

**PROYECTO PRODUCTIVO APLICADO A LA COMERCIALIZACIÓN DE
CAFÉ ESPECIAL EN EL MUNICIPIO DE TARQUI HUILA**

FRANCY ELENA OSORIO CRIOLLO

**UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA “UNAD”
ESCUELA DE CIENCIAS AGRARIAS, PECUARIAS Y DEL MEDIO
AMBIENTE
PROGRAMA DE INGENIERIA AGROFORESTAL
PITALITO
2014**

**PROYECTO PRODUCTIVO APLICADO A LA COMERCIALIZACIÓN DE
CAFÉ ESPECIAL EN EL MUNICIPIO DE TARQUI HUILA**

FRANCY ELENA OSORIO CRIOLLO

Trabajo de grado para optar al título de Ingeniería Agroforestal

**Directora
Mag. Adelaida Cuellar Bahamon**

**UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA “UNAD”
ESCUELA DE CIENCIAS AGRARIAS, PECUARIAS Y DEL MEDIO
AMBIENTE
PROGRAMA DE INGENIERIA AGROFORESTAL
PITALITO
2014**

Nota de aceptación

Presidente del Jurado

Jurado

Jurado

DEDICATORIA

A todas aquellas personas que contribuyeron a la conquista de este compromiso, porque con sus aportaciones iluminaron e ilustraron el producto final.

Ante la inmensa alegría y regocijo por el logro alcanzado dedico esta meta, primero a Dios, quien es el artífice y fuente de sabiduría para perseverar en el camino; a mi familia, padres, esposo e hijos que siempre me dieron su apoyo incondicional y que hoy comparten esta felicidad.

A todos los míos, los queridos seres que quisieron verme en otros espacios menos tortuosos para entregar ayuda y servicio a distintos semejantes.

AGRADECIMIENTOS

A la Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD, por permitirme la oportunidad de llegar, a pesar de tantos obstáculos en el camino.

Al personal directivo, administrativo, docente, de tutores, asesores y directores del Programa de Ingeniería Agroforestal; sin el concurso de ellos hubiera sido más traumático el sendero a recorrer.

A todas y cada una de aquellas personas que contribuyeron para alcanzar este objetivo de vida.

CONTENIDO

RESUMEN	14
ABSTRACT	15
INTRODUCCIÓN	16
1. RECONOCIMIENTO DEL ENTORNO	17
1.1. MEDIO GEOGRÁFICO	17
1.2. MEDIO ECONÓMICO	18
1.3. MEDIO SOCIAL Y CULTURAL	19
1.4. MEDIO AMBIENTAL	23
1.4.1. En la zona rural.	24
1.4.2. En la zona urbana.....	24
1.4.3. Ecosistema Serranía de las Minas.....	24
1.4.4. Parque Municipal Natural Tarqui.	25
1.5. MEDIO TECNOLÓGICO	25
1.6. MEDIO POLÍTICO LEGAL	27
2. METODOLOGÍA MARCO LÓGICO	30
2.1. IDENTIFICACIÓN DE LAS CAUSAS DEL PROBLEMA	30
2.2. IDENTIFICACIÓN DE LOS EFECTOS DEL PROBLEMA	31
2.2.1. Selección, agrupación y definición de jerarquías de los efectos	32
2.3. IDEA DEL PROYECTO:	32
3. ESTUDIO DE MERCADOS	33
3.1. DEFINICIÓN DE OBJETIVOS	33

3.2. JUSTIFICACIÓN Y ANTECEDENTES DEL PROYECTO	33
3.3. ANÁLISIS DEL SECTOR.....	33
3.4. ANÁLISIS DE MERCADO	34
3.5. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA	37
3.5.1. Modelo de las cinco fuerzas de Porter.....	37
3.6. ANÁLISIS DE LA OFERTA	38
3.7. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LA PRUEBA PILOTO-ENCUESTA APLICADA A CAFICULTORES DEL MUNICIPIO	39
3.8. CONCLUSIONES DEL ESTUDIO DE MERCADO.....	48
4 ESTUDIO ADMINISTRATIVO	50
4.1. CONSTITUCIÓN EMPRESA Y ASPECTOS LEGALES	50
4.2. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.....	51
4.3. GASTOS DE PERSONAL	51
4.4. GASTOS DE PUESTA EN MARCHA.....	52
4.5. GASTOS ANUALES DE ADMINISTRACIÓN	52
4.6. CUADRO RESUMEN DE GASTOS	53
5. ESTUDIO TÉCNICO	53
5.1. TAMAÑO Y CAPACIDAD DEL PROYECTO	53
5.2. LOCALIZACIÓN	54
5.3. INGENIERIA DEL PROYECTO.....	54
5.4. ESTADO DE DESARROLLO	54
5.5. CAFÉS QUE CUMPLEN LOS CRITERIOS UTZ CERTIFIED (UTZ KAPEH, 2006).....	55
5.6. CAFÉ RAINFOREST ALLIANCE Y LA RED DE AGRICULTURA SOSTENIBLE (RFA, 2004).....	56
5.7. PLAN DE PRODUCCIÓN.....	57

5.8. INFRAESTRUCTURA.....	57
6. ESTUDIO FINANCIERO	58
6.1. INVERSIONES FIJAS	58
6.2. INVERSIONES DIFERIDAS	58
6.3. COSTOS	58
6.4. GASTOS	59
6.5. CAPITAL DE TRABAJO.....	59
6.6. PUNTO DE EQUILIBRIO	61
7. EVALUACIÓN DEL PROYECTO	65
7.1. EVALUACIÓN FINANCIERA.....	65
7.1.1. Valor Presente Neto (V.P.N.).....	65
7.1.2. Tasa de Interés de Oportunidad (T.I.O.).....	65
7.1.3. Cálculo del V.P.N. sin financiamiento (términos constantes)	66
7.1.5. TIR (Tasa Interna de Rentabilidad)	67
7.1.6. Interpretación de los resultados del V. P. N.....	69
7.1.6. RELACIÓN BENEFICIO – COSTO (RBC).....	70
7.1.7. ANALISIS DE SENCIBILIDAD.....	71
7.2. EVALUACIÓN SOCIAL	72
8. IMPACTO	73
8.1. IMPACTO ECONÓMICO	73
8.2. IMPACTO SOCIAL	73
8.3. IMPACTO AMBIENTAL	73
9. CONCLUSIONES	75
10. RECOMENDACIONES.....	75

BIBLIOGRAFÍA..... 76

ANEXOS 78

LISTA DE FIGURAS

	pág.
Figura 1. Contexto municipal.....	15
Figura 2. Diamante de Porter.....	34
Figura 3. Organigrama Grupo Asociativo de Café Especial de Tarqui.....	47

LISTA DE CUADROS

	pág.
Cuadro 1. Matriz global.....	26
Cuadro 2. Tabla matriz – Encuesta de percepción a cafeteros de Tarqui...37	
Cuadro 3. Gastos personal administrativo-operativo.....	48
Cuadro 4. Gastos de puesta en marcha.....	48
Cuadro 5. Gastos administrativos.....	49
Cuadro 6. Resumen de gastos anuales.....	49
Cuadro 7. Maquinaria y equipo.....	54
Cuadro 8. Inversión maquinaria y equipo.....	55
Cuadro 9. Costo de servicios.....	56
Cuadro 10. Gastos de administración anual.....	56
Cuadro 11. Gastos de iniciación.....	56
Cuadro 12. Resultados del Valor Presente Neto (V.P.N.).....	61

LISTA DE GRÁFICAS

	pág.
Gráfica 1. Establecimientos por actividades económicas.....	17
Gráfica 2. Total Población por grupos etarios año 2008.....	18
Gráfica 3. Viviendas, hogares y personas.....	18
Gráfica 4. Pertenencia étnica.....	19
Gráfica 5. Nivel educativo.....	19
Gráfica 6. Cobertura urbana de servicios públicos.....	20
Gráfica 7. Distribución por género de los productores.....	38
Gráfica 8. Área de café cultivada en hectáreas.....	38
Gráfica 9. Tipo de caficultor.....	39
Gráfica 10. Variedades sembradas.....	39
Gráfica 11. Producción de café en kg/has.....	40
Gráfica 12. Conocimiento sobre café especial.....	40
Gráfica 13. Conocimiento sobre experiencias locales.....	41
Gráfica 14. Altitud de la finca.....	41
Gráfica 15. Interés de producir café especial.....	42
Gráfica 16. Costo de promedio de inversión por hectárea.....	42
Gráfica 17. Valor promedio carga café especial.....	43
Gráfica 18. Pertenencia a grupo de café especial.....	43
Gráfica 19. Certificación de la finca.....	44

LISTA DE ANEXOS

	pág.
Anexo A. Cuestionario encuesta.....	69
Anexo B. Estado de la caficultura del departamento.....	72

RESUMEN

Este proyecto productivo aplicado consiste en implementar una empresa comercializadora de café especial en el municipio de Tarqui Huila, la caficultura del departamento se desarrolla por más de 68 mil caficultores en 35 de las 37 localidades que conforman el total regional, se constituye en la principal fuente de ingreso para cerca de 300 mil personas en el sector rural.

Por ser intensiva en mano de obra, es la actividad agropecuaria que más empleos genera en la zona, siendo ella de pequeños propietarios, quienes tienen cafetales inferiores a las 5 hectáreas, con un promedio de 1,4 hectáreas.

El mercado de los cafés especiales cobra cada día mayor importancia a través de tiendas de café de alta calidad, que ofrecen bebidas con particularidades marcadas; por ello el consumidor tiene la oportunidad de probar los diferentes sabores, fragancias y conocer de su origen. Debido a la problemática del sector a nivel nacional, una alternativa a la crisis es la entrada a los mercados a través de la producción y comercialización de cafés especiales que vienen a mejorar las condiciones de vida de los pequeños productores, sus niveles y de ingresos y a generar empleo directo e indirecto.

Palabras clave: Caficultura, cafés especiales, nuevos ingresos, pequeños productores, calidad de vida.

ABSTRACT

This production applied project is to implement a marketer of specialty coffee in the town of Tarqui Huila, coffee production department develops more than 68,000 farmers in 35 of the 37 towns that make up the regional total, constitutes the main source of income for about 300 thousand people in the rural sector.

Being labor-intensive, agricultural activity generates more jobs in the area, the smallholders who have less than 5 hectares of coffee, with an average of 1.4 hectares being .

The specialty coffee market is becoming increasingly important through coffee shops with high quality, offering drinks with marked peculiarities, hence the consumer has the opportunity to try the different flavors, fragrances and know its origin. Due to the problems of the sector at the national level, an alternative to the crisis is the market entry through the production and marketing of specialty coffees that come to improve the lives of small farmers, and income levels and generate direct and indirect employment.

Keywords: Caficultura, specialty coffees, new entrants, small producers, quality of life.

INTRODUCCIÓN

El actual proyecto tiene como finalidad presentar una propuesta productiva aplicada a la comercialización de café especial en el municipio de Tarqui Huila, a cargo de un Grupo Asociativo liderado por la estudiante Francy Elena Osorio Criollo.

Primeramente se realiza el reconocimiento del entorno o espacio físico desde los aspectos geográfico, económico, socio-cultural y ambiental. Posteriormente se hacen los estudios de mercados, el administrativo, el técnico, el financiero y el político-legal. Se identifican y analizan las causas y consecuencias para equilibrar el problema existente en busca de alternativas de solución, hasta plasmar la idea del proyecto.

El proyecto reviste importancia porque apunta al establecimiento de una empresa comercializadora de café especial, un renglón económico que en los últimos años viene abriendo camino para que los pequeños cafeteros de la región encuentren otra salida a la crisis del sector. Sus objetivos persiguen que la mayoría de pequeños y medianos productores de la localidad encuentren otra salida menos riesgosa ante la caída de los precios del grano y las políticas erradas del Estado ante la precaria situación del sector, especialmente entre los menores productores.

Las limitaciones de este plan recaen en la escasa oportunidad para la consecución de capital semilla o recursos económicos suficientes para la puesta en marcha del mismo; sin embargo son más las bondades y ventajas que este intento de emprendimiento tiene ya que se dispone de la capacidad y deseos de un grupo de gentes que quieren sacar adelante el proyecto para beneficio de un sector de la economía, cada vez más abandonado por los entes encargados de la caficultura nacional.

Otro aliciente que hace más llamativo este proyecto es el grado de desarrollo que el sector de la producción de cafés especiales tiene en la zona sur del país; actualmente el departamento del Huila se ha posicionado en los mejores lugares en la producción de café tipo especial, gracias a la persistente tarea de pequeños y medianos cafeteros que ven en este espacio económico la mejor alternativa para aminorar su precaria situación económica y social.

1.2. MEDIO ECONÓMICO

La dinámica económica del Municipio de Tarqui se sustenta en la producción del sector rural y el comercio de la zona urbana. En la zona rural predominan las actividades del sector primario (producción de materias primas agropecuarias), mientras que en la zona urbana predominan actividades del sector terciario (comercio y servicios).

Como actividad económica, Tarqui tiene principalmente a la agricultura, la ganadería, la pequeña industria artesanal y el comercio. Aunque el sector pecuario es el predominante en áreas, el que concentra la mayor cantidad de productores y genera más recursos económicos es el sector agrícola.

Dentro del municipio coexisten los dos tipos de explotación económica, como son la comercial tecnificada (con cultivos como sorgo, tomate de mesa, maíz, maracuyá, uva Isabela); la agricultura de ladera (con el cultivo café, plátano, maíz, frijol y yuca, caña panelera, lulo y cacao).

La agricultura, la ganadería y la piscicultura son desarrolladas de manera tecnificada en las mejores tierras del municipio ubicadas en la parte plana. Se utiliza maquinaria para la siembra y el manejo de cultivos y en algunos casos para la recolección de cosechas. Ocupa un área importante con cultivos de maracuyá, uva Isabela, ahuyama, tomate, cítricos, maíz, frijol y hortalizas. Al interior de este sistema de producción se destaca también el manejo de praderas en forma intensiva, y algunas especies menores como aves, cerdos y estanques para peces. Otra forma de explotación agrícola se presenta en los suelos de laderas en donde se produce la mayor cantidad de alimentos y productos tales como el café y plátano.

En cuanto a la industria, el componente económico era hace algunos años casi nulo; hasta cuando de la manera artesanal de manejar la leche, se pasa a un cierto grado de mecanización y después de rebasar la demanda local se comienzan a comercializar estos productos en el departamento y luego a nivel nacional. El comercio de bajo impacto, solamente maneja la comercialización de productos nativos y los de primera necesidad traída de afuera.

Los recursos minerales del municipio, están representados predominantemente por minerales no metálicos (alumbre, calizas), con algunas manifestaciones de minerales metálicos (oro).

Se tiene como mayor empleador a la Administración local, seguido por el sector agrícola, luego el sector pecuario y por último el sector especializado en la prestación de servicios, comercio y los servicios profesionales.

Se puede decir que existe gran concentración de personas desempleadas en el casco urbano, ya que a medida que las personas entran a la edad productiva y terminan sus estudios de nivel medio no tienen la oportunidad de desplazarse a seguir sus estudios superiores.

Gráfica 1. Establecimientos por actividades económicas



Fuente: DANE.

