



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO**

**VICERRECTORADO DE POSGRADO E INVESTIGACIÓN**

**INSTITUTO DE POSGRADO**

**PROPUESTA**

**MODELO DE GESTIÓN PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE  
CAFÉ TOSTADO – MOLIDO PARA PEQUEÑOS AGRICULTORES DE CAFÉ EN LA  
CIUDAD DE LOJA, PROVINCIA DE LOJA; COMO FUENTE DE CRECIMIENTO  
ECONÓMICO, PERIODO JULIO 2015- ENERO 2016**

**AUTORA:**

**GLENDA MARICELA ROJAS GRANDA**

**TUTOR:**

**ING. WILSON SALTOS A.**

**RIOBAMBA – ECUADOR**

**2017**

## ÍNDICE

1.1. FUNDAMENTACIÓN .....	3
1.2. BENEFICIARIOS .....	3
1.3. MISIÓN.....	3
1.4. VISIÓN .....	3
1.5. ESTRUCTURA.....	4
1.6. PROCESO OPERATIVO .....	5
1.6.1. PROCESO DE COSECHA.....	5
1.6.2. PROCESO DE POS-COSECHA .....	6
1.6.3. PROCESO DE TUESTE.....	7
1.6.4. PROCESO DE MOLIDO.....	8
1.6.7. PROCESO DE EMPAQUETADO .....	9
1.7. PLAN DE COMERCIALIZACIÓN .....	10
1.7.1. DEFINICIÓN DEL NEGOCIO .....	10
1.7.4. CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO .....	10
1.7.5. INTERESES DE LOS CLIENTES DEL PRODUCTO.....	10
1.7.6. PRECIO DEL PRODUCTO .....	11
1.7.8. CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO .....	11
1.8. PROCESO PARA LA OBTENCIÓN DEL REGISTRO SANITARIO .....	13
1.9. PROCESO PARA LA PROMOCIÓN DEL PRODUCTO.....	14

## **1. PROPUESTA**

Modelo de gestión para la producción y comercialización de café tostado – molido para pequeños agricultores de café en la ciudad de Loja, provincia de Loja; como fuente de crecimiento económico, periodo julio 2015- enero 2016.

### **1.1. Fundamentación**

El modelo de gestión es una guía que permite mejorar los resultados organizacionales ofreciendo un producto que satisfaga a las necesidades del cliente, con un proceso de mejora, que contribuya al crecimiento económico y de la matriz productiva del País, logrando que el cultivo de los agricultores de café sea producido y comercializado por ellos mismo, obteniendo una rentabilidad favorable y justa para el trabajo que realizan en el campo.

La presente investigación va direccionado a la contribución de un modelo de gestión para la producción y comercialización de café- tostado molido, el cual ayudará a los pequeños agricultores de café a mejorar la calidad de producción y comercialización de su producto logrando que tenga un proceso de producción estandarizado y competitivo el cual permitirá mejorar su calidad.

En el presente modelo se gestión se diseñará los procesos a seguir para la producción y comercialización de café tostado molido con directrices claves de cada etapa.

### **1.2. BENEFICIARIOS**

Los beneficiarios directos son los agricultores de café en la provincia de Loja.

