



TÍTULO DEL TRABAJO DE GRADO

Determinación del comportamiento de los factores que influyen en el crecimiento de las pequeñas empresas dedicadas al cultivo de café en el municipio de san Vicente de chucuri.

AUTORES

Tania Carolina Rueda Pereira - Código: 1095825101
Cinthya Camila Romero Barrios – Código: 1098717336
Jhonattan Stevens Anaya Román – Código: 1098716491

UNIDADES TECNOLÓGICAS DE SANTANDER
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIOECONOMICAS
ADMINISTRACION DE EMPRESAS
BUCARAMANGA



TÍTULO DEL TRABAJO DE GRADO

Determinación del comportamiento de los factores que influyen en el crecimiento de las pequeñas empresas dedicadas al cultivo de café en el municipio de san Vicente de chucuri.

AUTORES

Tania Carolina Rueda Pereira - Código: 1095825101
Cinthya Camila Romero Barrios - Código: 1098717336
Jhonattan Stevens Anaya Román - Código: 1098716491

Trabajo de Grado para optar al título de ADMINISTRADOR DE EMPRESAS

DIRECTOR

LINA MARIA ANGARITA PATIÑO Mg.

Grupo de Investigación de la Facultad de Ciencias Socioeconómicas y Empresariales -
GICSE

UNIDADES TECNOLÓGICAS DE SANTANDER
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIOECONOMICAS
ADMINISTRACION DE EMPRESAS
BUCARAMANGA
10 DE MARZO DE 2019

Nota de Aceptación

Firma del jurado

Firma del Jurado

DEDICATORIA

Los autores pretenden dedicar este trabajo a Dios quien provee la fuerza espiritual y la constancia para poder trabajar y estudiar; a todas aquellas personas que les han brindado apoyo, la oportunidad de aprender y la dedicación en pro de su formación como profesionales, aquellos que creyeron en sus capacidades.

También dedican el trabajo a sus docentes que fueron fundamentales en el aprendizaje adquirido, enseñando y ayudando a mejorar sus conocimientos siempre actuando con ética. A sus familias especialmente sus padres y hermanos que siempre les han brindado una voz de aliento y una ayuda para seguir cumpliendo los distintos objetivos.

A sus amigos, jefes y compañeros de trabajo por su colaboración y comprensión.

“Es agradable saber la determinación y la fuerza que se tiene cuando se quiere alcanzar una meta propuesta.”

AGRADECIMIENTOS

Los autores agradecen a Dios por su fuerza espiritual y por eliminar los obstáculos para realización de los distintos pasos de este proyecto, agradecen a sus padres por el esfuerzo y sacrificio con el que incentivan a sus hijos a desarrollarse como profesionales responsables y óptimos, a su coordinadora de proyecto Mg. Lina Angarita por su paciencia, y su gran colaboración hasta en horarios poco idóneos, por estar ahí en cada paso y siempre inculcando una mejora continua para generar un material de alta calidad, analizado al detalle con mucha precisión, dedicación y entrega.

Agradecen a la plata de café de San Vicente de Chucurí por permitir la visita a sus instalaciones y por el material aportado.

Agradecen enormemente la colaboración de los cultivadores de la región, por creer en el proyecto, por amar el café, por la hospitalidad de sus tierras, por su ayuda diligenciando encuestas y por su don de gente.

Agradecen a todos los consumidores de café que aportaron un granito de arena diligenciando la encuesta virtual de gran utilidad para el desarrollo de las estrategias.

Agradecen a las directivas de las Unidades Tecnológicas de Santander por permitir realizar un proyecto con un producto nacional, que genera empleos a diferentes ciudadanos en la largo y ancho del país.

Agradecen a todas aquellas personas que brindaron su ayuda para crear este maravilloso proyecto.

“Es satisfactorio alcanzar la meta, pero al estar allí es indispensable reconocer y agradecer a los que estuvieron involucrados porque, aunque en la meta el triunfo es individual el esfuerzo siempre es colectivo y esto genera un logro de todos y para todos.”

TABLA DE CONTENIDO

RESUMEN EJECUTIVO	10
1. DESCRIPCIÓN DEL TRABAJO	12
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	12
1.2. JUSTIFICACIÓN	13
1.3. OBJETIVOS	14
1.3.1 OBJETIVO GENERAL	14
1.3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	14
2. MARCO REFERENCIAL	16
2.1 Marco Teórico.	16
2.2 Marco Legal.	20
Leyes.	20
Decretos.	21
Resoluciones.	22
2.3 Marco conceptual.	23
2.4 Marco Ambiental.	25
Legislación.	25
2.5 Marco Contextual	26
3. DESARROLLO DEL TRABAJO DE GRADO	27
3.1 Primera etapa.	27
3.2 Segunda etapa.	27
3.3 Tercera Etapa.	28
4. RESULTADOS ESPERADOS	28
4.1. DIAGNÓSTICO	28
4.2 APLICACIÓN DE INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN	34
5. MATRIZ DOFA	65
6. CONCLUSIONES	70
7. RECOMENDACIONES	71
8. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	72
9. ANEXOS	75

LISTA DE FIGURAS

Gráfico 1. Relación entre rendimiento del cultivo de café S/der y participación nacional.	17
Gráfico 2. Género de la población.....	27
Gráfico 3. Estado civil de la población	28
Gráfico 4. Naturaleza del predio.....	28
Gráfico 5. Número de hijos a cargo.....	29
Gráfico 6. Nivel de escolaridad de la población.....	29
Gráfico 7. Mujeres cabeza de familia en la región.....	30
Gráfico 8. Tiempo cultivando café en la región.....	30
Gráfico 9. Edad de los cultivadores.....	31
Gráfico 10. Edad cultivadores San Vicente de Chucurí.....	36
Gráfico 11. Nivel de escolaridad cultivadores San Vicente de Chucurí.....	37
Gráfico 12. Conocimiento sobre café de los cultivadores San Vicente de Chucurí.....	37
Gráfico 13. Estudios realizados por cultivadores San Vicente de Chucurí acerca del café.	38
Gráfico 14. Antigüedad laboral cultivadores San Vicente de Chucurí.....	38
Gráfico 15. Naturaleza de predios de cultivadores San Vicente de Chucurí.....	39
Gráfico 16. Problemas que afrontan los cultivadores San Vicente de Chucurí.....	39
Gráfico 17. Perspectiva de cultivadores San Vicente de Chucurí respecto al nivel de producción/demanda.....	40
Gráfico 18. Uso de medidas ecológicas para realizar función como cultivadores San Vicente de Chucurí.....	40

Gráfico 19. Capacitación en cultivadores San Vicente de Chucurí.....	41
Gráfico 20. Asociaciones conformadas por cultivadores San Vicente de Chucurí.....	41
Gráfico 21. Asociaciones conformadas por cultivadores San Vicente de Chucurí.....	42
Gráfico 22. Sostenibilidad del café en San Vicente de Chucurí.....	42
Gráfico 23. Estado laboral cultivadores San Vicente de Chucurí.....	43
Gráfico 24. Edad de los consumidores.....	52
Gráfico 25. Género de los consumidores.....	52
Gráfico 26. Conocimiento del café en consumidores.....	53
Gráfico 27. Tiempo como consumidor.....	53
Gráfico 28. Características de calidad del café según consumidores.....	54
Gráfico 29. Razón que lo hace consumidor.....	54
Gráfico 30. Hábitos de consumo.....	55
Gráfico 31. Comportamientos de consumo en último año.....	55
Gráfico 32. Razones de las preferencias de consumo.....	56
Gráfico 33. Conocimiento del origen del café de preferencia.....	56
Gráfico 34. Marcas de preferencia	57
Gráfico 35. Característica principal de la marca de preferencia.....	57
Gráfico 36. Preferencias de consumidores respecto a las formas de preparación de café.....	58
Gráfico 37. Importancia del precio al momento de compra.....	58
Gráfico 38. Comportamiento de compra de los consumidores.....	59
Gráfico 39. Preferencias de empaque de los consumidores.....	59
Gráfico 40. Preferencias de tamaño de compra de los consumidores.....	60

LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Principales cultivos por área en Santander	15
Tabla 2. Área sembrada, área cosechada, producción y rendimiento del cultivo de café por municipio en Santander	17

RESUMEN EJECUTIVO

Con el objeto de conocer los diversos factores que afectan a la agricultura en Santander, y en particular aquellos que específicamente se relacionan de manera clave con la optimización de la producción del café en la región rural del municipio de San Vicente de Chucurí, sus consecuencias económicas y sociales, se han analizado a la luz de una investigación de carácter explicativo los resultados de una serie de encuestas realizadas a todos los actores claves del proceso procurando aquélla entender la relación causal entre los factores climáticos, económicos, sociodemográficos, etc., y la eficiencia en la productividad del café regional.

Lo anterior, junto con una revisión de una extensa bibliografía y ,bases de datos del FNC 1970-2017, nos ha permitido obtener una serie de conclusiones que sugieren un panorama climático cambiante que reta a la estabilidad cafetera regional, carencias en la preparación de mano de obra calificada, aislamiento estatal, deficiencia en los emprendimientos y sus relaciones público-privadas, competencias por implantaciones de cultivos como el cacao considerado como uno de los mejores del mundo, todo en medio de un clima económico mundial desafiante.

Posteriormente se realiza el análisis de los posibles factores que actualmente están afectando la situación cafetera, la sostenibilidad de las pequeñas empresas, describiendo los posibles problemas que están impidiendo mayor crecimiento a los pequeños agricultores, centrando su atención en la estructura de la propiedad para que los productores sean más competitivos en el mercado, buscando una mejora de las condiciones de vida de la población afectada.

PALABRAS CLAVE. Sostenibilidad, Crecimiento, Producción, Agricultores, Organización.

INTRODUCCION

El sector cafetero en toda su historia se ha caracterizado por ser producción de alta calidad y cantidad de productos que forman parte de la canasta familiar. Esto ha hecho que el gremio del café genere continuos desarrollos que potencializan y optimizan de manera efectiva las pequeñas superficies productoras que forman parte de una estrategia comercial para abastecer la demanda del café proponiendo la sostenibilidad que da un valor a los principios económicos y culturales de la región creando una metodología más analítica, (Federación Nacional de Cafeteros de Colombia [FNC], 2018).

Uno de los temas claves de estudio es el mejoramiento de la productividad de las tierras cafeteras del municipio de San Vicente de Chucuri, buscando con ello la implementación de un proyecto que abarque el crecimiento económico y la integración de procesos que generen un cambio positivo a todos los niveles que hacen parte a la estrategia comercial y organizacional de las compañías cafeteras.

En este orden de ideas cabe resaltar la identificación de estrategias de mejora en todos los esquemas de aporten el crecimiento y rentabilidad del sector proyectándolo a un nivel productivo que pueda abastecer toda la demanda y mejoren la calidad de vida de los trabajadores.

Para la ejecución de este proyecto y poder lograr los objetivos propuestos, se analizarán encuestas a cultivadores y consumidores de café, con ello conocemos a profundidad la problemática que se quiere dar solución y las estrategias que se implementarán para llevar a cabo la solución de problemas y hacer rentable el negocio del café y aprovechamiento de tierras. Además de esto el análisis DOFA generando estrategias de acción que involucra todo el gremio cafetero y la participación del gobierno.

1. DESCRIPCIÓN DEL TRABAJO

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El café ha sido sin duda uno de los pilares tradicionales de la economía colombiana y de los países ubicados en la región tórrida de América Latina (Ocampo, O. y Álvarez, L., 2017). Sin embargo, de acuerdo a la Superintendencia Industria y Comercio (SIC, 2012), las fluctuaciones en el mercado, de los factores de producción, el cambio climático y la baja oferta laboral para recolección en terreno debido a migraciones rurales - urbanas, han sido causas que han incidido en la eficiencia y la magnitud de la producción bruta del grano en los últimos 30 años en Colombia. Estos son datos desalentadores para la economía rural del país, en específico para las familias que poseen terrenos inferiores a 5 hectáreas y que se conforman como pequeños productores debido a que éstos, siendo el 96% de los productores cafetaleros, corresponden a un gran 72% del área cultivada del país y tan solo en el 28% de sus terrenos se explota el café, obteniéndose de aquel los ingresos líquidos familiares y del 72% restante del minifundio la manutención en especie (FNC, 2019).

Muy a pesar de los cambios hacia la tecnificación de la producción cafetalera en Santander y su crecimiento en relación al resto del país (FEDECAFE 2007-2013), la producción cafetalera en el municipio de San Vicente de Chucurí no ha florecido con patrones de crecimiento estables manteniéndose así en el grupo de aquellos municipios del interior del departamento que necesitan que toda la cadena de producción sea analizada de manera particular si se busca optimizar las cifras de su producción en torno al café como medio de liquidez de los núcleos familiares involucrados sin dejar de vista la ya alarmante situación que develan las cifras nacionales.

¿Cuáles son los problemas específicos que de ser resueltos permitirían una mejoría sustancial en la eficiencia y eficacia de la cadena de producción de café por parte de las micro y pequeñas empresas, los minifundios y la región del municipio de San Vicente de Chucurí?

¿Qué mejorías específicas se deben llevar a cabo para optimizar la cadena de producción y el uso del terreno en torno al café para llevar a San Vicente de Chucurí a igualar o mejorar la tendencia nacional?

1.2. JUSTIFICACIÓN

En el caso específico de la agricultura en Colombia, particularmente en relación al cultivo de café, las cifras demuestran una correlación entre una mejoría en la calidad de vida y las familias rurales que cultivan o procesan este grano. (FNC, 2019). Sin embargo, buscamos un elemento deductivo fuerte que revele los elementos causales que justifican toda aquella bibliografía que parece indicar – incluso con el respaldo de datos fiables- el beneficio de adoptar estrategias de análisis que mejoren la producción del café y por consiguiente todos sus beneficios potenciales.

Por ejemplo, el plan de desarrollo municipal de San Vicente de Chucurí 2016 – 2019 plantea en su eje 3 “San Vicente Resalta el campo” el objetivo de promover el desarrollo rural sostenible y articular todas aquellas distintas actividades del agro con fin de potenciar el empleo y mejorar las condiciones socioeconómicas de la región teniendo en cuenta que el campo es la principal base económica y laboral del municipio.

Es por esto que el objetivo de este trabajo es detectar y analizar las causas que afectan el sector cafetero en San Vicente del Chucuri, este proyecto es importante porque permite analizar la situación económica de las pequeñas empresas y pretende dar soluciones a la actual crisis cafetera sobre productividad de este sector; teniendo en cuenta múltiples factores, “es evidente que el sector atraviesa dificultades económicas y políticas agrarias” (Alcaldía San Vicente de Chucuri, 2017).

Es importante tener en cuenta a los agricultores y su familia quienes pueden afirmar la dependencia que tienen del café para llevar su vida, sus labores, su subsistencia, su bienestar familiar y que tipo de transformaciones socioeconómicas requieren para superar la crisis. Se debe recordar que las familias cafeteras pasan por dificultades como los bajos precios del café y deben buscar productos alternos como agrícolas o hasta agropecuarios

para poder abastecerse económicamente. Si hay buenos precios del café, se fortalecen y se preparan para su producción; esto genera un buen manejo del sector para generar el café que identifica la región y el país.

Los resultados obtenidos, se convertirán en una herramienta importante para enriquecer las modalidades de trabajo en el campo, del análisis de las pequeñas empresas y su problemática socioeconómica cafetera, y por ende permitirá que las entidades competentes mejoren políticas, prácticas, y servicios a las empresas productoras de café. Con ello se podría contribuir a la rentabilidad cafetera y mejor calidad de vida, que permita ser referencia de producto de calidad sociocultural local, regional, y nacional.

1.3. OBJETIVOS

1.3.1 OBJETIVO GENERAL

Analizar los factores que afectan el incremento de la producción del café en el área rural de San Vicente de Chucurí, en el marco de la crisis cafetera nacional con el fin de establecer propuestas de mejora en este sector, contrastando los gustos y expectativas de los consumidores con las fortalezas, falencias, obstáculos y oportunidades que se le presentan a los cultivadores.

1.3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- ❖ Realizar un diagnóstico del estado actual del café en la región, cultivo, producto, producción y comercialización del café identificando las principales causas que afectan al cultivador basado en el análisis socioeconómico de los campesinos.
- ❖ Identificar los factores externos e internos que inciden negativamente en la producción cafetera del municipio de San Vicente de Chucurí, por medio de la aplicación de encuestas a consumidores y cultivadores para determinar características de la demanda-oferta y así contrastarlo con la producción de café en este municipio.

- ❖ Proponer alternativas de mejora a las pequeñas empresas y a los cultivadores del Municipio de San Vicente de Chucurí para garantizar la sostenibilidad de los procesos que influyen en la producción del café, por medio de una matriz DOFA.