1.3. MEDIO SOCIAL Y CULTURAL

En un área total de 311 Kms², Tarqui, posee tres centros poblados, 57 veredas y 13 barrios, más dos que se encuentran en proceso de construcción, que albergan una población estimada de 15.921 habitantes, según el censo de 2005, para una densidad de 51 habitantes por Km² de los cuales 2.256 habita en los centros poblados, representado el 14%, 9.426 personas, o sea el 59% habita en el sector rural disperso y 4.239 personas, o sea el 27% vive en el casco urbano.

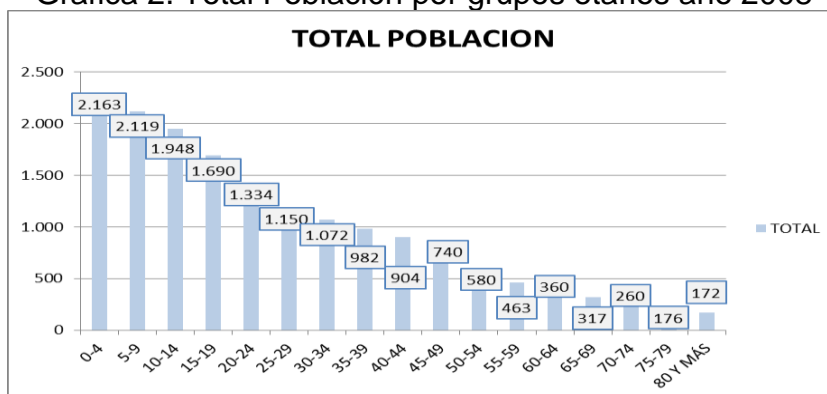
La población se encuentra distribuido por géneros en 7.679 mujeres que representan el 48% y 8.242 hombres que representan el 52% del total de la población.

Cerca del 98% de su población, se halla dentro de los niveles 1 y 2 del Sisben. La población menor de 25 años representa el 47%, la ubicada entre 25 y 44 años representa el 17%, entre 45 y 59 años representa el 10% y mayores de 60 años representa el 8% del total de la población.

Según cifras del censo DANE 2005, en el municipio encontramos que la población económica activa representa el 38% de la población y un número de viviendas de 3.938.

Las proyecciones realizadas por el DANE, estiman una población cercana a 16.430 habitantes de los cuales 12.055 se ubican en el sector rural, representando el 73% y 4.375 en el sector urbano, representando el 27%. Por géneros, se estima para el mismo año 2008, 8.531 mujeres y 7.899 hombres, que representan el 58% y 42% respectivamente.

Grafica 2. Total Población por grupos etarios año 2008



Fuente DANE. Censo 2005.

Número de personas que viven en el Municipio: 16.147 hab. (Año 2010).
 Población en el Departamento del Huila: 1.025.704 hab. (Año 2008).
 Porcentaje de población de Tarqui con respecto al Huila: 1.57%.
 Número de hogares: 3557 (censo 2005).
 Porcentaje de hogares en déficit (NBI): 40.85% (censo 2005).
 Porcentaje de hogares sin déficit (NBI): 59.15% (censo 2005).

Gráfica 3. Viviendas, Hogares y Personas

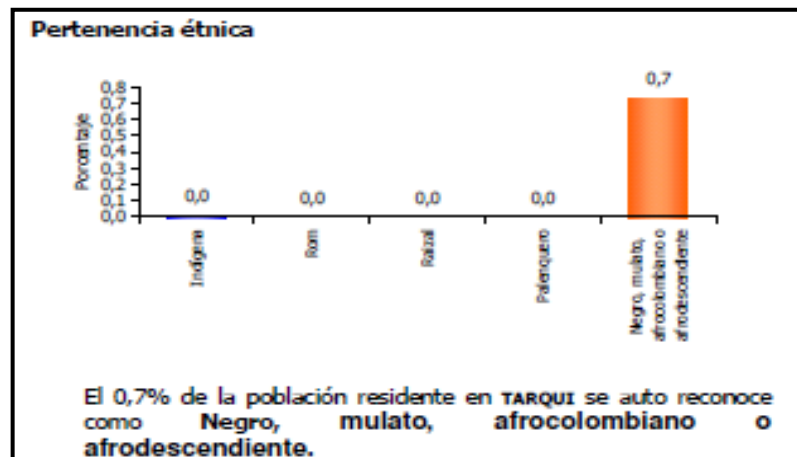
Viviendas, Hogares y Personas				
Área	Viviendas Censo	Hogares General	Personas 2005	Proyección Población 2010
Cabecera	1.030	996	4.329	4.697
Resto	2.908	2.561	11.592	12.081
Total	3.938	3.557	15.921	16.778

Fuente DANE, Censo 2005.

Debido a factores de orden público, entre 2001 y 2007 abandonaron el municipio 210 personas, en total correspondientes a 46 hogares. En el mismo período el municipio albergó 199 personas en total, correspondientes a 39 hogares.

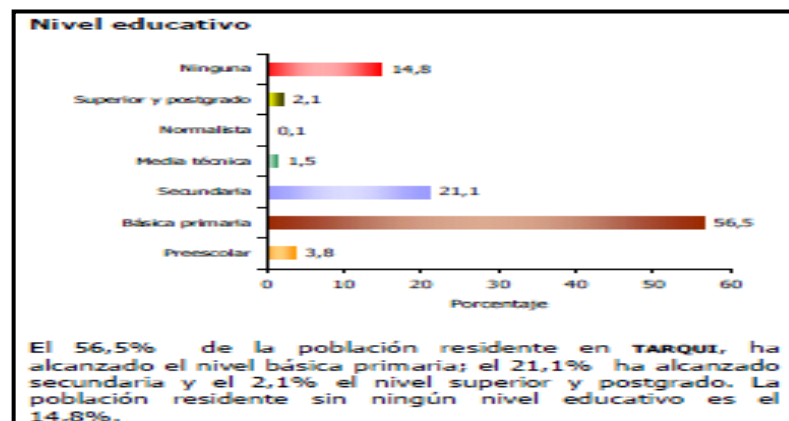
En la actualidad en el municipio de Tarqui se han detectado migraciones poblacionales de regiones vecinas, desde municipios como Pital, Altamira y Oporapa en épocas de cosecha cafetera, pero desde hace unos 5 años se están haciendo más pequeñas, puesto que la oferta de mano de obra local ha superado la foránea.

Gráfica 4. Pertenencia étnica



Fuente: Plan Municipal de Desarrollo 2012-2015.

Gráfica 5. Nivel educativo



Fuente: Plan Municipal de Desarrollo 2012-2015.

La cobertura urbana y rural de los servicios públicos es: en el Casco Urbano el 91% de la población cuenta con el servicio de gas natural. Actualmente se adelanta la construcción del gasoducto que beneficiará a los Centros Poblados de Maito y Vergel y a las veredas de Buenos Aires y Ricabrisa.

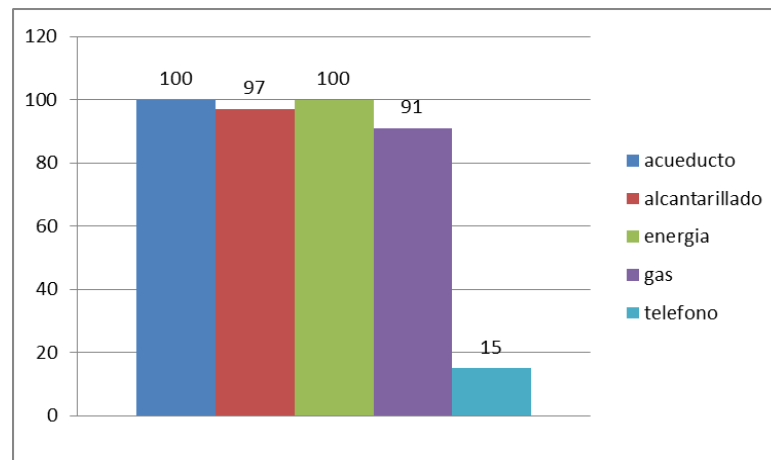
En acueducto, la cobertura para 2010 en áreas de cabecera municipal es de 100%, centros poblados de 100 % y área rural de 60.72%.

En alcantarillado, la cobertura para 2010 en áreas de cabecera municipal es de 97%, centros poblados de 95.40 % y área rural de 40.34%.

La cobertura del servicio de energía eléctrica en las áreas de cabecera municipal es de es de 100%, centros poblados de 100 % y área rural de 90%.

La cabecera municipal se comunica por vía terrestre (carretera en afirmado) con todas las veredas y Centros Poblados; por vía pavimentada con el municipio de Altamira, por carretera en afirmado con los municipios de Pital, Oporapa y Elías. Se encuentra pavimentado el 90% de las vías del casco urbano y se cuenta con 200km de vías terciarias.

Gráfica 6. Cobertura urbana de servicios públicos



Fuente: Plan de Desarrollo 2012-2015.

En lo cultural, históricamente Tarqui celebra las tradicionales fiestas Sampedrinas, en donde la comunidad en general se apropia de la participación activa en los actos mismos de la celebración.

Se trata de la máxima celebración tradicional y cultural del pueblo opita, que le permite mostrar y compartir el valioso acervo cultural que lo identifica. La realización tradicional de las fiestas, propias y representativas de cada municipio las convierte en un elemento integrador y dinamizador de la economía y el desarrollo local y regional. Su evolución parece ir a la par con el escaso desarrollo económico, político, social y cultural de sus moradores, no por falta de talento y voluntad humanos, sino tal vez, por la misma dinámica y problemática social de la región y la Nación en general.

Inicialmente prevalecían los encuentros culturales entre poblaciones vecinas, las fiestas se fueron comercializando tan rápidamente que hoy en día se da más valor a lo publicitario y lo externo que a las tradiciones netamente campesinas y pueblerinas. El aspecto económico sobresale sobre lo artístico y cultural, la competencia y los intereses particulares y de grupo desplazaron a lo meramente tradicional.

La cultura en el pueblo está determinada por su recurso humano y la diversidad de aptitudes de sus gentes, permitiendo la exploración, el aprendizaje y el posterior desarrollo de actividades inherentes a sus costumbres, idiosincrasia, vivencias, tradiciones, en general, a su propia cultura. A través de las actividades folclóricas podemos reforzar la integración, sensibilización, valoración y respeto por la identidad cultural; se forma a la población, especialmente a los jóvenes y niños; se suprime la competencia por el primer puesto o por el mejor, ya que en el quehacer cultural cada persona tiene su propia, particular y única expresión artística. Se da valoración al ser humano, explorando su capacidad de aportar al enriquecimiento de la expresión popular en beneficio del fortalecimiento de nuestras raíces. Pretendemos la formación de una juventud talentosa, que vaya revirtiendo lo aprendido y transite por senderos de paz y sana convivencia.

El municipio es reconocido por la calidad humana y social de sus gentes. Desde la era precolombina los habitantes de esta región pertenecían a la gran familia Páez, con gran influencia Quechua, sobre todo en la lengua.

En el área espiritual y religiosa en este terruño han nacido más de 20 curas y 2 obispos, lo cual hace que se destaque a nivel nacional como tierra de curas y obispos. La Banda Santa Cecilia, es uno de los patrimonios culturales más apreciados y queridos por el municipio. Desde hace mucho tiempo se sostiene que las aguas de las quebradas del Hato y el Hígado especialmente esta última, tienen la extraña virtud de hacer que la persona que consuma de sus aguas adquiera la bella y difícil facultad y facilidad para la música.

1.4. MEDIO AMBIENTAL

La estructura ambiental del municipio se fundamenta en las áreas públicas o privadas, donde sin perjuicio de que exista una intervención humana deben ser preservadas en razón de su valor ambiental. Hacen parte de este sistema; las rondas de las corrientes hídricas en una amplitud de 30 metros; los nacimientos de las corrientes hídricas en un radio de 100 metros; los lagos, lagunas y humedales con su franja de protección de 100 metros a su exterior medido a partir de su perímetro; los ecosistemas de importancia

municipal y regional y las zonas de alto riesgo no mitigable. El sistema ambiental está conformado por las siguientes áreas:

1.4.1. En la zona rural.

El Ecosistema Estratégico de la Serranía de Las Minas, fuente y piscina natural de Las Lajas y Aguascalientes, las rondas de los ríos y quebradas en una amplitud de 30 metros a partir de la cota de máxima inundación, los nacimientos de las fuentes hídricas en una ronda de 100 metros, los humedales, lagos y lagunas con su ronda de protección de 100 metros, los predios adquiridos para la protección de nacimientos de fuentes hídricas.

1.4.2. En la zona urbana.

Las rondas de la quebrada El Hígado; el zanjón del Toro, en una amplitud de 30 metros a partir de la cota de máxima inundación. La Loma de la Cruz. En Tarqui, se encuentran Ecosistemas Estratégicos de importancia Regional y municipal, zonas Eco turísticas, Zonas de protección y Humedales. Otros Ecosistemas:

- Parque Natural Regional Serranía de las Minas
- El parque Municipal Natural Tarqui
- Laguna Natural (Vereda Quebraditas)
- Laguna natural en la vereda Lagunilla
- Humedal de la Inspección del Vergel
- Finca el Cedro, Finca el Descanso. Finca el Porvenir

1.4.3. Ecosistema Serranía de las Minas.

Ecosistema de alta importancia ecológica y regional, compartida con seis (6) municipios del sur del Huila. Cuenta con un área aproximada de 139.3 Km²; la cota de reserva oscila entre 2.400 a 2.600 m.s.n.m., y se convierte en estratégico por tener cobertura con los municipios de El Pital, Argentina, Saladoblanco, Agrado, La Plata, Oporapa y Tarqui, quienes han conformado una asociación de municipios; así mismo presenta oferta hídrica y de biodiversidad faunística y florística, permitiendo de esta manera poder

estudiarla con más detalle en cuanto a distribución migratoria de fauna, distribución espacial y fitosociología de especies vegetales endémicas.

La Serranía de Las Minas se puede definir como un ecosistema estratégico para la producción, por ser fuente generadora de importantes recursos hídricos de uso multipropósito. Es una estrella fluvial de gran valor, en ella nacen quebradas importantes para el municipio, como la del Hígado (fuente abastecedora acueducto municipal) Hato, Maituna, Caraguaja y Lagunilla.

1.4.4. Parque Municipal Natural Tarqui.

Está conformado por la vertiente occidental de la micro-cuenca de la quebrada el Hígado, y de ésta hacen parte las quebradas la Danta, el Oso, la María, el Encanto, entre otras. El parque tiene un área de 1.328,95 Has., y un perímetro de 15,99 Km.

También hacen parte del sistema la laguna natural en la vereda Quebraditas, laguna natural de la vereda Lagunilla, humedal del centro poblado El vergel, la finca el Cedro, localizada en la vereda Delicias cubre un área de 7 hectáreas, 9.708 m² de bosque natural primario; la finca el Descanso, localizada en la vereda el Triunfo, cubre un área de 7.669,28 m² de rastrojo alto, localizado en alta pendiente enriquecido con especies naturales y la finca el Porvenir, localizada en la vereda el Triunfo cubre un área de 3.781,90 m² de bosque natural.