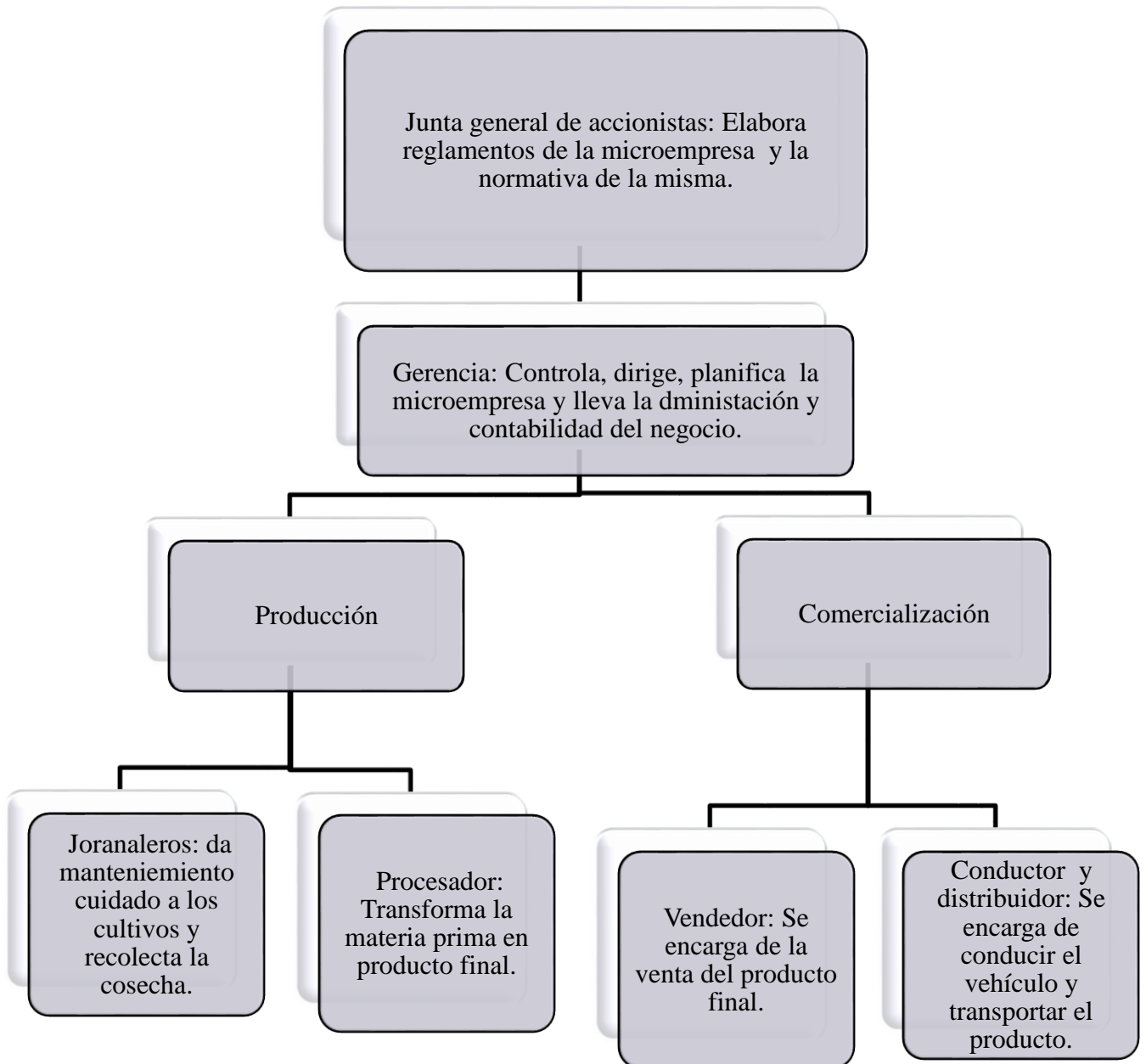
### **1.3.MISIÓN**

Diseñar procesos de producción, comercialización de café tostado molido que permita a los agricultores de café ofertar un producto de calidad y competitivo en el mercado.

### **1.4.VISIÓN**

Convertirse en un modelo de producción y comercialización que permita a los agricultores de café, producir calidad en sabor y aroma con un claro proceso de producción que satisfaga las necesidades del cliente.

## 1.5. ESTRUCTURA



Elaborado por: Glenda Rojas

## 1.6. PROCESO OPERATIVO

### 1.6.1. Proceso de cosecha

Consiste en la recolección del café fresco desde las plantas o cafetales.

Proceso de cosecha

1. El café debe ser cosechado en un grado de madurez óptimo es decir la cereza debe ser un fruto de color rojo o amarillo según la variedad cultivada



2. Para el proceso de cosecha debe considerarse la higiene de los recipientes de recolección, las herramientas y los equipos, para evitar la contaminación



3. La cosecha de café cereza debe realizarse selectivamente, recolectando solo los frutos maduros. La cosecha debe ser manual en recipientes adecuados que faciliten la operación de los trabajadores. Se debe incluir la colocación de lonas debajo de los cafetos para que los frutos que caigan no entren en contacto directo con el suelo.