2. MARCO REFERENCIAL

2.1 Marco Teórico.

El café es una de las bebidas de consumo más difundido en el mundo. Es también una de las más antiguas. Su nombre se asocia al vocablo turco kawah, que significa "lo que maravilla y da vuelo al pensamiento" aunque también podría derivarse de los vocablos qahwa o qaharva, uno de los nombres árabes del vino (Alarcón, 2017).

En este sentido la agroindustria del café ha abierto una estrecha producción notoriamente debido a la baja de los precios internacionales, implicando de manera considerable sobre el resto de la economía nacional. Históricamente el café ha sido un aporte de capital significativamente a nivel nacional, vinculado a la industria y con el despliegue del mercado interno, es decir, ha sido vital en la economía del país y fuente de financiamiento, el cual permitió vincular la economía nacional con la internacional.

A sí mismo a nivel internacional la ventaja comparativa no favorece a la producción y realización del café, por variables como el incremento de los costos de producción, el cual pierde segmentos de mercado referente a la competitividad en una economía externa.

Es por esto que la base conceptual de este trabajo está fundamentada en los conceptos que giran en torno a las dificultades que ha tenido el campesino afectando su crecimiento y el desarrollo.

Los desarrollos y la consolidación del café como producto de exportación en Colombia sólo se dieron a partir de la segunda mitad del siglo XIX. En este periodo esta gran economía mundial dio lugar a que hacendados colombianos hallaran oportunidades atractivas en un mercado internacional.

Paulatinamente el país que se consolidaba como el consumidor más importante de café en el mundo es Finlandia con 11,9 Kg por persona al año, esto corresponde a 3.3 tazas de café al día por persona, enseguida el país de Noruega con 8,8 Kg por persona, después Austria, Dinamarca y Suiza correspondientemente. Estos son los cinco principales países consumidores de café en el mundo. Infocafe (2016)

Esta evolución resultó muy favorable para los dueños de pequeñas parcelas que estaban entrando en el sector, lo cual se hizo atractivo para los campesinos el cultivo y transformación del café, ya que ofrecían la posibilidad del uso constante de tierra para ser producidas. Vieron de ella la oportunidad de tener una agricultura intensiva, con requerimientos competentes no tan altos, generando un crecimiento con las condiciones técnicas necesarias para innovar en la caficultura.

Tabla 1. Principales cultivos por área en Santander.






Principales Cultivos por Área Sembrada en 2017

Cultivo	Área Sembrada (ha)		Variación (%)	Participación (%)	Área Cosechada (ha)		Variación (%)	Participación (%)	Producción (t)		Variación (%)	Participación (%)	Rendimiento (t/ha)		Variación (%)
	2016	2017			2016	2017			2016	2017			2016	2017	
TOTAL	358.259	353.031	- 1,5	100,0	294.651	299.775	1,7	100,0	1.760.466	1.916.476	8,9	100,0	5,97	6,39	7,0
Palma de Aceite	87.955	93.102	5,9	26,4	76.725	79.725	3,9	26,6	193.911	208.695	7,6	10,9	2,53	2,62	3,6
Cacao	52.568	55.396	5,4	15,7	45.472	46.345	1,9	15,5	23.431	22.884	- 2,3	1,2	0,52	0,49	- 4,2
Café	50.609	50.158	- 0,9	14,2	41.388	42.327	2,3	14,1	47.512	54.909	15,6	2,9	1,15	1,30	13,0
Caña Panelera	23.718	23.912	0,8	6,8	17.584	18.719	6,5	6,2	188.024	177.932	- 5,4	9,3	10,69	9,51	- 11,1
Cítricos	21.467	21.556	0,4	6,1	15.625	19.068	22,0	6,4	252.749	306.678	21,3	16,0	16,18	16,08	- 0,6
Plátano	17.444	15.632	- 10,4	4,4	14.262	12.538	- 12,1	4,2	143.230	140.290	- 2,1	7,3	10,04	11,19	11,4
Caucho	12.105	11.962	- 1,2	3,4	6.401	6.503	1,6	2,2	7.605	8.368	10,0	0,4	1,19	1,29	8,3
Piña	11.444	11.364	- 0,7	3,2	7.571	9.403	24,2	3,1	277.217	406.040	46,5	21,2	36,62	43,18	17,9
Maíz Tradicional	10.769	10.270	- 4,6	2,9	11.055	9.088	- 17,8	3,0	18.799	13.820	- 26,5	0,7	1,70	1,52	- 10,7
Yuca	10.952	9.738	- 11,1	2,8	10.322	8.659	- 16,1	2,9	111.422	93.914	- 15,7	4,9	10,79	10,85	0,5
Otros Cultivos	59.229	49.941	- 15,7	14,1	48.246	47.401	- 1,8	15,8	496.566	482.947	- 2,7	25,2	10,29	10,19	- 1,0

FUENTE: Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, Secretarías de Agricultura Departamentales, Alcaldías Municipales.

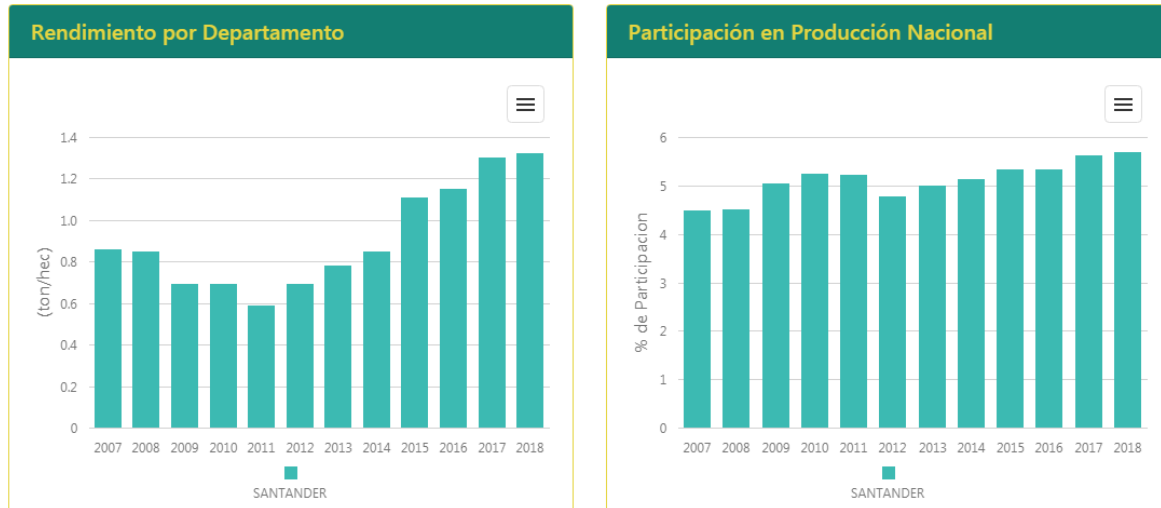
FUENTE: Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural. Secretarías de Agricultura Departamentales. Alcaldías Municipales.

Fuente: Agronet, (2017) encontrado en

https://www.agronet.gov.co/Documents/SANTANDER_2017.pdf

El café en Santander es el tercer cultivo más importante después de la palma de aceite y cacao con una participación del 14.2% en volumen sobre el total del sector agrícola en el departamento, entre 2016 y 2017 experimento un crecimiento de 0,9% en área sembrada y 2.3% en área cosechada en relación con los otros dos principales cultivos (cacao y palma de aceite). El café fue el cultivo cuya producción creció más entre 2016 y 2017 con un porcentaje de 15.6%.

Gráficos 1. Relación entre rendimiento del cultivo de café en Santander y participación nacional.



Fuente: Agronet, (2018) sustraído de

<https://www.agronet.gov.co/estadistica/Paginas/home.aspx?cod=3>

En la gráfica anterior se puede observar la relación entre el rendimiento de los cultivos del departamento como incremento desde el 2014 notoriamente el área sembrada y el área cosechada del cultivo de café en Santander, ambas conservan una tendencia creciente ascendiendo Cabe distinguir entre el área sembrada y el área cosechada la siguiente salvedad: “Área sembrada se refiere a la superficie agrícola donde se deposita la semilla de cualquier cultivo previa preparación del terreno, mientras que el área cosechada designa la superficie sobre la cual se obtuvo producción del cultivo”. El rendimiento del cultivo se obtiene dividiendo el área cosechada entre el área sembrada y este se interpreta como un indicador de eficiencia de la cosecha. Se puede resaltar que en el año 2017 y 2018 hemos quedado como departamento más representativo a nivel nacional en el rendimiento de tierras fértiles para cultivos de café.

Tabla 2. Área sembrada, área cosechada, producción y rendimiento del cultivo de café por municipio en Santander

Área Sembrada, Área Cosechada, Producción y Rendimiento del Cultivo de Café en Santander Año 2017				
Municipio	Área Sembrada (ha)	Área Cosechada (ha)	Producción (t) *	Rendimiento (t/ha)
TOTAL	50.158	42.327	54.909	1,3
Socorro	4.229	3.466	4.381	1,3
San Gil	2.485	2.106	2.722	1,3
Valle de San José	2.484	1.977	3.499	1,8
Páramo	2.162	1.739	2.637	1,5
San Vicente de Chucurí	2.118	1.920	2.103	1,1
Aratoca	1.896	1.645	2.772	1,7
Curiti	1.782	1.518	1.962	1,3
Confines	1.742	1.325	1.675	1,3
Pinchote	1.708	1.460	1.887	1,3
Oiba	1.549	1.270	1.392	1,1
Otros Municipios	28.003	23.900	29.878	1,3

Fuente: SICCA - Federación Nacional de Cafeteros (producción nacional, área sembrada y área productiva a nivel municipal). Cálculos producción municipal MADR-EVA. * Producción expresada en café verde equivalente

Municipios con Área Sembrada del Cultivo de Café en 2017

Fuente: Agronet, (2017) tomado de

https://www.agronet.gov.co/Documents/SANTANDER_2017.pdf

La tabla anterior muestra a San Vicente de Chucurí como el cuarto municipio más competitivo en producción de café tan solo por debajo de El Socorro y Sal Gil como los pioneros. Con una superficie cosechada de menos de 2000 hectáreas de café, una producción de 2103 toneladas demuestran que esta zona es productora de café por excelencia y además cuenta con gran capacidad para sacar provecho de los cultivos variedades de gran aprecio en el mercado.

2.2 Marco Legal.

Además del Decreto Ley 2811 de 1974 y la Ley 99 de 1993 a continuación se relacionan algunas de las normas legales y reglamentarias más relevantes en materia de recursos naturales renovables, medio ambiente y relativos al sector cafetero.

Leyes.

- Ley 76 de 1927 Sobre protección y defensa del café.
- Ley 76 de 1931 Provee el fomento de la industria cafetera.
- Decreto Ley 2811 de 1974 Por el cual se dicta el Código Nacional de Recursos Naturales Renovables y de Protección al Medio Ambiente.
- Ley 09 de 1979 Por la cual se dictan medidas sanitarias.
- Ley 29 de 1992 Ley aprobatoria, “Protocolo de Montreal relativo a las sustancias agotadoras de la capa de ozono”.
- Ley 99 de 1993 Por la cual se crea el Ministerio del Medio Ambiente, se reordena el Sector Público encargado de la gestión y conservación del medio ambiente y los recursos naturales renovables, se organiza el Sistema Nacional Ambiental, SINA y se dictan otras disposiciones.
- Ley 165 de 1994 Por medio de la cual se aprueba el “Convenio sobre la Diversidad Biológica”, hecho en Río de Janeiro el 5 de junio de 1992.
- Ley aprobatoria, Convención Marco de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático.
- Ley 189 de 1995 Aprueba el “Acuerdo de Creación de la Asociación de Países Productores de Café”.
- Ley 299 de 1996 Por el cual se protege la flora colombiana, se reglamentan los jardines botánicos.
- Ley 301 de 1996 Por la cual se crea el Consejo Nacional Agropecuario y Agroindustrial.
- Ley 373 de 1997 Por la cual se establece el Programa para el Uso Eficiente de Agua Potable.

- Ley 430 de 1998 Por la cual se dictan normas prohibitivas en materia ambiental, referentes a los desechos peligrosos.
- Ley 807 de 2003 Por medio de la cual se aprueban las Enmiendas de la Convención sobre el Comercio Internacional de Especies Amenazadas de Fauna y Flora Silvestres.
- Ley 863 de 2003 Ley normas tributarias -transferencias cafeteras-.

Decretos.

- Decreto Título Decreto 2078 de 1940 Se dictan medidas relacionadas con la industria del café.
- Decreto 1449 de 1977 Reglamenta el Decreto 2811 de 1974, donde se establece la obligación de los propietarios de predios de conservar la cobertura mínima en las nacientes de agua y orilla de los cauces.
- Decreto 1608 de 1978 Desarrolla del Código Nacional de los Recursos Naturales Renovables y de Protección al Medio Ambiente en materia de fauna silvestre y reglamenta por tanto las actividades que se relacionan con este recurso y con sus productos.
- Decreto 1715 de 1978 Por el cual se reglamenta parcialmente el Decreto - Ley 2811 de 1974, la Ley 23 de 1973 y el Decreto - Ley 154 de 1976, en cuanto a protección del paisaje.
- Decreto 02 de 1982 Por el cual se reglamenta parcialmente el Título I de la Ley 09 de 1979 y el Decreto Ley 2811 de 1974, en cuanto a emisiones atmosféricas.
- Decreto 1173 de 1991 Por el cual se expiden normas sobre regulación de la política cafetera y se dictan otras disposiciones.
- Decreto 1791 Por medio de la cual se establece el régimen de aprovechamiento forestal. 30 de 1996 Decreto 900 de 1997 Por el cual se reglamenta el Certificado de Incentivo Forestal - CIF para conservación.
- Decreto 155 de 2004 Por el cual se reglamenta el Artículo 42 de la ley 99 de 1993, sobre las tasas retributivas por la utilización directa del agua como receptor de los

vertimientos puntuales y se adoptan otras disposiciones. Modificado parcialmente (Artículo 12) por el Decreto 4742 del 30 de diciembre de 2005.

- Decreto 1443 de 2004 Por el cual se reglamenta la prevención y control de la contaminación ambiental por el manejo de plaguicidas y desechos o residuos peligrosos provenientes de los mismos. Modificado a su vez parcialmente por el Decreto 4741 del 30 de diciembre de 2005.

Resoluciones.

- Resolución 189 de 1994 Por el cual se dictan regulaciones para impedir la introducción al territorio nacional de residuos peligrosos.
- Resolución 898 de 1995 Por la cual se regulan los criterios ambientales de calidad de los combustibles líquidos y sólidos utilizados en hornos y calderas de uso comercial e industrial y en motores de combustión interna de vehículos automotores. Resolución 873 de 1995 Por medio de la cual se establece el procedimiento para la obtención de permiso para la fabricación de marquillas para identificar productos derivados de la fauna silvestre y se dictan otras disposiciones.
- Resolución 767 de 2002 Por la cual se establecen unas medidas en relación con el manejo de las curtiembres y comercializadoras de productos de la fauna silvestre, y se adoptan otras determinaciones.
- Resolución 1110 de 2002 Por la cual se fijan las tarifas para el cobro de los servicios de evaluación y seguimiento de licencias, autorizaciones y demás instrumentos de control y manejo ambiental, y se dictan otras disposiciones.
- Resolución 0584 de 2002 Por la cual se declaran las especies silvestres que se encuentran amenazadas en el territorio nacional y se adoptan otras disposiciones. Modificada parcialmente por la Resolución 572 de 2005.
- Resolución 447 de 2003 Permisos para el aprovechamiento de recursos naturales renovables por fuera de las licencias ambientales.
- Resolución 319 de 2005 Por la cual se establece el porcentaje de gastos de administración que cobrarán las autoridades ambientales en relación con los servicios de evaluación y seguimiento ambiental.

- Resolución 1023 de 2005 Por la cual se adoptan las guías ambientales como instrumento de autocontrol y autorregulación.
- Resolución 532 de 2005 Por la cual se establecen requisitos, términos, condiciones y obligaciones, para las quemas abiertas controladas en áreas rurales en actividades agrícolas y mineras.

2.3 Marco conceptual.

Agricultor:

Es aquel que dedica su vida a realizar funciones de cultivo en una explotación agraria, con el fin de extraer y aprovechar recursos que se originan de la tierra, lo cual es realizado por cuenta propia o trabajo por cuenta ajena. Los recursos extraídos y explotados son diversos, pueden ser alimentos vegetales como: cereales, fibras, utilizados para la industria textil y cultivos energéticos.