1.5. MEDIO TECNOLÓGICO

La relación de las veredas con el casco urbano y de éste con el exterior es entendible mediante la interpretación de la movilidad espacial.

La estructura vial comprende un sistema de elementos típicos con funciones específicas y articuladas. Para el sector urbano se han establecido tres categorías de vías que se presentan en el Plano de plan vial urbano, y para el sector rural tres categorías que se presentan en el mapa del sistema de comunicación con la región y vías veredales, las cuales obedecen al uso y a las posibilidades de sección que permitan las mismas. Ellas son:

La Vía Nacional que se deriva de la Troncal del Magdalena en el punto denominado el Cruce de Tarqui dista del casco urbano 6 Km.

Esta vía es el eje de articulación vial que intercomunica al municipio con la Capital del Departamento, con la ciudad de Garzón por hacer parte de la subregión centro y por el sur con el municipio de Pitalito.

-La Vía Nacional Tarqui – Pital.

-Las vías departamentales o regionales son:

- Tarqui- El Vergel- Maito- El paso- Quituro, El Cedro-Oporapa.
- Maito – Elías.

23

- Tarqui - el Zapatero- La Jagua- Garzón.
- Cruce – Caimital – Betania – Ricabrisa.

-Las vías intraveredales que comunican a las 57 veredas.

La infraestructura en telefonía está constituida por la planta de control y la red de comunicación, antes administrado por Telecom y ahora perteneciente a una empresa privada de telefonía móvil. La cobertura de telefonía fija es amplia pero con la tecnología móvil ha sido desplazada por las dos grandes empresas móviles en toda la región. La telefonía rural es regular. Hoy en día con la implementación de las tecnologías de la información y las comunicaciones, la localidad está conectada con el mundo entero a través de la red del internet.

Las nuevas tecnologías de la información, y en especial Internet, sobresalen en la transferencia tecnológica: tanto como contenidos a divulgar hasta su papel como vía para crear contactos de colaboración entre centros de investigación, empresas y entidades financieras con un coste relativamente reducido, buscando una gestión eficiente del proceso de transferencia de conocimiento. La Transferencia tecnológica se documenta habitualmente a través de convenios de colaboración entre empresas.

El objetivo de las colaboraciones para transferencia tecnológica es impulsar el desarrollo y crecimiento de los diversos sectores de la sociedad mediante el acceso al conocimiento y experiencia de los grupos de investigación, innovación y desarrollo tecnológico.

Los objetivos específicos son:

- Transferir conocimiento y habilidades a los sectores educativo, público y privado.
- Impulsar el desarrollo, formación y capacitación de excelencia de los integrantes de las diversas organizaciones e instituciones.
- Incrementar el interés por las actividades de investigación y formación académica en el sector productivo de la región.
- Generar nuevos espacios de inversión para el sector privado en las áreas de innovación tecnológica.

En otro orden, el renglón dentro del componente económico era hace algunos casi totalmente nulo; hasta hace más o menos unos diez años, cuando de la manera artesanal de manejar la leche, se pasa a un cierto grado de mecanización y después de rebasar la demanda local se comienzan a comercializar estos productos en el departamento y luego a nivel nacional.

La industria quesera compra al municipio 6.720 litros de leche, pero por dificultad de acceso a fincas productoras la empresa de mayor demanda láctea (Quesos Reyma), se ve en la necesidad de comprar 4.000 litros adicionales en los municipios de Altamira, Timaná y Pitalito, esto hace que sus costos de producción se eleven. Las otras dos empresas solo consumen 720 litros en total, que son adquiridos en el mismo municipio.

La empresa con mayor infraestructura es Quesos Reyma, la cual cuenta con una planta equipada con pasteurizadoras, marmitas, tanque refrigerado de almacenamiento, cuartos fríos y un punto de venta en la misma fábrica. Cuenta además con carros recolectores de leche y transportadores del producto terminado. Las restantes no cuentan con tanque de enfriamiento ni pasteurizadora.

La comercialización de estos productos se hace en ciudades como Bogotá, Cali, Popayán, Pitalito, Garzón, Neiva, Florencia y poblaciones cercanas a Tarqui como Pital, Altamira, Guadalupe, Suaza y Pitalito, entre otras.

Existen microindustrias altamente contaminantes, con la emisión de partículas, gases, humos, olores y ruido en zonas no aptas para estas actividades como lo son: ladrilleras, carpinterías y talleres de mecánica.

1.6. MEDIO POLÍTICO LEGAL

El medio político legal se refiere a las normas legales (Leyes, Decretos, Ordenanzas, resoluciones) que estén en vigencia, o que estén en curso en el

Congreso, Asambleas, Municipios, gobierno central o local y las Instituciones descentralizadas o Departamentos administrativos.

Por ejemplo, el Sena, la Dian, la Comisión Nacional de Regulación de las Telecomunicaciones, los Ministerios, las Secretarías locales de Educación, Salud, Gobierno, entre muchas más, emiten permanentemente normas que pueden hacer que una empresa o un proyecto de empresa sea o no viable.

En nuestro caso, se debe tener en cuenta principalmente el Plan Municipal de Desarrollo 2012-2015, plasmado en el Acuerdo número 14 de mayo 31 de 2012, por medio del cual se adopta plan.

Además, el Proyecto de Acuerdo número 005 de Marzo 08 De 2001, por el cual se adopta el Esquema de Ordenamiento Territorial del Municipio de Tarqui Huila., actualmente vigente y que hasta el presente año no sufrirá modificación sustancial.

Cuadro 1. Matriz global

Medios	Característica Principal	Problemas	Necesidades	Oportunidades
Geográfico	Ubicación cercana de las vías nacionales Neiva-Pitalito y Neiva-Florencia.	Mal estado de vías terrestres y corredores viales.	Mejorar las condiciones de la infraestructura vial.	Ubicación cerca a la vía nacional. Se tiene posibilidad de exportar productos terminados.
Económico	La caficultura es la base económica local.	Crisis económica del sector cafetero.	Implementar nuevas tecnologías.	Nichos de mercado nacional y externo aún no explotados.
Social-cultural	Vocación agrícola de la población.	El problema del agua y su relación con el sector cafetalero.	Capacitación y formación especializada.	La excelente aceptación del café regional.
Ambiental	Aptitud de los suelos y climas.	Degradación de bosques y zonas protectoras.	Mayor educación ambiental.	Abundancia y calidad del recurso hídrico.
Tecnológico	Conectividad con el mundo.	No transferir tecnologías.	Mejorar la calidad empresarial.	Competir con calidad de productos. Transferencia tecnológica.
Político-legal	Los gobiernos locales y regionales dedican más interés a las nuevas empresas.	Exceso de normas para todo tipo de trámites.	Implementar políticas de apoyo a personas emprendedoras.	Crear valor, empleo y mejor condiciones de vida.

Fuente: La autora.

2. METODOLOGÍA MARCO LÓGICO

2.1. IDENTIFICACIÓN DE LAS CAUSAS DEL PROBLEMA

La identificación y el análisis de las causas y consecuencias para identificar el problema existente en busca de alternativas de solución que permitan aclarar la idea del proyecto. Las posibles causas son:

- ✓ Ausencia en la zona de programas de formación en café especial para agricultores, que tomen en cuenta su nivel de instrucción, sus conocimientos previos, su edad e idiosincrasia.
- ✓ Falta de innovación tecnológica en el manejo del cultivo de café especial.
- ✓ No existe un sistema de monitoreo de clima, que permita llevar adelante ensayos agrícolas relevantes.
- ✓ Agricultores no cuentan con capital de trabajo para invertir en el cultivo.
- ✓ Falta de competencias técnicas por parte del agricultor para el manejo de cultivo de café especial.
- ✓ Poco acceso a servicios de capacitación.
- ✓ Hay una limitada oferta de servicios de asistencia técnica para el productor.
- ✓ No existen mapas de uso del ámbito de estudio que permita un ordenamiento territorial de los cultivos.
- ✓ No se cuenta con Centros de Formación Rurales en café especial que operen en la zona y que brinden programas de educación para el trabajo.
- ✓ La mayoría de profesionales dedicados al servicio de asistencia técnica no cuentan con las herramientas agronómicas y de extensión, adecuadas para brindar un óptimo servicio en café especial.
- ✓ No existe dentro de los planes de estudios un componente tecnológico, que ayude a los alumnos a aprovechar las potencialidades de su entorno.
- ✓ Se fertiliza sin criterio técnico.
- ✓ Poca inversión tanto pública como privada, en materia de investigación agrícola en café especial.
- ✓ No se hacen análisis de suelo y se desconocen sus características.
- ✓ No se cuenta con tecnología propia por zona para el cultivo de café especial.
- ✓ Agotamiento de los nutrientes del suelo en los campos de producción.
- ✓ No existen en el ámbito colegios que tengan la especialidad de agropecuaria, que respondan a las necesidades de los productores o empresas agrícolas.
- ✓ Inadecuadas prácticas agrícolas por parte del agricultor.

- ✓ Durante su formación básica los agricultores, no estudian aspectos de manejo de sus cultivos.
 - ✓ La malla curricular en las zonas rurales de la región, en lo que se refiere a la educación básica, no toma en cuenta la realidad socio-económica de los estudiantes.
 - ✓ No existen programas de actualización profesional técnica para los profesionales que impulsan el desarrollo del cultivo de café especial.
- **Causa Directa:** Inadecuadas prácticas agrícolas en café especial por parte del agricultor.
 - **Causa Indirecta:** Falta de competencias técnicas por parte del agricultor para el manejo del cultivo de café especial.
 - **Causa Indirecta:** Durante su formación básica los agricultores, no estudian aspectos de manejo de sus principales cultivos.
 - **Causa Indirecta:** La malla curricular en las zonas rurales de Jaén y

San Ignacio, en lo que se refiere a la educación básica, no toma en cuenta la realidad socio-económica de los estudiantes.

Causa Indirecta: No existe dentro del plan de estudios un componente tecnológico, que ayude a los alumnos a aprovechar las potencialidades de su entorno.

- **Causa Directa:** Agotamiento de los nutrientes del suelo en los campos de producción.
- **Causa Indirecta:** Se fertiliza sin criterio técnico.
- **Causa Indirecta.** No se hacen análisis de suelo y se desconocen sus características.
- **Causa Directa:** No se cuenta con tecnología propia en la región para el cultivo de café especial.
- **Causa Indirecta:** No existen mapas de uso del ámbito de estudio que permita un ordenamiento territorial de los cultivos.
- **Causa Indirecta:** No existe un sistema de monitoreo de clima, que permita llevar adelante ensayos agrícolas relevantes.
- **Causa Directa:** Hay una limitada oferta de servicios de asistencia técnica para el productor.

Causa Indirecta: La mayoría de profesionales dedicados al servicio de asistencia técnica no cuentan con las herramientas agronómicas y de extensión, adecuadas para brindar un óptimo servicio.

Causa Indirecta: No existen en el ámbito colegios que tengan la especialidad de agropecuaria, que respondan a las necesidades de los productores o empresas agrícolas.

2.2. IDENTIFICACIÓN DE LOS EFECTOS DEL PROBLEMA

Entre los efectos que se prevén tener para este proyecto tenemos:

- ✓ Poca existencia de predios agrícolas productores de café especial.
- ✓ Bajo desarrollo productivo en las zonas cafeteras especiales.
- ✓ Montaje de comercializadora de cafés especiales en la localidad.
- ✓ Retraso socio-económico del contexto de estudio.
- ✓ Baja calidad de vida.

2.2.1. Selección, agrupación y definición de jerarquías de los efectos

De lo anterior podemos identificar como efectos directos:

- **Efecto Final:** Impulsar la comercializadora de café especial en el municipio.
- **Efecto Directo 1:** Poca existencia de predios agrícolas productores de café especial.
 - **Efecto Indirecto 1:** Bajo desarrollo productivo de las regiones cafeteras.
- **Efecto Directo 2:** Poca rentabilidad del predio agrícola.
- **Efecto Indirecto 2:** Baja calidad de vida.

2.3. IDEA DEL PROYECTO:

Implementar un proyecto productivo aplicado para instalar una comercializadora de café especial en Tarqui Huila.

3. ESTUDIO DE MERCADOS

3.1. DEFINICIÓN DE OBJETIVOS

Determinar el producto.

Establecer la oferta y la demanda del producto.

Realizar el estudio técnico, del proyecto.

Hacer el estudio administrativo y el estudio financiero del proyecto.

Desarrollar tecnologías de fortalecimiento y capacitación para los caficultores.

3.2. JUSTIFICACIÓN Y ANTECEDENTES DEL PROYECTO

Este estudio se realiza mirando la necesidad de ser cada vez más competitivos, debido a que un producto con valor agregado es más apetecido por el consumidor; los cafés especiales han tomado gran fuerza en el mercado mundial. Se observa una clara tendencia hacia la diferenciación y la calidad del café con la implementación de prácticas agrícolas limpias, así como una mayor responsabilidad social y ambiental de productores y consumidores.

El café es uno de los mayores productos agrícolas de nuestro país y el más consumido a nivel mundial. Con este proyecto también se quiere mejorar la calidad de vida de los productos y habitantes del municipio de Tarqui, y generar empleos e ingresos. Además, existencia, experiencia y conocimiento por parte del Grupo Asociativo Café Especial de Tarqui.

3.3. ANÁLISIS DEL SECTOR

La Caficultura del Departamento del Huila es desarrollada por más de 68 mil caficultores en 35 municipios cafeteros de los 37 que conforman el total del departamento, es decir el 94.6%; constituyéndose en la principal fuente de ingreso para más de 274 mil personas en el sector rural. Por ser intensiva en

mano de obra, es la actividad agropecuaria que más empleos genera en el departamento. La Caficultura es una actividad de pequeños propietarios (Comité de Cafeteros del Huila, Oficina SICA).

De acuerdo al comité de cafeteros del Huila, desde la oficina de SICA, el 96% de los productores del Departamento, tienen cafetales inferiores a las 5 hectáreas; su tamaño promedio es de 1,4 hectáreas.

Recientemente, el sector cafetero está enfrentado una de las peores crisis de su historia causada por los altos porcentajes de infestación por roya (*Hemileia vastatrix* Berk y Br) y a esto se le suma la baja cotización del grano en bolsa. Esto ha causado resultados devastadores que ha provocado detrimentos importantes en el bienestar de los cafeteros. En términos reales, entre 2010 y 2011, los porcentajes de roya del café alcanzaron los más altos niveles; la última evaluación en el departamento del Huila, realizada por Cenicafé a través del servicio de extensión, arrojó unos niveles de infestación de la enfermedad del 52%, frente a los presentados durante los últimos años (Comité de Cafeteros del Huila, Oficina SICA).

3.4. ANÁLISIS DE MERCADO

La denominación de Cafés Especiales es relativamente nueva. Nació a comienzos de la década de los 60's, como una respuesta a los consumidores de café de los Estados Unidos, que buscaban una bebida de mayor calidad en un mercado donde el producto se encontraba homogeneizado. Este mercado cobra importancia a través de tiendas de café o coffee shops de alta calidad, cada vez más numerosas, que ofrecen bebidas con unas particularidades muy marcadas. Es allí, donde el consumidor tiene la oportunidad de probar los diferentes sabores y fragancias de los distintos cafés y conocer de su origen. (Giovannucci y Koekoek, 2003; Ponte, 2004; SCAA, 2004).

