.1 Programa de Acción Ambiental

A partir del año 2000 la Unión Europea estableció un programa de cuidado medio ambiental llamado Sexto Programa de Acción Ambiental que busca proteger el ecosistema tanto de sus países como de las naciones que ofertan sus productos dentro de su territorio con objetivos principales como evitar la contaminación del suelo, ahorro de agua, reciclaje y evitar el desperdicio.

Los países interesados deberán cumplir parámetros establecidos en los manuales que presenta la Unión Europea los cuales serán verificados mediante análisis y certificados que otorgan los departamentos de economía y comercio exterior de los consulados europeos que se encuentran ubicados en cada una de las naciones exportadoras.

4.9.1.2 EurepGap

EurepGap es un programa de estandarización de procesos agrícolas que utiliza la Unión Europea para garantizar el buen manejo tanto de los productos como de maquinarias y del personal que trabaja en las plantas productoras. En cuanto a aspectos legales lo que

esta certificación busca es normar las prácticas laborales y la relación empleado-empleador con el fin de promover el trabajo justo y evitar “sweatshops”.⁵

Basándose en legislaciones laborales de cada país exportador y aplicando normativas de condiciones laborales se califica a cada una de las empresas que busca enviar sus productos hacia los diferentes miembros de la Unión Europea y establece parámetros como:

- Horarios de trabajo establecidos en la legislación laboral.
- Áreas de trabajo que cumplan condiciones básicas como baños, ventilación. espacios adecuados entre obreros.
- Seguridad social y laboral.
- Salarios justos adecuados a cada legislación laboral.
- Motivación al trabajo y capacitación constante.

Las empresas de los países que quieran exportar a Europa y acogerse a las preferencias arancelarias SGP+ deben cumplir con estos requisitos para que sus trámites sean aprobados y su comercio sea legal.

4.9.1.3 Etiquetado de productos alimenticios

La Unión Europea con el fin de precautelar la salud y las necesidades de los consumidores de su territorio determina que todo producto alimenticio que ingrese a su comunidad debe cumplir con estándares en lo referente a etiquetado e información sobre el producto, esta información debe ser veraz y puede ser comprobada por las autoridades en cualquier momento dentro de la cadena de distribución.

⁵ Sweatshops: término anglosajón utilizado para talleres o fábricas donde los empleados trabajan en largas jornadas, con malas condiciones laborales y con salarios pobres.

Los requisitos que deben contener las etiquetas son los siguientes:

- Nombre genérico del producto: da nombre al producto y puede ser combinado con su nombre comercial. Ejemplo: Café “Hacienda El Tablón”.
- Ingredientes: se deben mostrar todos los ingredientes del producto incluidos aditivos, en orden descendente tomando en cuenta el peso de cada uno.
- Cantidad Neta: la cantidad en cuanto a sólido debe mostrarse en gramos o kilogramos.
- Fecha de elaboración y caducidad claramente señaladas.
- Condiciones de conservación.
- Exportador e importador con sus respectivas direcciones y ubicación.
- Lugar de origen del producto
- Lote marcado

4.9.1.4 Registro de exportador autorizado en el país de origen

Todos los productos comestibles o no que ingresen al territorio de la Unión Europea deben ser exportados por empresas que se encuentren debidamente registradas en sus países de origen cumpliendo los parámetros que cada legislación solicite.

4.9.2 Parámetros Sanitarios

4.9.2.1 Control de contaminantes en productos alimenticios

Los contaminantes son componentes que no han sido intencionalmente agregados a los alimentos y cuya presencia se debe regular para que no afecten la salud de los individuos que consumen los alimentos. La Unión Europea y la Dirección General de Sanidad y Consumo regulan la presencia de contaminantes en los productos alimenticios.

Para la exportación de comestibles es indispensable que se realicen estudios de los mismos y para cumplir con este requisito los productos deberán ser entregados previa solicitud a los consulados de los países miembros para que sean enviados a Europa y se analicen detenidamente para determinar si son aptos para el consumo, especial atención para los productos agrícolas procesados y no procesados en cuanto a la cantidad de sustancias químicas o preservantes.