Comercialización:

Habla de la acción partiendo de una necesidad en donde una persona obtiene un producto a cambio y entrega una cantidad de dinero asignada.

Este intercambio llamado también compra y venta requiere un procedimiento de acuerdo a su magnitud, este proceso debe ser evaluado y analizado para determinar el segmento del mercado.

La comercialización como proceso también analiza variables como el impacto que tendrá en producto, el tipo de producto, la viabilidad y crecimiento económico que esta pueda conllevar.

Crecimiento:

Se puede determinar como un proceso de mejora que lleva a la empresa a lograr sus objetivos propuestos llevándolos al éxito. Un crecimiento es una unidad de negocio la cual se puede lograr de dos maneras:

- Aumentando los ingresos percibidos por la compañía por sus servicios o por un aumento en el volumen de venta en sus productos.
- Incrementando la rentabilidad de las operaciones reduciendo significativamente los costos.

Crisis Cafetera:

Hay factores que han ocasionado una caída en la productividad y rentabilidad del negocio del café el cual unos de los factores son:

- La revolución del peso.
- Mayores costos de producción.
- Disminución de cosechas.
- Caída del grano de café internacionalmente.

Los expertos determinan que el fondo nacional del café es la columna vertebral de todo, la duda radica si se debe cuidar el fondo o usarla para ayudar a los cultivadores a superar la crisis.

Desarrollo Económico:

Es bien entendido como la capacidad que tienen los distintos países o regiones para crear riqueza con el fin de mantener una estabilidad económica y social, una sociedad próspera. También se puede determinar como un resultado cualitativo dentro de un sistema económico facilitado por tasas de crecimiento, manteniéndose a cambios en el entorno y adaptándose al tiempo o acumulación de capital. Su estudio se conoce como la economía del desarrollo, referente a la política pública siempre va dirigido al crecimiento continuo el cual va sostenido económico a la extensión nacional, impulsando a que los países en desarrollo se conviertan en países potenciales.

Eficiencia Técnica:

Este se encuentra en la parte productiva de la empresa, se habla de un proceso técnico eficiente cuando logra los mismos resultados que otros procedimientos similares en menos tiempo sin consumir más recursos.

Producción:

Se puede determinar que son las acciones que se llevan a cabo para crear bienes y servicios económicos:

- Acciones que se realizan en una organización para producir, distribuir y consumir bienes y servicios en cantidad destinadas a satisfacer las distintas necesidades humanas.
- Proceso de transformación de materiales, materias primas e insumos para el consumo o para otro proceso productivo.
- Realización por la actividad humana satisfaciendo sus necesidades de trabajo, con ayuda de distintos instrumentos.

2.4 Marco Ambiental.

Legislación.

- La Constitución política de 1991 estableció un conjunto importante de derechos y deberes del Estado, las instituciones y los particulares en materia ambiental, enmarcado en los principios del desarrollo sostenible.
- Los artículos 8, 79 y 80 de la Constitución Política señalan que es deber del Estado proteger la diversidad e integridad del ambiente, conservar las áreas de especial importancia ecológica, fomentar la educación para el logro de estos fines, planificar el manejo y aprovechamiento de los recursos naturales para garantizar su desarrollo sostenible, su conservación, restauración o sustitución.
- Que así mismo, el artículo 8 y el numeral 8 del artículo 95 de la Constitución Política disponen que es obligación de los particulares proteger los recursos naturales del país y velar por la conservación de un ambiente sano.

El actual Plan Nacional de Desarrollo 2018-2022 "Estado Comunitario: desarrollo para todos" en el capítulo sobre Promoción de procesos productivos competitivos y sostenibles, el cual se ha venido consolidando una estrategia por parte del gobierno nacional con fin de

mejorar el sector productivo, esto lo hace mediante la rentabilidad y la productividad cuyo marco ambiental no se observa como un costo adicional, si no lo inverso en una oportunidad para incrementar la competitividad y suministrar el acceso a los mercados nacionales e internacionales, Departamento Nacional de la Planeación, (DNP 2018).

2.5 Marco Contextual

San Vicente de chucuri fue fundada el 07 de septiembre del 1876 por sacramento Tristancho, es un municipio de Santander en Colombia, con una diversidad cultural bastante amplia, quien está ubicado a 87 kilómetros de Bucaramanga, capital de dicho departamento.

Este municipio se encuentra en la provincia de Mares. En promedio maneja un clima cálido con temperaturas de 13° a 27°, posee una área rural de 1.195.41 km², mientras que en la parte urbana cuenta con 185, 41 km², conformada por 37 veredas, una altitud de 693 m.s.n.m y una población 35 121 habitantes.

Cultura

Este municipio de acuerdo a su gana de lucha ha logrado tener prosperidad desde sus inicios, como lo han sido su parte cultural y turística con reconocimientos a nivel nacional y representaciones internacionales, también es admirada por las tierras productoras, su gente, escenarios turísticos donde practican deportes extremos, actividades recreativas, religiosas, entre otras.

Economía

San Vicente y su parte económica cuenta con excelentes tierras productoras y un clima acertado para las cosechas, produciendo a gran cantidad el cacao por encima de todos, el segundo producto es el café con 4.000 toneladas al año, también están los cítricos como: el limón, la naranja, la mandarina con cosechas de 800 toneladas anuales, el aguacate es muy famoso a nivel nacional por su calidad y sabor y otros productos como: plátano, banano, yuca, maíz, frutas; el ganado igualmente influye en la economía con un aproximado de 42.60 cabezas de ganado y otra forma de constituir recursos en la explotación petrolera

y el gas propano donde posee extensos yacimientos de carbón. Alcaldía de San Vicente de Chucurí (2015).

3. DESARROLLO DEL TRABAJO DE GRADO

El trabajo se desarrolla por medio de la recopilación de información, recolección de datos por medio de encuestas en las cuales se puede ampliar el panorama respecto a las fortalezas y debilidades de los cultivadores en sus procesos, esto junto a la detección de oportunidades y amenazas permite plantear opciones de mejora; también se puede analizar la mejor opción de cultivo respecto al tipo de café que esperan los consumidores, control de precios, políticas laborales y participación del Gobierno.

3.1 Primera etapa.

Se investigó el tema, su normatividad, todo lo relacionado con el producto, su cultivo, producción y comercialización del café, las posibles causas que pueden llevar a una crisis cafetera, esta primera etapa se consignó el marco teórico del mismo proyecto.

3.2 Segunda etapa.

Se evaluó y estableció el proceso de las actividades, lo que se quiere lograr y lo que se debe realizar para poder buscar solución. Para esto se elaboran dos encuestas, una para los cultivadores (anexo, 1) y otra para los consumidores (anexo, 2), esto permite:

- Escuchar lo que piensan los agricultores, el cuál ha sido su principal problema, que les afecta directamente y que están haciendo para mejorar la situación.
- Estimular a los campesinos a los posibles problemas que pueden tener si aún no los han identificado.
- Recibir opinión de consumidores del producto implicados indirectamente con el fin de recibir información diferente que puede ayudar a tener un mejor concepto

respecto a gustos y preferencias, así como de hábitos de consumo, forma de consumo, frecuencia de consumo y marcas favoritas.

Así se pueden detectar las falencias que impiden el libre crecimiento del cultivo en la región, las mejores formas de cultivo, las preferencias de la demanda de consumidores y la mejor opción de crecimiento y superación de la crisis.

3.3 Tercera Etapa.

Plantear estrategias de mejora para minimizar los problemas y determinar soluciones efectivas.

En esta etapa se elaborará un matriz DOFA donde se interpretará y se comparará la información suministrada en todo el proceso.

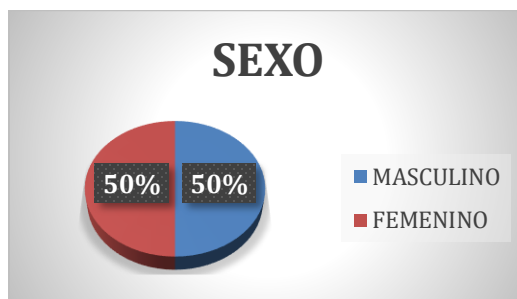
4. RESULTADOS ESPERADOS

4.1. DIAGNÓSTICO

Se realizó prueba piloto (anexo, 3) a 20 cultivadores de diferentes familias de la región, que permite ampliar el panorama de los cultivadores respecto a sus necesidades, aptitudes, predios, formas de cultivo y puntos de vista respecto a las variables que consideran afectan su entorno laboral y un análisis socioeconómico de los mismos. Esta prueba piloto también sirve para determinar la P (95%) para la muestra de la encuesta a cultivadores.

RESULTADOS

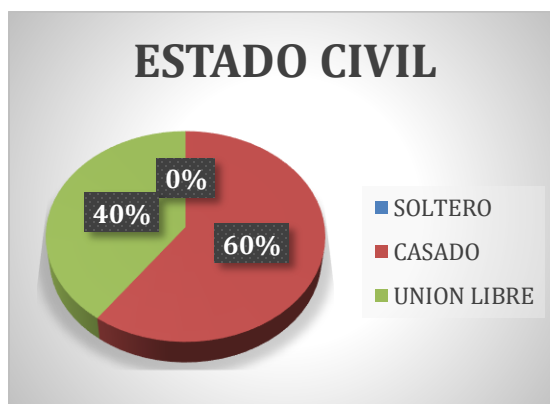
Gráfico 2. Género de la población



Fuente: Autores

Se observa que el género en la región es equitativo, cantidades iguales 50% en cada género.

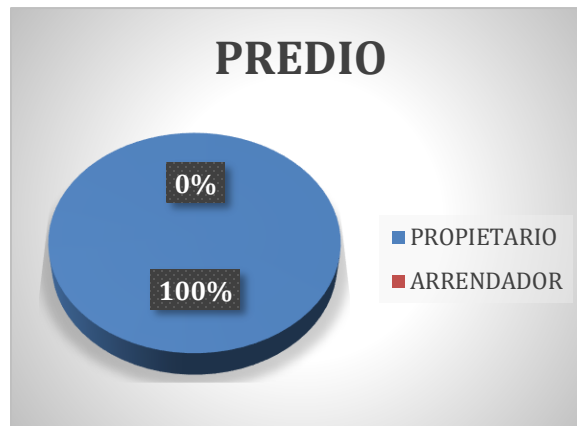
Gráfico 3. Estado civil de la población



Fuente: Autores

Se puede ver que el 60 % de la población es casada y el 40 % vive en unión libre por tanto se deduce que el 100% de la población tiene familia.

Gráfico 4. Naturaleza del predio



Fuente: Autores

Se divisa que el 100 % de la población cuenta con predio propio esto beneficia a los cultivadores pues les permite realizar mejoras sin tener que pasar por filtros y aprobaciones.

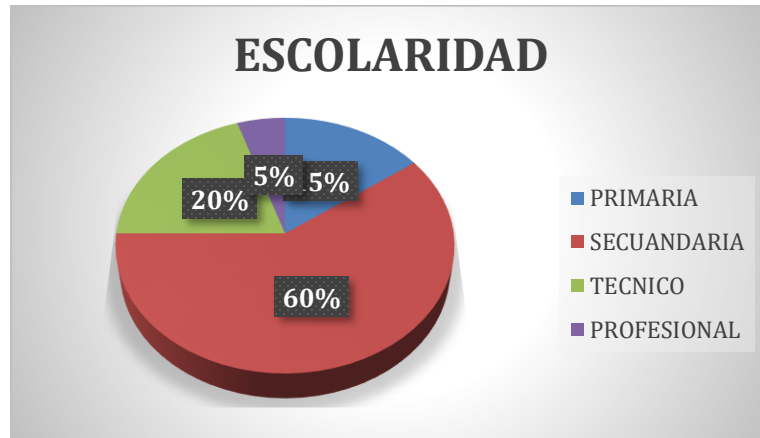
Gráfico 5. Número de hijos a cargo.



Fuente: Autores

Se deduce que el % de hijos menores / mayores es igual de esta forma y partiendo de que el núcleo familiar en la región son 4 personas, compuestas por padre, madre e hijos (DANE,2018) se puede afirmar que 3 personas están en edad laboral por familia.

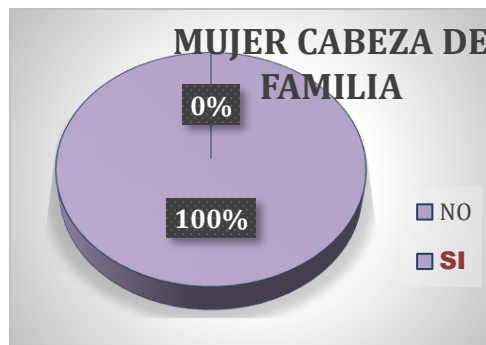
Gráfico 6. Nivel de escolaridad de la población.



Fuente: Autores

En este grafico se observa claramente la falta de tecnificación del municipio con tan solo un 25 % de población con un nivel superior al bachillerato.

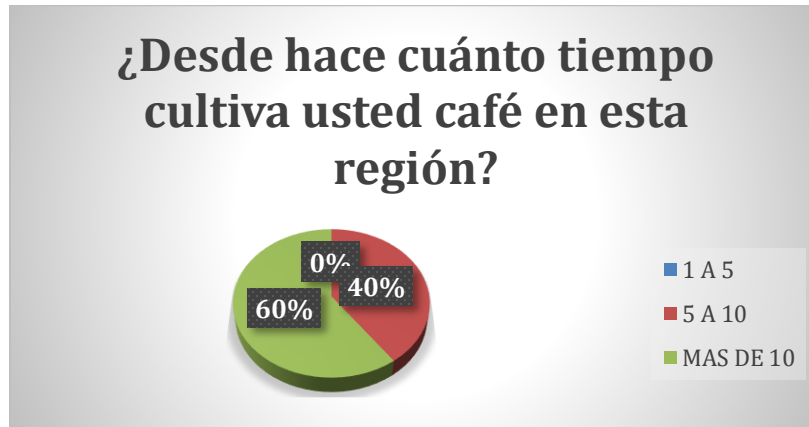
Gráfico 7. Mujeres cabeza de familia en la región.



Fuente: Autores

En este gráfico podemos ver que ninguna madre es cabeza de hogar en la región y a su vez se puede determinar que los hogares están establecidos de una forma tradicional y conservadora, constituidos por madre y padre (Dane,2018)

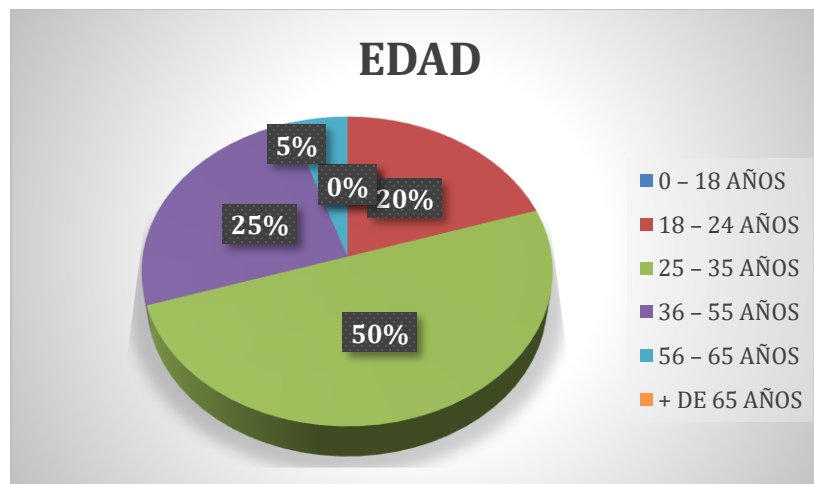
Gráfico 8. Tiempo cultivando café en la región.



Fuente: Autores

El 60 % de la población lleva cultivando café más de 10 años en la región, por esto se puede entender que conocen perfectamente las condiciones del suelo, las mejores fechas de cultivo y los problemas climáticos, además si se tiene en cuenta que todos tienen predio propio, las oportunidades para estos cultivadores pueden ser superiores a las esperadas.

Gráfico 9. Edad de los cultivadores.



Fuente: Autores

Se puede ver que el 95 % de la población está entre los 18 y los 55 años edad idónea para trabajar. (DANE,2018)

ANALISIS GENERAL DEL DIAGNOSTIGO

Esta prueba piloto en sus resultados arroja que el 95 % de los encuestados son adultos que se encuentran en edad de trabajar; según los parámetros del DANE, además podemos apreciar que los géneros están repartidos equitativamente y que el 100% de los encuestados tiene por lo menos 2 hijos a cargo, de los cuales la mitad son adultos en edad laboral; también vemos que ninguno de los encuestados es soltero, o esta casados o en unión libre y ninguna de las mujeres encuestadas es madre cabeza de familia, esto nos indica que las familias de la región están tradicionalmente establecidas como lo indica el DANE en donde los hogares están constituidos por un padre una madre y un par de hijos, uno mayor y uno menor; por lo anterior podemos deducir que el único parámetro para ejercer el trabajo es la edad.