El término “café especial”, es atribuido a la noruega Erna Knutsen, experta tostadora de café, quien usó por primera vez este término en la conferencia internacional de café, celebrada en Montruil (Francia) en 1978 (Ponte 2003, 2004). Este concepto hace alusión a la geografía y a los microclimas, que permiten la producción de granos de café con sabor único y de características particulares que preservan su identidad. En 1982, se creó la Asociación Americana de Cafés Especiales (SCAA), ésta definió el término ‘café especial’ como “un café de buena preparación, de un origen único y sabor distintivo” (Cague *et al.*, 2002; SCAA, 2004).

En este sentido, según la Asociación de Cafés Especiales de América (SCAA, 2004), los Cafés Especiales se agrupan en estos segmentos:

- **Cafés de origen**, son cafés que provienen de un país, región o finca, con un sinnúmero de cualidades únicas, debido a que crecen en sitios especiales, y que son vendidos al consumidor final sin ser mezclados con cafés de otras calidades o con cafés de otros orígenes. Con estos cafés se ofrece al consumidor final la posibilidad de paladear sabores naturales provenientes de regiones del mundo reconocidas por sus cualidades.

31

- **Cafés orgánicos**, son cafés cultivados sin el empleo de Agroquímicos como fertilizantes, fungicidas e insecticidas. Para la venta de estos cafés el caficultor debe tener una certificación emitida por una entidad certificadora orgánica con reconocimiento mundial; por tal motivo, las plantaciones que se destinen para tal fin deben someterse a un proceso de desintoxicación o transición, el cual oscila entre 2 y 3 años antes de ser certificados y vendidos como cafés orgánicamente cultivados. Los cafés orgánicos constituyen una pequeña porción de los cafés especiales (0,5%), y responden a una tendencia mundial de los productos libres de agroquímicos.
- **Cafés saborizados**, son cafés que durante o después de su proceso de tostión, se les incorpora una resina con sabor a vainilla, chocolate, fresa, nuez y amaretto, entre otros. Son considerados el producto estrella de los cafés especiales con una participación en el mercado del 40%. Con estos cafés se induce a las nuevas generaciones al consumo del café.
- **Cafés de alta tostión**, se consideran aquellos cafés cuyo grado de tostión es superior al tradicional, y están destinados a la preparación de cafés expresos y capuchinos. No necesariamente utilizan cafés de un solo origen sino que pueden ser mezclas. Constituyen el 15% del mercado de los Cafés Especiales.
- **Cafés descafeinados**, son aquellos que se someten a un proceso para extraer la cafeína que contiene el grano verde. Se comercializan dentro del nicho de los Cafés Especiales y participan en el 10% del total de la categoría.

En un análisis los hombres toman más café que las mujeres (1.9 tazas / día vs.1.4 tazas). Los consumidores de café, toman aproximadamente un promedio de 3.1 tazas de café al día. El promedio de la medida de la taza es de 9 onzas. 35% de los bebedores de café lo toman negro, mientras que el 62% agregan crema o azúcar. 62% del café es consumido en el desayuno,

22% entre comidas y 16% en todas las comidas. Las mujeres consumen más variedades de café, debido a que piensan que es una buena manera de relajarse. Los hombres opinan que es un estimulante para realizar ciertas actividades.

Colombia ha ocupado tradicionalmente un papel destacado en el mercado de cafés especiales de alta calidad, gracias a la labor que la Federación Nacional de Cafeteros ha realizado desde hace varios años en materia de promoción y publicidad del consumo de cafés puros colombianos.

32

Con el ánimo de incrementar el posicionamiento de nuestro café en el segmento de los denominados “Cafés Especiales”, en 1986 se creó el programa de Cafés Especiales de Colombia, liderado por la Federación Nacional de Cafeteros.

Este programa tiene como objetivo la identificación y la selección de cafés provenientes de regiones específicas con características particulares (Federación Nacional de Cafeteros, 2005).

De acuerdo con la evolución de la caficultura en el mundo, el programa de Cafés Especiales Colombianos comenzó con la investigación sobre las propiedades de algunas variedades de cafés cultivadas en regiones y zonas específicas del territorio nacional. Los consecuentes resultados fueron producto de características únicas, que se han convertido en claras preferencias por consumidores de café en todo el mundo.

Los cafés especiales colombianos están divididos en tres grandes grupos (Federación Nacional de Cafeteros, 2005), así:

a) Cafés de Origen. Los cafés de origen agrupan a tres tipos de cafés, los “Cafés Regionales”, los “Exóticos” y los “Cafés de Finca”.

b) Cafés regionales. Son aquellos cafés que provienen de una región específica reconocida por sus cualidades particulares. Se le ofrecen al consumidor final puros, sin mezclar con productos de otros orígenes.

c) Cafés Exóticos. Son cafés cultivados en zonas determinadas bajo condiciones excepcionales. Por tanto, poseen características sensoriales y organolépticas que permiten obtener una taza de altísima calidad.

c) Café de finca. Cafés producidos en una sola finca, que provienen de un solo cultivo, tienen un beneficio centralizado y ofrecen un producto sobresaliente en calidad, la cual es consistente en el tiempo.

3.5. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

La competencia más fuerte presente en el mercado es Colcafé, Nescafé, Sello Rojo, Águila Roja, siendo competentes, no por calidad sino por la imagen y el posicionamiento con el que cuentan en el mercado. Dentro de la región se encuentran a San Isidro, Montañita, y Café especial Yamboró, otros como Asprotimaná, San Roque en Oporapa, El Caney, café especial Andino, café Exprés de Bruselas, Pitayo, Practi y Café Robles del Macizo, siendo una de las más reconocidas.

33

A nivel local, la competencia está representada por el Grupo Asociativo El Paraíso, quienes comercializan café especial en Tarqui. En Colombia el precio del café especial oscila entre los \$ 12.000 a \$24.000 la unidad de 500 gramos, la de 250 gramos \$8.000 a \$12.000 la unidad. La Empresa Café Gourmet vende la unidad de 500 gramos a \$ 8.500 y la de 250 gramos a \$ 4.250. Empresas posicionadas en el mercado: Águila Roja, Colcafé, Café Matiz, Nescafé, Tiendas de Café Juan Valdez, Morasurco Café Puro, entre otros, Con las cuales vamos a competir; la ventaja que posee la Empresa Café especial es que el precio será el más bajo del mercado. Precio café especial Carulla 500gr \$27,050; Juan Valdez 340gr \$ 17,100; café Oma 500gr \$ 13,750; café Gourmet 500gr \$ 8.568.

3.5.1. Modelo de las cinco fuerzas de Porter.

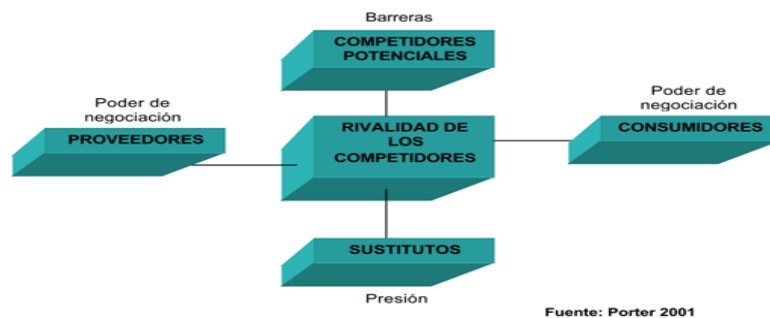
El objetivo es conocer las fuerzas más oportunas y las más amenazadoras, entender los determinantes de la rentabilidad posible, el atractivo del sector y las tendencias estructurales.

El modelo de las cinco fuerzas que actúen en contra de la rentabilidad del sector; que afectan el grado de competencia/rivalidad, es decir, las posibilidades de beneficio de un sector.

- F1: Rivalidad entre competidores actuales
- F2: Amenaza de competidores potenciales
- F3: Poder de negociación de proveedores
- F4: Poder de negociación de clientes

- F5: Amenaza de los productos sustitutos

Figura 2. Diamante de Porter



Fuente: Porter 2001.

3.6. ANÁLISIS DE LA OFERTA

De acuerdo a la indagación realizada ante el Comité Departamental de Cafeteros del Huila, División Técnica, oficina SICA-HUILA, tomada en la Cooperativa COOCENTRAL local, el estado de la caficultura del departamento por seccionales y municipios a septiembre de 2013, arroja la siguiente información para el municipio de Tarqui:

El número de fincas existentes es de: 3.742

El área de café sembrada es de: 4.209,3 has.

El total de caficultores es de: 2.590

De conformidad con las variedades de café cultivado en el municipio se halló:

Variedad Colombia: 1.628,1 has.

Variedad Caturra: 1.443,5 has.

Variedad Castillo: 1.207,4 has.

Variedad Típica: 11,3 has.

En relación con el tipo de cafetal encontrado en Tarqui, se tiene:

Tecnificado: 4.059,8 has.

Envejecido: 221,6 has.

Tradicional: 8,9 has.

Finalmente, en cuanto a las edades de las áreas sembradas en Tarqui se observó:

De 0 a 2 años: 984,6 has.

De 2 a 7 años: 2.512,1 has.

De 7 a 9 años: 497,3 has.

9 años o más: 296,2 has.

De la información suministrada se deduce que de los siete municipios de la zona centro del Huila, Tarqui supera en número de caficultores a Agrado, Altamira, Gigante y Guadalupe: Solo es superado por Garzón y Suaza. En área sembrada en café, Tarqui es superado por Garzón, Gigante, Guadalupe y Suaza.

3.7. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LA PRUEBA PILOTO-ENCUESTA APLICADA A CAFICULTORES DEL MUNICIPIO

Metodología: La metodología aplicada fue a través de un estudio exploratorio para recolectar información cuantitativa y cualitativa y conocer la percepción del pequeño caficultor del municipio sobre variables de cantidades de grano producido, número de predios, cantidad de cafeteros, número de hectáreas sembradas en el municipio, entre otras más.

Además se recopiló información secundaria en la oficina de Coocentral de Tarqui sobre el estado de la caficultura en el municipio.

Se tuvo en cuenta la técnica de la encuesta mediante la aplicación de una prueba piloto a 15 caficultores; se elaboró y utilizó un formulario como instrumento con las variables ya determinadas.

Población: Todos los pequeños productores de café en Tarqui que ascienden a 2.590.

Universo: Todos los pequeños productores de café en el departamento del Huila.

Error: Se estableció un 10% de margen de error.

Muestra: Fueron 90 pequeños productores cafeteros, de los cuales se tomaron 15 a los que se aplicó la prueba piloto.

Para cumplir con el estudio de este proyecto, se consideró:

Definir la aplicación de una prueba piloto a 15 caficultores del municipio de Tarqui, teniendo en cuenta que el promedio de cafeteros está en 2.590 a septiembre de 2013. Con un programa fijo se definió una muestra de 90, con un 10% de margen de error.

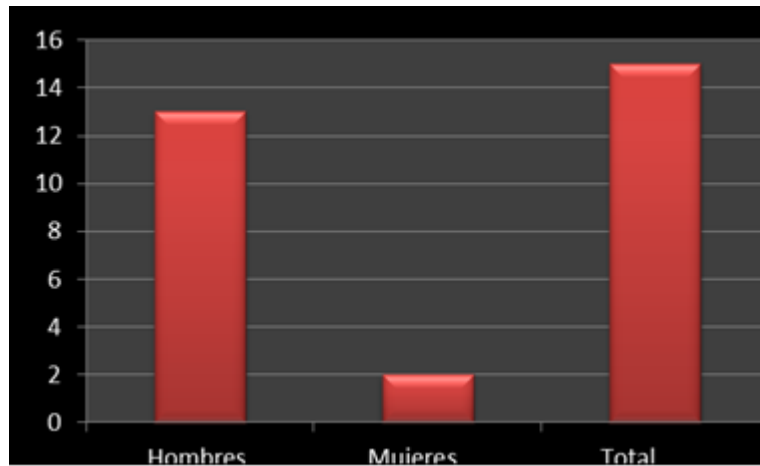
La aplicación de las encuestas se llevó a cabo a los pequeños productores cafeteros antes del 10 de Octubre de 2013. Seleccionada toda la información, se realizó la digitación respectiva utilizando EXCEL y posteriormente por medio de una tabla matriz se cumplieron las tabulaciones que arrojaron los resultados que se muestran.

Cuadro 2.Tabla matriz – Encuesta de percepción a cafeteros de Tarqui

Pregunta	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
No. Encuestado	Área cultivo	Tipo caficultor Pequeño Mediano	Variedades	Producción Por Ha.	Conoce sobre Café Especial	Conoce Experiencis	Altitud Finca m.s.n.m.	Interés Café Especial	Está de acuerdo de Comercializad. Café Especial	Costo por Ha. Mil(\$)	Valor/ Carga Café Especial	Pertenece A un Grupo Asociativo	La Finca Está Certificada
1	2	Peq.	Castalia Caturra	3000 Kg.	Sí	Si Paraíso	1600	Si/econ.	Si/econ.-reg.	4.200.	640.	Si Paraíso coocentral	Si Utz reforest
2	4	Peq.	Cast.	3000 kg.	Sí	Si Personal	1400	Si/prec.	Si/cal.vida	4.000.	530.	Si Paraíso	Si Utz reforest
3	1.5	Peq.	Cat. Colombia Cast.	1875 Kg.	Sí	Si Par-exp	1000 2000	Si/-cont.	Si/mej-prec.	8.250.	650.	Si Paraíso Coocentral	Si Utz-flow reforest
4	1	Peq.	cast.	1875 Kg.	Sí	Si Par-Exp	1550	Sí	Si/cal-vida-recon.	8.250.	--0---	Si Paraíso	Si Utz-flow reforest
5	7	Med.	Cast.	4000 Kg.	Sí	Si Par-	1480	Si/ingre.	Si/aum-econ.	4.500.	650.	Si Paraíso Coocentral	Si reforest
6	2	Peq.	Cast.	3880 Kg.	Sí	Si Per	1600	Si/prec.	Si/aum-ingrs.	3.750.	570.	Si Paraíso Coocentral	Si Utz reforest
7	8.7	Med.	Cast-col-cat.	3000	Sí	Si Per	1600	Si/prec.	Si/cal. vida	3.900.	590.	Si Paraíso	Si Utz
8	2	Peq.	Var-cat. Col.	--0--	--0--	Si	1580	Si/prec.-cont.	--0--	--0--	520.	Si Paraíso	Si Utz reforest
9	3	Med..	Cat. Var Cast.	3000	Sí	Si	1600	Si/prec.	Si/nuev-merc.cal-vida	4.200.	520.	Si paraíso	Si Utz reforest
10	2.5	Peq.	Cat. Cast.	2500	Sí	Si Par-	1450	Si/amb-ingres.	Si/mej-econ.	3.850.	690.	Si Paraíso	Si Utz reforest
11	1	Peq.	Var.	5000	--0--	Si Par-	1400	Si/econ.	Si/fav-cafic.	3.929.	650.	No	No
12	2	Peq.	Cast.	4000	Sí	Si Par-	1600 1700	No/clim-plag.	Si/benf-cafic.	4.788.	425.	Si Coocentral	No
13	9	Med.	Cat. Var. Sb.	16250	Sí	Si Par-		Si/prec.-neg.direc	Si/todos Benef.	7.546.	720.	Si Coocentral	No
14	1.5	Peq.	Cast. Col.	1200	Sí	Si Par-	1600	Si/prec.-conoc.	Si/econom.	3.716.	No	No	No
15	1	Peq.	Cat.	2000	Sí	Si Par-	1700	Si/prec.	Si/mej.oport	3.000.	530.	Si paraíso	No
Resultados	Prom. 3.2 Has.	P=11 m=4	Cas=12 Cat=8 Col=4	4.411 kg/ha.	Si=13 No=2	Si=15	1000/ 1700	Si=14 No=1	Si=14 NR=1	3.000/4.500.	620.	Si=13 No=2	Si=10 No=5