4.9.2.2 Control de plaguicidas en productos de origen animal o vegetal

Siempre las leyes que impone la Unión Europea a los productos que van a ingresar a su territorio, están encaminadas a proteger la salud de sus consumidores y que se respeten los derechos de los mismo mediante la buena práctica tanto en el país de origen como en el país de destino; el control de residuos químicos provenientes de plaguicidas es estrictamente aplicado en Europa.

El análisis de plaguicida se lo realiza de la misma muestra que es enviada a Europa y que anteriormente se explicó que podía ser entregada a cualquier consulado de los países miembros, de preferencia que sea la del país que va a ser destinatario de los productos que se van a exportar.

Existe una lista de productos químicos que ha elaborado la Dirección General de Sanidad y Consumo de la Unión Europea, estos productos están acompañados de cantidades máximas y mínimas que pueden contener los comestibles de origen vegetal, en caso de no estar dentro de los límites impuestos los productos no podrán ser exportados hacia ningún país miembro de la Unión Europea.

CAPITULO V

5. Conclusiones y Recomendaciones

5.1 Conclusiones

5.1.1 El café zarumeño de la Hacienda “El Tablón puede ser exportado

Tomando en cuenta los análisis presentados anteriormente se puede concluir en que existe la posibilidad de exportar el café zarumeño de manera sustentable. Las proyecciones financieras y las estrategias abren un panorama más claro, poniendo como propuesta al café de Hacienda “El Tablón” como exportable.

5.1.2 El proyecto brinda beneficios sociales y económicos al cantón Zaruma

Se ha demostrado que la implementación de este proyecto necesita de un considerable número de trabajadores y de mano de obra. Se abren plazas de trabajo que permiten a campesinos o habitantes de la zona ganarse la vida de una manera digna y recibiendo salarios adecuados además la necesidad de transportes, proveedores y técnicos dinamiza la economía zarumeña ya que la exportación de café inyectaría buenas cantidades de dinero.

5.1.3 El café es un buen atractivo turístico

Además de influir de manera laboral y económica el proyecto promocionaría a Zaruma como una ciudad productora de café a nivel mundial ya que dentro de la imagen corporativa y promocional se toma en cuenta a la ciudad, el café podría ser una plataforma que incentive el turismo hacia esta región ecuatoriana.

5.1.4 Se necesita mayor apoyo gubernamental para motivar la producción de café en la zona

A pesar de que hace algunos años el Municipio de Zaruma inició un plan para recuperar los cafetos de la zona este fue débil y fracasó ya que los productores no supieron que ventajas podrían sacarle a esta colaboración. El gobierno seccional solo se encargó de repartir las plantas pero no de crear un plan de comercialización, fue en esta etapa donde la ayuda a los cafeteros quedó en nada.

Por su parte el Gobierno Nacional a través del Ministerio de Agricultura no ha hecho nada para incentivar la producción de café zarumeño, se puede describir a este cantón como una zona olvidada por esta cartera de estado, desperdiciando de esta manera un gran potencial agrícola.

5.1.5 Falta de educación y acceso al crédito

La falta de asesoramiento, créditos y educación técnica limitan a la población y aunque aplican sus conocimientos adquiridos a base de experiencia, esto no es suficiente para establecer verdaderas haciendas cafetaleras desperdiciando de esta manera el gran potencial que tiene Zaruma en este producto.

5.2 Recomendaciones

5.2.1 Invertir y establecer proyectos de exportación cafetalera en el cantón Zaruma.

Se ha demostrado que el café zarumeño tiene grandes características que lo ubican dentro de los mejores del mundo pero lamentablemente estas ventajas competitivas no

son aprovechadas debidamente. Las empresas deberían invertir en este sector olvidado para dinamizar la economía no solo del cantón sino de la provincia y del país.

5.2.2 Capacitación en comercio exterior y administración de negocios

A pesar de que los pocos caficultores existentes saben sobre técnicas y posee un conocimiento empírico en agronomía, se debería capacitar a este sector sobre exportación y comercio internacional. Si los productores empiezan a conocer de mejor manera los procesos de exportación y los trámites necesarios para comercializar sus bienes en otro país será mucho más fácil emprender proyectos.

Además capacitaciones y entrenamiento en áreas de negocios como contabilidad, financiera, entre otras permitirán a los productores convertirse en empresarios y manejar su negocio de una manera adecuada que permitirá proyectar el café tanto a nivel nacional e internacional.