El 50% de los caficultores en la región llevan más de 5 años dedicados a dicha actividad, además el 100% de ellos son propietarios de los respectivos predios. A través de estas cifras se puede constatar que Santander es un departamento donde la tradición agrícola está fuertemente asentada y concentrada en el cultivo del café, que particularmente gracias a sus condiciones geográficas ha favorecido la proliferación de pequeños agricultores quienes subsisten de la venta de este producto, se asientan en sus fincas y constituyen una fuerza productiva clave en la economía regional aportando significativamente a la producción y generando según la asociación de café de Colombia un producto altamente demandado por mercados particulares, con menor acidez y mayor cuerpo, pero este tema se ampliará en la encuesta final, teniendo en cuenta el nivel de escolaridad y otros ítem para poder determinar algunas razones que impiden el crecimiento de este producto en la región.

4.2 APLICACIÓN DE INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN

Para el desarrollo de este proyecto se tomó una muestra total de 73 personas pertenecientes a familias cultivadoras de la región y de 384 personas consumidores de café. Se llevó a cabo de esta manera con el fin de analizar la percepción de ambos participantes y obtener una visión más amplia de la problemática a fin de proponer soluciones que satisfagan a ambas partes. La encuesta a cultivadores consta de 14 preguntas en donde podremos analizar las condiciones laborales, los conocimientos que tienen del producto, la perspectiva que tienen los cultivadores respecto al desarrollo del producto y la forma de cultivo y la encuesta para los consumidores consta de 17 preguntas relativas a su percepción sobre precios, producción y problemáticas en la población estudiada.

DATOS

San Vicente de Chucuri:

- 35144 habitantes DANE, (2019) de <https://www.dane.gov.co/>
- 2618 hectáreas DANE, (2018) visto en <https://www.dane.gov.co/>

Número de cultivadores por hectárea: 8 personas La agricultura, (2016) de <https://www.elcampesino.co/la-agricultura-colombiana-en-el-contexto-de-la-globalizacion/>

Número de personas por familia en Santander: 4 personas Censo general DANE, (2017) tomado de <https://www.dane.gov.co/>

ANALISIS

Se necesitan 2 familias para cultivar 1 hectárea, la cantidad de hectáreas que se cultivan en San Vicente son 2618, por tanto, la cantidad de familias cultivadoras son 5236.

5236 FAMILIAS: Población Finita (Cultivadores)

5236 * 4: 20944 personas el 68% adultos en edad de trabajar (14241.92) Demografía y población DANE, (2018) encontrado en <https://www.dane.gov.co/>

1.1 ENCUESTA CULTIVADORES

FICHA TÉCNICA DE LA ENCUESTA

Naturaleza metodológica: Cuantitativa

Tipo de cuestionario: Estructurado

Ámbito Geográfico del Universo: San Vicente de Chucuri.

Universo: Cultivadores de café de San Vicente de chucuri.

Tamaño de la muestra: 73

Margen de error: aprox. 0,05% para un Nivel de confianza de 95%.

Fecha de inicio de recolección de datos:

Fecha de finalización de la encuesta:

1. ¿Edad?

A	0 – 18 años	4
B	18 – 24 años	18
C	25 – 35 años	17
D	36 – 55 años	23
E	56 – 65 años	10
F	+ de 65 años	1

2. ¿Cuál es su grado de escolaridad?

A	Primaria	26
B	Bachiller	28
C	Técnico	6
D	Tecnólogo	9

E	Profesional	4
---	-------------	---

3. De 0 a 5 (donde 0 es poco o nada y 5 es mucho), ¿Qué tanto sabe de café?

A	0	0
B	1	2
C	2	2
D	3	15
E	4	38
F	5	16

4. ¿Ha realizado algún estudio o curso que tenga que ver con el café?

A	Sí	22
B	No	51

5. ¿Desde hace cuánto tiempo cultiva usted café en esta región?

A	Entre 1 y 5 años	5
B	Entre 5 y 10 años	27
C	Mas de 10 años	41

6. El predio es:

A	Arrendado	5
B	Propio	68

7. ¿Cuál ha sido el mayor problema que ha enfrentado como cultivador de café?

A	Precios	10
B	Calidad	2
C	Clima	25
D	Plagas	8
E	Falta de apoyo del Estado	28

8. ¿Cómo calificaría el nivel de producción de café en el municipio con relación a la demanda?

A	Excelente	18
B	Bueno	45
C	Regular	6
D	Malo	4

9. ¿Cómo cultivador, usted toma medidas ecológicas para cuidar el medio ambiente?

A	SÍ	28
B	No	45

10. ¿Han recibido alguna capacitación acerca del manejo de los cultivos y sus plagas?

A	SÍ	22
B	No	51

11. ¿Existen actualmente asociaciones conformadas por cultivadores de café en la región?

A	Si	4
B	No	69

12. ¿Sus ingresos los obtiene solo del café?

A	Si	33
B	No	40

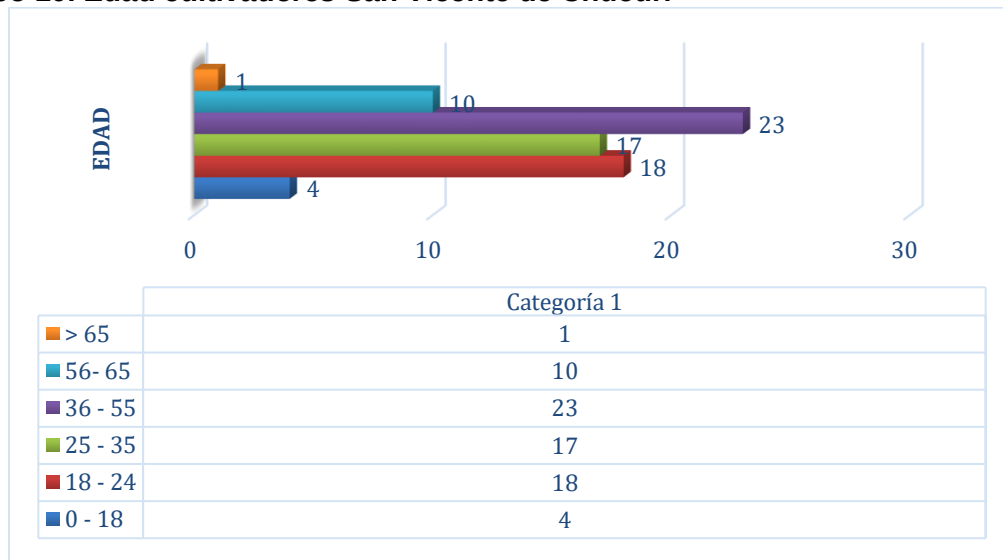
13. ¿Los ingresos que obtiene por medio del café actualmente suplen sus necesidades y las de su familia?

A	Si	28
B	No	45

14. Desde que empezó como agricultor de café siente que su trabajo:

A	Ha mejorado	34
B	Ha disminuido	39

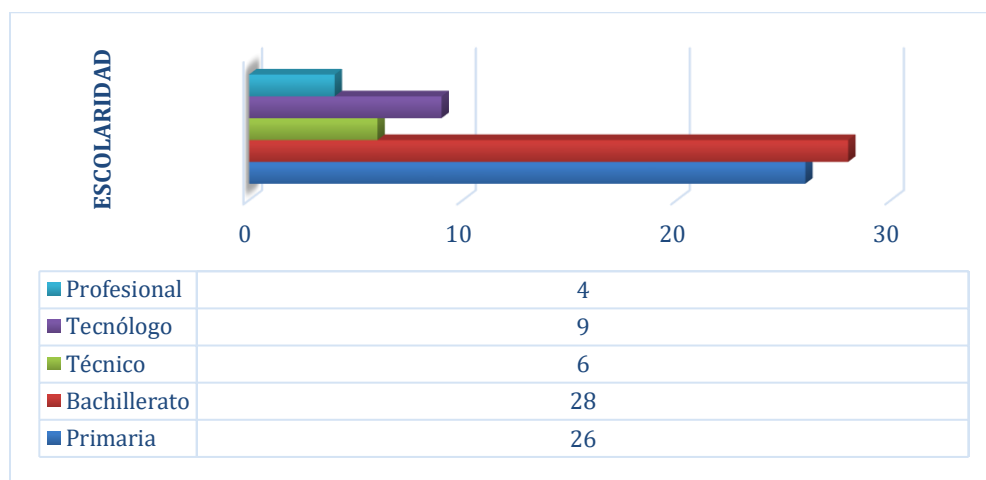
Gráfico 10. Edad cultivadores San Vicente de Chucurí



Fuente: Autores

Esta grafica contempla que el 80% de los cultivadores están en los rangos de edad de 18 a 55 años de edad, esto indica que se encuentran en condiciones óptimas laborales. Dane (2018) <https://www.dane.gov.co/>

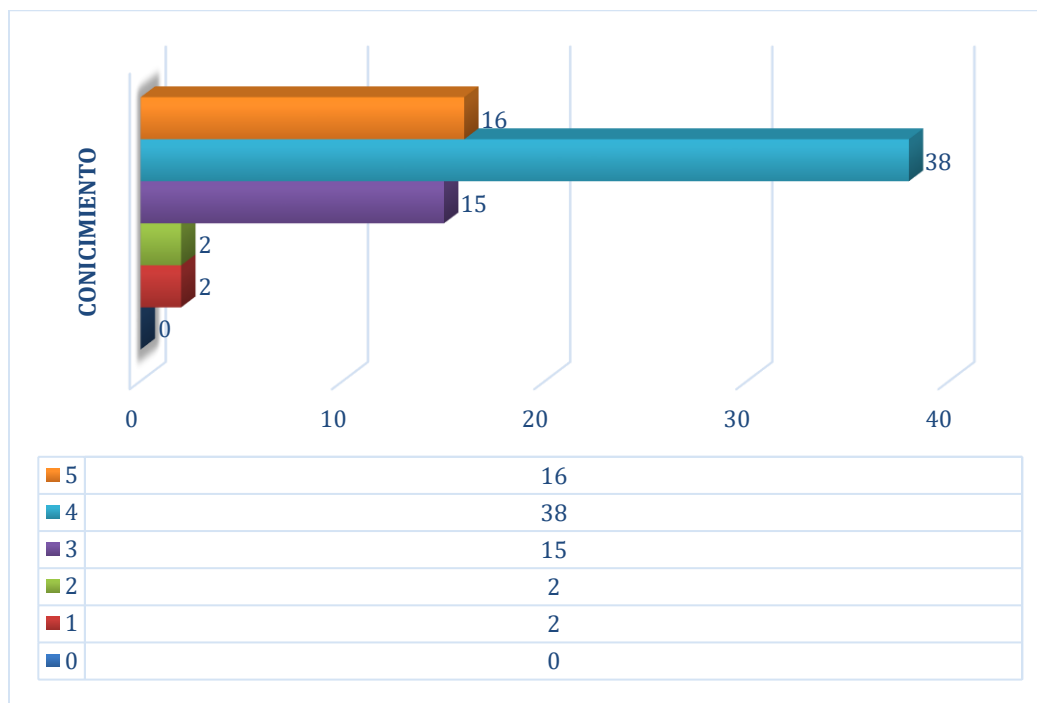
Gráfico 11. Nivel de escolaridad cultivadores San Vicente de Chucurí



Fuente: Autores

En este grafico se puede percibir claramente la falta de tecnificación ya que el 75 % de la población no cuenta con por lo menos un estudio técnico en ningún área que facilite sus funciones y mejoren su calidad de vida.

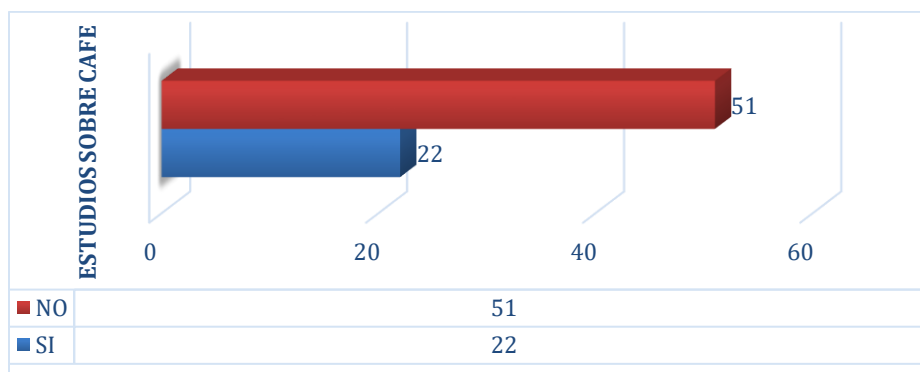
Gráfico 12. Conocimiento sobre café de los cultivadores San Vicente de Chucurí



Fuente: Autores

En este grafico se analiza que la percepción de los cultivadores respecto al conocimiento del café es bastante alta, ya que el 95 % de los encuestados indica tener un conocimiento del café de 3 A 5, siendo estos los ítems más altos.

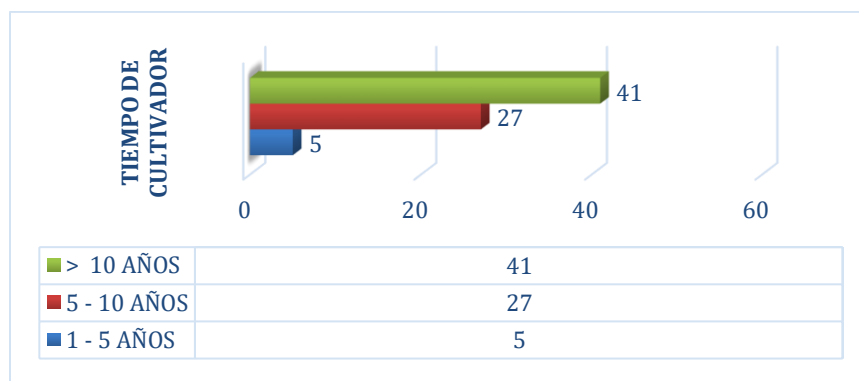
Gráfico 13. Estudios realizados por cultivadores San Vicente de Chucurí acerca del café.



Fuente: Autores

En este grafico advierte de una falencia bastante grave respecto a los conocimientos que han adquirido los cultivadores acerca del proceso del café pues solo el 30% ha realizado estudios del café. Mientras tanto el 70 % desconoce temas que seguro son de gran interés por su aporte en la realización de los distintos procesos de manera eficiente.

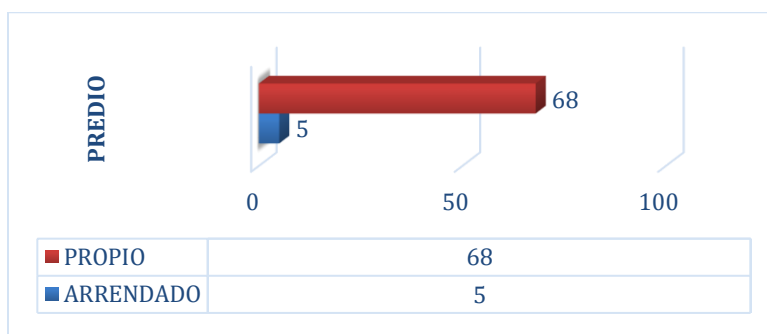
Gráfico 14. Antigüedad laboral cultivadores San Vicente de Chucurí



Fuente: Autores

Este grafico es bastante alentador pues muestra que el 93% de los cultivadores lleva más de 5 años trabajando en los distintos terrenos rurales del municipio, por tanto, los conoce y esto facilita trabajar en ellos, además el tiempo les ha permitido aprender las mejores fechas de cosechas, las épocas de mal clima, los tipos de plagas y demás.