Fuente: Autora

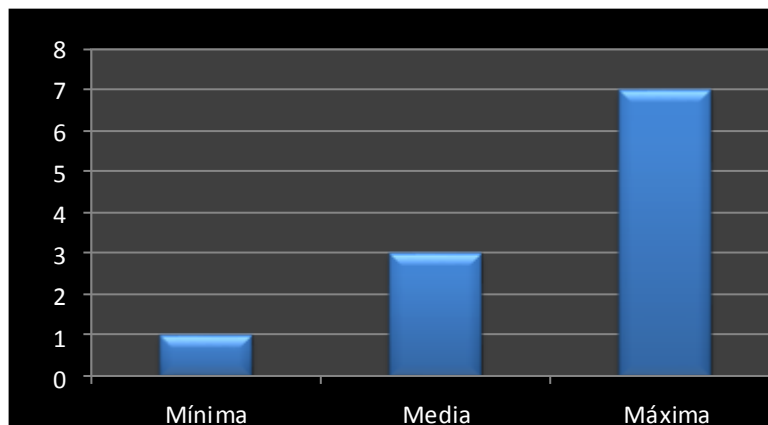
Gráfica 7. Distribución por género de los productores



Fuente: Autora

En la gráfica se observa que de los 15 cafeteros encuestados, 13 fueron hombres y dos fueron mujeres.

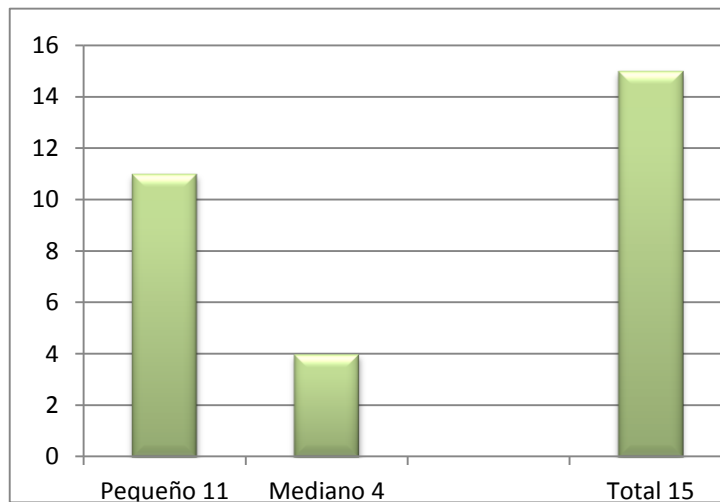
Gráfica 8. Área de café cultivada en Has.



Fuente: Autora

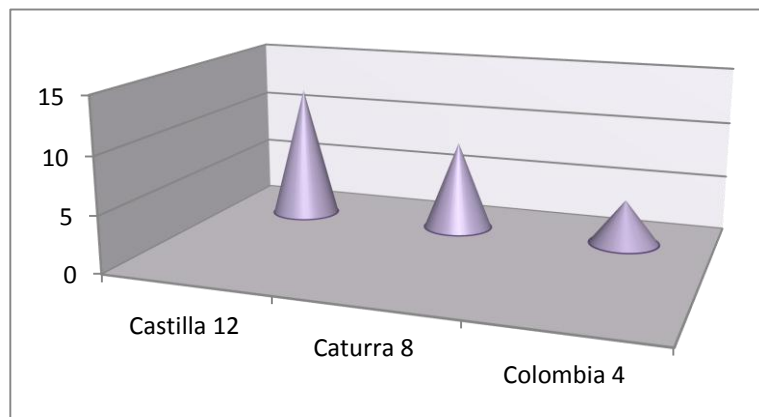
Según la gráfica, el área mínima de café cultivado es de una hectárea; la media es de 3 y la máxima es de 7 hectáreas. El promedio es de 3.3 has.

Gráfica 9. Tipo de caficultor



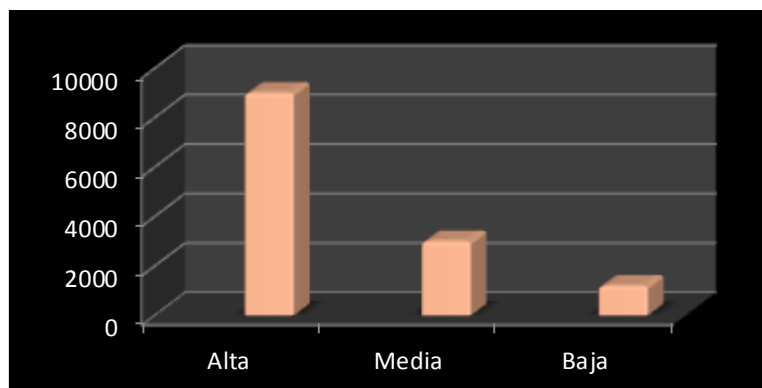
Sobre del tipo de caficultor consultado, 11 se declaran pequeños caficultores, mientras que cuatro dijeron ser medianos productores.

Gráfica 10. Variedades sembradas



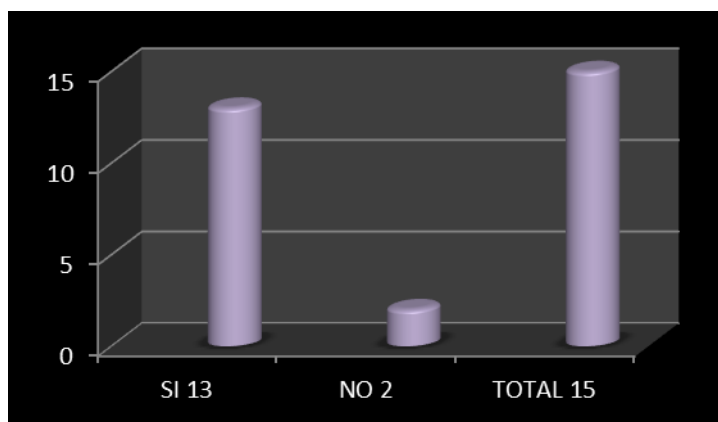
De acuerdo a las variedades sembradas, 12 de los encuestados manifestaron que predomina la Castilla; mientras que ocho se inclinan por el Caturra y solamente cuatro dijeron tener variedad Colombia.

Gráfica 11. Producción de café en kg./Ha.



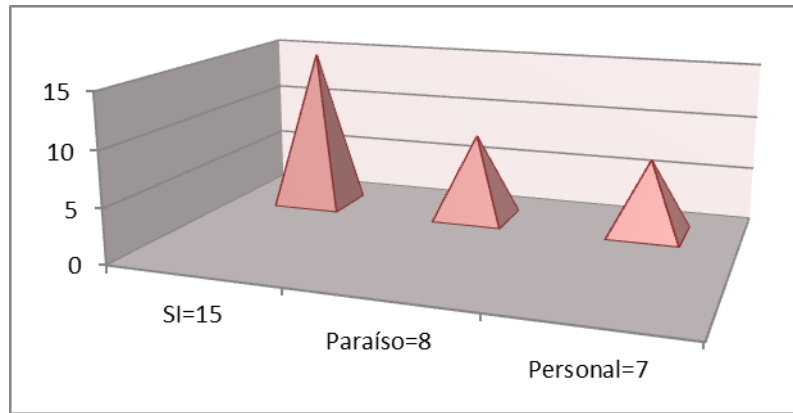
Conforme a la gráfica, la producción en kilogramos de café por hectárea es baja cuando da 1200 kg; se considera media cuando produce 3000 kg y es alta cuando se obtienen 9000 kg. Se deduce que los cafeteros no tienen claridad en este sentido.

Gráfica 12. Conocimiento sobre café especial



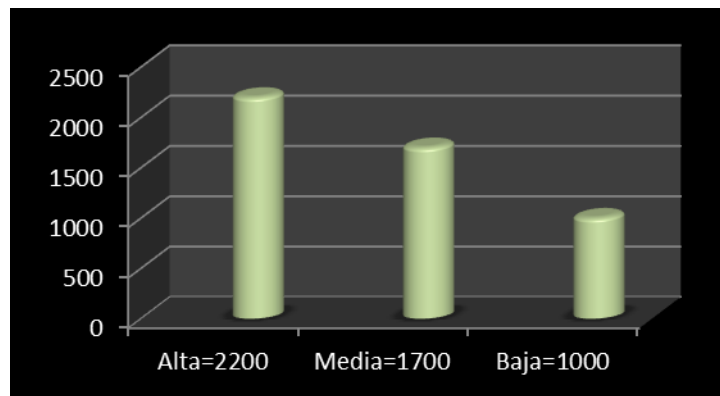
De los encuestados, 13 manifestaron tener alguna noción sobre café especial, solamente dos dijeron no tener tal conocimiento.

Gráfica 13. Conocimiento sobre experiencias locales



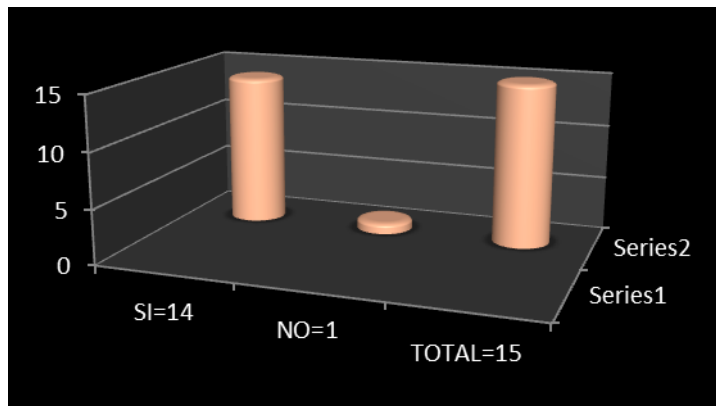
De acuerdo al gráfico, los 15 encuestados tienen conocimiento sobre experiencias locales en café especial; ocho de ellos dijeron que conocen la práctica de café el paraíso, mientras que siete han tenido experiencias personales sobre el tema.

Gráfica 14. Altitud de la finca (m.s.n.m.)



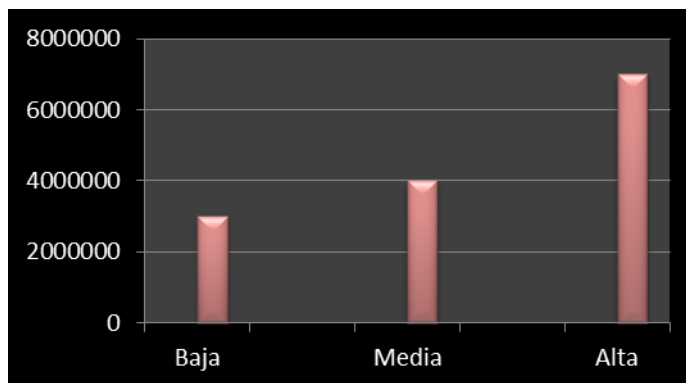
La gráfica nos muestra que las fincas de los encuestados se hallan entre los 1000 y los 2200 m.s.n.m. Los predios tienen una altitud promedio de 1700 m.s.n.m.

Gráfica 15. Interés de producir café especial



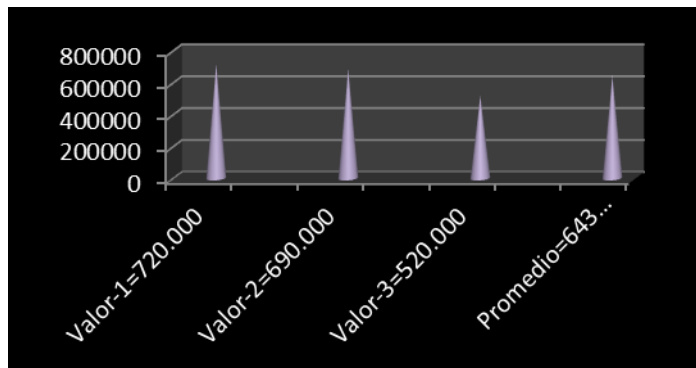
Conforme a la gráfica, de los encuestados, 14 manifestaron interés en producir café especial en el lugar, mientras solamente uno dijo no tener las condiciones propias de esta labor por la ubicación de su predio.

Gráfica 16. Costo promedio de inversión por Ha.



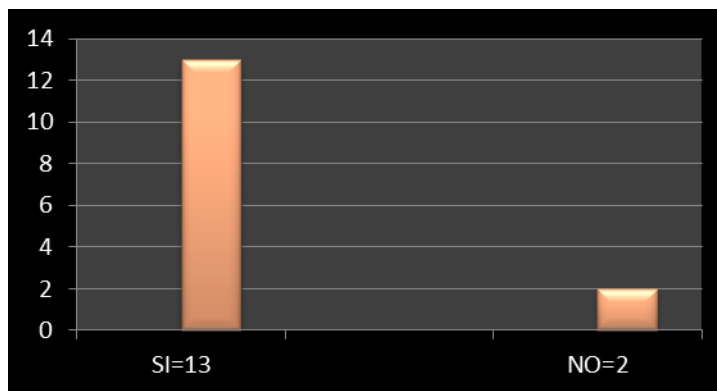
En relación con los costos de producción por Ha., no existe caridad del caficultor. Dijeron que oscila entre \$ 2.500.000 y \$ 7.000.000. El costo promedio se ubica en \$ 4.000.00

Gráfica 17. Valor promedio carga café especial



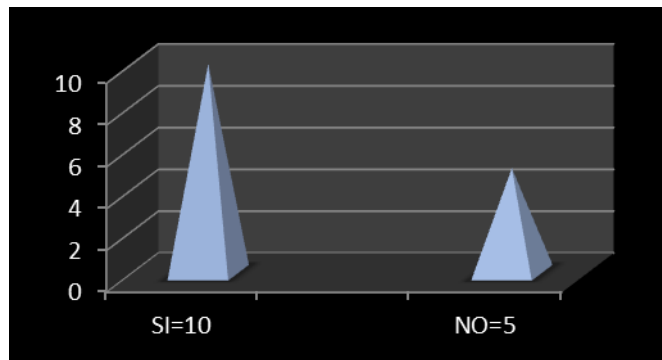
Los encuestados no tienen claridad sobre el valor promedio de la carga de café especial. Esta se halla entre \$ 520.000 y \$ 720.000. El valor promedio de la carga estaría en \$ 690.000.

Gráfica 18. Pertenencia a un Grupo de Café Especial



La gráfica nos manifiesta que de los 15 encuestados, 13 pertenecen al Grupo de Café Especial el Paraíso, mientras que dos de ellos no pertenecen a ninguno en concreto.

Gráfica 19. Certificación de la finca



En relación con la certificación de la finca, diez caficultores dijeron tener su predio certificado en UTZ – Rainforest o en Flow. Cinco de éstos cafeteros no tienen su finca certificada.

3.8. CONCLUSIONES DEL ESTUDIO DE MERCADO

En atención a la encuesta aplicada como prueba piloto, las gráficas nos dicen:

De los 15 cafeteros encuestados, 13 fueron hombres y 2 fueron mujeres.

El promedio de área de cultivo es de 3.2 has.

De acuerdo al tipo de caficultor, de los 15 encuestados, 11 son pequeños cafeteros y solamente cuatro son considerados medianos productores.

Las variedades que más se siembran, según las encuestas, son castilla (12); caturra (8) y Colombia (4).

Según los datos la producción por hectárea en Tarqui es de 4.411 kg/ha.

Sobre el conocimiento que tienen los productores del café especial, 11 dijeron tener algún saber al respecto, 4 de ellos no conocen el tema.

Todos los encuestados manifestaron tener experiencias sobre el caso del café especial.

En relación a la altitud de sus predios, manifestaron que están entre los 1.000 y 1.700 m.s.n.m.

De los encuestados, 14 manifestaron tener interés y muestran su acuerdo para establecer una comercializadora de café especial en Tarqui, solamente uno no mostró ningún interés al respecto.

Según los caficultores encuestados, el costo para producción por hectárea está entre 3 y 4.5 millones.

En relación al valor de la carga de café especial, dijeron que en promedio están vendiendo a \$ 620.000.

Mientras que 13 de los encuestados pertenecen a algún grupo asociativo, solamente dos de ellos no lo hacen

De todos los encuestados, 10 tienen sus predios certificados y solamente 5 no tienen ninguna certificación.

Se infiere que los cafeteros no tienen claro sobre cuánto produce su predio por hectárea, por razones de falta de elaboración de registros, por no acatar los consejos de los técnicos, o simplemente por cultura campesina o falta de capacitación.

Para este proyecto se debe analizar más en profundidad la oferta de café en cada temporada para tener unos indicadores que nos muestren la realidad de la producción en la zona de estudio.

4 ESTUDIO ADMINISTRATIVO

4.1. CONSTITUCIÓN EMPRESA Y ASPECTOS LEGALES

Mediante acta del 3 de abril de 2013, otorgada en asamblea constitutiva, inscrita en la Cámara de Comercio de Neiva el 9 de agosto de 2013, bajo el número 00030500, del libro I de las personas jurídicas sin ánimo de lucro, fue constituida la entidad denominada Grupo Asociativo de Café Especial de Tarqui. Su domicilio principal será la carrera 9 No. 5-29, barrio La Veguita de Tarqui Huila. La persona jurídica tiene una duración hasta el 3 de abril de 2023.

Los objetivos propios de este Grupo Asociativo serán:

1. La comercialización del café especial y corriente en todas sus presentaciones, verde, seco, trillado, molido con destino al mercado nacional e internacional.
2. La prestación de servicios de análisis, catación y clasificación según taza, aroma y demás especificaciones requeridas para el mercado nacional, ajustado a las necesidades del mismo.
3. La prestación de servicio de análisis de laboratorio de análisis de café.
4. El desarrollo de programas de capacitación en el manejo y análisis del café en todas sus variedades y según especificaciones técnicas.

Su patrimonio social estará conformado por los aportes sociales; los fondos y reservas de carácter permanentes; los auxilios y donaciones que se reciban con destino al incremento patrimonial y los aportes extraordinarios.

Patrimonio: \$ 500.000

Aporte Social: \$ 500.000

4.2. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

La Junta Directiva está conformada por Francy Elena Osorio, María Alejandra Osorio y Wilson Núñez Sánchez. La representante legal será Francy Elena Osorio y los órganos de administración del grupo asociativo serán la asamblea general y la junta directiva.

Figura 3. Organigrama Grupo Asociativo de Café Especial de Tarqui



Fuente: Autora.

4.3. GASTOS DE PERSONAL

Se incluyen los salarios mensuales del presidente, un contador por honorarios, un secretario, un tesorero, un perfilador de calidad o el comprador y de un coterero o ayudante de bodega.

El promedio mes de costos del personal asciende a \$ **5.028.560** lo que arrojaría al primer año de operación de la empresa comercializadora unos gastos anuales de \$ **60.342.720**

Cuadro 3. Gastos personal administrativo-operativo

DESCRIPCIÓN	VALOR	CARGA PRESTACIONAL	COSTOS MENSUALES
1. Presidente	\$ 600.000	51.33%	\$ 908.980
1. Contadora (honorarios)	180.000	-----0-----	180.000
1. Secretario	600.000	51.33%	908.980
1. Tesorero	600.000	51.33%	908.980
1. Perfilador de calidad	800.000	51.33%	1.210.640
1. Coterero	600.000	51.33%	908.980
TOTAL mes	\$ 3.940.000		\$ 5.028.560
Total anual			60.342.720

Fuente: Autora.

Los gastos de personal administrativo-operativo tiene un valor mensual de \$ 5.028.560, para un total anual de \$ 60.342.720, aquí la contadora será solo por honorarios.

4.4. GASTOS DE PUESTA EN MARCHA

Cuadro 4. Gastos de Puesta en marcha

Descripción	Unid.	Cant.	V/unit.	Valor total
Registros CCN	Gl.			\$ 160.000
Certificados	Gl.			80.000
Licencia Hacienda mpal.	Gl.			80.000
Estudios	Gl.			100.000
Papelería	Gl.			180.000
Otros imprevistos	Gl.			90.000
TOTAL				\$ 690.000

Fuente: autora.

Para registrar el grupo asociativo de café especial de Tarqui, ante cámara de comercio de Neiva, y la DIAN, es necesario hacer los gastos de puesta en marcha que tiene un valor de \$ 690.000

4.5. GASTOS ANUALES DE ADMINISTRACIÓN

Cuadro 5. Gastos administrativos

Descripción	Unid.	Cant.	V/unit./mes	Valor total anual
Acueducto	Gl.		12.000	\$ 144.000
Alcantarillado	Gl.		10.000	120.000
Aseo	Gl.		8.000	96.000

Telefonía móvil	Gl.	45.000	540.000
Internet	Gl.	60.000	720.000
Arrendamiento bodega	1	250.000	3.000.000
TOTAL		385.000	\$ 4.620.000

Fuente: Autora.

Aquí es el resumen de gastos administrativos en un año, con un total de \$ 4.620.000.

4.6. CUADRO RESUMEN DE GASTOS

Cuadro 6. Resumen de gastos anuales

Descripción de costos	Unid.	Cant.	V/unit./mes	Valor total anual
Personal administrativo	Pers.	6	5.028.560	\$ 60.342.720
De puesta en marcha		Gl.	690.000	800.000
Gastos servicios		Gl.	385.000	4.620.000
TOTAL				\$ 65.762.720

Fuente: autora.

Los gastos de administración son los que se generan del manejo o dirección de la empresa, es decir, todos los gastos que se generan en las oficinas y por causa del personal administrativo. Por ejemplo, salarios de gerentes, jefes, secretarias y mensajeros; energía eléctrica de las oficinas, renta de las oficinas, limpieza de oficinas, transporte de personal administrativo, combustible de gerentes, jefes u otro personal administrativo, capacitación de personal de oficina, seguro social de empleados de oficina, seguro de vehículos de personal administrativo, me arroja un valor total de \$ 65.762.720.

5. ESTUDIO TÉCNICO

5.1. TAMAÑO Y CAPACIDAD DEL PROYECTO

Para el caso específico de nuestro proyecto productivo aplicado, el tamaño significa el volumen de compras de café, en un período de tiempo determinado, en este caso, en una cosecha (1-2 meses). Se calcula que en temporada de cosecha alta se puedan adquirir entre 12.000 a 15.000 kg, mientras en mitaca o media cosecha se puedan comprar entre 2.000 y 3.000 kg.

La capacidad diseñada o volumen de producción que puede llegar a tener este proyecto productivo aplicado en cuanto a maquinaria y equipo, será la suficiente y requerida para operar regularmente en un nivel de producción normal.

5.2. LOCALIZACIÓN

El Grupo Asociativo Café Especial de Tarqui, se localiza en este municipio de la zona centro del departamento de Huila, se sitúa en el barrio La veguita. El municipio, se encuentra a 136 kilómetros al centro-sur de la ciudad de Neiva. Con una altura, sobre el nivel del mar de 824 metros. Su temperatura media es de 26 grados centígrados. El área municipal comprende 765 kilómetros cuadrados. Su territorio es montañoso en su gran extensión, pero también tiene algunos sectores planos y ondulados. El Municipio goza de una excelente posición geográfica. Para llegar a él, se puede utilizar diferentes rutas. Cuenta con servicios públicos como luz eléctrica, y saneamiento básico. El Municipio dispone de buenas vías esto facilita el acceso de la materia prima a la empresa y luego su comercialización.

5.3. INGENIERIA DEL PROYECTO

La producción de café especial es una práctica nueva por esta razón las técnicas y procedimientos a realizarse serán supervisadas por personal capacitado para su procesamiento.

Este proceso se hará de la siguiente forma:

1. Acondicionamiento de la materia prima café en sacos de 60 Kg.
2. Pesaje de la materia prima.
3. Tostado.
4. Enfriado y reposado.
5. Molido.
6. Empacado y embalaje.
7. Almacenamiento.
8. Venta y distribución al cliente.

5.4. ESTADO DE DESARROLLO

Colombia ha ocupado tradicionalmente un papel destacado en el mercado de cafés especiales de alta calidad, gracias a la labor que la Federación

Nacional de Cafeteros ha realizado desde hace varios años en materia de promoción y publicidad del consumo de cafés puros colombianos.

Con él animo de incrementar el posicionamiento de nuestro café en el segmento de los denominados “Cafés Especiales”, en 1986 se creó el programa de Cafés Especiales de Colombia, liderado por la Federación Nacional de Cafeteros; este programa tiene como objetivo la identificación y la selección de cafés provenientes de regiones específicas con características particulares (Federación Nacional de Cafeteros, 2005). De acuerdo con la evolución de la caficultura en el mundo, el programa de Cafés Especiales Colombianos comenzó con la investigación sobre las propiedades de algunas variedades de cafés cultivadas en regiones y zonas específicas del territorio nacional. Los consecuentes resultados fueron producto de características únicas, que se han convertido en claras preferencias por consumidores de café en todo el mundo.

Una meta de la FNC es ofrecer un número de marcas de diferentes orígenes, que sean apreciadas y que puedan comercializarse, de esta manera podrá mejorarse el ingreso de las familias cafeteras. Para la promoción de estos cafés provenientes de orígenes especiales de la geografía nacional, la FNC a través de sus oficinas en el exterior, ha decidido participar activamente en las diferentes ferias y espectáculos internacionales del grano. Actualmente el programa está recolectando muestras de cafés en diferentes regiones del país, en coordinación con los Comités Departamentales y las Cooperativas de Caficultores interesados, éstas se someten a un análisis de consistencia durante dos o tres años, y posteriormente estos cafés serán mostrados en las diferentes ferias.

Se consideran cafés especiales aquellos de excelente calidad, que mantienen una consistencia en sus propiedades físicas (forma, tamaño, humedad, apariencia, defectos), sensoriales (olfativa, visuales, gustativas), sus prácticas culturales (recolección, lavado, secado) y sus formas finales de preparación, características que los distinguen del común de los cafés y por los cuales los clientes están dispuestos a pagar un precio superior.

5.5. CAFÉS QUE CUMPLEN LOS CRITERIOS UTZ CERTIFIED (UTZ KAPEH, 2006)

Utz Kapeh que en lengua Maya significa “buen café”, es el nombre de una fundación constituida con el apoyo de la compañía holandesa Ahold, una de las más grandes cadenas mundiales de ventas al detal. En la actualidad, es una iniciativa independiente que ha desarrollado un código de conducta para la producción de café sostenible sobre la base de las “buenas prácticas agrícolas” del Grupo Europeo de Vendedores al detal (EUREP-GAP).

Este código contiene criterios para el manejo de suelos, el uso de fertilizantes, el manejo integrado de pesticidas, el manejo de residuos de polución, la salud de los trabajadores, la seguridad y el bienestar, y otros aspectos socioeconómicos y culturales. Utz Certified tiene como objetivos garantizar el acceso a los servicios sociales básicos, guiar a los productores para armonizar los estándares para la producción de café sostenible y proporcionar la asistencia para la aplicación de estos estándares.

La fundación registra a los productores interesados y proporciona el código de conducta; así mismo, establece contacto con una agencia de certificación independiente, la cual realiza las inspecciones y otorga el certificado si se cumplen los estándares. Las certificaciones fueron conseguidas por primera vez en 2002.

5.6. CAFÉ RAINFOREST ALLIANCE Y LA RED DE AGRICULTURA SOSTENIBLE (RFA, 2004)

La Red de Agricultura Sostenible (RAS) es una coalición de organizaciones conservacionistas independientes, sin ánimo de lucro.

Esta fomenta la sostenibilidad socio-ambiental de actividades agrícolas mediante desarrollo de estándares y la certificación de fincas que cumplan con ellos. Cada miembro de la Red provee los servicios de certificación a los productores y a las empresas agrícolas en su país, y aporta los conocimientos y la experiencia para el desarrollo de los estándares de producción sostenible.

Rainforest Alliance es la secretaría de la Red y administra los sistemas de certificación. La RAS usa el sello Certificación Rainforest Alliance.

La Rainforest Alliance (RA) propende por la protección de los ecosistemas y las personas, así como la vida silvestre que en ellos habita, al transformar las prácticas en el uso de la tierra, en la industria y en el comportamiento de los consumidores.

Las empresas, las cooperativas y los caficultores que participan en los programas RA deben cumplir con rigurosos estándares que conservan la biodiversidad y proveen medios de vida sostenibles como:

1. La planificación, la ejecución y el monitoreo del sistema de gestión socio-ambiental
2. La conservación de ecosistemas
3. La protección de la vida silvestre

4. La conservación de recursos hídricos
5. El trato justo y las buenas condiciones para los trabajadores
6. Las relaciones con la comunidad
7. El manejo integrado del cultivo
8. El manejo y conservación del suelo
9. El manejo integrado de desechos

5.7. PLAN DE PRODUCCIÓN

Por tratarse de un proyecto productivo aplicado no se pueden estimar las ventas ya que el grupo asociativo no se halla en operación, las cantidades a producir dependerán de las compras a realizar por el grupo dedicado al proyecto.

5.8. INFRAESTRUCTURA

La parte básica de la infraestructura para el proyecto se puede detallar en la Tabla 7.