4. Las básculas empleadas para medir el peso del café recolectado deben calibrarse por lo menos una vez al año.

Elaborado por: Glenda Rojas  
Fuente: Resolución DAJ-20134CB-0201.0281

## 1.6.2. Proceso de Pos-cosecha

La post cosecha de café consiste en un conjunto de operaciones por donde pasa el cerezo cosechado hasta convertirse mayormente en un café pergamino que consta de las siguientes etapas:

Proceso de Pos-cosecha

1. **Despulpado:** Se separa la pulpa del grano del café, utilizando para ello una máquina despulpadora. Antes del despulpado, sumerge los cerezos en agua. Los cerezos buenos irán al fondo, mientras que los cerezos brocados o vanos flotarán, y deberás eliminarlos.



2. **Fermentado:** Luego del despulpado, aún permanecerá una capa gelatinosa pegada al grano llamada mucílago. Para retirarla, es necesario que pase el grano por un proceso de descomposición del mucílago que requiere ciertos cuidados: 1. Cumpla con el tiempo de fermentación 18 horas. 2. Nunca retire antes, ni tampoco dejes fermentar demasiado los granos de café así, no tendrá defectos de sabor y aroma. Utiliza tanques, tinas o cajones limpios. 3. Como el tiempo de fermentación varía según la zona de producción, una forma práctica de saber que terminó es introduciendo un palo en la tina y verificando que éste sale limpio y queda además un hueco en la masa.



3. **Lavado:** Utilizando agua de buena calidad (limpia y sin olores) se lavará todo el mucílago desprendido durante la fermentación. Se realizarán tantas lavadas como sean necesarias, hasta que al tocar los granos se sientan ásperos y produzcan un sonido parecido al cascajeo.



4. **Secado:** El secado se efectuara a traves de maquina denominada secadora.

### 1.6.3. Proceso de tueste

Es la etapa donde se transforma el café en café tostado.

Proceso de tueste

El proceso de tueste se inicia con el secado de la humedad del grano, que suele estar alrededor del 12 %.



Transcurrido este tiempo, se inicia la expansión del grano y por lo tanto, el desarrollo de las reacciones químicas. Cuando el café está alrededor de los 170° adquiere un color canela. Es en este momento que se produce la primera crepitación o crujido, que es más o menos intensa en función del tipo y frescor del café. También los azúcares empiezan a caramelizarse adquiriendo un color mas oscuro y la piel se desprende del grano -los cafés robustas tienen un contenido mas alto de piel que los arábicas.



A partir de los 190°, el café vuelve a crepitar y acaba de desarrollar sus aromas y gases. La temperatura final, en función del tipo de máquina y color deseado, puede variar entre 200 y 240° -estos valores de temperatura son referidos a temperatura de producto ya que la de salida de quemador puede llegar a los 500°-.