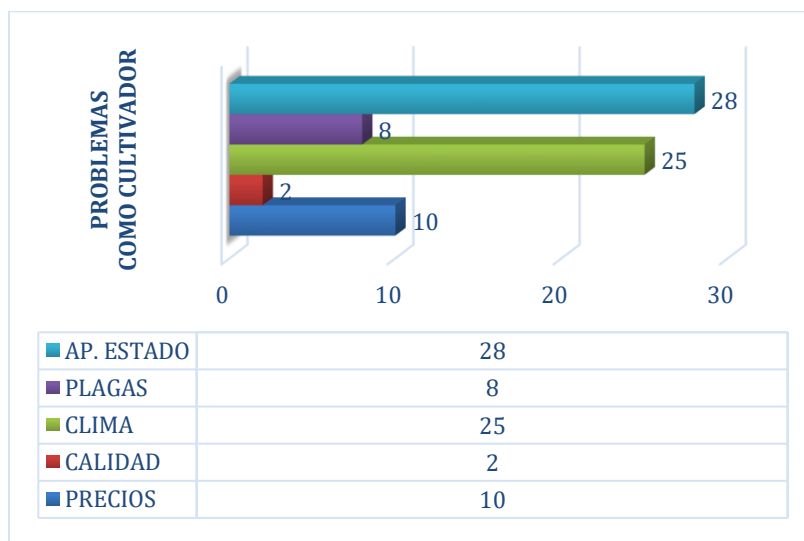
Gráfico 15. Naturaleza de predios de cultivadores San Vicente de Chucurí



Fuente: Autores

Contar con un predio propio facilita la toma de decisiones respecto a los terrenos, los cultivos, la materia prima, la parte legal y las mejoras, por esto y teniendo en cuenta que el 93 % de los cultivadores tiene predio propio; San Vicente se divide como un territorio idóneo para generar café con altos estándares de calidad.

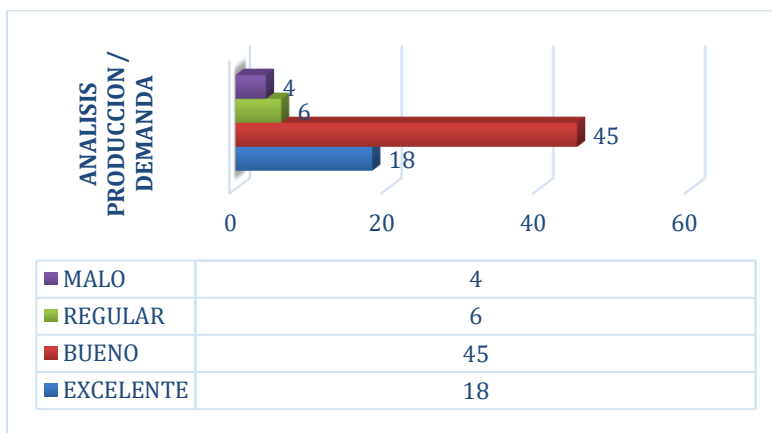
Gráfico 16. Problemas que afrontan los cultivadores San Vicente de Chucurí



Fuente: Autores

Respecto a los problemas que afrontan los cultivadores podemos ver que el principal es la falta de apoyo del estado con un 38%, en segundo lugar, el clima con 34% y en tercer lugar los precios de la competencia con un 14%.

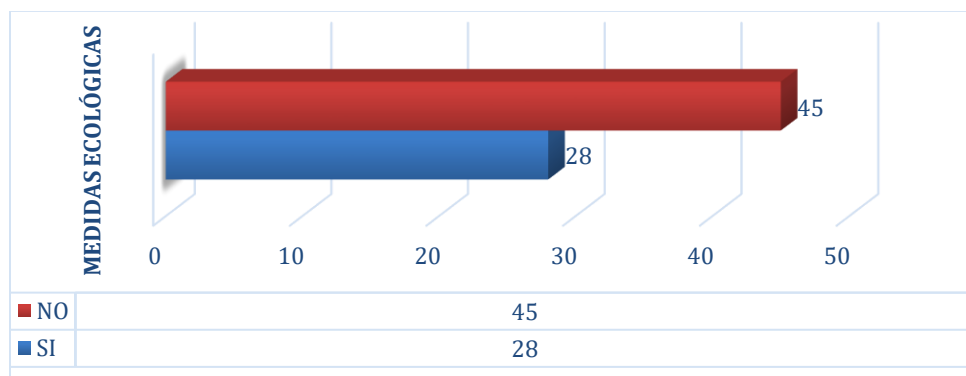
Gráfico 17. Perspectiva de cultivadores San Vicente de Chucurí respecto al nivel de producción/demanda



Fuente: Autores

En este grafico se aprecia que el nivel de confianza de los cultivadores es bastante alto; el 62% califico la producción de la región como buena y un 25% adujeron que era excelente.

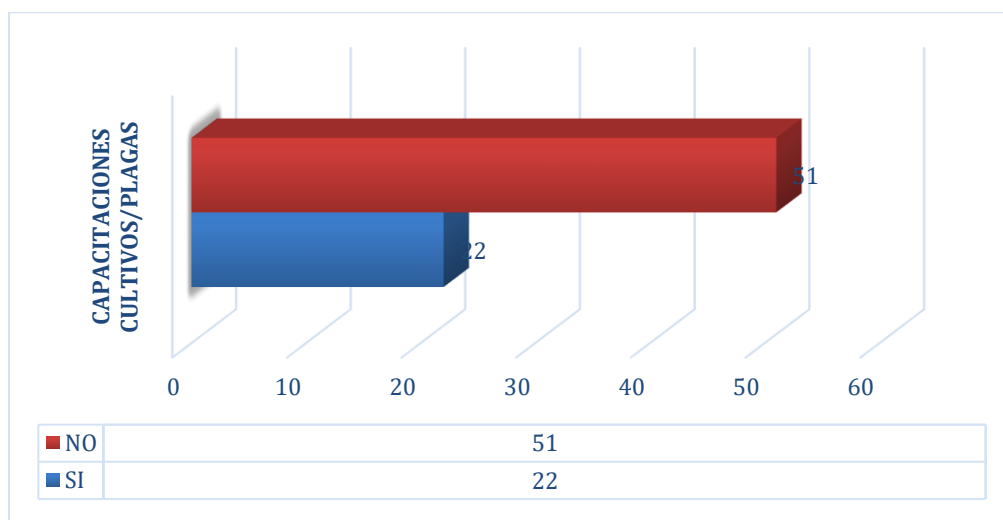
Gráfico 18. Uso de medidas ecológicas para realizar función como cultivadores San Vicente de Chucurí



Fuente: Autores

Nuevamente se visualiza la falta de capacitación de los cultivadores cuando el 62 % no usa medidas ecológicas para realizar su función.

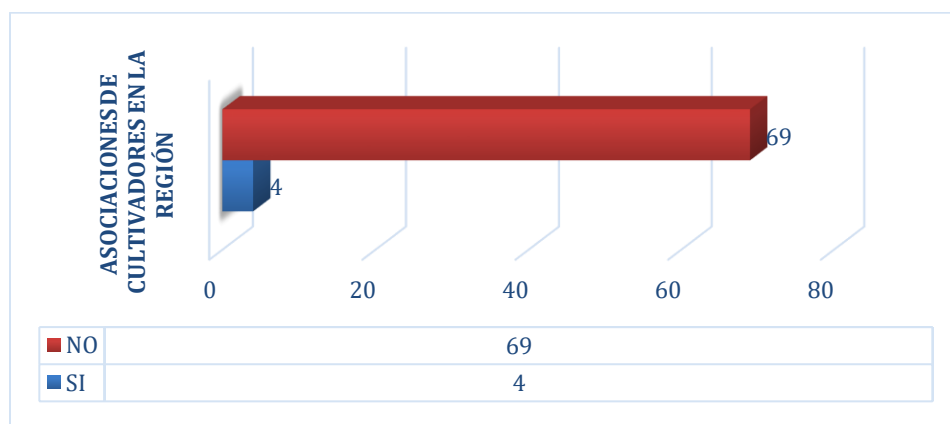
Gráfico 19. Capacitación en cultivadores San Vicente de Chucurí



Fuente: Autores

El 70 % de los cultivadores carece de una capacitación acerca del manejo de cultivo y plagas, un porcentaje bastante alto que dificulta la entrega de una materia prima con altos estándares de calidad.

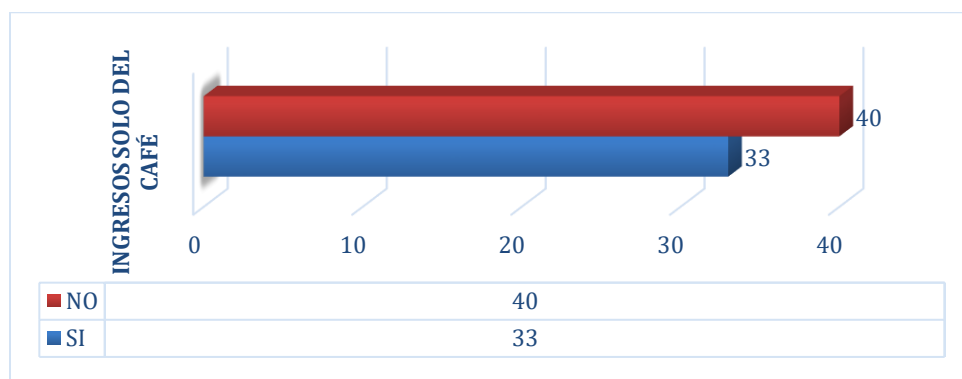
Gráfico 20. Asociaciones conformadas por cultivadores San Vicente de Chucurí



Fuente: Autores

Alarmante esta grafica en donde el 95% de los cultivadores indica que no existen asociaciones entre ellos como cultivadores, ni asociaciones cafeteras en la región.

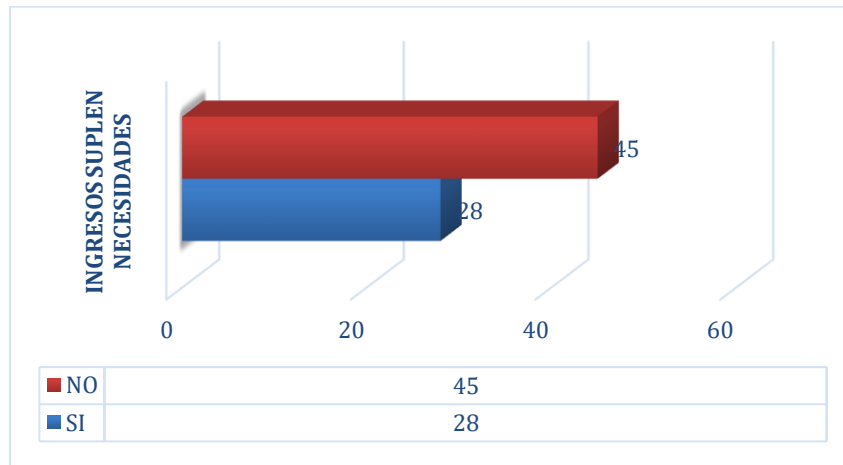
Gráfico 21. Asociaciones conformadas por cultivadores San Vicente de Chucurí



Fuente: Autores

En este grafico se visualiza que el 55% de los caficultores no solo obtienen ingresos del café si no del cultivo de otros productos como cacao y aguacates mientras que el 45% restante depende únicamente del café.

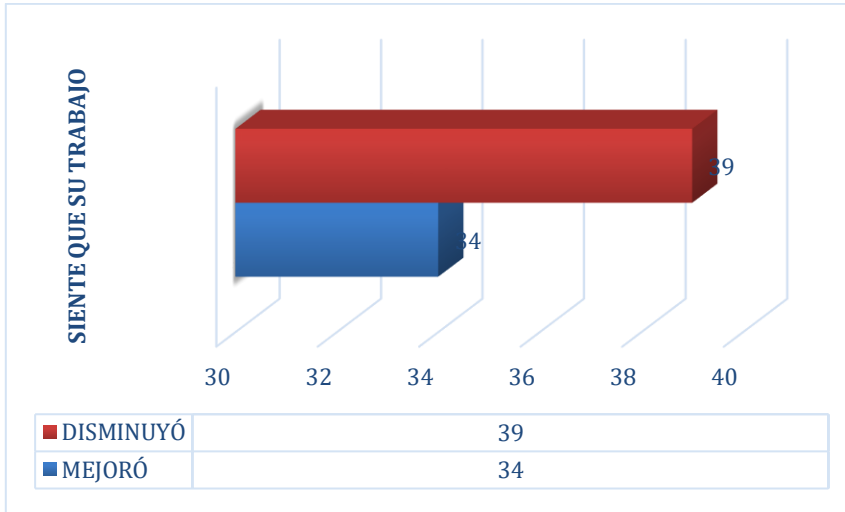
Gráfico 22. Sostenibilidad del café en San Vicente de Chucurí



Fuente: Autores

En este grafico se visualiza que el 66% de los caficultores encuestados no logran suplir sus necesidades con la rentabilidad que generan sus labores de cultivo de café. En cambio, el 34% afirma que con los ingresos obtenidos del café logran mantener un estilo de vida digna.

Gráfico 23. Estado laboral cultivadores San Vicente de Chucurí



Fuente: Autores

En este grafico vemos que el 53% de los cultivadores afirma que desde sus orígenes laborales a la actualidad su trabajo ha disminuido considerablemente mientras que el 47% que indico mejoras en su trabajo, también anexo que no han sido significativas.

ANALISIS GENERAL CULTIVADORES

Los resultados del cuestionario arrojan que el 80% de los cultivadores están en los rangos de edad de 18 a 55 años de edad, edad idónea y óptimas para trabajar.

Respecto al conocimiento de los terrenos y legalidad de los mismos el 93% de los caficultores en la región llevan más de 5 años dedicados a dicha actividad, además el 93% de ellos son propietarios de los respectivos predios estos dos puntos son muy favorables pues la antigüedad laboral les permite tener una perspectiva amplia del terreno respeto a sus bondades y dificultades y a su vez que sean dueños de sus predios les facilita la toma de decisiones con relación a los posibles cambios en los procesos de mejora requeridos para mejorar la producción aumentando la rentabilidad y generando un posicionamiento del producto de la región. Teniendo en cuenta estas cifras se puede constatar que Santander

es un departamento donde la tradición agricultora está fuertemente asentada y concentrada en el cultivo del café, que particularmente gracias a sus condiciones geográficas ha favorecido la proliferación de pequeños agricultores quienes subsisten de la venta de este producto, se asientan en sus fincas y constituyen una fuerza productiva clave en la economía regional aportando significativamente a la producción.

Dentro de las familias encuestadas el 55 % cuentan con otras fuentes de ingreso en sus cultivos además del café, entre ellas cabe destacar el cultivo de productos como cacao, plátano, aguacate y yuca que forman parte de los más representativos en el municipio; a su vez el 66% de encuestados manifestó que los ingresos obtenidos por concepto del café no son suficientes para garantizar el sustento de sus familias. Además, el 53% de encuestados afirma que en el último año su trabajo ha disminuido. Se aprecia entonces que no hay una especialización total en el municipio con respecto al cultivo del café a diferencia de las grandes regiones productoras de Colombia como el Eje Cafetero y Antioquia. San Vicente no es una región cafetera, pero si es un importante punto de acopio de cosechas.

Las principales problemáticas identificadas por los caficultores en esta encuesta se relacionan con 3 factores: Falta de apoyo del Estado, Cambio climático y Competencia en precios. El 86% de los caficultores están de acuerdo en que la intensa competencia que les generan las empresas que producen grandes lotes de materia prima, la cuales pueden disminuir sus precios de venta finales y la falta de apoyo del Estado han desencadenado la crisis cafetera. Respecto al clima los encuestados afirmaron que tuvo gran responsabilidad en la disminución de los procesos de cultivo; ya que como bien es conocido debido a su posición geográfica y astronómica San Vicente se ubica en la zona del trópico y es vulnerable a fenómenos como el Niño y la Niña que aumentan el nivel del mar produciendo inundaciones y en otros periodos del año unas fuertes sequías.

Tales consecuencias repercuten en la producción de café y otros cultivos generando escasez y fluctuaciones en los precios. A pesar de la difícil situación suscitada por la crisis, los campesinos se muestran optimistas y dispuestos a implementar prácticas que

contribuyan a mejorar su producción y estándares competitivos para combatir los efectos dejados por la crisis cafetera.

El 62% de los campesinos calificaron la producción de la región como buena y un 25% adjudicaron que era excelente. Los campesinos tienen confianza en el producto de su región porque son conscientes de la calidad con la cual se cultiva.

En materia de capacitación y agremiaciones existen todavía muchos baches debido a la falta de institucionalidad y preparación para consolidar una integración sólida entre los campesinos del municipio. Empezando porque el 75% de los cultivadores no ha realizado algún estudio después del bachillerato, el 70 % no se ha interesado por estudiar el producto que cultiva, el 70% no ha recibido alguna capacitación acerca de manejo de cultivo y plagas que permita generar un valor agregado en ellos como recurso humano que sería muy útil en los procesos cafeteros; por esta razón el 62% de los cultivadores no toma medidas ecológicas para cuidar la flora y devolver el impacto ambiental; pero a pesar de esto el 95% de ellos afirma tener un conocimiento medio-alto cuando se trata de café, esta seguridad tal vez generada en basada al empirismo con el que han llevado sus labores.