Cuadro 7. Maquinaria y equipo

Detalle	Unidad	Cantidad	V/unitario	V/total
Básculas	Unid.	1	\$ 1.700.000	\$ 1.700.000
Gramera	Unid.	1	350.000	350.000
Trilladora	Unid.	1	1.650.000	1.650.000
Sondas	Unid.	3	210.000	630.000
Zarandas	Unid.	2	250.000	500.000
Mesa metálica	Unid.	1	150.000	150.000
Estibas	Unid.	6	240.000	1.440.000
Laboratorio de catación	Kits	1	5.000.000	8.000.000
Empacadora/selladora	Unid.	1	2.000.000	2.000.000
Tostadora	Unid.	1	36.000.000	36.000.000
TOTAL				52.420.000

Fuente: Autora.

Para adecuar la infraestructura debo dotar con los equipos y maquinaria nombrada, con el fin de comprar y vender el café dándole un valor agregado, la inversión es de \$ 52.420.000.

6. ESTUDIO FINANCIERO

6.1. INVERSIONES FIJAS

Cuadro 8. Inversión Maquinaria y equipo

Detalle	Unidad	Cantidad	V/unitario	V/total
Básculas	Unid.	1	\$ 1.700.000	\$ 1.700.000
Gramera	Unid.	1	350.000	350.000
Trilladora	Unid.	1	1.650.000	1.650.000
Sondas	Unid.	3	210.000	630.000
Zarandas	Unid.	2	250.000	500.000
Mesa metálica	Unid.	1	150.000	150.000
Estibas	Unid.	6	240.000	1.440.000
Laboratorio de catación	Kits	1	8.000.000	8.000.000
Empacadora/ selladora	Unid.	1	2.000.000	2.000.000
Tostadora	Unid.	1	36.000.000	36.000.000
TOTAL				52.420.000

Fuente: Autora.

La inversión fija en maquinaria y equipo tiene un costo de \$ 52.420.000, aquí no hay inversión en terrenos, ni construcciones.

6.2. INVERSIONES DIFERIDAS

Se calcula el pago de arrendamiento de una bodega a razón de \$ 250.000 el canon mensual. A un año el costo será de **\$ 3.000.000**

6.3. COSTOS

Obsérvense en el cuadro 9.

Cuadro 9. Costo de servicios

Descripción	Unid.	Cant.	V/unit./mes	Valor total anual
Acueducto	Gl.		12.000	\$ 144.000
Alcantarillado	Gl.		10.000	120.000
Aseo	Gl.		8.000	96.000
Telefonía móvil	Gl.		45.000	540.000
Internet	Gl.		60.000	720.000
TOTAL				\$ 1.620.000

Fuente: autora.

Aquí he relacionado los costos de servicios a un año en total \$ 1.620.000.

6.4. GASTOS

Cuadro 10. Gastos de administración anual

DESCRIPCIÓN	VALOR	CARGA PRESTACIONAL	COSTOS MENSUALES
1. Presidente	\$ 600.000	51.33%	\$ 908.980
1. Contadora (honorarios)	180.000	--0--	180.000
1. Secretario	600.000	51.33%	908.980
1. Tesorero	600.000	51.33%	908.980
1. Perfilador de calidad	800.000	51.33%	1.210.640
1. Coterero	600.000	51.33%	908.980
TOTAL mes	\$ 3.940.000		\$ 5.028.560
Total anual			60.342.720

Fuente: Autora.

Se resume el gasto de administración anual con un valor de \$ 60.342.720.

Cuadro 11. Gastos de iniciación

Descripción	Unid.	Cant.	V/unit.	Valor total
Registros CCN	Gl.			\$ 160.000
Certificados	Gl.			80.000
Licencia Hacienda Mpal.	Gl.			80.000
Estudios	Gl.			100.000
Papelería	Gl.			180.000
Otros imprevistos	Gl.			90.000
TOTAL				\$ 690.000

Fuente: autora.

Para registrar el grupo asociativo de café especial de Tarqui, ante cámara de comercio de Neiva, y la DIAN, es necesario hacer los gastos de puesta en marcha que tiene un valor de \$ 690.000

6.5. CAPITAL DE TRABAJO

La definición más básica de capital de trabajo lo considera como aquellos recursos que requiere la empresa para poder operar. En este sentido el capital de trabajo es lo que comúnmente conocemos como activo corriente. (Efectivo, inversiones a corto plazo, cartera e inventarios).

El capital de trabajo es elemental para el normal funcionamiento de cualquier empresa por lo que es importante tener claro cuáles son sus fuentes para así lograr una mejor administración del capital de trabajo.

Las principales fuentes de capital de trabajo son el endeudamiento, las capitalizaciones y los resultados de las operaciones de la empresa. El endeudamiento o financiación es una de las fuentes más comunes para adquirir capital de trabajo. La financiación se puede adquirir con entidades financieras o con proveedores o acreedores.

El capital de trabajo estimado para el presente proyecto aplicado a la implementación de una comercializadora de café especial a cargo del Grupo Asociativo de Café Especial de Tarqui Huila, se estima en \$ 69.000.000.

DETALLE	AÑOS				
	0	1	2	3	4
CAPITAL DE TRABAJO	\$182.784.897	\$5.483.547	\$5.648.053	\$5.817.495	\$5.992.020

= TOTAL COSTOS OPERACIONALES	\$ 1.646.238.717
- DEPRECIACION	\$ 1.033.000
- AMORTIZACION DIFERIDOS	\$ 141.643
- GASTOS DE VENTA	\$ -
	<u>\$ 1.645.064.075</u>

/ ENTRE 365 DIAS	360	\$ 4.569.622	
	30	40	\$ 182.784.897

MANO DE OBRA	65.579.075
COSTO DE MATERIALES	1.574.400.000
COSTO DE SERVICIOS	5.085.000
OTROS	0

COSTO DE OPERACIÓN ANUAL	1.645.064.075
--------------------------	---------------

\$ -

ICT = Inversion en capital de trabajo

CO = Ciclo operativo (en dias)

COPD = Costo de operación promedio diario

COPD = Costo operación anual

365

$$\text{COPD} = \frac{1.645.064.075}{365}$$

$$\text{COPD} = 4.507.025$$

$$\text{ICT} = \text{CO (COPD)}$$

$$\text{ICT} = 40 \times 4.507.025$$

$$\text{ICT} = \mathbf{180.280.994}$$

6.6. PUNTO DE EQUILIBRIO

Para poder comprender mucho mejor el concepto de PUNTO DE EQUILIBRIO, se deben identificar los diferentes costos y gastos que intervienen en el proceso productivo. Para operar adecuadamente el punto de equilibrio es necesario comenzar por conocer que el costo se relaciona con el volumen de producción y que el gasto guarda una estrecha relación con las ventas. Tantos costos como gastos pueden ser fijos o variables.

El punto de equilibrio se puede calcular tanto para unidades como para valores en dinero. Algebraicamente el punto de equilibrio para ventas se calcula de la siguiente manera:

Fórmula

$$PE_{\text{ventas}} = \frac{CF}{1 - \frac{CVT}{VT}}$$

Donde:

CF = costos fijos

CVT = costo variable total

VT = ventas totales

$$PE = \frac{60.342.720}{1 - 74.320.000/90.906.000} = \frac{60.342.720}{0.18257} = \mathbf{330.518.266}$$

DISTRIBUCION DE
COSTOS

COSTO	COSTO FIJO	COSTO VARIABLE	
Costo de Producción			
Mano de Obra directa	\$ 27.741.393		
Mano de obra indirecta	\$ -		
Materiales directos		\$ 1.574.400.000	
Materiales indirectos		\$ -	
Depreciación	\$ 313.000		
Servicios		\$ 5.085.000	
Mantenimiento	\$ -		
Subtotal	\$ 28.054.393	\$ 1.579.485.000	\$ 1.607.539.393
Gastos de Administración			
Sueldos y prestaciones	\$ 37.837.682		
Otros gastos	\$ -		
Pre operativos	\$ 141.643		
Depreciación	\$ 720.000		
Subtotal	\$ 38.699.325		
Gastos de Ventas			
Gastos varios de venta	\$ -		
Sueldos y prestaciones	\$ -		
Depreciación	\$ -		
Subtotal	\$ -		
TOTAL	\$ 66.753.717	\$ 1.579.485.000	
COSTOS TOTALES		\$ 1.646.238.717	\$ -

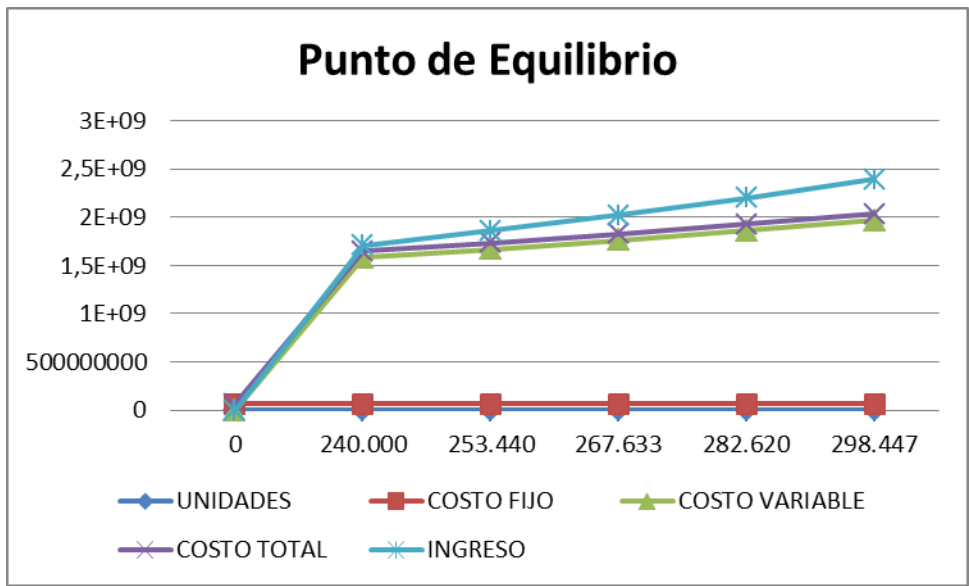
PUNTO DE EQUILIBRIO

COSTOS FIJOS ANUAL 66.753.717

(P - C.V.U.)	538,81		
NUMERO DE UND. P.E.=	123.890	\$	882.099.928
NUMERO DE UNIDADES	240.000		IT= CT
			IT= \$ 882.099.928
PRECIO POR UNIDAD	\$ 7.120		CT= \$ 882.099.928
COSTO VARIABLE UNITARIO	6.581		
PE=	$\frac{CF}{P-CVU}$		

UNIDADES	COSTO FIJO	COSTO VARIABLE	COSTO TOTAL	INGRESO
0	\$ 66.753.717	0	\$ 66.753.717	0
240.000	\$ 66.753.717	\$ 1.579.485.000	\$ 1.646.238.717	\$ 1.708.800.000
253.440	\$ 66.753.717	\$ 1.667.936.160	\$ 1.734.689.877	\$ 1.858.627.584
267.633	\$ 66.753.717	\$ 1.761.340.585	\$ 1.828.094.302	\$ 2.021.592.051
282.620	\$ 66.753.717	\$ 1.859.975.658	\$ 1.926.729.375	\$ 2.198.845.242
298.447	\$ 66.753.717	\$ 1.964.134.295	\$ 2.030.888.012	\$ 2.391.639.992

Figura 4. Punto de equilibrio



Fuente: autora.

7. EVALUACIÓN DEL PROYECTO

7.1. EVALUACIÓN FINANCIERA

Es la que se orienta a la rentabilidad de la inversión para los dueños del proyecto o inversionistas.

Los objetivos de la evaluación financiera o privada son:

- Medir qué tan rentable es la inversión del proyecto para sus gestores.
- Determinar la viabilidad de atender oportunamente los costos y los gastos.
- Aportar elementos de juicio para comparar el proyecto con otra alternativa de inversión.

La evaluación financiera busca establecer si se justifica la inversión. En los proyectos económicos los ingresos deben garantizar la rentabilidad esperada por el inversionista.

7.1.1. Valor Presente Neto (V.P.N.)

Para el proyecto sin financiamiento, el Valor Presente Neto es la diferencia del valor presente de todos los ingresos menos el valor presente de todos los egresos.

Para hallar el V. P. N., hay que tener muy claro el concepto de Tasa de Interés de Oportunidad (T. I. O.), que se define como la mínima rentabilidad que espera el inversionista para su capital invertido.

7.1.2. Tasa de Interés de Oportunidad (T.I.O.)

La tasa de oportunidad depende del inversionista, de las alternativas de inversión y del riesgo. El empresario siempre aspira a obtener mayor rentabilidad en el proyecto la que ofrece la otra alternativa.

La tasa de interés de oportunidad se determina así:

$$\text{T.I.O.} = i + f + if$$

i = Premio al riesgo

f = Inflación

Para el presente proyecto se estima un premio al riesgo del 15%. Asimismo, se debe estimar una tasa de inflación de 4.25%.

Se debe determinar entonces primero nuestra tasa de interés de oportunidad, conociendo que la inflación es de 4.25% y se aspira ganar un 15%.

$$\text{T.I.O.} = i + f + if$$

i = 15%

f = 4.25%

$$\text{T.I.O.} = 0.15 + 0.0425 + 0.15 \times 0.0425 = 0.198875$$

$$\text{T. I. O.} = \mathbf{0.198875}$$

7.1.3. Cálculo del V.P.N. sin financiamiento (términos constantes)

En este proyecto se asume un periodo de cinco años y una tasa de oportunidad del 23.9% sin financiamiento.

La fórmula es:

$$F = P(1 + i)^n, \text{ despejando } P:$$

$$P = \frac{F}{(1 + i)^n}$$

Donde:

P = Valor presente en el periodo cero (egresos)

F = Valor futuro (ingresos) y

N = número de periodos transcurridos a partir de cero.

	VPN	OBSERVACIONES
V.P.N. SIN FINANCIAMIENTO	\$321.631.018	Luego el proyecto es factible porque el valor presente neto es positivo
V.P.N. CON FINANCIAMIENTO	\$393.791.416	Luego el proyecto es factible porque el valor presente neto es positivo
V.P.N. PARA INVERSIONISTA	\$452.925.693	Luego el proyecto es factible porque el valor presente neto es positivo

7.1.4. Análisis de los resultados

Lo anterior nos indica que:

- ✓ Se puede aceptar el proyecto.
- ✓ El dinero invertido en el proyecto ofrece un rendimiento superior al 23%
- El V.P.N. para los inversionistas sin financiamiento es igual al V.P.N. del proyecto.
- El V.P.N. para los inversionistas es de **\$ 452.925.693**

7.1.5. TIR (Tasa Interna de Rentabilidad)

Se denomina tasa interna de rentabilidad (TIR) al tipo de interés, r , que hace su valor neto igual a cero.

Se puede definir como la rentabilidad que producen los dineros en el proyecto. Estos proyectos se aceptan y son rentables cuando la TIR es mayor que la tasa interna de oportunidad.

Cálculo de la TIR para el proyecto sin financiamiento (Términos constantes)

Cuadro 12. Datos para el cálculo de la TIR

Concepto	Años				
Flujo financiero neto sin financiamiento	1	2	3	4	5
	\$ 90.906.000	\$111.814.380	\$111.814.380	\$111.814.380	\$137.531.687

Fuente: Autora.