Un adecuado manejo de una oportunidad de negocios y de una empresa garantiza el éxito financiero al establecer estrategias claras y que permitan llegar a una meta sea a corto, mediano o largo plazo y esto es lo que se podría lograr con capacitaciones constantes a los productores de café.

5.2.3 Presentación de propuestas para buscar apoyo gubernamental y crédito accesible

Como en la mayoría de sectores agrícolas la falta de ayuda técnica y económica limita la forma de producir y comercializar. Existen entidades tales como la Corporación Financiera Nacional (CFN) y el Banco de Fomento que están prestos a emitir créditos a los agricultores previa presentación de planes de sostenibilidad, rentabilidad, impacto social y cuidado ambiental.

A través del Municipio de Zaruma se debería crear consensos para presentación de planes que permitan a los productores de café acceder a créditos para incrementar su producción y si es posible comercializarla a nivel nacional. Se menciona al Municipio de Zaruma porque es la entidad gubernamental más cercana a la realidad cafetera.

5.2.4 Buscar la conformación de asociaciones o agrupaciones de manera legal y constituida.

Si todos los cafetaleros del cantón se agruparan de una manera legal podría buscar mayores réditos al sector, un apoyo gubernamental de mayor peso así como consideraciones especiales del municipio del cantón. La unión de muchos productores haría mucho más fuerte al sector, de esta manera procesos, ayudas, establecimiento de precios y cuotas se harían de una manera organizada y seria.

5.2.5 Mediante proyectos buscar la comercialización del café zarumeño.

No hay duda que el café zarumeño es uno de los productos de mayor calidad que ofrece el país al contexto mundial, su sabor es reconocido a nivel mundial pero lamentablemente no se le da el trato adecuado. La presentación de proyectos internacionales a través de entidades gubernamentales podría abrirle campo a este producto. Con exportaciones de café zarumeño existirían beneficios para el país, los productores, Zaruma y sus habitantes.

Anexo 1

Justificación del Presupuesto de Inversión

Maquinaria

El Ingeniero Álvaro Sandoval, graduado en la Universidad Central del Ecuador es quien elabora la maquinaria que utiliza Hacienda “El Tablón” para procesar el café, a continuación un detalle de los costos de la maquinaria:

Cantidad	Detalle	Valor
1	Máquina expuladora	2585.20
1	Máquina Tostadora	2322.59
1	Máquina Moledora	2123.00
	Sub Total	7030.79
	IVA 12%	843.69
	TOTAL	7874.38

Equipos de Oficina

Serán adquiridos mediante compras electrónicas en el portal Mercado Libre, los precios ofertados por dichos equipos son:

Cantidad	Detalle	Valor
2	Computador HP Elite 8100 Escritorio	1390.00
2	Impresoras Canon w320	143.20
3	Impresora boletín Epson h2230	239.48
1	Router Linksys	79.23
	Sub Total	1851.91
	IVA 12%	222.22
	TOTAL	2074.13

Terreno

Según los estudios y mediante las conversaciones que se ha tenido con los agricultores y moradores del cantón Zaruma se han podido determinar los siguientes montos por cada hectárea:

Tipo	Valor
Rural sector Zaruma Urcu sin cambios	3500
Rural sector Zaruma Urcu plantado	6000

Vehículos

El vehículo que se piensa adquirir es de segunda mano y se toma un precio referencial de mercado:

Tipo	Valor
Camioneta Toyota Hilux Turbo Diesel 2009	23000

Fertilizantes y Pesticidas

Los insumos agrícolas son proveídos por el centro agropecuario Agripac, y según los datos proporcionados los valores de los fertilizantes son los siguientes:

Cantidad	Detalle	Valor
52	Fert. Agricompsa Natural	1841.00
26	Urea	1843.25
26	Fert. Agricompsa Compuesto	1983.22
	Sub Total	5668.47
	IVA 12%	680.09
	TOTAL	6348.56

Asistencia Técnica:

La asistencia profesional será llevada a cabo por el Ingeniero Agrónomo Alvaro Miño Benalcazar, quien ya ha venido dando asesoría durante algún tiempo en la zona. El precio que se debe pagar por dicha asistencia es de \$7000 anuales según sus honorarios.