Es importante destacar que el 95% de la población encuestada dijo que no existen asociaciones sólidas de cultivadores de café en el municipio, es decir al ser familias tradicionalistas de cultivadores hay mucho arraigo y celo por sus tierras por lo cual muchos no consideran la integración como una opción viable para mejorar la productividad de sus cultivos.

1.2 ENCUESTA CONSUMIDORES

La encuesta para los consumidores consta de 17 preguntas relativas a su percepción sobre precios, producción y problemáticas en la población, esta información será de vital importancia pues permite conocer las necesidades y gustos de la demanda, además facilita el análisis junto a los resultados de la encuesta cultivadores para generar estrategias que plasmen alternativas de mejora precisas e idóneas que fortalezcan el sector cafetero en San Vicente de Chucurí.

FICHA TÉCNICA DE LA ENCUESTA

Naturaleza metodológica: Cuantitativa

Tipo de cuestionario: Estructurado

Ámbito Geográfico del Universo: San Vicente de Chucurí

Universo: Habitantes de San Vicente de Chucurí.

Tamaño de la muestra: 384

Margen de error: aprox. 0,05% para un Nivel de confianza de 95%.

Fecha de inicio de recolección de datos:

Fecha de finalización de la encuesta:

1. ¿Edad?

A	0 – 18 años	37
B	18 – 24 años	65
C	25 – 35 años	116
D	36 – 55 años	116
E	56 – 65 años	47
F	+ de 65 años	16

2. ¿Genero?

A	Masculino	165
B	Femenino	231

3. De 0 a 5 (donde 0 es poco o nada y 5 es mucho), ¿Qué tanto sabe de café?

A	0	46
B	1	41
C	2	106
D	3	120
E	4	50
F	5	34

4. ¿Hace cuánto toma café?

A	Hace 1 año o menos	57
B	Entre 1 y 5 años	57
C	Entre 5 y 10 años	39
D	Hace más de 10 años	191
E	No tomo café	53

Si su respuesta a la pregunta 4 fue la opción E (no tomo café), su encuesta finaliza aquí, muchas gracias por su colaboración.

5. Cuáles son las características que debe tener un café para considerarse de calidad

A	Aroma	94
B	Sabor	211
C	Marca conocida	30
D	Precio	24
E	Otros	10

6. ¿Por qué consume café?

A	Por costumbre	119
B	Por su rol como producto social	27
C	Por su poder de estimulación	57
D	Por su sabor y aroma	146

7. En qué momentos del día consume café

		1 taza	2 tazas	3 Tazas	4 tazas	Más de 4
A	Desayuno	230	60	40	20	0
B	Después de almuerzo	155	45	45	0	0
C	Durante la cena	70	10	2	0	0
D	Después de la cena	70	4	2	0	2

8. Su consumo de café en el último año aumentó, se mantuvo o disminuyó

A	Disminuyó 1 taza	46
B	Disminuyó 2 tazas	10
C	Disminuyó 3 tazas	6
D	Disminuyó 4 tazas	2
E	Se mantuvo	212
F	Aumentó 1 taza	20
G	Aumentó 2 tazas	15
H	Aumentó 3 tazas	15
I	Aumentó 4 tazas	23

9. Qué tipo de café consume y porqué

		Fácil de hacer	Sabor	Aroma	Costumbre	Precio
A	Café instantáneo	140	40	20	10	2
B	Café en grano	25	60	30	10	2
C	Café molido	40	70	45	20	3

10. Sabe cuál es el origen del café que consume

A	Nacional	258
B	Importado	27
C	No lo sabe	65

11. ¿Qué marca de café consume?

12. ¿Por qué elige esa marca?

A	Empaque	12
B	Origen	33
C	Precio	40
D	Recomendación de amigos / familiares	71
E	Sabor	180

13. ¿Qué tipo de preparación de café consume?

A	Expresso	144
B	Americano	72
C	Capuchino	51
D	Mocha	20
E	Otros	39

14. Al comprar el café, ¿Qué importancia le da al precio?

A	No importante	78
B	Poco importante	58
C	Medianamente importante	108
D	Importante	68
E	Muy importante	36

15. ¿Cada cuánto compra café?

A	2 veces por semana	61
B	1 vez por semana	95
C	1 vez cada 15 días	93
D	1 vez al mes	81
E	1 vez cada 2 meses	15

16. En qué tipo de presentación o empaque lo compra

A	Bote	110
B	Sobre	104
C	Bolsas de papel kraft	100
D	Bolsa aluminizada	27

17. De cuántas libras es el café que compra

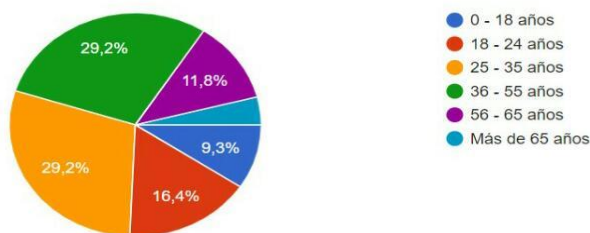
A	1 libra	213
B	2 libras	74
C	25 libras	0
D	Otros	48

ANALISIS

Gráfico 24. Edad de los consumidores

1. Edad

397 respuestas



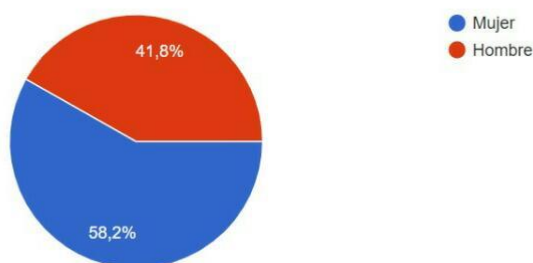
Fuente: Autores

En este grafico se contempla que el 75% de los consumidores son personas adultas de 18 a 55, en edad de trabajar. Edad laboral (2018) sustraído de <https://www.dane.gov.co/>

Gráfico 25. Género de los consumidores

2. Género

397 respuestas



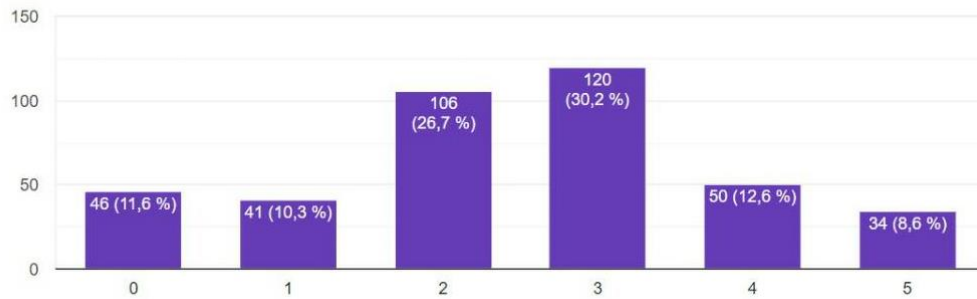
Fuente: Autores

En este grafico se muestra que el género de los consumidores está repartido de forma muy similar tanto hombres como mujeres, punteando ellas con un 58.2% de participación.

Gráfico 26. Conocimiento del café en consumidores

3. ¿Qué tanto sabe de café?

397 respuestas



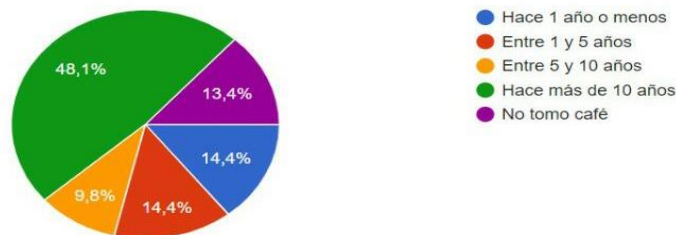
Fuente: Autores

En este grafico se analiza que el 59% de los consumidores tienen un conocimiento en café intermedio según sus opiniones, mientras un 11,6% afirma no saber nada del producto.

Gráfico 27. Tiempo como consumidor

4. ¿Hace cuánto toma café?

397 respuestas



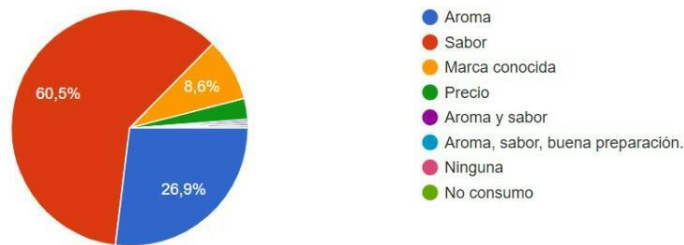
Fuente: Autores

En este grafico se puede ver que el 48.1% de los consumidores consumen café hace más de 10 años lo que muestra que un gran número de consumidores mantienen sus hábitos de consumo que el 13,4% afirma no consumir el producto.

Gráfico 28. Características de calidad del café según consumidores

5. Cuáles son las características que debe tener un café para considerarse de calidad

349 respuestas



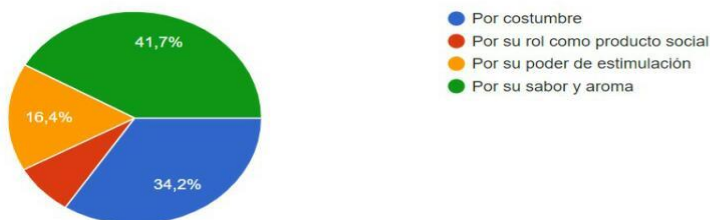
Fuente: Autores

El 60.5% de los consumidores indica que la característica que más se debe considerar para determinar la calidad del café es el sabor añaden que el aroma es el sello de un buen café, mientras un 26,9 % de encuestados coincide con que el aroma es crucial para determinar la calidad del café. Porcentajes inferiores afirman que la marca y el precio tienen que ver también en la calidad del café.

Gráfico 29. Razón que lo hace consumidor

6. ¿Por qué consume café?

348 respuestas



Fuente: Autores

El 41,7% de los encuestados consume café por su sabor y aroma, otro 34.2 % lo hace por costumbre y un 16,4% por su poder estimulante.

Gráfico 30. Hábitos de consumo

7. En qué momentos del día consume café



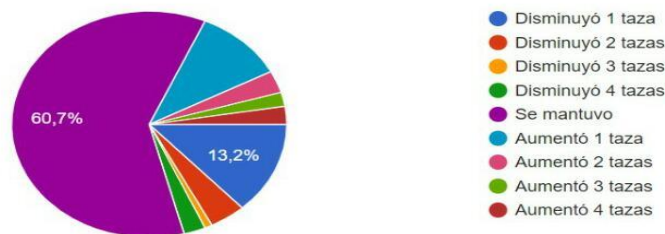
Fuente: Autores

En este grafico se puede determinar que el 90% de los consumidores son frecuentes con 4 tazas diarias de café y que el momento del día más apropiado para consumir café es el desayuno en donde se presenta los más altos índices de consumo.

Gráfico 31. Comportamientos de consumo en último año

8. Su consumo de café en el último año aumentó, se mantuvo o disminuyó

349 respuestas



Fuente: Autores

Esta circunferencia muestra que el 60.7% de los encuestados mantuvo su consumo de café en el último año y que el 13.2% disminuyó su consumo en una taza. El 21% de los encuestados realizo algún aumento es su consumo y el 5.1 % restante disminuyó dos tazas o más su consumo.

Gráfico 32. Razones de las preferencias de consumo

9. ¿Qué tipo de café consume y por qué?



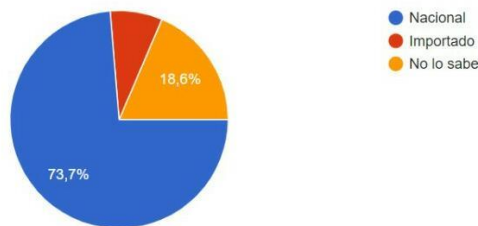
Fuente: Autores

En este grafico se puede determinar que la preferencia de los consumidores respecto al tipo de café es el café instantáneo con un 41 % por su forma fácil de preparar, luego el café molido con un 34% por su sabor y finalmente el café en grano con un 25% por su sabor.

Gráfico 33. Conocimiento del origen del café de preferencia.

10. Sabe cuál es el origen del café que consume

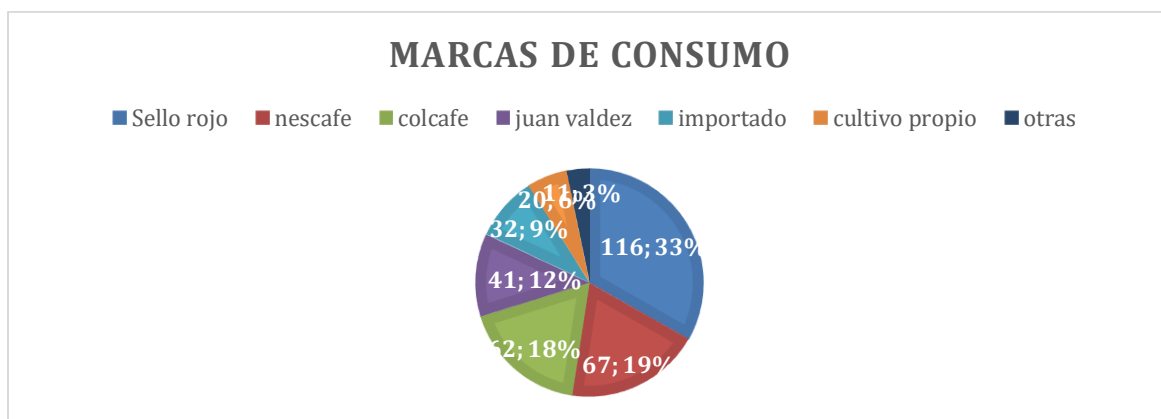
350 respuestas



Fuente: Autores

El 73.7% de los consumidores sabe que el origen del café que consume es nacional, mientras solo un 7.7 % consume café importado. El 18.6 % de los encuestados no sabe el origen del café que consume.

Gráfico 34. Marcas de preferencia



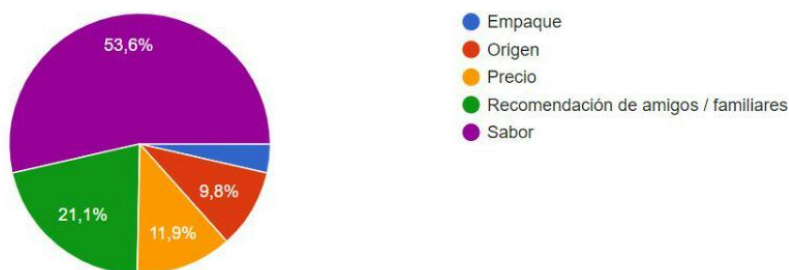
Fuente: Autores

La marca más consumida es sello rojo con un 33% de participación, seguido de nescafe y colcafe con 19% y 18 % de participación respectivamente. El 81% de los encuestados consume café nacional,

Gráfico 35. Característica principal de la marca de preferencia

12. ¿Por qué elige esa marca?

336 respuestas



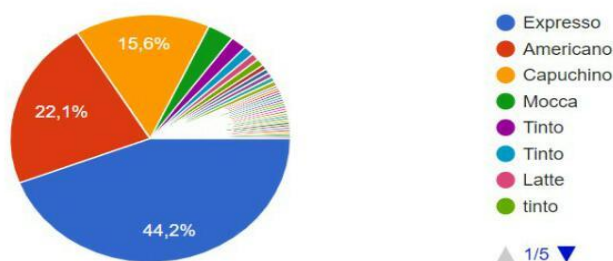
Fuente: Autores

El 53.6% de los consumidores elige la marca que consume por su sabor y presta poca atención al empaque.

Gráfico 36. Preferencias de consumidores respecto a las formas de preparación de café

13. ¿Qué tipo de preparación de café consume?

326 respuestas



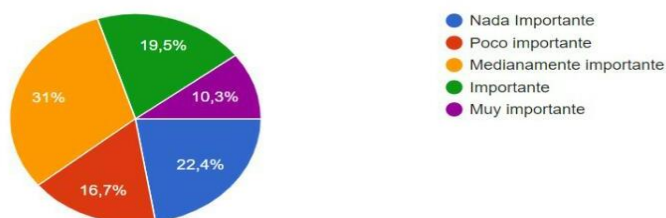
Fuente: Autores

El 44.2% de los consumidores prefiere consumir café expreso y determinan que es la mejor de sus versiones, pero el café americano 22.1% y el capuchino 15.6%, también son tenidos en cuenta cuando de formas de preparación se trata. Otro 18.1 % prefiere una forma distinta de preparación como el latte, tinto, mocca y entre otros..

Gráfico 37. Importancia del precio al momento de compra.