Se utiliza el método de aproximación por interpolación. Se realiza una serie de ensayos hasta encontrar dos valores cercanos a cero, uno negativo y otro positivo.

Cálculo de la TIR sin financiamiento

Fórmula general de la TIR

$$0 = -A + \frac{Q_1}{(1+r)^1} + \frac{Q_2}{(1+r)^2} + \dots + \frac{Q_n}{(1+r)^n}$$

Donde:

A = desembolso inicial

Q(s) = Flujo de caja del momento s

N = número de años que dura la inversión

r = TIR (45%) = 1,45

La Inversión se considera ejecutable cuando r sea mayor que la rentabilidad mínima que le exijamos a la inversión. Y la rechazaríamos cuando fuese inferior.

DIRERENCIA ENTRE TASAS UTILIZADAS	SUMA DEL VPN (en valores absolutos)	% DEL TOTAL DE DIFERENCIA DE TASAS	AJUSTE AL 1%	AJUSTADAS TIR
49%	\$ -2.283.462	41,46%	-0,4146	48,58%
48%	\$ 3.223.640	58,54%	0,5854	48,58%
1%	\$ 5.507.101	100%	1,00	

Cálculo de la TIR con financiamiento

DIRERENCIA ENTRE TASAS UTILIZADAS	SUMA DEL VPN (en valores absolutos)	% DEL TOTAL DE DIFERENCIA DE TASAS	AJUSTE AL 1%	AJUSTADAS TIR
52%	\$ -5.059.331	94%	-0,94	51,06%
51%	\$ 305.922	6%	0,06	51,06%
1%	\$ 5.365.253	100%	1,00	

Cálculo de la TIR para el inversionista

DIRERENCIA ENTRE TASAS UTILIZADAS	SUMA DEL VPN (en valores absolutos)	% DEL TOTAL DE DIFERENCIA DE TASAS	AJUSTE AL 1%	AJUSTADAS TIR
60%	\$ -2.388.205	60%	-0,60	59,39%
59%	\$ 1.559.478	40%	0,40	59,39%
1%	\$ 3.947.683	100%	1,00	

7.1.6. Interpretación de los resultados del V. P. N.

Lo más importante cuando se realiza una operación es la interpretación de los resultados, lo mismo sucede con el V. P. N.

El V. P. N. es tal vez el indicador más confiable en la evaluación financiera del proyecto e indica la riqueza o pérdida adicional que tendría el inversionista, frente a sus oportunidades convencionales de inversión, al invertir sus recursos financieros en el proyecto.

En el cuadro 13 se presentan los posibles resultados:

Cuadro 13. Resultado del V.P.N.

RESULTADOS	EXPLICACION
V. P.N. (i) > 0 indica (i) = Tasa de Oportunidad	<p>El proyecto es financieramente atractivo y se debe aceptar.</p> <p>El dinero invertido en el proyecto rinde una rentabilidad superior la tasa de oportunidad empleada.</p> <p>El proyecto permite obtener una riqueza adicional igual al V.P.N. en relación con la que se obtiene al invertir en otra alternativa.</p>
V.P.N. (i) < 0 Indica	<p>El proyecto no es conveniente y se debe rechazar.</p> <p>La rentabilidad del proyecto es inferior a la tasa de oportunidad.</p> <p>El proyecto produce una pérdida igual al V.P.N., en comparación con los resultados que se esperan.</p>
V. P.N. (i) = 0 Indica	<p>Es indiferente aceptarlo o rechazarlo.</p> <p>La rentabilidad que produce igual a la tasa de oportunidad, o sea el mismo rendimiento que produce la otra alternativa.</p>

Fuente: Formulación y Evaluación de Proyecto. Contreras Buitrago. UNAD.

7.1.6. RELACIÓN BENEFICIO – COSTO (RBC)

La relación costo beneficio toma los ingresos y egresos presentes netos del estado de resultado, para determinar cuáles son los beneficios por cada peso que se sacrifica en el proyecto.

La relación se expresa así:

$$\mathbf{RBC = \Sigma VPI / \Sigma VPE}$$

Donde:

RBC = Relación Beneficio costo

VPI = Valor presente de los ingresos

VPE = Valor presente de los egresos

V.P.N. de los ingresos: \$ 199.807.802

V.P.N. de los egresos: \$ 98.486.264

$$RBC = \Sigma VPI / \Sigma VPE$$

$$RBC = \$ 199.807.802 / \$ 98.486.264$$

$$RBC = 2.02878$$

Los resultados se interpretan así:

RBC > 1 Se debe aceptar el proyecto si el valor presente de los ingresos es mayor que valor presente de los egresos.

RBC < 1 Se debe rechazar si el proyecto el valor presente de los ingresos es menor que el valor presente de los egresos.

RBC = 1 Es indiferente si el valor presente de los ingresos apenas cubre los costos de oportunidad del dinero.

Al evaluar varias alternativas se escoge aquella que tenga mayor valor en la relación beneficio costo.

7.1.7. ANALISIS DE SENCIBILIDAD

RESUMEN ANALISIS DE SENSIBILIDAD		
VARIABLE	DATO ORIGINAL	INCREMENTO 10% EN MATERIA PRIMA
Capacidad instalada	50.000	50.000
Capacidad utilizada	50.000	50.000
Unidades	240.000	240.000
Precio Unitario	6.560	7.200
Ingreso Total	1.708.800.000	1.728.000.000
Costo Total	1.646.238.717	1.803.678.717
Utilidad Operacional	62.561.283	-94.878.717
Utilidad Neta	35.737.287	-69.747.513
Unidades Punto de Equilibrio	123.890	-569.632
Ingreso punto de Equilibrio	882.099.928	-4.055.777.856
VPN sin financiamiento	321.631.018	-12.237.948
VPN Con financiamiento	393.791.416	17.856.469
VPN para el inversionista	452.925.693	62.490.265
TIR sin financiamiento	48,59	-20,83
TIR con financiamiento	51,06	-25,70
TIR para el inversionista	59,40	-46,50
Datos Deflactados	51,01	-135,21
Tasa de Interés Crédito	17,04%	17,04%
Inflación	3,00%	3,00%
Monto crédito	54.120.000	54.120.000
Tasa de Interés oportunidad	19,00%	19,00%

7.2. EVALUACIÓN SOCIAL

La evaluación social de proyectos compara los beneficios y costos que una determinada inversión puede tener para la comunidad de un país en su conjunto.

No siempre un proyecto que es rentable para un particular es rentable para la comunidad y viceversa.

Tanto la evaluación social como la privada, usan criterios similares para estudiar la viabilidad en un proyecto, aunque diferencian en la valoración de las variables determinantes de los costos y beneficios que se asocian.

La evaluación privada trabaja con criterios de precios del mercado, mientras la evaluación social lo hace con precio de sombra o social.

8. IMPACTO

8.1. IMPACTO ECONÓMICO

Para aportar al desarrollo local y regional en la aplicación de proyectos productivos empresariales, se plantea el establecimiento de una empresa de apoyo a la producción y comercialización de Café Especial, la cual se puede considerar como una sensible alternativa para mejorar el ingreso de los caficultores de la región. De acuerdo al análisis económico la empresa llega a general hasta 6 empleos directos y otros 140 indirectos en forma aproximada. El proyecto es rentable en la medida en que pueda demostrar que por cada peso invertido generará una utilidad entre 2,5 y 2,9 pesos.

8.2. IMPACTO SOCIAL

En Tarqui la mayor parte de la población, o sea el 70% de los moradores se encuentra en el área rural, siendo unos 12.000 habitantes lo cual determina su condición eminentemente rural. Las acciones de capacitación y asistencia al caficultor, constituyen el componente social de apoyo al generador de la materia prima del proyecto, a partir de la realización de un diagnóstico de necesidades de formación y acompañamiento empresarial, teniendo en cuenta especialmente, el desarrollo personal, el desempeño técnico y de productividad.

De esta empresa se beneficiará al menos la mitad de los productores (1.295) caficultores que son los proveedores de materia prima, además empresas de empaque, empresas de combustible, empresas de transporte, empresas de servicios públicos, entre otras.

8.3. IMPACTO AMBIENTAL

Al desarrollar este proyecto productivo aplicado, la parte ambiental juega un papel importante, por esta razón los caficultores se enterarán de una nueva cultura de conservación y mejoramiento de sombríos en los cultivos, cuando

se introducen árboles frutales debido a que necesitarán sombra para el café, de esta forma crece mejor y se produce un café de exquisito aroma y un dulce sabor.

La incidencia en contaminación es mínima en la emisión de gases producidos por el tostado, los ruidos que generan las máquinas es minimizado con tapa oídos para los operarios, además el ruido será en un mínimo de la jornada de trabajo, la planta estará ubicada en un sector comercial del perímetro urbano.

9. CONCLUSIONES

Una vez aplicadas las encuestas, tabulada y analizada la información recopilada y la observada de otras fuentes, se puede entender que el pequeño y mediano caficultor del municipio no tienen claridad respecto a volúmenes de producción, costos por hectárea sembrada y costos de producción por cosechas, debido a la falta de capacitación y elaboración de registros permanentes.

De acuerdo a los análisis realizados se puede inferir que este proyecto productivo aplicado es viable realizarlo ya que puede ofrecer buenos márgenes de rentabilidad y utilidades y rendimiento tan pronto pueda entrar en operación.

La demanda de productos de café especiales es cada día mayor tanto para los mercados internos como para el comercio exterior; en tal sentido se requiere de una comercializadora que mejore las condiciones de comercialización de grano de excelente calidad para ofertar productos de buena presentación para los nuevos mercados de los cafés especiales en un comercio global.

El Grupo Asociativo encargado de liderar este proyecto productivo aplicado cuenta con el personal capacitado y suficiente para la implementación del mismo.

10. RECOMENDACIONES

El proyecto debe implementar una capacitación y formación masiva a los pequeños caficultores de la región objeto de estudio, ya que la gran mayoría desconocen algunas prácticas sostenibles con el medio ambiente y las artes de manejo y registro de información importante que deben manejar los cafeteros.

Se necesita aplicar una nueva cultura ambiental en los productores rurales, ya que existen buenas prácticas agrícolas que deben implementarse para beneficio del desarrollo sostenible con el medio ambiente, para la salud misma de los cafeteros y para sembrar la semilla de la cultura de la agricultura limpia.

Los pequeños caficultores de la zona tienen algunas experiencias sobre cafés especiales pero no disponen de los medios materiales y económicos para incursionar en los mercados a gran escala. La gran mayoría demuestran que poseen muy escasa capacitación y formación al tratar este tema.

BIBLIOGRAFÍA

Bacca Urbina, Gabriel. Evaluación y Formulación de proyectos. Cuarta Edición Mc. Graw Hill.

Cardona, S.J.F. (2010). *Cafés especiales: situación actual y aplicación del programa de calidad de café Nespresso AAA, en el municipio de Jardín Antioquia*. Corporación Universitaria Lasallista.

Cañón, H. (2006). *Módulo Diseño de proyectos*. UNAD.

Comité Departamental de Cafeteros del Huila. (2013). Estado de la caficultura del departamento por seccionales y municipios. Oficina SICA-HUILA. División Técnica. Comité Departamental de Cafeteros del Huila. (Septiembre de 2013).

Contreras, M. E. (2003). *Formulación y evaluación de proyectos*. UNAD.

Departamento Nacional de Estadística –DANE- Censo 2005.

Dávila, L.M: *Módulo Evaluación de proyectos* – UNAD-

Farfán V.F. (S.F). *Sistemas de producción de café en Colombia*.

Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural. (2005). *Observatorio Agrocadenas- Colombia*. La cadena del café en Colombia. Una mirada global de su estructura y dinámica 1991-2005. Bogotá.

Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural. Dirección de Desarrollo Tecnológico y Protección Sanitaria. Plan nacional para la Implementación de Buenas Prácticas Agrícolas.

Plan Municipal de Desarrollo 2012-2015 “Uniendo Fuerzas, avanzamos”.

Polo, M. Y. M. (2013). *Análisis de factibilidad técnica, ambiental y financiera para la producción y comercialización de café sostenible por el grupo asociativo robles del macizo - corregimiento de Bruselas (Municipio de Pitalito, Huila)*. Universidad Tecnológica de Pereira.

Quiceno, C.J.S. (2010). *Proceso de certificación en café orgánico para la firma Alexcafé S.A.S.* Universidad Católica Popular del Risaralda. Pereira.

CIBERGRAFÍA

Análisis de las cinco fuerzas. Disponible en: [Wikipedia: Análisis Porter](#).

ANEXOS

Anexo 1. CUESTIONARIO – ENCUESTA

Objetivo: Conocer la percepción de los productores sobre la comercialización de café especial en el municipio de Tarqui Huila.

Generalidades:

Lugar _____ y _____ fecha _____ de _____ la encuesta:

Nombre _____ del(a) _____ caficultor(a):

Nombre _____ de _____ la finca:

Ubicación: Centro Poblado: _____ Vereda:

Contacto: Teléfono: _____

Sexo: M: _____ F: _____ Edad: _____ años.

Preguntas:

1. ¿Su área de café cultivado es?

De 0 - 1 Ha. _____

De 2 - 4 Has. _____

De 5 - 8 Has. _____

De 9 o más Has. _____

2. ¿Usted se considera cómo caficultor?

Pequeño: _____ Mediano: _____ Grande: _____

3. ¿Qué variedades de café cultiva usted principalmente?

4. Calcule su producción promedio de café al año por Ha.

De 200 a 800 kg. _____

De 1000 a 1900 kg. _____

De 2000 a 3900 kg. _____

De 4000 a 6900 kg. _____

Más de 7000 kg. _____

5. ¿Tiene usted algún tipo de conocimiento sobre cafés especiales? SI: _____

NO: _____

6. ¿Conoce usted alguna experiencia sobre productores de café especial en su región? SI: _____ NO: _____ ¿Cuál?: _____

7. ¿A qué altitud está ubicada su finca?

De 0 a 1000 m.s.n.m. _____

De 1000 a 2000 m.s.n.m. _____

De 2000 a 2500 m.s.n.m. _____

Más de 2600 m.s.n.m. _____

8. ¿Estaría usted interesado en incursionar en la producción de cafés especiales?

SI: _____ NO: _____ ¿Por qué?

9. ¿Usted está de acuerdo en que se comercialice café especial en Tarqui?

SI: _____ NO: _____ ¿Por qué?

10. ¿Cuál considera usted que es su costo promedio de inversión para producir una hectárea?

11. ¿Conoce usted cual es el valor promedio actual de una carga de café especial de 125 kg. en el comercio? Valor: \$

_____.

12. ¿Pertenece usted a algún Grupo Asociativo de Productores de Café?

SI: _____ NO: _____ ¿A cuál?

13. ¿Su finca está certificada? SI: _____ NO: _____

¿Qué tipo o clase de certificación?

_____.

Nombre de la encuestadora:

_____.

Gracias por su colaboración.

Anexo 2.

Estado de la caficultura del departamento por seccionales y municipios.
Oficina SICA-HUILA. División Técnica. Comité departamental de Cafeteros
del Huila. (Septiembre de 2013).