Insumos

Dentro de los insumos se toma en cuenta materiales desechables, uniformes, aceites, lubricantes, entre otros:

Cantidad	Detalle	Valor
16	Overoles Completos de Trabajo	512.00
16	Pares de botas de caucho	416.00
10	Cajas gorros desechables x 100	129.30
30	Cajas guantes quirúrgicos x 200	279.00
20	Mascarilla gaza x 100	440.00
5	Orejas Industriales	91.15
24	Galones aceite sintético Havoline Industrial	552.00
	Sub Total	2140.45
	IVA 12%	256.85
	TOTAL	2397.30

Bibliografía

Agencia de marketing y publicidad Deimon. (2010). *Posicionamiento*. Recuperado el 7 de Agosto de 2012, de http://www.deimon.com.ar/pdf/posicionamiento_de_mercado/posicionamiento_de_mercado_definicion.pdf

ANECAFE. (2011). *Misión y Visión*. Recuperado el 27 de Mayo de 2012, de <http://www.anecafe.org.ec/mision-y-vision>

Arroba, M. (23 de junio de 2012). La UE ancla productos de la costa. *Expreso*, pág. 7.

ASOEXPORT. (2009). *Asociación Nacional de Exportadores de Café de Colombia*. Recuperado el 19 de Junio de 2012, de http://www.asoexport.org/?q=proceso_cultivo_cafe.html

Astudillo, R. M. (11 de Noviembre de 2011). (G. Astudillo, Entrevistador)

Astudillo, R. M. (11 de Noviembre de 2011). Producción de Café Hacienda El Tablon. (G. Astudillo, Entrevistador)

Café Valdez. (2000). *¿Quiénes consumen café?* Recuperado el 17 de Enero de 2012, de http://www.terra.com/especiales/cafecolombia/quienes_cuando_porque2.html

Café, A. N. (s.f.). *ANECAFE*. Recuperado el 2011 de Diciembre de 2011, de <http://www.anecafe.org.ec/150-resumen-de-exportaciones-del-ecuador-acumulado-por-ano-1992-2007.html>

COFENAC. (2012). *Consejo Cafetalero Nacional (Quiénes somos)*. Recuperado el 27 de Mayo de 2012, de <http://www.cofenac.org/quienes-somos>

COMEX- PROCOMER. (Enero de 2007). *Acuerdo de negociación entre Centroamérica y la Unión Europea*. Recuperado el 2 de agosto de 2012, de [http://www.aacue.go.cr/comercio/dialogo/01%20SGP%20europeo/1.2%20C%203%B3mo%20exportar%20a%20la%20UE%20\(2007\).pdf](http://www.aacue.go.cr/comercio/dialogo/01%20SGP%20europeo/1.2%20C%203%B3mo%20exportar%20a%20la%20UE%20(2007).pdf)

Comunidad de Madrid. (Diciembre de 2011). *Comunidad de Madrid*. Recuperado el 2 de Agosto de 2012, de Datos estadísticos y estructura comercial de la comunidad de Madrid: http://www.madrid.org/cs/Satellite?c=CM_InfPractica_FA&cid=1142616321694&idTema=1142598787257&language=es&pagename=ComunidadMadrid%2F Estructura&perfil=1273044216448&pid=1273078188154

Cordero, L. A. (1998). Manual para la elaboración de café tostado y molido en el cantón Zaruma (Sp Arábica). Quito, Pichincha, Ecuador.

Ecuador, P. V. (2012). *Viva Zaruma*. Recuperado el 16 de Mayo de 2012, de <http://www.vivazaruma.com/quienes-somos>

FEC. (2011). *Comercialización del Café en España*. Recuperado el 17 de Enero de 2012, de <http://www.federacioncafe.com/publico/elcafe/comercializacion.asp>

Federación Nacional de Cafeteros de Colombia. (8 de agosto de 2008). Fertilización del Café . Manizales, Pereira, Colombia.

Forum del Café. (2009). *El Café en España, informe sectorial 2009*. Recuperado el 16 de Enero de 2012, de http://www.forumdelcafe.com/pdf/F-41_Caf%C3%A9_Espa%C3%B1a_09.pdf

Geopress. (21 de Enero de 2011). *Estructura de la población española 2011*. Recuperado el 12 de Febrero de 2012, de <http://www.slideshare.net/geopress/estructura-poblacion-espagnola2011>

- La Hueca. (31 de Julio de 2010). *La Hueca*. Recuperado el 2 de diciembre de 2011, de <http://ecuaworld.com/ecuablog/index.php?itemid=1332>> [consulta: 01 diciembre 2011]
- MAGAP. (2012). *Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca*. Recuperado el 27 de Mayo de 2012, de <http://www.magap.gob.ec/mag01/index.php/ministerio>
- Manso, E. P. (1998). *Industria del Café en España*. Recuperado el 28 de Mayo de 2012, de http://www.magrama.gob.es/ministerio/pags/biblioteca/revistas/pdf_reas%2Fr135_09.pdf
- Mc Donalds. (20 de Febrero de 2006). *Café: Tendencias de su consumo en 2005*. Recuperado el 17 de Enero de 2012, de http://mcdepk.com/premiumroastcoffee/media/hoja_de_datos_del_cafe_4.pdf
- Miño, A. (19 de diciembre de 2011). Producción de Café. (G. Astudillo, Entrevistador)
- Moncayo, G. (7 de Septiembre de 2009). *Cultivo de Café*. Recuperado el 16 de Enero de 2012, de <http://www.slideshare.net/gjmoncayo/cultivo-de-caf>
- Nestle. (2006). *Café & Salud*. Recuperado el 10 de Junio de 2012, de <http://www.cafeysalud.es>
- NTD, N. S. (19 de Noviembre de 2011). *Productores de recurren a la genética para mejorar cultivos en Colombia*. Recuperado el 3 de diciembre de 2011, de http://www.youtube.com/watch?v=GtVs21T_cio
- Pablo Delgado, A. L. (Junio de 2002). *ANECAFE*. Recuperado el 15 de Enero de 2012, de http://dev.ico.org/projects/cabi_cdrom/PDFFiles/ECUADOR.pdf
- Pangea Consultores. (Mayo de 2003). *ECODES*. Recuperado el 1 de Agosto de 2012, de <http://www.ecodes.org/documentos/mercado%20caf%E9%20espa%F1a.pdf>

Plantas, E. M. (1999). *Botanical-online*. Recuperado el 14 de Mayo de 2012, de <http://www.botanical-online.com/historiacafe.htm>

Unión Europea Comisión de Comercio. (1 de junio de 2012). *Etiquetado de productos alimenticios*. Recuperado el 3 de Agosto de 2012, de http://exporthelp.europa.eu/thdapp/taxes/show2Files.htm?dir=/requirements&reporterId1=EU&file1=ehir_eu12_03v001/eu/main/req_lblfood_eu_010_0612.htm&reporterLabel1=EU&reporterId2=ES&file2=ehir_es12_03v001/es/main/req_lblfood_es_010_0612.htm&reporterLabel2=

Unión Europea Comisión de Comercio. (1 de junio de 2012). *Export Help Desk*. Recuperado el 3 de Agosto de 2012, de Síntesis de los Procedimientos de Importación:
http://exporthelp.europa.eu/thdapp/taxes/show2Files.htm?dir=/requirements&reporterId1=EU&file1=ehir_eu12_03v001/eu/main/ovr_eu_010_0612.htm&reporterLabel1=EU&label=Overview+of+Import+Procedures&languageId=es#Introduction

Unión Europea Comisión de Comercio. (1 de Junio de 2012). *Export Help Desk*. Recuperado el 3 de Agosto de 2012, de Requisitos Especificos para la Importación de Café:
<http://exporthelp.europa.eu/thdapp/taxes/MSServlet?action=output&prodLine=80&simDate=20120801&languageId=es&mode=specificRequirements&status=null&taricCode=09012100&partnerId=EC&reporterId=ES&nomenCmd=Ver>

Valdez, C. (2000). *¿Quiénes consumen café?* Obtenido de http://www.terra.com/especiales/cafecolombia/quienes_cuando_porque2.html

Valverde, M. (28 de Noviembre de 2011). Producción de Café del Cantón Zaruma. (G. Astudillo, Entrevistador)