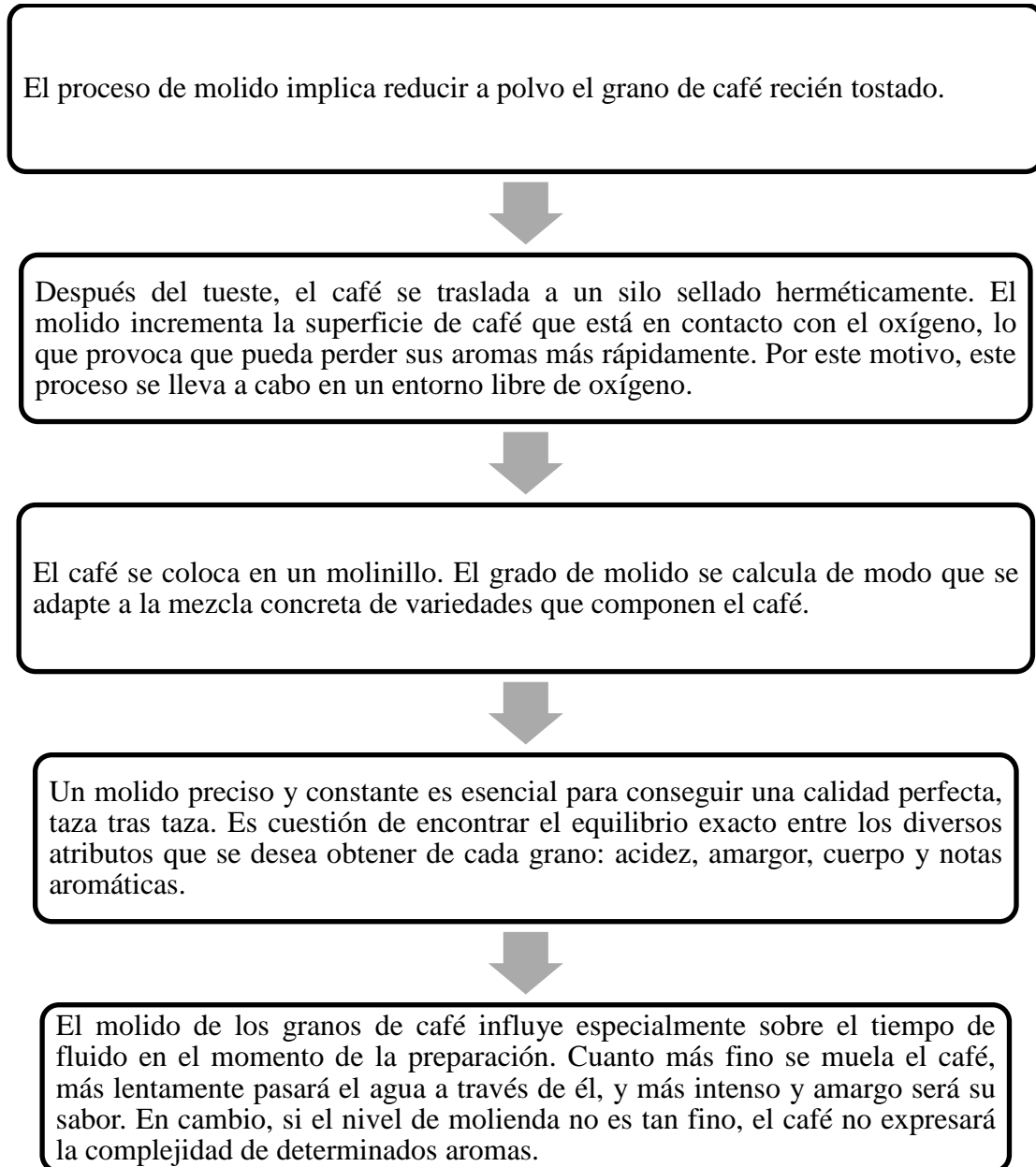


El tiempo de tostado oscila según sistemas entre 1 y 20-25 minutos. Este tiempo depende de varios factores, entre los que destacan, el hábito de consumo del país, el tipo de máquina a emplear para preparar el café, la variedad de café y si el café resultante va dirigido a alimentación.

#### 1.6.4. Proceso de molido

Es la etapa donde el café tostado se convierte en café triturado o molido.

Proceso de molido



Elaborado por: Glenda Rojas

Fuente: Nesspreso



### 1.6.7. Proceso de empaquetado

Es la etapa donde se empaca el producto final para la venta al cliente.

Proceso de empaquetado

El café molido debe ser empacado inmediatamente después de ser molido.



Las bolsas deben ser herméticas que estén equipadas con válvula desgasificadora que permitirá que los gases emitidos por el café sean expulsados del la bolsa donde se ha empacado el café molido la cual a su vez evita la entrada de oxígeno a la bolsa para café molido.

Elaborado por: Glenda Rojas

## **1.7. PLAN DE COMERCIALIZACIÓN PARA UN PEQUEÑO Y AGRICULTOR PRODUCTOR DE CAFÉ TOSTADO MOLIDO EN LA PROVINCIA DE LOJA**

### **1.7.1. Definición del negocio**

Para la presente investigación se toma como base de estudio la producción de café que la familia Rojas Granda cultiva y produce en el cantón de Quilanga provincia de Loja.

El café cultivado por la familia antes mencionada es procesado y comercializado en la ciudad de Loja como café tostado molido con la marca el Cafetero.

### **1.7.2. Necesidades o deseos que satisfacen los productos del negocio**

La necesidad que tiene la familia Granda Torres es crear un plan de producción y comercialización con estándares de calidad y normas sanitarias con el único fin de ser competitivos en el mercado.

### **1.7.3. Negocios competidores**

Según las encuestas aplicadas determina que los principales competidores en un 50% los supermercados y en un 49% las tiendas.

### **1.7.4. Características del producto que mejor contribuyen a satisfacer la necesidad o deseo del consumidor**

El café que se produce en la ciudad de Quilanga fue uno de los integrantes de los ganadores de la taza dorada en el año 2007 en el cual identificaron y premiaron a los mejores cafés especiales producidos en el país evento realizado por la Asociación Nacional de Exportadores de Café (ANECAFE), el Consejo Cafetalero Nacional COFENAC y la Corporación de Promoción de Exportaciones e Inversiones (CORPEI). El ganador de la taza dorada en el año 2007 fue la Asoc. Prod. Cafés/Altura Unión/Art. El Colmenar con la más alta puntuación; asociación que reúne aproximadamente a 60 familias del sector como pequeños productores de café.

El café producido en Quilanga provincia de Loja es conocido por el olor y sabor y adquirido por sus clientes por la fama de haber ganado la taza dorada en el año 2007.

### **1.7.5. Intereses de los clientes del producto**

Según las encuestas aplicadas a los posibles clientes un 80% manifestó que lo que toma en cuenta para adquirir café tostado molido es el olor.

### 1.7.6. Precio del producto

El precio de venta al público según los estudios realizados es \$3,66

Precio del producto

Concepto	Precio del mercado interno	Costos de Producción	Promedio de costos	(+ )20%
Libra de café tostado molido	3,88	2,23	3,06	3,668

Elaborado: Glenda Rojas

Fuente: Tabla Nro. 0.29

### 1.7.7. Canales de distribución del producto

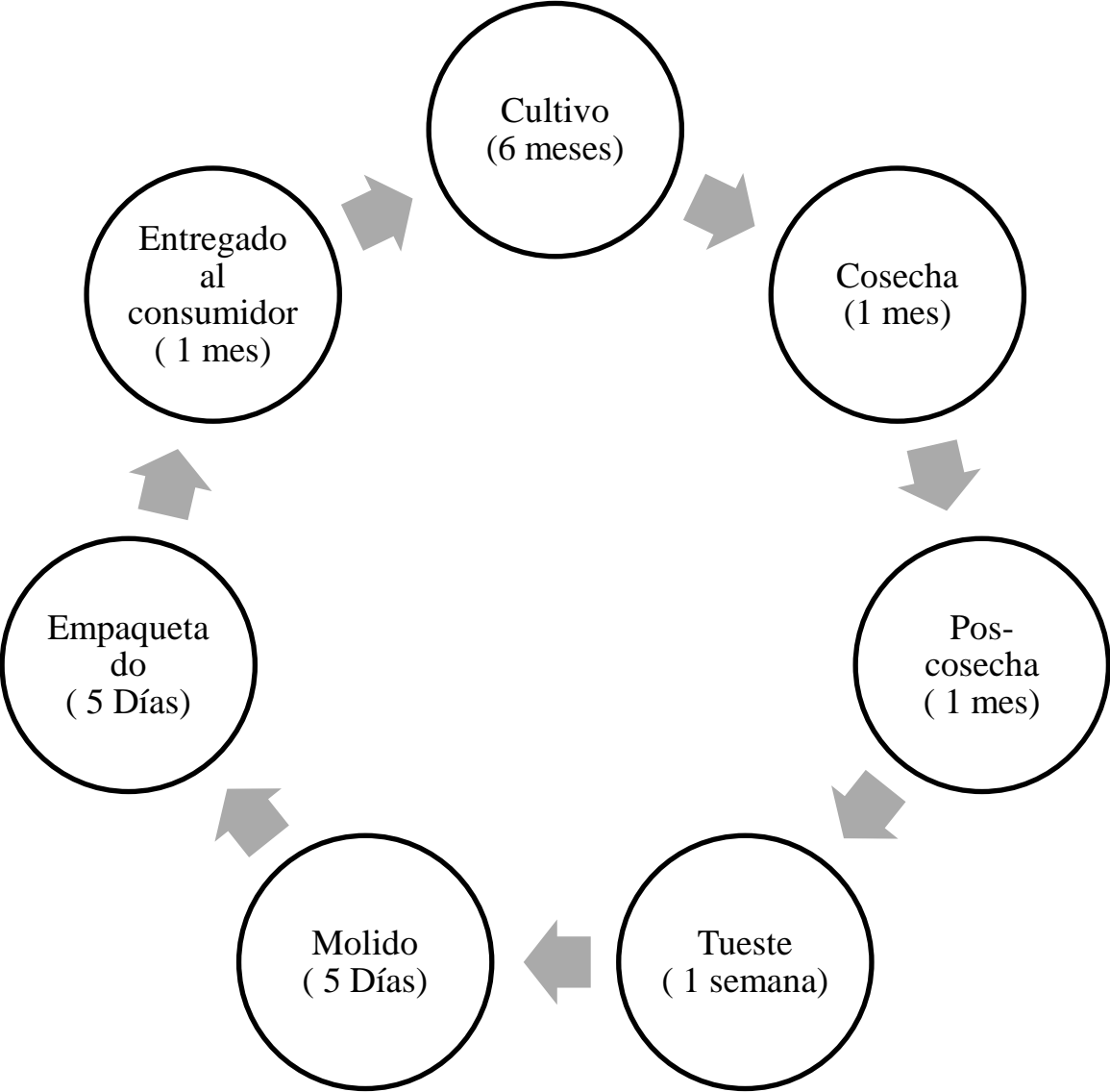
La distribución se realizará a través del canal directo debido a que en negocio de la venta del café tostado molido es familiar no contratan a tercera personas es por la misma razón que la venta será realizada directamente al consumidor a través de los ferias libres y recorrido por las calles.

Productor -----> Consumidor

### 1.7.8. Ciclo de vida del producto

Se detalla en la siguiente ilustración el ciclo de vida del producto desde la cosecha hasta el producto final.

Ciclo del producto



Elaborado por: Glenda Rojas

## **1.8. PROCESO PARA LA OBTENCIÓN DEL REGISTRO SANITARIO**

El producto que produce la familia Rojas Granda carece de registro sanitario por lo que a través del presente modelo se plantea el proceso a seguir para la obtención del registro sanitario del producto:

De acuerdo al Registro Oficial nº 896 el registro sanitario es otorgado por la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA) y el Instituto Nacional de Investigación en Salud Pública (INSPI). Se deberá realizar el trámite oportuno a través del sistema, página [www.controlsanitario.gob.ec](http://www.controlsanitario.gob.ec), se seguirán los siguientes pasos:

1. Obtener la clave de acceso e ingresar la información solicitada en el formulario de solicitud.
2. Escanear e ingresar en el sistema del ARCSA todos los documentos adjuntos al formulario de solicitud con firma electrónica del representante legal.
3. Realizada la solicitud y adjuntados los documentos, el sistema le notificará y autorizará el pago por servicios para la revisión de documentación.
4. Si los documentos están completos y correctos, el ARCSA autorizará el pago del Registro Sanitario.
5. Se realiza el pago.
6. El ARCSA emite el Certificado de Registro Sanitario en el término de cinco días.
7. El certificado de Registro Sanitario se publicará en el sistema.

## 1.9. PROCESO PARA LA PROMOCIÓN DEL PRODUCTO

Se utilizará la venta personal la cual consiste en promocionar el producto través de una interacción directa de agricultor –cliente en la cual entregará unas pequeñas muestras que contienen café tostado molido donde se le invitará a que pruebe el producto ; en la misma muestra se hará constar los datos para futuros pedidos.

Se plantea registrar la marca “El cafetero” en el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual para lo cual se asignara el siguiente logo:

El paquete o funda donde se colocará el producto tendrá un valor agregado el cual permitir al cliente oler el café tostado- molido que se le oferta esta alternativa se plantea y que las encuestas aplicadas el 87% respondieron que compran el producto por el olor a continuación se presenta una perspectiva del empaque.

Empaque



Elaborado por: La autora

Logo



Elaborado por: La autora