14. Al comprar el café, ¿Qué importancia le da al precio?

348 respuestas



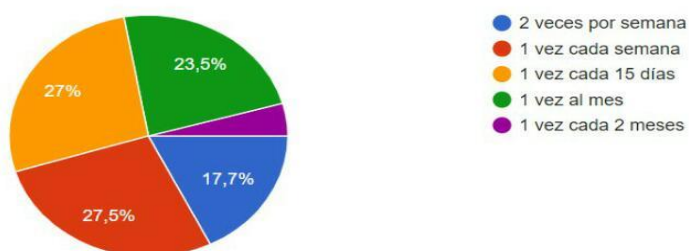
Fuente: Autores

El 70.1% de los consumidores no le da relevancia al precio del café, mientras que el 29.9% consideran que el costo de el mismo es importante o muy importante.

Gráfico 38. Comportamiento de compra de los consumidores

15. ¿Cada cuánto compra café?

345 respuestas



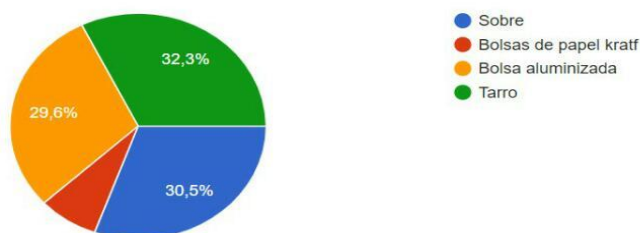
Fuente: Autores

Esta grafica muestra valores muy similares en tres de sus ítems y permite afirmar que los consumidores compran el producto principalmente semanal 27.5%, quincenal 27% y mensualmente 23.5% respectivamente. También se puede decir que el 95.7% de los consumidores compran café en un lapso no mayor a un mes.

Gráfico 39. Preferencias de empaque de los consumidores

16. En qué tipo de presentación o empaque lo compra

341 respuestas



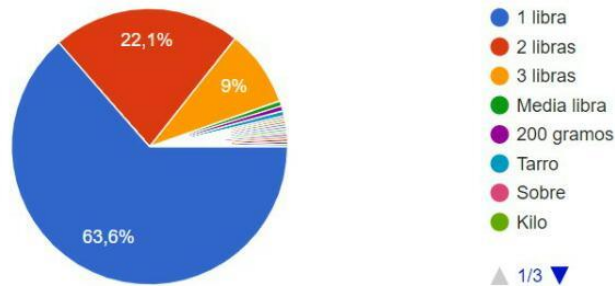
Fuente: Autores

Esta grafica muestra valores muy similares en tres de sus ítems y permite afirmar que los consumidores cuando se trata del embalaje del producto prefieren presentaciones en tarro 32.3%, sobre 30.5% y bolsas aluminizadas 29.6% también vemos que el embalaje que menos usan son las bolsas de papel kratf 6.6%.

Gráfico 40. Preferencias de tamaño de compra de los consumidores

17. De cuántas libras es el café que compra

335 respuestas



Fuente: Autores

Esta grafica permite observar que los consumidores prefieren comprar café por libras con un 63.6%de participación mientras el resto de los encuestados compra presentaciones de dos libras o más.

ANALISIS GENERAL CONSUMIDORES

En los resultados se puede ver que el 75 % de los consumidores son personas adultas de 18 años en adelante, también se analiza que, con una diferencia pequeña, la mayoría son mujeres 58 además un 59% de encuestados afirma tener un conocimiento intermedio en temas de café. El 48.1% consume café hace más de 10 años, por lo general, el consumo diario del 90 % de los encuestados es de 4 tazas y para el 60.7 % de personas de la muestra la cantidad de consumo se mantuvo en el último año; estas cifras permiten ver que la demanda de consumo es fija, bastante y constante.

El 60.5% de encuestados consideran que la característica principal para que el café cumpla con estándares de calidad es el sabor, otro 26.9% asegura que es su aroma. Las razones principales por la que consumen el producto son sabor/aroma y costumbre con un 41.7 %

y 34.2 % respectivamente; esto nos advierte que se deben concentrar los esfuerzos en producir un café de calidad con rico sabor y aroma.

Respecto a los tres tipos de café contemplados en la encuesta, las personas prefieren consumir el café instantáneo 41% porque su preparación es sencilla y no requiere mucho tiempo, pero cuando consumen café molido 34% o en grano 26% lo hacen por su sabor.

En materia de preparaciones con café las favoritas son Espresso siendo la principal, americano y Capuchino, un 18.1 % prefiere otras preparaciones entre las cuales se destaca mocha, late, frappe, entre otros, esto ayuda a los cultivadores y pequeñas empresas a determinar el tipo la producción de acuerdo a las necesidades y requerimientos de consumo.

73.3% de los consumidores sabe que el café que consume es de origen Nacional, las marcas favoritas son sello rojo de puntera con 33% seguida de nescafé 19% y colcafé 18%, solo un 11.3% consume café importado y un 88.7 % consume nacional de alguna marca o de su propia cosecha. La razón principal por la que las personas deciden comprar la marca que consume es por sabor 53.6%. Esta información reitera que la demanda de consumo es bastante amplia y con un crecimiento progresivo alto y que además el sabor es indispensable en cada cosecha.

En el momento de comprar el 71.1 % de usuarios le presta poca atención al precio y lo hacen semanal 25.5% quincenal 24% o mensualmente 23.5, esto permite deducir que el 95.7% de personas compra café por lo menos 1 vez al mes y prefieren en cuanto a tamaño la opción de libra 500gr, en cuanto la presentación y embalaje los gustos son diversos, tarro 33.3 % sobre 30.2 % o bolsa aluminizada 29.6 %. Esto le permite al cultivador concentrarse en la calidad del producto y además saber que tamaño producir más y que presentaciones son idóneas.

5. MATRIZ DOFA

MATRIZ DOFA ESTRATEGIAS

	FORTALEZAS	ASPECTOS POR MEJORAR
	1.La calidad del producto por muchos años se ha mantenido, haciendo de ello atractivo el negocio del café para el nicho de mercado exigente.	1. Aprendizaje empírico y poco tecnificado en los procesos de la producción de café.
	2.El suelo, la temperatura, la precipitación atmosférica y la altitud son estas las condiciones climáticas que permiten que Colombia sea el mayor productor	2.La falta de investigación en los mercados disminuye la venta total de la producción realizada por los agricultores
	3. Los constantes proyectos del gobierno con las madres cabezas de familia hacen que puedan generar sostenibilidad en su hogar.	3.La deficiencia tecnológica para la producción por falta de dinero hace productos de una calidad muy regular y sin lograr competir
	4.El café se puede recoger durante todo el año sin perder tiempo o esperar periodos largos para sacar cosechas	4.Falta de interés para generación de nuevos productos especiales con sus gran variedad que hay por ofrecer
	5. Obtención de personal productivo con excelentes técnicas del servicio para fidelización del cliente.	5. Falta de cuidados en la fertilización, recolección, molido, entre otras labores afectando la calidad del producto.
	6. Producto orgánico de alto desarrollo cultural con gran demanda que cada vez hace más competente la producción cafetera.	6. Poca organización empresarial dificultando la asistencia técnica, proceso, financiamiento y calidad del grano.
	7. Estandarización de procesos productivos cafeteros que estratégicamente cumplen con la demanda nacional e internacional.	7. Poco reconocimiento de marcas cafeteras.
OPORTUNIDADES	ESTRATEGIAS	ESTRATEGIAS

1. Café cerró el 2019 con la mejor y mayor producción en 25 años terminando el año con 14,8 millones de sacos. https://www.dinero.com/pais/articulo/produccion-de-cafe-cafe-colombiano-cerro-2019-con-la-mayor-produccion-en-25-anos/280770.	(F4;O1) Teniendo en cuenta la etapa productiva de café que se puede dar todo el tiempo se debe hacer un análisis PHVA para cumplirle a la demanda en todos los meses del año incrementando notoriamente la producción y ventas de este producto generando mayor economía. Con este estudio podemos hacer un análisis profundo del mercado de la necesidad de la demanda y la planeación en la producción. (F1;O1) Aprovechando la gran demanda del producto y la calidad que aborda por toda su trazabilidad se plantea un mayor control en negocios que ayuden a la inclusión de generar la fidelización de los clientes, si hay clientes fieles el incremento de la producción no se ve afectada.	(D4;O1) Realizar un estudio de mercado para establecer la rentabilidad que me genera participar activamente en la innovación con café especial que sean atractivos para el consumidor. (D7;O1) Generar BTL (Serie de técnicas y practicas publicitarias que intenten crear nuevos canales de comunicación entre la marca y el consumidor)
2. La reinserción de la FARC ayudan a generar un cambio en la actividad económica haciendo algo de manera legal y contribuyendo al comercio cafetero lo cual llamaron el café de la paz. k/nacion/articulo/el-cafe-de-la-paz-la-experiencia-de-desmovilizados-sembrando-cafe/619264.	(F3;O2) Crear una asociación de campesinos caficultores del municipio en conjunto con la alcaldía para gestionar recursos del gobierno y que este vínculo contribuya a la inversión de capital para innovar y sacar provecho de las tierras cafeteras. (F4;O2) Generar un cambio con las personas reinsertadas para que contribuyan a la producción cafetera por medio de un continuo aprendizaje a la mano de obra que permanentemente se dedica a producir y sacar provecho a estas tierras.	(D3;O2) Estandarización de productos crean un sistema de control permanente que beneficia el sector. (D1;O2) Capacitar efectivamente el personal y obtener certificaciones BPA (Buenas prácticas agrícolas)

3. San Vicente de chucuri quiere renovación y variedad en los cultivos de café para generar mayor ingreso. https://www.vanguardia.com/santander/barrancabermeja/san-vicente-busca-apostar-le-a-la-renovacion-de-cultivos-de-cafe-DWVL37621.	(F5;O3) Incrementar los ingresos sin tanta inversión es lo que necesitan los cultivadores lo cual se podría lograr complementando el cultivo de café con la producción de otro producto que genere ingreso y así puedan renovar tierras envejecidas y aprovechar el mismo territorio. (F2;O3) Innovar en productos hace implementar un análisis de mercado que permita determinar la necesidad de la demanda teniendo en cuenta las condiciones de cultivo y de ella sacar variedad de productos.	(D4;O3) Participar en eventos, ferias entre otros hace llamativo el sector cafetero para mostrar la gran variedad de productos que se pueden explotar de las tierras santandereanas. (D2;O3) Crear una marca que tenga un factor diferenciador aportando al reconocimiento fácil con ello generando la identidad propia cafetera.
4. San Vicente tiene a forestal nueva marca de café artesanal, iniciada por un empresario santandereano con los mejores cafés por su calidad y sabor. https://www.vanguardia.com/economia/negocios/forestal-cafe-artesanal-con-aroma-santandereano-YB1434320.	(F1;O4) Café forestal es una clara implementación de innovación por productores de san Vicente de chucuri que impulsa la economía con sus propios recursos naturales, brindando excelentes productos y gran variedad. (F4;O4) Esta marca santandereana aprovecho el plus de producción en todo el año ejecutando un plan de acción que permita la siembra y cosecha en tierras fértiles y productivas.	(D7;O4) Aperturas de tiendas cafeteras para tratar de abarcar lo que más se pueda del mercado, dándole la oportunidad a pequeños productores del municipio de san Vicente de chucuri dar a conocer la calidad de su producto, sus variedades y productividad eficiente.
5. San Vicente de chucuri ingresa a la producción sostenible. Se entregaron equipos modernos para el procesamiento ecológico del café y el sistema agroforestal, entre otros. http://santander.gov.co/index.php/actualidad/item/3930-san-vicente-de-chucuri-entra-a-la-produccion-agropecuaria-sostenible.	(F5;O5) Se propone incursionar en equipos modernos que generan procesos más rápidos y eficientes obteniendo mejor calidad en los productos y mayor estandarización de los mismos. (F3;O5) Para poder acceder al plan de gobierno que apoya a los campesinos productores de café con proyectos de inversión se propone crear vínculo con el gobierno por medio de un caficultor que represente las necesidades de los campesinos en la alcaldía con ello se podría implementar la tecnificación que facilite la labor y aumente la productividad.	(D3;O5) Compra de maquinaria necesaria para la eficiente productividad del sector cafetero. (D5;O5) Creación de una asociación de inversión que beneficie la producción de calidad y cantidad.
AMENAZAS		

1. Las amenazas contra el café por el poco dinero que se dan para producir y cosechar por parte del gobierno, aunque hay ayudas no son suficientes. https://proexpansion.com/es/articulos_oe/2201-las-amenazas-contra-el-cafe.	(F5;A1) Se recomienda la implementación de programas que cohesionen a las familias productores de café y les sea una actividad sostenible. (F6;A1) Iniciar un plan de mejora continua en todos los procesos de producción acercándonos cada vez más a la forma adecuada de poner a funcionar efectivamente la producción cafetera podemos invertir	(D1;A1) Optimizar el capital aportado por el gobierno para capacitar y obtener el bienestar laboral para los trabajadores. (D3;A1) Garantizar por medio de un sistema de capacitación las buenas prácticas agrícolas.
2. Hay retos que deben enfrentar los productores de café por el mal pago a sus trabajadores siendo una tierra relativamente rica para producir. https://www.perfectdailygrind.com/2017/05/cuales-son-los-principales-retos-que-enfrentan-los-productores/.	(F3;A2) Promover la participación de la mujer en todos los procesos productivos y administrativos de la unidad cafetera. (F5;A2) Crear un sistema de beneficio mutuo acorde a las tendencias y épocas productivas de la región.	(D1;A2) Motivar a colaboradores y productores a que sean parte de la asociación que genera talleres de benefician la comunidad cafetera. (D5;A2) Generar actividades lúdicas que contribuyan al aprendizaje de producción con ello al buen pago de los trabajadores productores de café.
3. La amenaza que se viene sobre el café hacia los consumidores y cultivadores es grande ya que tendrán que pagar más por un sabor diferente. https://www.bbc.com/mundo/reesources/7a4e3532-6a53-490f-8cee-79574966791c.	(F2;A3) Debido al calentamiento climático se reducen las tierras disponibles para el cultivo, si tenemos un apalancamiento que genere que los cambios climáticos no afecten nuestro proceso cafetero logrando así la mayor eficiencia en las tierras. (F7;A3) Garantizar la supervisión en cada proceso productivo que agregue valor y eliminar mudas para mayor efectividad.	(D6;A3) Contribuir a mejorar los procesos educativos de la comunidad cafetera apoyando rigurosamente las condiciones de salud y trabajo a los colaboradores del gremio cafetero con ello llevando el control de calidad y crecimientos significativos que logren el reconcomiendo del buen café colombiano.
4. Cultivadores de san Vicente de chucuri se ven afectados por el cierre de las vías, afectando la distribución a otros municipios, teniendo pérdidas de 200 hectáreas y posibles peligros en producción. https://www.opinioncaribe.com/2017/11/23/cultivadores-de-san-vicente-de-chucuri-afectados-por-el-cierre-de-la-via/.	(F4;A4) Crear alianzas con productores cafeteros de la región e invertir en mejorar las vías hace crear una asociación que busque el bien común. (F7;A4) Generar un plan de acción que promueva el progreso de la producción cafetera con incentivos, motivaciones a la clase obrera, con proyectos estratégicos que organicen la comunicación entre productores y cliente.	(D6;A4) Gestionar proyectos que mejoren la infraestructura de la comunidad impulsando al desarrollo y a la organización empresarial del sector cafetero consolidando un modelo de administración innovador y eficiente que permita fortalecer las competencias de calidad del producto.

5. Caficultores esperan soluciones a su difícil situación en la infraestructura ya que están en un mal estado y a parte una difícil situación financiera.
<https://www.eltiempo.com/colombia/medellin/caficultores-en-el-suroeste-de-antioquia-esperan-soluciones-a-su-aituacion-457636>.

(F6;A5) Desarrollar e implementar esquemas que generen valor agregado a la producción cafetera, incursionando en posiciones la variedad de sabores y aromas del café.

(F4;A5) Crear acuerdos con entidades que se benefician directa o indirectamente con la producción cafetera para la inversión de aplicación de la infraestructura y abarcar mayor cantidad el mercado.

(D2;A5) Convocar a frecuentes reuniones entre los cafeteros para analizar el mercado y poder provisionar venta hace que el gremio se adapte a las necesidades del consumidor.

(D4;A5) Por medio de OPL aclarar procesos de producción logrando una diferenciación dentro del sector cafetero.

6. CONCLUSIONES

- Se requiere un plan de capacitación para consolidar los procesos y lograr los objetivos a corto, mediano y largo plazo. Por tal motivo, trabajar en el desarrollo del capital humano es vital para que por medio del personal, se puedan obtener ventajas competitivas adicionales y establecer nuevas estrategias sobre los productos o servicios. Por lo tanto, la capacitación es una de las grandes inversiones que una empresa cafetera puede hacer para potenciar el desarrollo de su personal y lograr los objetivos de la organización, puesto que si una entidad no avanza de forma pareja sufrirá consecuencias como estancamiento, retroceso o imposibilidad para competir en el mercado.
- Los cultivadores carecen de preparación y capacitación cuanto mayor sea el grado de formación y preparación del personal, más alto será su nivel de productividad, ya que les permite planear, mejorar y realizar de manera más eficiente sus actividades, en colaboración con los demás integrantes de la organización; por lo tanto, es relevante constituir un equipo de trabajo de alto rendimiento y realizar una labor profesional con los mejores estándares de calidad.
- La falta de socialización, capacitación y apoyo por parte del Estado hacia los caficultores del municipio ha afectado la productividad y la competitividad de las Pymes. Las pequeñas y medianas empresas no se sostienen si no que subsisten por la falta de oportunidades que brinda el Estado para que las empresas logren sostenerse en el tiempo con el fin de que sean productivas y competitivas y no se pongan en riesgo de quedar fuera de competencia. Por lo tanto, no cuentan con acceso a préstamos financieros, claves para su crecimiento y desarrollo, y tiene altos costos en los intereses. Además, la mayoría de ellas presentan educación financiera limitada y basan sus decisiones en personal con poco conocimiento del tema. Hay una gran falta de apoyo no solo por parte del Estado sino también de las grandes empresas que reflejan su falta de interés y de responsabilidad social con las Pymes. Finalmente, los gremios deben estar dispuestos a trabajar en políticas que apoyen realmente a las pequeñas empresas.

7. RECOMENDACIONES

- Se propone la realización de jornadas de socialización y capacitación gratuitas por parte de ingenieros agrónomos y ambientales para brindar a los campesinos mecanismos que les permitan mejorar sus prácticas de cultivo, control de plagas y conocimiento de la materia prima.

Promover la integración a nivel comunitario entre los campesinos de la zona formando clústeres que ayuden a ser más competitivos en precios e implementar tecnología en sus procesos de producción para obtener un café tipo exportación y partiendo de allí, se forme la primera asociación de cafeteros en la región.

- Realizar campañas de concientización para promover el consumo del café regional con el fin de aprovechar la gran capacidad de cosecha y rendimiento que tienen los cultivos de la zona.
- Realizar un estudio de suelo para determinar las bondades y dificultades de los terrenos para poder pronosticar fechas de cultivo que no se vean afectadas por los fenómenos naturales
- Clasificar la producción y centrarse en mantener alto stock de las presentaciones y tamaños con más demanda.

8. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aguilar, L. (2003). Crisis Del Café Y El Desarrollo Regional. *Cuadernos de Economía*, 22(38), 239-272. Recuperado de http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0121-47722003000100010&lng=en&tng=.
- Alarcón, M. (24 de junio de 2017). Historia del Café [Entrada de Blog]. Recuperado de <http://mariella30blog.blogspot.com.co/2017/06/historia-del-el-cafe-es-una-de-las.html>
- Alcaldía San Vicente de Chucuri. (2017). www.sanvicentede-chucuri-santander.gov.co. Obtenido de <http://www.sanvicentede-chucuri-santander.gov.co/index.shtml#3>
- Arcila, J., Farfán, F., Moreno, A., Salazar, L., & Hincapié, E. (2010). Crecimiento y desarrollo de la planta de café. En *Sistemas de Producción de café en Colombia*. (pp. 21-60) Recuperado de <http://www.cenicafe.org/es/documents/LibroSistemasProduccionCapitulo2.pdf>
- Cárdenas, J. (2013). *Colombia y la Crisis Cafetera Internacional*. 3-6 Recuperado de <https://www.federaciondecafeteros.org/static/files/Cardenas%20-%20Colombia%20y%20la%20crisis%20cafetera%20internacional.pdf>
- Departamento Nacional de la Planeación, (DNP 2018). Las 20 metas del Pacto por Colombia, pacto por la equidad. Recuperado de <https://www.dnp.gov.co/DNP/Paginas/Metas-del-Plan-Nacional-de-Desarrollo-2018-2022.aspx>
- Federación Nacional de Cafeteros. (FNC 2009). Informe Comités Departamentales. *Comité Departamental de Cafeteros de Santander*, 129-139. Recuperado de <https://www.federaciondecafeteros.org/static/files/Santander09.pdf>
- Federación Nacional de Cafeteros. (FNC 2010). Nuestras Regiones cafeteras. Recuperado de http://www.cafedecolombia.com/particulares/es/la_tierra_del_cafe/regiones_cafeteras/
- Federación Nacional de Cafeteros. (FNC 2017). www.federaciondecafeteros.org. Obtenido de https://www.federaciondecafeteros.org/clientes/es/nuestro_cafe/el_cafe_de_colombia/

Federación Nacional de Cafeteros. (FNC 2018). Informe del Gerente. *86 Congreso Nacional de Cafeteros*. Recuperado de https://federaciondecafeteros.org/static/files/Periodico_IGG2018.pdf

Federación Nacional de Cafeteros. (FNC 2019a). La Política Cafetera 2010-2014. *Ensayos sobre Economía cafetera*, 30(1), 14. Recuperado de https://federaciondecafeteros.org/app/uploads/2019/12/Econom%C3%ADa-Cafetera-No.-30_Web.pdf

Federación Nacional de Cafeteros. (FNC 2019b). La Política Cafetera 2010-2014. *Ensayos sobre Economía cafetera*, 30(1), 15. Recuperado de https://federaciondecafeteros.org/app/uploads/2019/12/Econom%C3%ADa-Cafetera-No.-30_Web.pdf

Flórez, J. (2017). Sector Cafetero. Recuperado de <https://es.scribd.com/document/148238776/Sector-Cafetero>

Federación Nacional de Cafeteros. (FNC 2019a). La Política Cafetera 2010-2014. *Ensayos sobre Economía cafetera*, 30(1), 14. Recuperado de https://federaciondecafeteros.org/app/uploads/2019/12/Econom%C3%ADa-Cafetera-No.-30_Web.pdf

Infocafe.es (2016) Principales consumidores de café del mundo. Recuperado de <https://www.infocafe.es/cafe/principales-consumidores-cafe.php>

Lora, E. (3 de mayo de 2015). Los caficultores pagan demasiados impuestos. [Entrada de Blog] Recuperado de <http://www.dinero.com/edicion-impresa/opinion/articulo/impuestos-deben-pagar-caficultores-colombia/206460>

Mejía, R. A. (2016). *Incidencia de la baja productividad cafetera en las familias en el área rural del corregimiento de Altagracia del municipio de Pereira*. (Trabajo de grado). Universidad Tecnológica de Pereira, Pereira, Colombia. Recuperado de <http://repositorio.utp.edu.co/dspace/bitstream/handle/11059/7393/33817373M516.pdf?sequence=1>

Ocampo, O., y Álvarez, L. (2017). *Tendencia de la producción y el consumo del café en Colombia*. DOI: <https://doi.org/10.19053/01203053.v36.n64.2017.5419>

Perdomo, J. A., Hueth, D., & Mendieta, J. C. (2005). *Factores que afectan la eficiencia técnica en el sector cafetero colombiano: análisis envolvente de datos*. Recuperado de

<https://www.federaciondecafeteros.org/static/files/4.Factoresafectaneficienciai%C3%A9cnicaSectorcafeterocolombiano.pdf>

Red de Información y Comunicación del Sector Agropecuario de Colombia [AGRONET] (2015). *Evaluaciones Agropecuarias Municipales*. Recuperado de <http://www.agronet.gov.co/Documents/Santander.pdf>

Superintendencia Industria y Comercio. (SIC 2012). Estudio del Sector del Café en Colombia. *Estudios Económicos sectoriales*, 5, 10 -11, Recuperado de https://www.sic.gov.co/recursos_user/documentos/Estudios-Academicos/Documentos-Elaborados-Grupo-Estudios-Economicos/5_Estudio_Sobre_Sector_Cafe_Colombia_Diciembre_2012.pdf

Quito, J. C. (2011). *Procesamiento del café orgánico*. Universidad Nacional Hermilio Valdizan. Recuperado de <https://es.scribd.com/doc/71806309/Trabajo-Sobre-Cafe>

SIAP. (2016). <http://www.campomexicano.gob.mx/>. Recuperado de http://www.campomexicano.gob.mx/portal_siap/Integracion/EstadisticaBasica/Agricultura/Normatividad/caracteristicasN.htm

9. ANEXOS

1. ENCUESTA CULTIVADORES (POBLACIÓN FINITA)

$$n = \frac{N \times Z_a^2 \times p \times q}{d^2 \times (N - 1) + Z_a^2 \times p \times q}$$

En donde

N = tamaño de la población

Z = nivel de confianza,

P = probabilidad de éxito, o proporción esperada

Q = probabilidad de fracaso

D = precisión (Error máximo admisible en términos de proporción).

PARAMETRO	VALOR	Nivel de confianza	Z Valor crítico
N	14242	90%	1.645
Z	1.96	95%	1.96
P (95%)	0.95	98%	2.32
Q (5%)	0.05	99%	2.57
D (5%)	0.05		

n: 72.62 --- 73

El día de hoy estamos realizando una encuesta para conocer los hábitos de cultivo del café y determinar algunas causas que impiden el crecimiento de este producto en la región, le solicitamos contestar las diferentes preguntas, nos ayudará a obtener los mejores resultados.

NOMBRE: _____

1. ¿Edad?

A	0 – 18 años	
B	18 – 24 años	
C	25 – 35 años	
D	36 – 55 años	
E	56 – 65 años	

F	+ de 65 años	
----------	--------------	--

2. ¿Cuál es su grado de escolaridad?

A	Primaria	
B	Bachiller	
C	Técnico	
D	Tecnólogo	
E	Profesional	

3. De 0 a 5 (donde 0 es poco o nada y 5 es mucho), ¿Qué tanto sabe de café?

A	0	
B	1	
C	2	
D	3	
E	4	
F	5	

4. ¿Ha realizado algún estudio o curso que tenga que ver con el café?

A	Sí	
B	No	

5. ¿Desde hace cuánto tiempo cultiva usted café en esta región?

A	Entre 1 y 5 años	
B	Entre 5 y 10 años	
C	Mas de 10 años	

6. El predio es:

A	Arrendado	
B	Propio	

7. ¿Cuál ha sido el mayor problema que ha enfrentado como cultivador de café?

A	Precios	
B	Calidad	
C	Clima	
D	Plagas	
E	Falta de apoyo del Estado	

Otro:

Cual?? _____

8. ¿Cómo calificaría el nivel de producción de café en el municipio con relación a la demanda?

A	Excelente	
B	Bueno	
C	Regular	
D	Malo	

9. ¿Cómo cultivador, usted toma medidas ecológicas para cuidar el medio ambiente?

A	Sí	
B	No	

10. ¿Han recibido alguna capacitación acerca del manejo de los cultivos y sus plagas?

A	Sí	
B	No	

11. ¿Existen actualmente asociaciones conformadas por cultivadores de café en la región?

A	Si	
B	No	

12. ¿Sus ingresos los obtiene solo del café?

A	Si	
B	No	

13. ¿Los ingresos que obtiene por medio del café actualmente suplen sus necesidades y las de su familia?

A	Si	
B	No	

14. Desde que empezó como agricultor de café siente que su trabajo:

A	Ha mejorado	
B	Ha disminuido	

2. ENCUESTA CONSUMIDORES (POBLACIÓN INFINITA)

$$n = \frac{Z_a^2 \times p \times q}{d^2}$$

En
Z = nivel de confianza,
P = probabilidad de éxito, o proporción esperada
Q = probabilidad de fracaso
D = precisión (error máximo admisible en términos de proporción)

PARAMETRO	VALOR	Nivel de confianza	Z Valor crítico

Z (95%)	1.96	90%	1.645
P (50%)	0.5	95%	1.96
Q (50%)	0.5	98%	2.32
D (5%)	0.05	99%	2.57

n: 384.16 --- 384

El día de hoy estamos realizando una encuesta para conocer los hábitos de consumo del café y el perfil del consumidor, le solicitamos contestar las diferentes preguntas, nos ayudará a obtener los mejores resultados.

NOMBRE: _____

1. ¿Edad?

A	0 – 18 años	
B	18 – 24 años	
C	25 – 35 años	
D	36 – 55 años	
E	56 – 65 años	
F	+ de 65 años	

2. ¿Genero?

A	Masculino	
B	Femenino	

3. De 0 a 5 (donde 0 es poco o nada y 5 es mucho), ¿Qué tanto sabe de café?

A	0	
B	1	
C	2	
D	3	
E	4	
F	5	

4. ¿Hace cuánto toma café?

A	Hace 1 año o menos	
B	Entre 1 y 5 años	
C	Entre 5 y 10 años	
D	Hace más de 10 años	
E	No tomo café	

Si su respuesta a la pregunta 4 fue la opción E (no tomo café), su encuesta finaliza aquí, muchas gracias por su colaboración.

5. Cuáles son las características que debe tener un café para considerarse de calidad

A	Aroma	
B	Sabor	
C	Marca conocida	
D	Precio	
E	Otros	

6. ¿Por qué consume café?

A	Por costumbre	
B	Por su rol como producto social	

C	Por su poder de estimulación	
D	Por su sabor y aroma	

7. En qué momentos del día consume café

		1 taza	2 tazas	3 tazas	4 tazas	Más de 4
A	Desayuno					
B	Después de almuerzo					
C	Durante la cena					
D	Después de la cena					

8. Su consumo de café en el último año aumentó, se mantuvo o disminuyó

A	Disminuyó 1 taza	
B	Disminuyó 2 tazas	
C	Disminuyó 3 tazas	
D	Disminuyó 4 tazas	
E	Se mantuvo	
F	Aumentó 1 taza	
G	Aumentó 2 tazas	
H	Aumentó 3 tazas	
I	Aumentó 4 tazas	

9. Qué tipo de café consume y porqué

		Fácil de hacer	Sabor	Aroma	Costumbre	Precio
--	--	-------------------	-------	-------	-----------	--------

A	Café instantáneo					
B	Café en grano					
C	Café molido					

10. Sabe cuál es el origen del café que consume

A	Nacional	
B	Importado	
C	No lo sabe	

11. ¿Qué marca de café consume?

12. ¿Por qué elige esa marca?

A	Empaque	
B	Origen	
C	Precio	
D	Recomendación de amigos / familiares	
E	Sabor	

13. ¿Qué tipo de preparación de café consume?

A	Expresso	
B	Americano	
C	Capuchino	
D	Mocha	
E	Otros	

14. Al comprar el café, ¿Qué importancia le da al precio?

A	No importante	
---	---------------	--

B	Poco importante	
C	Medianamente importante	
D	Importante	
E	Muy importante	

15. ¿Cada cuánto compra café?

A	2 veces por semana	
B	1 vez por semana	
C	1 vez cada 15 días	
D	1 vez al mes	
E	1 vez cada 2 meses	

16. En qué tipo de presentación o empaque lo compra

A	Bote	
B	Sobre	
C	Bolsas de papel kraft	
D	Bolsa aluminizada	

17. De cuántas libras es el café que compra

A	1 libra	
B	2 libras	
C	25 libras	
D	Otros	

3. PRUEBA PILOTO CULTIVADORES

NOMBRE :		
VEREDA :		FECHA :
SEXO: MASCULINO _____ FEMENINO _____		ESTADO CIVIL: SOLTERO _____ CASADO _____ UNION LIBRE _____
PREDIO PROIETARO _____ ARRENDADO _____	NUMERO DE HIJOS A CARGO _____ MENORES _____ MAYORES _____	NIVEL DE ESCOLARIDAD PRIMARIA _____ BACHILLER _____ TECNICO _____ PROFESIONAL _____
MUJER CABEZA DE FAMILIA SI _____ NO _____		
¿Desde hace cuánto tiempo cultiva usted café en esta región?		EDAD:
Entre 1 y 5 años _____ Entre 5 y 10 años _____ Más de 10 años _____		0 A 18 _____ 18 A 24 _____ 25 A 35 _____ 36 A 55 _____ 56 A 65 _____ 65+ _____

4. Visita a fábrica de tosti3n de la compa3a GRUPO EMPRESARIAL CHUCURE3O,
San Vicente de chucuri.



ELABORADO POR:
Oficina de Investigaciones

REVISADO POR:
Soporte al sistema integrado de gesti3n

APROBADO POR : Asesor de planeaci3n
FECHA APROBACION:



ELABORADO POR:
Oficina de Investigaciones

REVISADO POR:
Soporte al sistema integrado de gestión

APROBADO POR : Asesor de planeación
FECHA APROBACION: