

ESTRATEGIA PARA INCENTIVAR EL CONOCIMIENTO Y CONSUMO DE LA
OFERTA DE CAFÉ COLOMBIANO EN LA LOCALIDAD DE LA CANDELARIA –
BOGOTÁ

ESCOBAR ROA NICOLAS
PEREZ ORTIZ LUCAS SANTIAGO MATEO

UNIVERSITARIA AGUSTINIANA
FACULTAD DE ARTE, COMUNICACIÓN Y CULTURA
TECNOLOGIA EN GASTRONOMIA
BOGOTA D.C

2017

ESTRATEGIA PARA INCENTIVAR EL CONOCIMIENTO Y CONSUMO DE LA
OFERTA DE CAFÉ COLOMBIANO EN LA LOCALIDAD DE LA CANDELARIA –
BOGOTÁ

ESCOBAR ROA NICOLAS
PEREZ ORTIZ LUCAS SANTIAGO MATEO

Tutor

GARAVITO NAJAS JENNY ZORAYDA
RAMIREZ IVAN ANTONIO

Trabajo de grado para optar al título como
Tecnólogo en gastronomía

UNIVERSITARIA AGUSTINIANA
FACULTAD DE ARTE, COMUNICACIÓN Y CULTURA
TECNOLOGIA EN GASTRONOMIA
BOGOTA D.C

2017

Nota de aceptación

Firma del Presidente del jurado

Firma del jurado

Firma del jurado

Agradecimientos y dedicatoria

Damos gracias a Dios por iluminar nuestro camino y nuestras mentes para poder realizar este proyecto, gracias a Dios por darnos una vez más la oportunidad de encontrar a través de nuestras capacidades físicas y mentales la sabiduría y el conocimiento de información útil que será vital en el crecimiento y desarrollo de nuestras vidas.

A nuestras familias y parejas, agradecemos el tiempo y la dedicación, los valores inculcados y los recursos que se utilizaron en pro de nuestro crecimiento personal. A ellos, dedicamos este proyecto, nuestro más grande logro hasta ahora, un proyecto que refleja toda la entrega, el amor y el cariño que nos han brindado. Gracias a todos y cada uno de los integrantes que hacen parte de nuestras familias, sin ellos ninguno de los objetivos personales establecidos a lo largo de nuestras vidas serían posibles.

Agradecemos a la universidad, por darnos el apoyo y herramientas necesarias a través del conocimiento de personas como los profesores, los directivos, cada uno de los integrantes del área administrativa, entre otros, gracias a su conocimiento y su aporte como personas logramos culminar este proceso.

Por último, gracias a todas y cada una de las personas que, sin tener un vínculo cercano, fueron de suma importancia en la realización de este proyecto.

Nicolás Escobar Roa
Santiago Mateo Pérez Ortiz

Resumen

Este documento hace referencia al análisis de la oferta de café colombiano en los establecimientos ubicados en la localidad de La Candelaria- Bogotá.

La finalidad del proyecto es identificar, analizar y resolver las variables que afectan la oferta y demanda del café colombiano en los establecimientos ubicados en la localidad de candelaria y así generar una estrategia que fomente el consumo del café colombiano en esta localidad. Identificando y resolviendo variables como variedad, calidad, precio, entre otros, el objetivo es evaluar el estado de consumo interno en este sector y utilizar dicha información para que la gente del común adopte los resultados como un plan de culturización en el cual ellos puedan identificar dichas variables y su relación con la oferta de café colombiano en la localidad de La candelaria.

El espacio en el que se desarrolla nuestro proyecto es la candelaria, un lugar en donde encontramos todo tipo de actividades y personas, así mismo por su historia, su cultura y por lo que representa en esta ciudad, es el punto de partida ideal para nuestro “plan” de culturización el cual queremos impulsar a través de los resultados de este proyecto.

Contenido

Introducción	8
1. Planteamiento del problema	9
1.1 Formulación del problema	9
2. Justificación	10
3. Objetivos.....	11
3.1 Objetivo general.....	11
3.2 Objetivos específicos.....	11
4. Marco de referencia	12
4.1 Marco teórico-conceptual	12
4.2 Marco histórico	28
4.3 Marco legal	30
4.4 Antecedentes	34
5. Metodología.....	35
5.1 Tipo de investigación.....	35
5.2 Diseño experimental	36
5.2.1 Fase 1.....	36
5.2.1.1 <i>Diagrama #1 – Identificación de variables.</i>	36
5.2.2 Fase 2.....	37
5.2.2.1 <i>Diagrama #2 – Recolección de datos.</i>	37

5.2.4	Fichas técnicas.....	39
5.2.4.1	<i>Ficha #1 – Encuesta consumidores.</i>	39
5.2.4.2	<i>Ficha #2 – Encuesta establecimientos.</i>	40
5.2.5	Fase 3.....	41
5.2.5.1	<i>Diagrama #3 – Diseño de estrategia.</i>	41
5.3	Fase 4.....	42
5.3.2	Gráficos encuesta #1.....	43
5.3.4	Gráficos encuesta #2.....	50
6	Resultados y análisis de resultados.....	54
6.1	Fase 1.....	54
6.2	Fase 2.....	55
6.3	Fase 3.....	55
7	Conclusiones.....	56
8	Recomendaciones.....	58
9	Anexos.....	59
10.	Bibliografía.....	60

Introducción

El café es un producto vital para los intereses socioeconómicos de Colombia, ya que este atrae con sus características y su variedad de usos, a todo tipo de público, incrementado la afluencia de personas al país y a sus regiones productoras de café, y de la misma forma aumentando la cantidad de ingresos a quienes tienen la oportunidad de vivir de este producto, sin embargo existe una diferencia notable entre el conocimiento de la producción y exportación del café y su consumo a nivel interno. En cuanto a producción, en los últimos años, el país se estableció como el 3ro a nivel mundial pero en contraste, las cifras de consumo interno no destacan en ninguno de los estudios realizados. Como potencia en cuanto a producción y exportación del café, es de vital importancia fomentar el consumo interno para lograr un equilibrio y ser más fuertes en el sector cafetero.

En busca de incrementar el consumo interno, en el 2010 la federación nacional de cafeteros en conjunto con varias compañías tostadoras café, dieron inicio al programa Toma café, el cual tenía como objetivo aumentar el consumo nacional en un 30% en los próximos 6 años y así alcanzar las cifras de consumo interno que posee Brasil el cual consideran como su referencia competitiva. Si bien existen propuestas como esta (la cual logro su objetivo), para nosotros no son claras las variables que influyen en el consumo, así mismo, desconocemos el estado actual del consumo interno del café colombiano y por eso el objetivo de la investigación es describir el consumo actual de café utilizando la localidad de la candelaria en Bogotá como sector a evaluar.

Para lograr esta descripción, se establecieron objetivos que permitieran identificar las variables que determinan el consumo de café en este sector, esto con el fin de establecer la relación o influencia que tienen estas variables en el consumo de café colombiano en los establecimientos ubicados en la localidad de la candelaria, y así a partir de los datos recolectados entre la revisión bibliográfica, encuestas y observaciones generar una propuesta que fomente el consumo del café a partir de la información y el conocimiento recolectado a lo largo de la investigación.

1. Planteamiento del problema

A pesar de ser uno de los países más importantes en cuanto a producción y exportación de café, el consumo interno de este producto no tiene mayor importancia entre la gente del común, lo cual interfiere en el desarrollo y crecimiento del producto a nivel internacional.

En los últimos años la exportación ha representado una ganancia importante para el país, sin embargo este crecimiento pierde credibilidad si las cifras de producción y exportación se comparan con las de consumo interno en Colombia y Brasil (considerada por la federación nacional de cafeteros como su referencia competitiva). En busca de fomentar el consumo, se generaron varias propuestas que fomentaran el consumo interno de nuestro café y a pesar de que dieron resultado, las variables relacionadas con el consumo y el estado actual de este no es claro.

En base a esto el problema a resolver no es otro que identificar y establecer las variables que influyen y se relacionan con el consumo y así generar e impulsar una estrategia que facilite el acceso a la información del producto y del consumo con el fin de incrementar sus cifras en la localidad de La candelaria – Bogotá.

1.1 Formulación del problema

¿Cuál es el estado del consumo actual de café colombiano en la localidad de la candelaria y que factores lo afectan?, ¿Existe una cultura del consumo de café colombiano en dicha localidad?

2. Justificación

La presente investigación se enfocará en el estado del consumo interno del café colombiano en establecimientos ubicados en la localidad de La candelaria - Bogotá, estableciendo las variables que lo afectan.

El objetivo de la investigación se estableció identificando en primer lugar, la importancia que tiene este producto para el país otorgando beneficios económicos para quienes lo cosechan y lo exportan y así mismo a los pocos que como cultura tienen el consumo del café. Así mismo, se tuvo en cuenta la relación entre las cifras de producción y exportación del producto en el país y las cifras del consumo interno en los últimos 7 años. En estas cifras y datos recolectados por diferentes organizaciones (Federación nacional de caficultores, la International Coffee Organization, Euro monitor International, entre otros) se expone el ranking de los países que más consumen café a lo largo del año y aunque Colombia tiene un aumento en los últimos 6 años, el estado del consumo interno actual y de la oferta de cafés colombianos aun es desconocido.

La relación entre el estado del consumo interno actual y la elección de la localidad de La Candelaria radica en lo que representa históricamente para la ciudad y para las diversas culturas que tienen como punto de encuentro ese sector, los establecimientos de café que allí se encuentran y que escogimos como centro de nuestra investigación, exponen la evolución del producto a partir de una oferta sencilla y conservadora en unos y una oferta nueva y llena de variedades de café traídos de las diferentes regiones productoras de café en otros. Esta combinación entre la historia y la cultura de un sector y el consumo de un producto representativo le dan sentido a la investigación y permiten que su desarrollo dé como resultado la identificación de las variables del consumo, los factores que lo afectan según los propios consumidores y la estrategia que puede llegar a fomentar el consumo regular de este producto teniendo en cuenta los datos recolectados a lo largo de este proyecto.

3. Objetivos

3.1 Objetivo general

Describir el consumo actual del café colombiano en la localidad de la candelaria - Bogotá, identificando la oferta del producto y estableciendo relaciones entre los factores que lo afectan.

3.2 Objetivos específicos.

- Identificar las variables y/o factores que determinan la oferta de café colombiano en los establecimientos ubicados en la localidad de la candelaria.
- Recolectar datos de dichas variables mediante instrumentos como la encuesta y la observación.
- Discutir sobre la relación entre las variables seleccionadas y su influencia en el consumo del café en la localidad de la candelaria.
- Diseñar una estrategia para ampliar el conocimiento y aportar a la generación de cultura en torno al consumo del café en el sector.

4. Marco de referencia

4.1 Marco teórico-conceptual

4.1.1 El Café.

Se conocen como café los granos obtenidos de las plantas perennes tropicales (cafetos), los cuales, tostados y molidos, son usados principalmente para preparar y tomar como una infusión.

Semilla del cafeto, de forma ovalada, redondeada por una cara, que mide alrededor de un centímetro de largo y es de color amarillo verdoso; tras numerosas transformaciones se comercializan tostadas o tostadas y molidas.

(Café de Colombia, 2010), (Dictionaries, s.f)

4.1.2 Origen.

Las plantas de Café son originarias de la antigua ETIOPIA en la República de Yemen.

Es fácil confundirse con el origen verdadero del café, ya que antiguas leyendas sobre el cultivo y la costumbre de tomar café provienen de Arabia.

Uno de los más antiguos escritos que hace referencia al café es llamado "The Success of Coffee" (El éxito del café), escrito por un sensible hombre originario de la Mecca llamado Abu-Bek a principios del S.XV y fue traducido al francés en 1699 por Antoine de Gaillard, el mismo que tradujo "Thousand and One Arabian Nights" (Las mil y una noches).

La más fuerte y aceptada de las leyendas acerca del descubrimiento del café y la bebida del café es la que hace referencia a un pastor llamado Kaldi. La leyenda dice que Kaldi se dió cuenta del extraño comportamiento de sus cabras después de que habían comido la fruta y las hojas de cierto arbusto. Las cabras estaban saltando alrededor muy excitadas y llenas de energía. El arbusto del que Kaldi pensó que sus cabras habían comido las frutas tenía como frutas parecidas a las cerezas. Entonces Kaldi decidió probar las hojas del arbusto y un rato después se sintió lleno de energía.

Kaldi después llevó algunos frutos y ramas de ese arbusto a un monasterio. Allí le contó al Abad la historia de las cabras y de cómo se había sentido después de haber comido las hojas. El Abad decidió cocinar las ramas y las cerezas; el resultado fue una bebida muy amarga que él tiró

de inmediato al fuego. Cuando las cerezas cayeron en las brasas empezaron a hervir, las arvejas verdes que tenían en su interior produjeron un delicioso aroma que hicieron que el Abad pensara en hacer una bebida basada en el café tostado, y es así como la bebida del café nace.

(Mundo del Cafe, 2013)

4.1.3 Cultivo del café.

4.1.3.1 Planta.

Los cafetos son árboles o arbustos reconocibles por sus hojas simples, opuestas y con estípulas frecuentemente bien desarrolladas. Sus flores son pequeñas, tubulosas y blancas. El fruto es una drupa con dos nueces y con pulpa azucarada.

4.1.3.2 Taxonomía del café.

El café pertenece a la familia de las Rubiáceas y al género Coffea. Existen numerosas especies de cafeto y diferentes variedades de cada especie. Las especies más importantes comercialmente pertenecientes al género Coffea, son conocidas como Coffea arabica Linneo (conocida como Arábica o Arábica) y Coffea canephora Pierre Ex Froehner (conocida como Robusta).

4.1.3.3 Botánica y fisiología.

El cafeto pertenece a la familia de las rubiáceas. Esta familia tiene características fáciles de reconocer:

1. Las hojas salen en pares.
2. No tienen divisiones y los bordes son lisos.
3. En las flores están los órganos de los dos sexos, son flores hermafroditas.
4. Generalmente cada fruto tiene dos semillas.

4.1.3.4 La raíz.

Es un órgano de mucha importancia; a través de ella la planta toma el agua y los nutrientes necesarios para su crecimiento y producción. En la raíz se acumulan sustancias que más tarde van a alimentar las hojas y los frutos, y que hacen que el árbol permanezca anclado y en su sitio.

El cafeto tiene una raíz principal que penetra verticalmente en suelos sin limitaciones físicas, hasta profundidades de 50 centímetros. De esta raíz salen otras raíces gruesas que se extienden horizontalmente y sirven de soporte a las raíces delgadas o absorbentes, llamadas también raicillas.

4.1.3.5 Tallo o tronco.

El tallo o tronco y las ramas primarias forman el esqueleto

4.1.3.6 La hoja.

La hoja es un órgano fundamental en la planta porque en ella se realizan los procesos de fotosíntesis, transpiración y respiración.

4.1.4 Características.

- ✓ En las ramas, un par de hojas aparece cada 15 o 20 días aproximadamente
- ✓ Un cafeto de un año de edad tiene 440 hojas en promedio
- ✓ Las hojas duran en un cafetal alrededor de un año. La duración de las hojas se reduce con la sequía, con las altas temperaturas y con una mala nutrición.
- ✓ El uso de fertilizantes y el aumento de la luz en el cafetal puede aumentar el crecimiento de las hojas.

4.1.5 La flor.

Las flores son los órganos destinados a reproducir las plantas. Las flores dan origen a los frutos; sin flores no hay cosecha.

Las flores del cafeto aparecen en los nudos de las ramas, hacia la base de las hojas, en grupos de 4 o más, sobre un tallito muy corto llamado glomérulo. En la base de cada hoja hay de 3 a 5 glomérulos. Sobre un tallo corto llamado glomérulo aparecen en grupos de 4 o más las flores del cafeto. En la base de cada hoja hay de 3 a 5. La cantidad de flores presentes en un momento determinado, depende de la cantidad de nudos formados previamente en cada rama.

Fase final: Está fase es condicionada por la suspensión del período de latencia y esto sólo se da por la presencia de lluvia después de un período prolongado de verano.

4.1.6 Fecundación de la flor.

Ocurre cuando un grano de polen se pone en contacto con el óvulo. Si éste recibe el polen de la misma flor, se da la autofecundación. En el cafeto la autofecundación es un poco mayor del 90%.

4.1.7 El fruto.

Del resultado de la unión del grano de polen con el óvulo se forman el fruto y las semillas. En el desarrollo del fruto del café se pueden distinguir cuatro periodos:

4.1.7.1 Primer periodo.

Es una etapa donde hay muy poco crecimiento, no se ve afectado ni el tamaño ni el peso del fruto.

4.1.7.2 Segundo periodo.

En esta etapa el fruto crece rápidamente en peso y volumen, se necesita el agua, de lo contrario el grano se queda pequeño, hay secamiento, caída de frutos.

También es denominada como la etapa de formación del grano lechoso.

4.1.7.3 Tercer periodo.

El crecimiento exterior del fruto casi no se nota.

Se da una gran demanda de nutrientes.

Se endurece la almendra.

4.1.7.4 Cuarto periodo

Es la época de maduración o cambio de color del fruto.

4.1.8 La semilla.

Se compone de dos partes: Almendra y Pergamino.

4.1.9 Almendra.

Es dura y de color verdoso, está cubierta de una película plateada cuando está seca. La parte roja o amarilla del fruto maduro se conoce con el nombre de pulpa.

4.1.10 Pergamino.

Es una cubierta que protege el grano, dicha cubierta la recubre una sustancia azucarada llamada “mucilago”. Al café seco se le denomina pergamino.

4.1.11 Plantaciones.

Aunque la imagen de las plantaciones de café se asocie a menudo con la de inmensos terrenos que se pueden encontrar en diversos países, la producción mundial de café proviene, alrededor de un 70%, de explotaciones principalmente familiares de superficie inferior a 10 hectáreas, incluso generalmente por debajo de cinco hectáreas. Al tratarse de pequeños agricultores, el cultivo del café da trabajo a un enorme número de personas, ya que la recolección, muy raramente mecanizada, requiere un tiempo de mano de obra importante que constituye la parte fundamental del coste de producción. Así pues, sólo en Brasil, se estima entre 230.000 y 300.000 el número de agricultores que viven del café y 3 millones el número de personas empleadas. El tiempo necesario para un cafeto joven que se establece para comenzar a producir es de 3 a 4 años. A continuación, el arbusto puede vivir numerosas décadas. La copa se rebaja para evitar un excesivo desarrollo en altura. Las plantaciones pueden hacerse completamente al descubierto, lo que facilita la organización de las operaciones de cultivo y aumenta la producción frutal al

aprovechar al máximo la radiación solar, siempre y cuando no hayan otros factores limitantes como la fertilidad del suelo, la disponibilidad de agua, entre otros; pero disminuye la longevidad y la resistencia a las enfermedades de los cafetos ya que obliga a la planta a incrementar sus actividades fisiológicas, como fotosíntesis y transpiración. Por otra parte, las plantaciones pueden hacerse a semi -sombra (se habla de café de sombra), lo que mejor se corresponde con la auto ecología de la especie, pero reduce la productividad y complica la gestión. Hay numerosos métodos de cultivo de sombra, desde la plantación directa en bosque hasta sabias combinaciones de árboles de refugio cortados en función de la fase de fructificación de los cafetos o hasta sistemas de policultivo. Las plantaciones de sombra inducen generalmente una mejor biodiversidad, aunque muy variable en calidad según los sistemas empleados y en relación al estado inicial natural.

(Mendoza, 2009)

4.1.12 Cosecha y preparación de los granos.

Cuando los frutos llegan a la madurez, (de 6 a 8 meses) después de la floración para el arábica, de 9 a 11 meses para la robusta, puede comenzar la cosecha del café. Se emplean dos métodos: la recolección o el despalillado. La recolección consiste en recoger manualmente sólo los granos de café maduros en su punto. Es la técnica más costosa, que obliga a pasar durante días varias veces sin interrupción por el mismo arbusto pero que obtiene las mejores calidades de café.

El despalillado consiste en raspar la rama de las cerezas. Este método puede ser mecanizado. Se recoge por esta técnica expeditiva una mezcla heterogénea de cerezas más o menos maduras, y es el origen de cafés más ácidos (debido a los frutos aún verdes).

En el Departamento de Caldas (Colombia), la cosecha de café se realiza en los meses de septiembre, octubre y noviembre. El café maduro, de color rojo se recolecta prontamente para evitar su caída; los pequeños productores, dan inicio al proceso de transformación del café mediante el despulpado de los frutos, labor que se ejecuta generalmente con la utilización de máquinas conocidas comúnmente como "despulpadoras", las cuales retiran la pulpa de los granos para posteriormente realizar el lavado y pre-selección miento de los mismos. Posteriormente los

granos se secan ya sea con ayuda del sol o por medio de secadoras industriales. Para obtener café calidad "federación" se deben seleccionar los granos de acuerdo con los estándares señalados por la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia.

Inicialmente los granos de café recién cogidos se procesan, ya sea mediante el método seco, o el húmedo.

(Burdet, 97)

4.1.12.1 Método seco.

Se emplea el proceso seco para el café Robusta y gran parte del café Arábigo de Perú, Brasil y Etiopía. Se secan los granos al sol y luego se muelen para eliminar la capa exterior, el mucílago seco, la vitela y la cáscara plateada. El proceso de molienda se realiza en las instalaciones grandes. Los desperdicios pueden servir como combustible, o también, como alimento para los animales. El secado se practica sobre superficies de secado, donde se rastrillan las cerezas de café y se extienden regularmente. Después de algunos días, la parte carnosa ya deshidratada se separa.

(Burdet, 97)

4.1.12.2 Método húmedo.

Por otra parte, el proceso húmedo, que se emplea para obtener el café Arábigo de más alta calidad, puede provocar seria contaminación. Los granos maduros se lavan primero para eliminar los más livianos y la basura, luego se reducen a pulpa para quitar la capa exterior y parte del mucílago que se encuentra debajo de ésta. En seguida, es necesario fermentar los granos, recién reducidos a pulpa, en los tanques respectivos. Este proceso enzimático descompone las otras capas de mucílago, formando un afluyente que puede causar serios problemas de contaminación, al descargarlo directamente a los arroyos o ríos. Luego de un lavado final, el café ahora llamado vitela, se seca al sol o artificialmente. Luego, el café se descascarará para quitar la capa plateada y la de vitela, produciendo el café en grano limpio o verde que se comercializa internacionalmente.

La mayor parte del café verde del mundo pasa por algún tipo de proceso de lavado, entre ellos la mayoría del café de calidad superior. El lavado se aplica a frutos bien maduros. Después de ser recogido, el café verde es clasificado por inmersión en agua. Los frutos malos o inmaduros flotarán y los frutos buenos y maduros se hundirán. La piel de la cereza y parte de la pulpa es

eliminada presionando el grano mediante una máquina sumergida a través de una rejilla.

El grano todavía tendrá una cantidad significativa de pulpa adherida que necesita ser quitada. Así se obtienen cafés lavados, descritos como propios y brillantes, generalmente menos ácidos y de mejor sabor. La técnica, a menudo mecanizada, necesita disponer de cubas y de un suministro de agua suficiente.

El proceso húmedo requiere una gran cantidad de agua y puede provocar serios problemas de contaminación. Se puede reciclar la mayoría de caudal para economizar agua, y, al hacer esto, se concentra el contenido de enzimas en el agua, para el proceso de producción de pulpa, y esto facilita la fermentación. El agua utilizada para el lavado final puede verterse directamente a los ríos, pero el otro afluente debe pasar por los pozos de filtración.

Después del secado o el lavado, el grano de café se encuentra aún encerrado en el núcleo del fruto: es el café coque (después de secado) o el café parche o vitela (después de lavado). Es necesario clasificarlo, con el fin de eliminar cualquier haba descompuesta, descolorada o dañada. El café puede conservarse protegido por su propia cáscara durante un cierto tiempo. Algunas cosechas incluso se envejecen para mejorar el sabor del café.

La última operación de preparación, que permite obtener el café verde, consiste en descascarillar mecánicamente los granos. Luego, el café se descascara para quitar la fina capa plateada y la de vitela, produciendo el café en grano limpio o verde que se comercializa internacionalmente. Las cáscaras se recuperan y se utilizan como combustible.

Son los granos secos o lavados, luego descascarillados, los que se comercializan en los mercados internacionales.

(Burdet, 97)

4.1.12.3 Semi-húmedo.

El semi-húmedo es un proceso híbrido con un uso muy limitado en Brasil, Costa Rica y Sumatra/Célebes. Se pasa la cereza a través de un rastrillo para eliminar la piel y parte de la pulpa como en el proceso húmedo pero el producto resultante es secado al Sol y no fermentado ni cepillado.

Los granos de café, según su procedencia, tienen generalmente características distintivas como sabor (los criterios sobre el sabor incluyen términos como «cítrico» o «terroso»), contenido, cuerpo y acidez. Éstos dependen del ambiente local donde crecen las plantas de café,

su método de proceso, y la subespecie genética o varietal. Así, los cafés presentan un gran abanico de sabores, y las variedades más valoradas y más raras alcanzan precios muy elevados.

Como en otros productos como el vino, el aroma desempeña un papel preponderante en el placer que da beber una taza de café. Este aroma es percibido por la mucosa nasal directamente, por la nariz o retro nasalmente por la faringe cuando los compuestos volátiles remontan hacia la mucosa olfativa.

La mayoría de estos compuestos se deterioran con el aire y la luz, lo que explica el consejo habitual de conservar el café molido en un recipiente hermético al vacío, al resguardo del calor y la luz. Conservar el café en forma de granos y molerlo en el último momento minimiza la superficie de contacto con el aire, y en consecuencia la probabilidad de degradación de los aromas.

(Burdet, 97)

4.1.13 Procesos de cosecha del café en Colombia.

Siembra: Se siembra la semilla, la germinación ocurre después de 45-50 días, y se le llaman fósforos, 15 días después empiezan a salir las primeras hojas, el nombre que reciben es chapolas, luego se trasplantan en bolsas negras al almacigo, que consiste en una estructura que protege a los futuros árboles del sol y la lluvia. Entre 150-180 días, los árboles se trasplantan al campo.

1ª Floración: Entre los primeros 540-600 días se da la primera floración, y 240-270 días más tarde se da el primer fruto maduro.

Recolección: Debido a la topografía en Colombia, la recolección se hace manualmente, el café esta plantado principalmente en laderas. Con el propósito de mejorar la calidad, los recolectores solo recogen los granos maduros.

Beneficio: En Colombia usa el método de lavado, el cual es llamado BENEFICIO.

Despulpas: Los productores usan la despulpadora para quitar la cereza del grano, el agua es el principal factor usado en esta etapa. Esta máquina clasifica los granos por peso y tamaño.

Fermentación: Este proceso que usualmente tiene un tiempo entre 18-24 horas, se realiza dentro de tanques de agua. Con la fermentación el mucílago o capa viscosa se descompone.

Lavado: Se realiza en los mismos tanques o en canales ubicados en el BENEFICIO, con el lavado se elimina el mucílago.

Secado: Este proceso se hace al sol. En algunas fincas se usa hornos que trabajan con energía, carbón o madera. La humedad permitida para realizar la compra es de 12%.

Beneficio Ecológico: Este método usa menos agua y solo tiene un paso, que es desde la cereza (grano maduro) hasta el pergamino lavado. La máquina es conocida como DESMUGILIZADORA y se llama BECOLSUB, que a su vez tiene una máquina llamada DESLIM. Este proceso reduce el uso del agua en un 72%.

Trilla: En este paso se elimina el pergamino, y dejando el grano verde listo para ser clasificado por máquinas seleccionadoras que lo hacen por tamaño y peso. De igual manera Igualmente se realiza una selección manual, llamada “mujeres” y en los últimos años se están usando máquinas electrónicas que clasifica el café, para finalmente para obtener el café verde exportable.(ASOEXPORT, 2013)

4.1.14 Cultura.

- Conjunto de conocimientos que permite a alguien desarrollar su juicio crítico.

- Conjunto de modos de vida y costumbres, conocimientos y grado de desarrollo artístico, científico, industrial, en una época, grupo social, etc.

- Desarrollo de la capacidad intelectual producido por el conjunto de artes, filosofía, ciencias y técnicas creadas. Conocimientos, grado de civilización de un pueblo.

- Representaciones simbólicas, que nacen de las interpretaciones del mundo.

- todo aquello que hace a la forma de vida de un pueblo, comunidad o grupo: usos, costumbres, tradiciones, manera de comunicarse y todo lo que hace a la identidad de ese grupo.

(Real academia española, s.f), (Definición ORG, s.f)

4.1.14.1 Cultura del café en Colombia.

Colombia es un país de contrastes. No sólo de contrastes geográficos, climáticos y naturales sino también de contraste culturales, de costumbres, tradiciones, creencias y formas de vida de acuerdo con la región en la que se habite. Sin embargo, alrededor del cultivo del café se han forjado una serie de firmes creencias y valores que tienen un gran impacto no sólo sobre la calidad final del café 100% colombiano sino sobre la pasión y dedicación asociada con su cultivo.

Para empezar, es bueno recordar que existen más de 563,000 familias productoras de café habitan nuestro país desde las provincias que limitan con Ecuador, en el Sur, hasta aquellas que bordean el mar Caribe en el Norte. A lo largo de casi 3,000 kilómetros de valles interandinos, desde el extremo Sur hasta el extremo Norte de Colombia, viven los productores en nuestras regiones cafeteras. Como se observa en el siguiente mapa, en tierra del café en Colombia se cultiva un grano alta montaña, con plantaciones significativas en 16 departamentos de nuestro país, donde operan Comités Departamentales de Cafeteros.

En su gran mayoría los cafeteros colombianos viven en pequeñas fincas o parcelas cuyos cultivos de café, en promedio, no superan las 2 hectáreas. Solamente algo más del 5% de los productores colombianos de café tienen plantaciones de un tamaño superior a las 5 hectáreas. La reducida dimensión de sus cultivos ha permitido mantener una vocación esencialmente familiar en la industria cafetera colombiana. La gente del café en Colombia tiene a la familia como una de sus prioridades y valores.

El arduo trabajo que implica llevar un café de calidad del árbol a la taza permite entender la importancia de todos los procesos donde interviene el productor colombiano para obtener el café con las características de calidad con las que se distingue el Café de Colombia. Dada la estructura de la propiedad y el tamaño promedio de las fincas cafeteras colombianas, las labores de recolección y post cosecha las realizan los mismos productores, garantizando un compromiso especial con el producto que sale de su finca. De manera similar, son los mismos pequeños productores quienes, al emplearse como recolectores de las fincas de mayor extensión, consolidan la cultura cafetera de calidad que se ha desarrollado en las diferentes regiones del país.

En consecuencia, gracias a esta interacción se ha desarrollado una cultura de calidad asociada con el trabajo duro y casi artesanal asociado con la obtención de un café sobresaliente, de calidad superior. La gente del café en Colombia es dedicada y está comprometida con su producto.

Alrededor del café en Colombia se ha conformado una de las redes sociales con mayor diversidad de culturas y rasgos en los que están incluidas diferentes comunidades indígenas, afro-descendientes y herederos de los colonos de origen blanco o mestizo, todos con diversas manifestaciones culturales entre las regiones. Se trata de gente cuya música, acento y hasta lengua pueden variar significativamente, con influencia Caribe o claramente andina, que le aporta con su maravillosa idiosincrasia a la gran familia de los cafeteros colombianos.

Los cafeteros colombianos han dejado sus diferencias a un lado para trabajar unidos en obtener objetivos comunes y han aprendido a desarrollar un espíritu de colaboración y comunitario difícil de replicar en otros ámbitos. La gente del café en Colombia ha desarrollado un espíritu comunitario y de acción colectiva que también hace parte de sus más preciados valores, y que le ha permitido desarrollar ambiciosos programas de sostenibilidad en acción.

Este espíritu de acción colectiva para buscar soluciones a los problemas comunes se forjó desde la llegada del café a Colombia. Como se puede apreciar en nuestra sección una bonita historia, los cafeteros colombianos desde el siglo XIX tenían la necesidad de buscar mejores condiciones de acceso al mercado internacional y de una mayor estabilidad en sus ingresos. Adicionalmente los productores requerían asistencia técnica, adecuadas líneas de crédito y facilidades de almacenamiento para hacer viable su actividad. Al estar relativamente aislados por la topografía andina, los cafeteros colombianos también necesitaban de alguien que los representara para mejorar su capacidad de negociación frente a las firmas extranjeras que dominaban el mercado de exportación. La importancia de estas preocupaciones se aprecia mejor si se tiene en cuenta que en esa época el precio interno del café podía llegar a ser equivalente, por momentos, a sólo el 50% del precio externo. Fue en este contexto de crisis que los líderes comunitarios cafeteros decidieron crear una institución que combinara la visión empresarial con la búsqueda de beneficios públicos. Se creó entonces la Federación Nacional de Cafeteros (FNC), en 1927, como una organización gremial privada, sin ánimo de lucro, cuyo objetivo principal es defender el ingreso de los productores.

Gracias al esfuerzo de la Federación, la diversidad cultural de los productores no se tradujo en métodos de producción y cultivo sustancialmente diferentes, garantizando que detrás del

producto siempre se apliquen los mejores estándares de calidad y la mejor ciencia y tecnología, lo que ha permitido al Café de Colombia desarrollar políticas de garantía de origen. Gracias a su Federación, los cafeteros colombianos conforman una de las redes sociales más grandes de América Latina y quizá la ONG rural más grande del mundo, confirmando una vez más que el café es mucho más que una bebida.

La existencia de más de medio millón de caficultores demuestra la importancia que tiene el café para el bienestar económico y social de Colombia. Cuando la Federación Nacional de Cafeteros cumplió setenta años de existencia en 1997, el profesor Mancur Olson de la Universidad de Maryland, cuyos trabajos sobre acción colectiva y la caída y ascenso de las naciones son considerados seminales en economía y ciencia política, calificó al esquema que agremia a los cafeteros colombianos como un caso único en el mundo. Estas palabras describen con precisión el carácter singular que tiene la institucionalidad cafetera colombiana.

A diferencia de lo que ha sucedido en el caso de otras agremiaciones de caficultores en el mundo, la Federación ha sido clave para el desarrollo de un grano de primera calidad y para garantizar que todos los productores participen de los beneficios económicos que se derivan de él. En el primer caso, el gremio cafetero ha construido desde hace varias décadas un conjunto de mecanismos para elevar y preservar la calidad del grano que se produce en el país, entre los que se destaca la marca y personaje Juan Valdez® y el Programa 100% colombiano. En el segundo caso, la experiencia colombiana demuestra que las instituciones sí pueden solucionar las fallas que se presentan en ciertos mercados como el cafetero, donde grandes compradores tienen un mayor poder de negociación y mejor información que pequeños productores aislados en sus regiones de origen.

En suma, los valores de la gente del café en Colombia incluyen su trabajo honesto, esfuerzo y dedicación permanentes, cultura de la calidad, y estrecho vínculo entre tradición familiar y el mundo moderno; valores que están presentes tanto en el personaje Juan Valdez como en cada habitante de la zona cafetera y que han jugado un papel importante en el dinamismo de la región. Las familias cafeteras unidas por sus principios de participación democrática, solidaridad, compromiso, búsqueda del bien común y desarrollo sostenible, conforman un capital social y estratégico y un modelo de paz para Colombia. Esta cultura cafetera, uno de sus mayores valores, ha pasado de generación en generación y hoy sus jóvenes siguen este modelo de vida, como esperanza de futuro, para lo que su comunidad y su Federación les busca mejores y

mayores maneras de inclusión en la actividad cafetera. Se trata de gente 100% dedicada a transmitir lo mejor de sí mismos en su actividad. Se trata de gente con vidas al 100%.

(Cafe de Colombia, 2010)

4.1.15 Consumo interno en los últimos años.

4.1.15.1 Producción de café subió 24,6% en julio por lo que mejoran expectativas del año.

Las expectativas para los cafeteros comenzaron a mejorar en la segunda mitad del año, luego de conocer las cifras de producción y exportaciones que publicó la Federación Nacional de Cafeteros (FNC) para julio.

Y es que el último informe de producción del grano indicó que en el séptimo mes del año se logró llegar a la cifra de 1,3 millones sacos de 60 kilogramos, esto representó un crecimiento de 24,6% frente a 1,2 millones de sacos producidos en julio de 2016.

Para la Federación, el crecimiento “es resultado de la cosecha de los frutos que venían atrasados del primer semestre de 2017”.

Y es que hace tres semanas, los cafeteros expresaron su preocupación en el Foro Mundial de Países Productores de Café, que se realizó en Medellín, por la demora en las cosechas luego de las intensas lluvias entre noviembre a marzo de 2017

4.1.15.2 Exportaciones también subieron.

Las exportaciones del grano tienen un mejor balance, de acuerdo con las cifras de la Federación. En julio las exportaciones de café de Colombia superaron la barrera de 1,7 millones de sacos de 60 kilos, lo que llevó a una variación de 106% frente a los 489.000 sacos exportados en julio de 2016.

En lo corrido del año cafetero, las ventas fueron de 11,2 millones de sacos, 11% más de los 10 millones de sacos exportados el año pasado.

Montoya afirmó que el precio interno para Colombia y el valor de la libra internacional en la Bolsa de Nueva York han ayudado a la rentabilidad del productor durante este año con precios por encima de \$800.000 en la carga.

4.1.16 Principales productores de café del mundo.

El mayor productor de café del mundo sigue siendo Brasil, a pesar de que Vietnam consiguió recientemente la segunda posición en el mercado, por delante de Colombia, gracias a las grandes cantidades de café Robusta que produce.

En el siguiente cuadro pueden verse los **principales países productores de café del mundo en el año 2015**, ordenados según el porcentaje de producción mundial en el citado año:

Tabla 1. Productores de café en el mundo. (FEDERACION NACIONAL DEL CAFÉ, 2015)

Principales productores de café del mundo en el año 2015			
Puesto	País	Producción (en miles de Kg)	% de producción mundial
1	Brasil	2.594.100	30,16%
2	Vietnam	1.650.000	19,18%
3	Colombia	810.000	9,42%
4	Indonesia	660.000	7,67%
5	Etiopía	384.000	4,46%
6	India	350.000	4,07%

Principales productores de café del mundo en el año 2015

Puesto	País	Producción (en miles de Kg)	% de producción mundial
7	Honduras	345.000	4,01%
8	Uganda	285.000	3,32%
9	México	234.000	2,72%
10	Guatemala	204.000	2,37%

4.1.17 Programa “Toma Café”.

. Toma Café es el programa de promoción de consumo de café de Colombia, una iniciativa de largo aliento de la cadena cafetera que tiene como meta aumentar el consumo nacional en un 30% en los próximos seis años. Creado por la federación nacional de cafeteros en conjunto con Casa Luker S.A., Colcafé S.A, Nestlé de Colombia S.A., entre otras, el programa planeaba incrementar la cifra de consumo interno en un 30% en los próximos 6 años a través de beneficios emocionales y funcionales del café que promovieran nuevas ocasiones y lugares de consumo, la idea del programa era la de enamorar a los colombianos estableciendo el consumo como un ritual hogareño en el cual primara la unión y el dialogo.

4.2 Marco histórico

No existe plena certeza sobre las condiciones en que llegó el café a Colombia. Los indicios históricos señalan que los jesuitas trajeron semillas del grano a la Nueva Granada hacia 1730, pero existen distintas versiones al respecto. La tradición dice que las semillas de café llegaron por el oriente del país, portadas por algún viajero desde las Guayanas y a través de Venezuela. El testimonio escrito más antiguo de la presencia del cafeto en Colombia se le atribuye al sacerdote jesuita José Gumilla. En su libro *El Orinoco Ilustrado* (1730) registró su presencia en la misión de Santa Teresa de Tabajé, próxima a la desembocadura del río Meta en el Orinoco. El segundo testimonio escrito pertenece al arzobispo- virrey Caballero y Góngora (1787) quien en un informe a las autoridades españolas registró su cultivo en regiones cercanas a Girón (Santander) y a Muzo (Boyacá).

Los primeros cultivos de café crecieron en la zona oriental del país. En 1835 tuvo lugar la primera producción comercial y los registros muestran que los primeros 2.560 sacos se exportaron desde la aduana de Cúcuta, en la frontera con Venezuela. De acuerdo con testimonios de la época se le atribuye a Francisco Romero, un sacerdote que imponía durante la confesión a los feligreses de la población de Salazar de las Palmas la penitencia de sembrar café, un gran impulso en la propagación del cultivo del grano en esta zona del país. Estas semillas habrían permitido la presencia de café en los departamentos de Santander y Norte de Santander, en el nororiente del país, con su consecuente propagación, a partir de 1850, hacia el centro y el occidente a través de Cundinamarca, Antioquia y la zona del antiguo Caldas (ver mapa Arribo y expansión del café en Colombia).

Los grandes hacendados colombianos ya habían tratado de aprovechar las oportunidades que ofrecía la expansión de la economía internacional. Entre 1850 y 1857 se dio en el país un auge exportador de tabaco y quina, y posteriormente al cuero y al ganado en pie. Esos tempranos esfuerzos de exportación de productos agrícolas colombianos resultaron tremendamente frágiles, pues respondían a una búsqueda de rentabilidad derivada de los altos precios internacionales, más que a la intención de crear una base sólida y diversificada de ventas al exterior. Cuando terminaba la bonanza de precios, la producción del respectivo sector entraba en una fase de decadencia, lo que daba al traste con cualquier intento de consolidación empresarial.

El café también tuvo una expansión especulativa de este corte, generado por la coyuntura de

los buenos precios internacionales entre finales de los años setenta del siglo XIX y comienzos del siglo XX. En este periodo la producción anual de café pasó de unos 60.000 sacos de 60 kilos (la unidad de medida internacional para la comercialización del café es un saco de 60 kilos de café verde) a cerca de 600.000. Esta expansión se dio principalmente en las grandes haciendas de los departamentos de Santander y Cundinamarca, cuyos propietarios tenían acceso al mercado bancario internacional para financiar sus proyectos. Por eso no es extraño que a finales del siglo XIX esas dos regiones respondieran por más del 80% de la producción nacional.

La crisis de las grandes haciendas trajo consigo uno de los cambios más significativos de la caficultura colombiana. Desde 1875 se había comenzado a ampliar el número de pequeños productores de café en Santander, en algunas zonas de Antioquia y en la zona del denominado Viejo Caldas. En las primeras décadas del siglo XX ya se había consolidado un novedoso modelo de desarrollo exportador cafetero basado en la economía campesina, impulsado por la migración interna y la colonización de nuevas tierras en el centro y occidente del país, principalmente en los departamentos de Antioquia, Caldas, Valle y el Norte del Tolima. La expansión de esta nueva caficultura, sumada a la crisis de las grandes haciendas, hizo que a principios del siglo XX el occidente colombiano tomara la delantera en el desarrollo cafetero del país.

Esta transformación resultó muy favorable para los propietarios de pequeñas parcelas que estaban incursionando en el sector. El cultivo del café era una opción muy atractiva para los campesinos, en la medida en que ofrecía la posibilidad de hacer un uso permanente e intensivo de la tierra. Bajo el esquema productivo de la agricultura tradicional, basado en el procedimiento de roza y quema, la tierra permanecía improductiva durante un largo período de tiempo. En cambio, el café ofrecía la posibilidad de tener una agricultura intensiva, sin mayores requerimientos técnicos y sin sacrificar el cultivo de productos para la subsistencia, generando las condiciones para el crecimiento de una nueva caficultura, dominada por pequeños propietarios.

Aunque los nuevos cafeteros campesinos demostraron tener una gran capacidad para crecer al margen de las coyunturas de los precios internacionales, Colombia no tuvo un gran dinamismo relativo en el mercado mundial en este periodo. Como se observa en el siguiente gráfico, en el período entre 1905 y 1935 la industria del café en Colombia creció de una forma dinámica, gracias a la visión de política de largo plazo derivada de la creación de la Federación Nacional de

Cafeteros (FNC) en 1927.
(Cafe de Colombia, 2013)

4.3 Marco legal

Ley Título Ley 76 de 1927	Sobre protección y defensa del café
Ley 76 de 1931	Provee el fomento de la industria cafetera
Ley 11 de 1972	Por la cual se deroga el impuesto de exportación de café y se dictan otras disposiciones.
Decreto Ley 2811 de 1974	Por el cual se dicta el Código Nacional de Recursos Naturales Renovables y de Protección al Medio Ambiente.
Ley 09 de 1979	Por la cual se dictan medidas sanitarias.
Ley 74 de 1979	Ley aprobatoria, Tratado de Cooperación Amazónica
Ley 17 de 1981	Por la cual se aprueba la "Convención sobre el Comercio Internacional de las Especies Amenazadas de Fauna y Flora Silvestres", suscrita en Washington, D.C. el 3 de marzo de 1973.
Ley 84 de 1989	Por la cual se adopta el Estatuto Nacional de Protección de los Animales y se crean unas contravenciones y se regula lo

	referente a su procedimiento y competencia.
Ley 30 de 1990	Ley aprobatoria, Convenio de Viena para la Protección de la Capa de Ozono.
Ley 9 de 1991	Normas generales sobre cambios internacionales y medidas complementarias -Contribución Cafetera-.
Ley 29 de 1992	Ley aprobatoria, "Protocolo de Montreal relativo a las sustancias agotadoras de la capa de ozono".
Ley 99 de 1993	Por la cual se crea el Ministerio del Medio Ambiente, se reordena el Sector Público encargado de la gestión y conservación del medio ambiente y los recursos naturales renovables, se organiza el Sistema Nacional Ambiental, SINA y se dictan otras disposiciones.
Ley 101 de 1993	Ley General de Desarrollo Agropecuario y Pesquero.
Ley 142 de 1994	Por la cual se establece el régimen de los servicios públicos domiciliarios y se dictan otras disposiciones.
Ley 165 de 1994	Por medio de la cual se aprueba el

	"Convenio sobre la Diversidad Biológica", hecho en Río de Janeiro el 5 de junio de 1992.
Ley 164 de 1995	Ley aprobatoria, Convención Marco de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático.
Ley 189 de 1995	Aprueba el "Acuerdo de Creación de la Asociación de Países Productores de Café"
Ley 299 de 1996	Por el cual se protege la flora colombiana, se reglamentan los jardines botánicos.
Ley 253 de 1996	Aprueba el Convenio de Basilea sobre el control de los movimientos transfronterizos de los desechos peligrosos y su eliminación.
Ley 301 de 1996	Por la cual se crea el Consejo Nacional Agropecuario y Agroindustrial.
Ley 373 de 1997	Por la cual se establece el Programa para el Uso Eficiente de Agua Potable.
Ley 430 de 1998	Por la cual se dictan normas prohibitivas en materia ambiental, referentes a los desechos peligrosos.
Ley 599 de 2000	Por la cual se expide el Código Penal.
Ley 611 de 2000	Por la cual se dictan normas para el manejo

	sostenible de especies de Fauna Silvestre y Acuática.
Ley 629 de 2000	Por medio de la cual se aprueba el "Protocolo de Kyoto de la Convención Marco de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático".
Ley 807 de 2003	Por medio de la cual se aprueban las Enmiendas de la Convención sobre el Comercio Internacional de Especies Amenazadas de Fauna y Flora Silvestres.
Ley 863 de 2003	Ley normas tributarias -transferencias cafeteras-.
Ley 1021 de 2006	Por la cual se expide la Ley General Forestal.

(Federacion nacional de cafeteros de Colombia, s.f)

4.4 Antecedentes

4.4.1 Parra, J. S. (2012). Los cafés tradicionales capitalinos: una mirada a la cultura del café. revista *La Salle*, 1-12.

Este artículo habla de las diferentes etapas del café en Bogotá, así mismo representa el café en espacios públicos en los que su consumo ha quedado en el olvido a pesar de tener una carga histórica, literaria, política y poética. Este artículo contiene información que refuerza el planteamiento de nuestro proyecto, confirmando que el café, a pesar de tener un valor enorme, tiende a dejarse en el olvido, transformando su consumo en un simple proceso al cual se recurre cuando se requiere saciar la necesidad de beberlo, sin tener en cuenta el valor emocional que lleva consigo. Lo rescatable de este artículo, de nuestro proyecto, y de cualquier otro documento que tenga al café como protagonista es que con la información necesaria se puede reconstruir la historia y la cultura de este producto, generando un ciclo en el que los bogotanos, y en futuro no tan lejano los colombianos, tengamos un sentido de pertenencia mucho más amplio

4.4.2 Mogollón, C. A., Ortiz, D. A. (2010). Propuesta para la creación y desarrollo del café cultural “TINTOS & TINTAS” en la zona de la candelaria de Bogotá. Universidad La Salle.

Este documento hace un estudio sobre la creación y desarrollo de un espacio en el que se consume café en la zona de la candelaria en Bogotá, sin embargo, el documento se enfoca en la parte administrativa.

5. Metodología

5.1 Tipo de investigación

5.1.1 Enfoque metodológico.

Mixto

5.1.2 Investigación Explicativa.

Se orientan a dar respuesta a las causas de eventos y situaciones de tipo social o físico explicando por qué ocurre y las condiciones en que se da.

5.1.3 Método analítico.

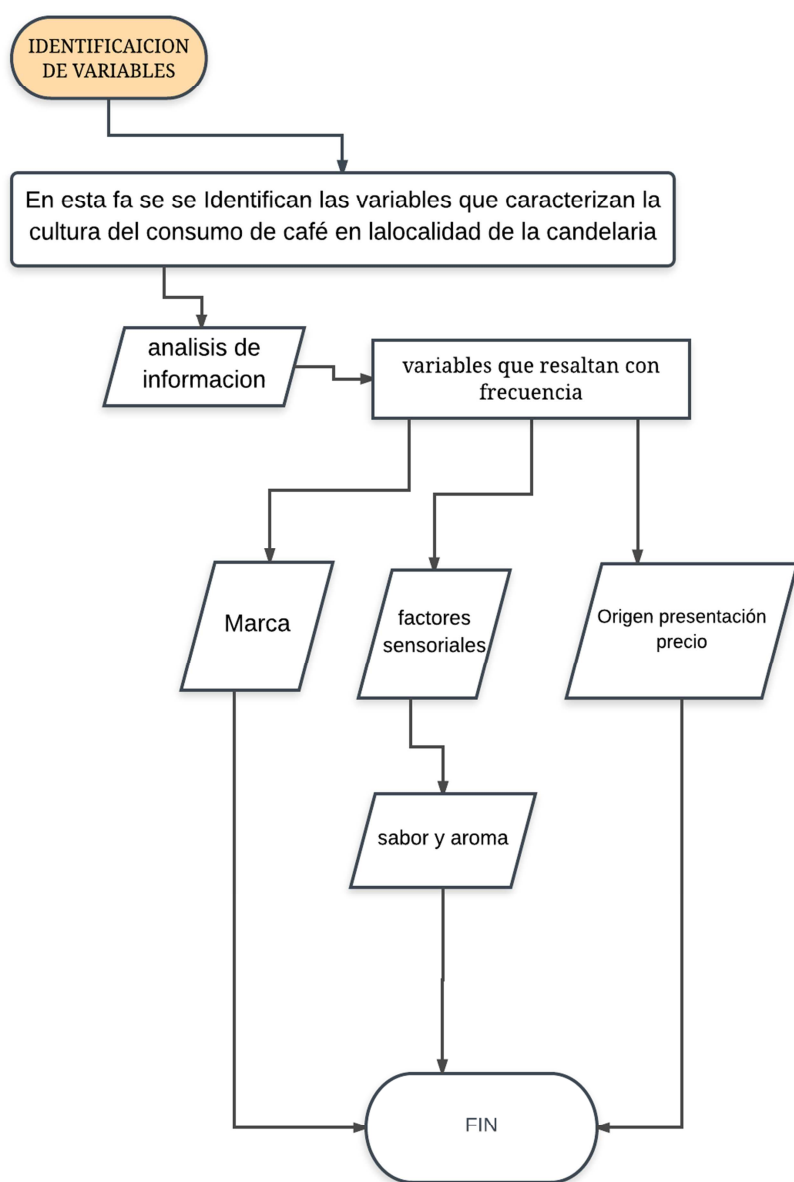
Es la observación y examen de un hecho particular.

5.2 Diseño experimental

5.2.1 Fase 1.

En esta fase se Identifican las variables que caracterizan la cultura del consumo de café en la localidad de la candelaria.

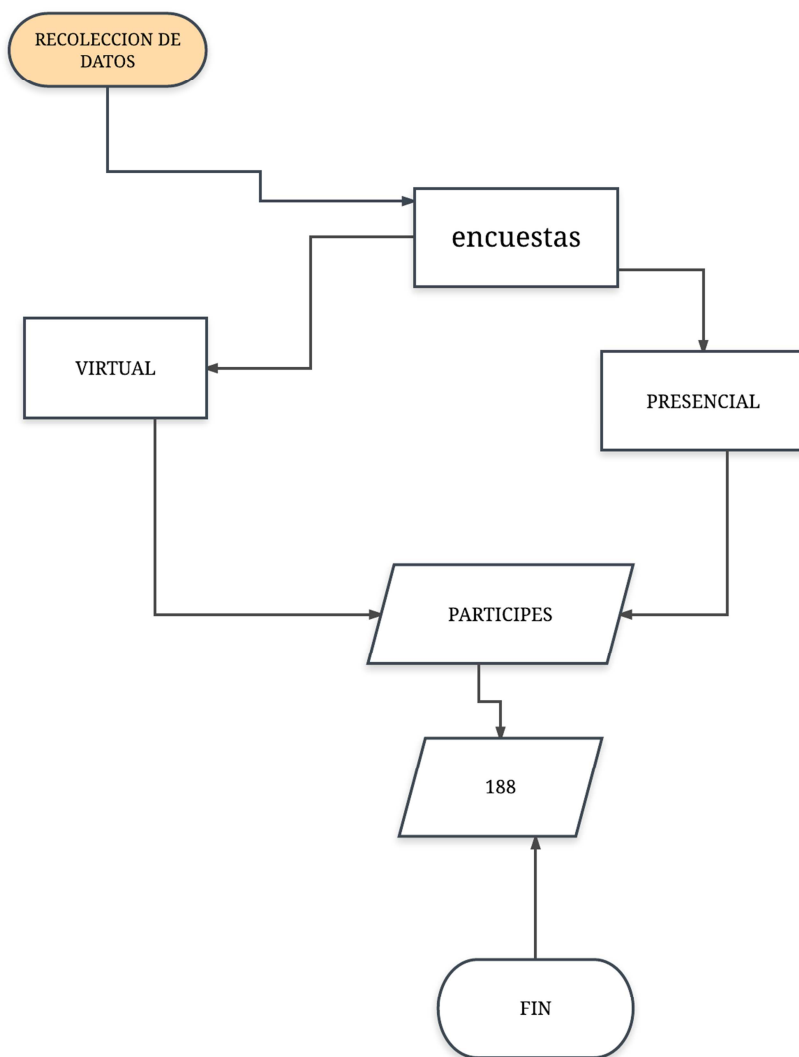
5.2.1.1 Diagrama #1 – Identificación de variables.



5.2.2 Fase 2.

En esta fase se ejecuta el método de recolección de datos, esto con el fin de obtener información sobre las variables que caracterizan el consumo de café colombiano en la candelaria.

5.2.2.1 Diagrama #2 – Recolección de datos.



5.2.3 Lugares visitados.

1. Café color café
2. Oma
3. Café pasaje
4. Juan Valdez
5. Café Magola buen día
6. Arte y Pasión

5.2.4 Fichas técnicas.

5.2.4.1 Ficha #1 – Encuesta consumidores.

Ficha técnica encuesta #1	
Nombre del proyecto	Caracterización de la cultura en torno al consumo del café en la localidad de La candelaria – Bogotá
Población objetivo	Consumidores de café de la localidad de La candelaria
Tamaño de la muestra	143 (de 100 planeadas)
Confiabilidad	95%
Error muestral	2.5%
Método de muestreo	Muestreo no probabilístico
Procedimiento de selección del encuestado	Por conveniencia
Persona entrevistada	Consumidores de café de la localidad de La candelaria
Método de recolección	Encuesta presencial y virtual (con una duración promedio de 15 minutos)
Periodo de recolección	Octubre de 2017

5.2.4.2 Ficha #2 – Encuesta establecimientos.



Ficha técnica encuesta #2	
Nombre del proyecto	Caracterización de la cultura en torno al consumo del café en la localidad de La candelaria-Bogotá
Población objetivo	Personal y administradores de establecimientos en la localidad de La candelaria
Tamaño de la muestra	15 (de 50 planeadas)
Confiabilidad	95%
Error muestral	2.5%
Método de muestreo	Muestreo no probabilístico
Procedimiento de selección del encuestado	Por conveniencia
Persona entrevistada	Personal y administradores de establecimientos en la localidad de La candelaria
Método de recolección	Encuesta presencial (con una duración promedio de 15 minutos)
Periodo de recolección	Marzo de 2017 a mayo de 2017

5.2.5 Fase 3

Elaboración de estrategia en base a los datos recolectados

5.2.5.1 Diagrama #3 – Diseño de estrategia.



5.3 Fase 4

5.3.1 Encuesta #1.

Esta encuesta tiene como fin, identificar la influencia de las variables establecidas en el hábito de consumo del café en la localidad de La Candelaria.

Esta encuesta se hizo a 143 personas, y se hicieron unas gráficas para sacar un cálculo de las respuestas según la preferencia de estas personas en general. Se realizaron 11 pregunta básicas sobre el café en el diario vivir de las personas las cuales son:

- 1) ¿Vive o trabaja en la candelaria?
- 2) ¿Consume usted café o productos a base de café en la zona de la candelaria?
- 3) ¿Con que frecuencia consume usted café en esta zona?
- 4) ¿Al momento de consumir café que factores tiene en cuenta? (**bebida**)
- 5) ¿Al momento de consumir café que factores tiene en cuenta? (**establecimiento**)
- 6) Mencione 4 marcas de café que consuma con frecuencia
- 7) ¿En qué presentación prefiere usted comprar café?
- 8) ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un café en esta zona?
- 9) ¿En qué momento del día prefiere usted consumir café?
- 10) ¿Cuál es su lugar preferido para consumir café en la candelaria?
- 11) ¿Conoce alguna técnica de preparar café?

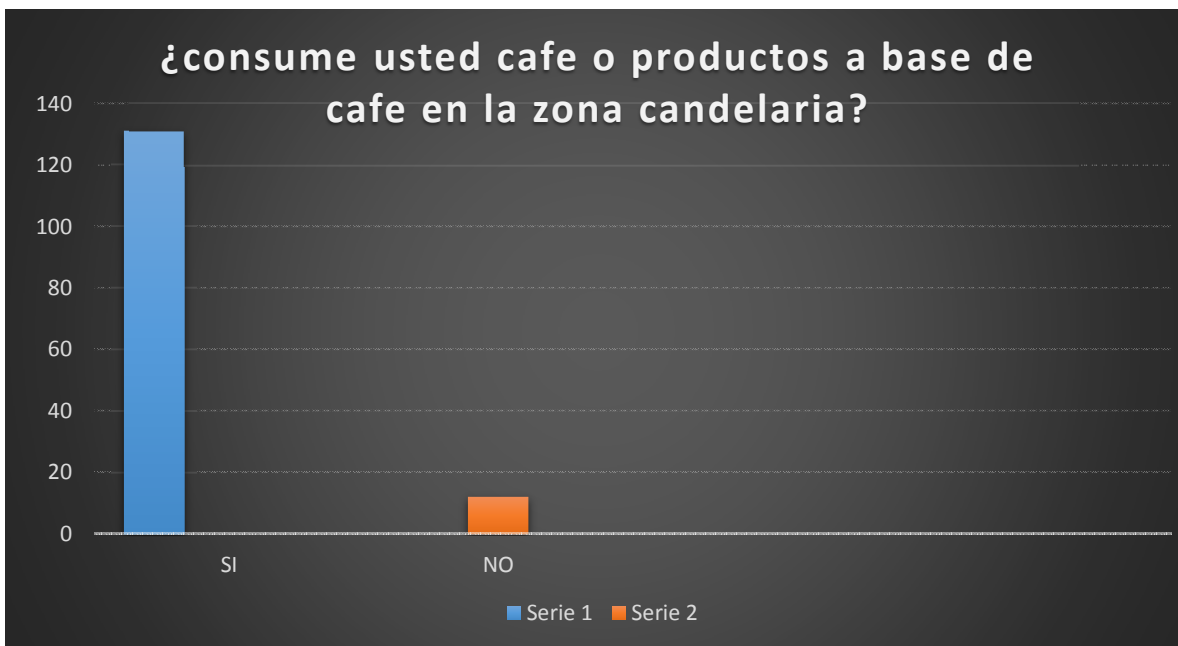
5.3.2 Gráficos encuesta #1.

5.3.2.1 Grafica #1.



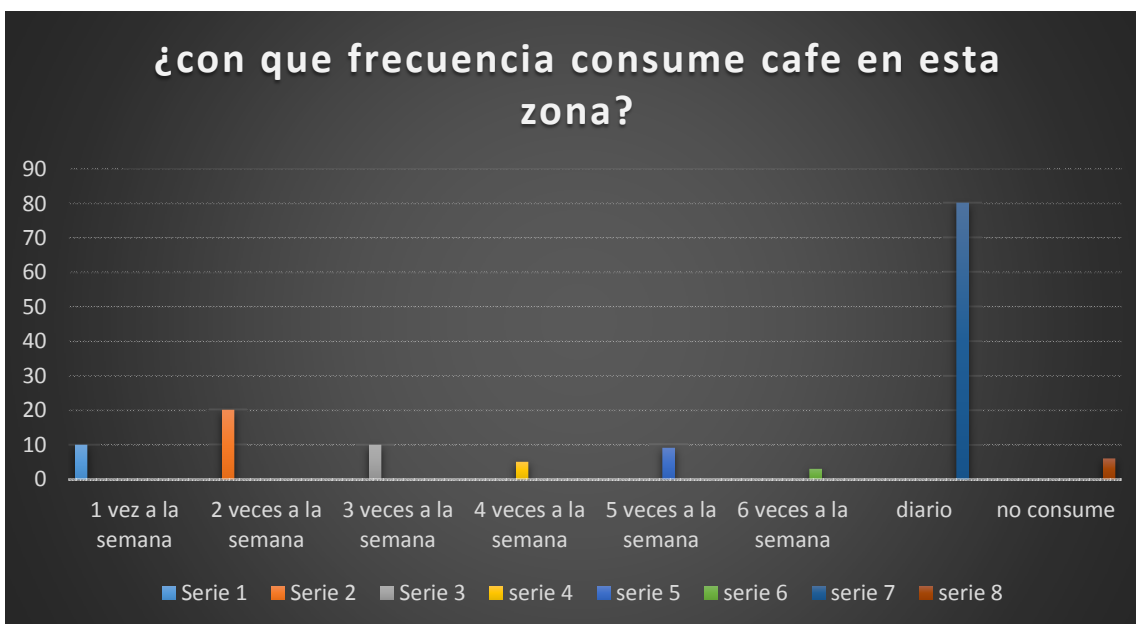
Grafica #1 – Pregunta #1 (Autores)

5.3.2.2 Grafica #2.



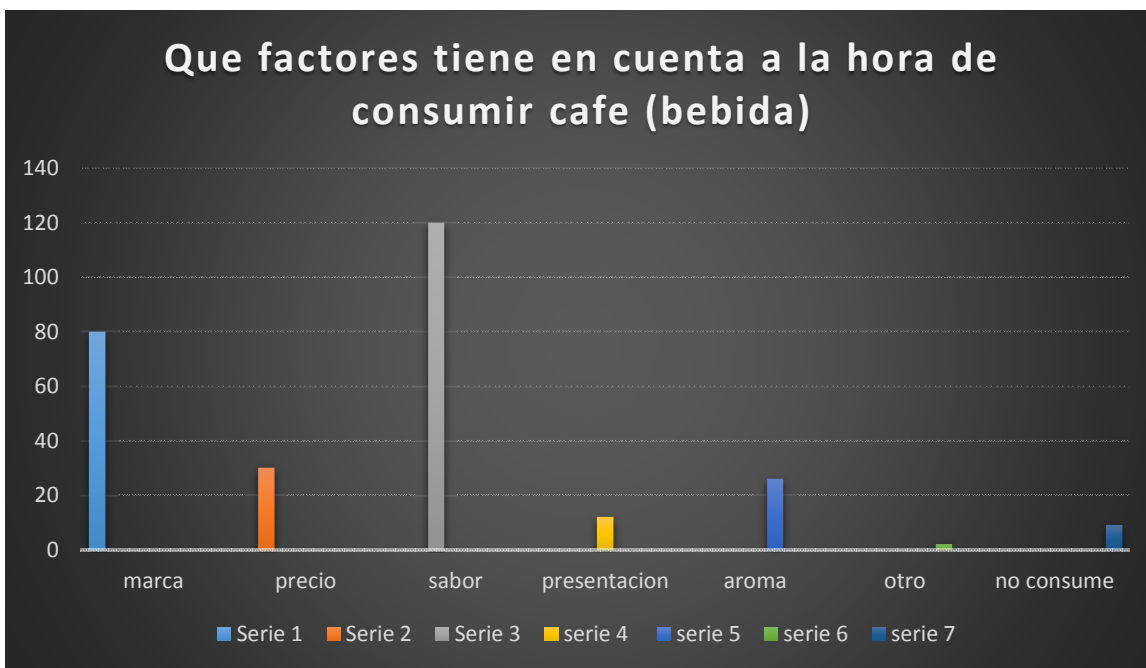
Grafica #2 – Pregunta #2 (Autores)

5.3.2.3 Grafica #3.



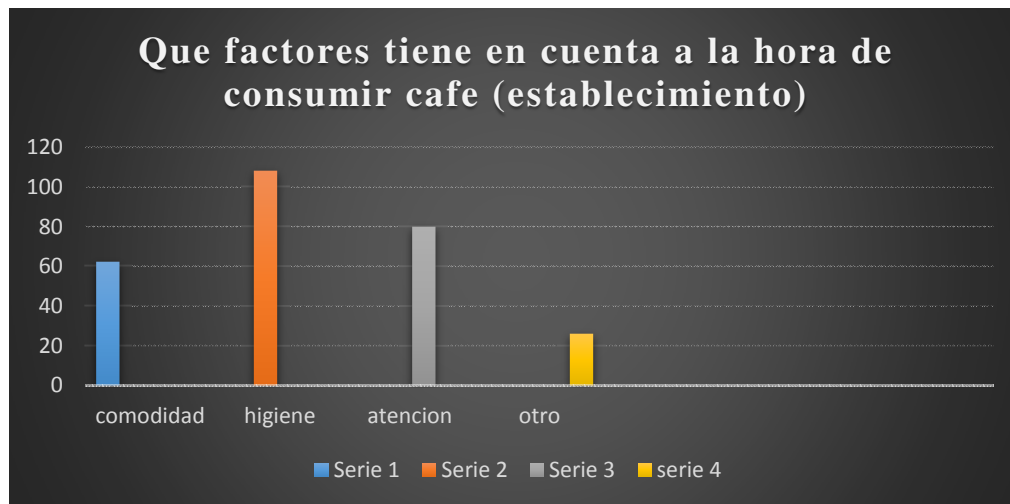
Grafica #3 – Pregunta #3 (Autores)

5.3.2.4 Grafica #4.



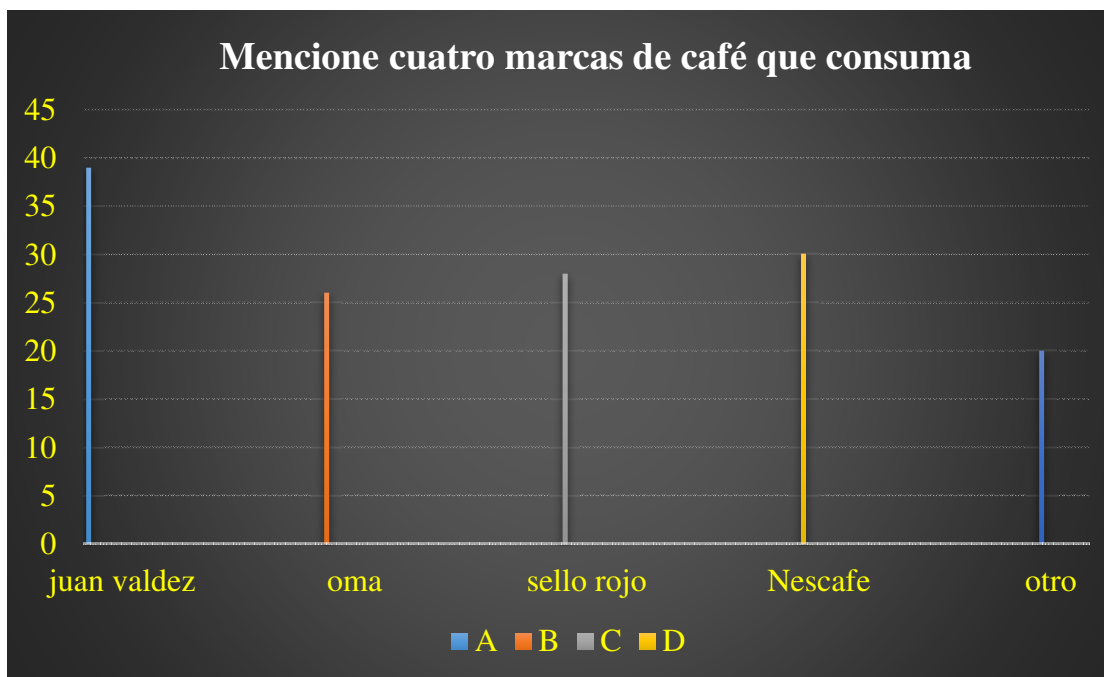
Grafica #4 – Pregunta #4 (Autores)

5.3.2.5 Grafica #5.



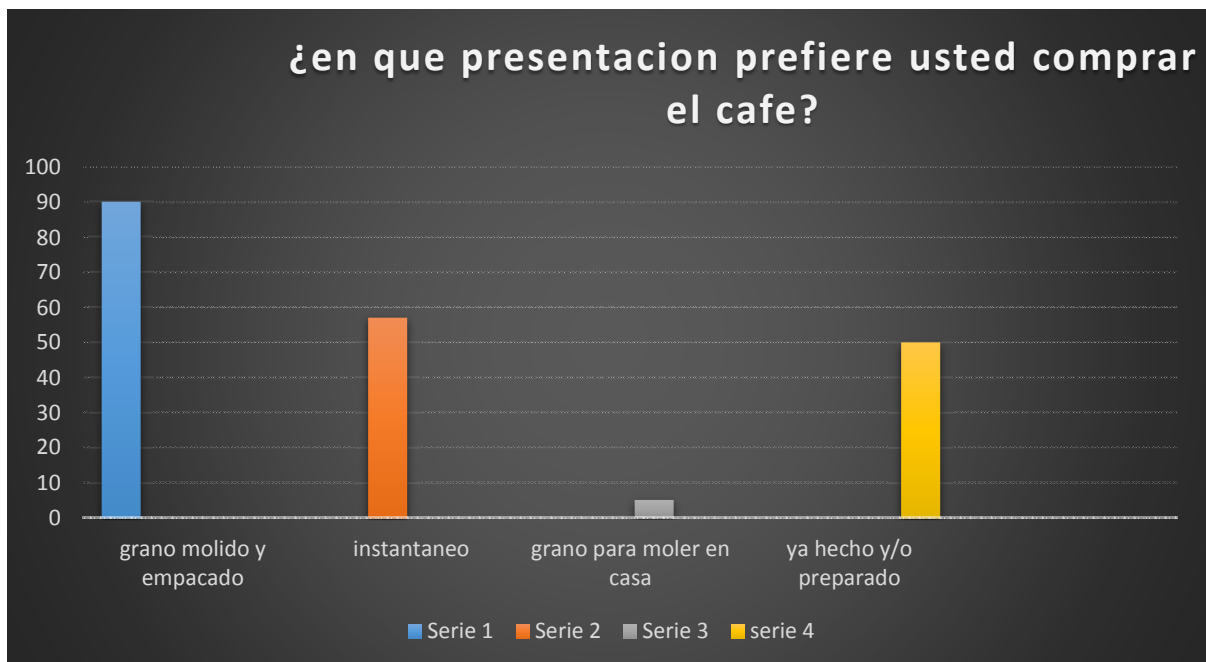
Grafica #5 – Pregunta #5 (Autores)

5.3.2.6 Grafica #6.



Grafica #6 – Pregunta #6 (Autores)

5.3.2.7 Grafica #7.



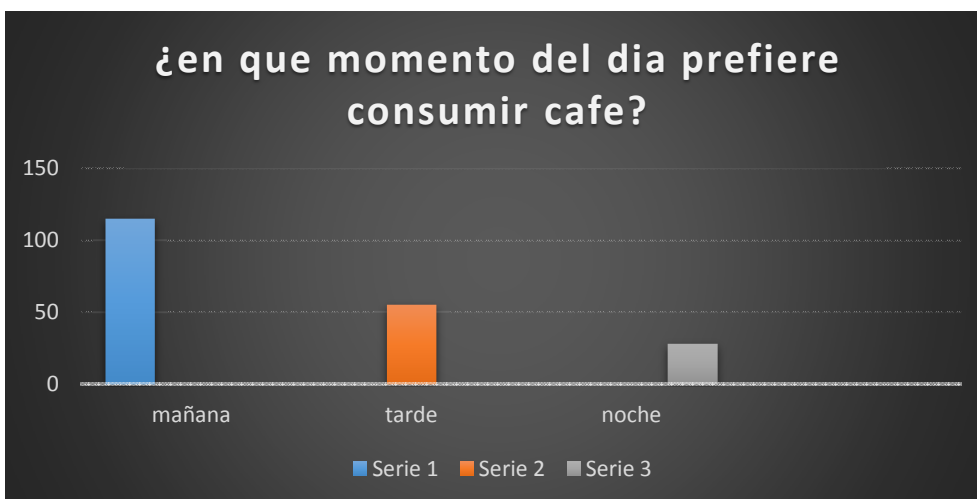
Grafica #7 – Pregunta #7 (Autores)

5.3.2.8 Grafica #8.



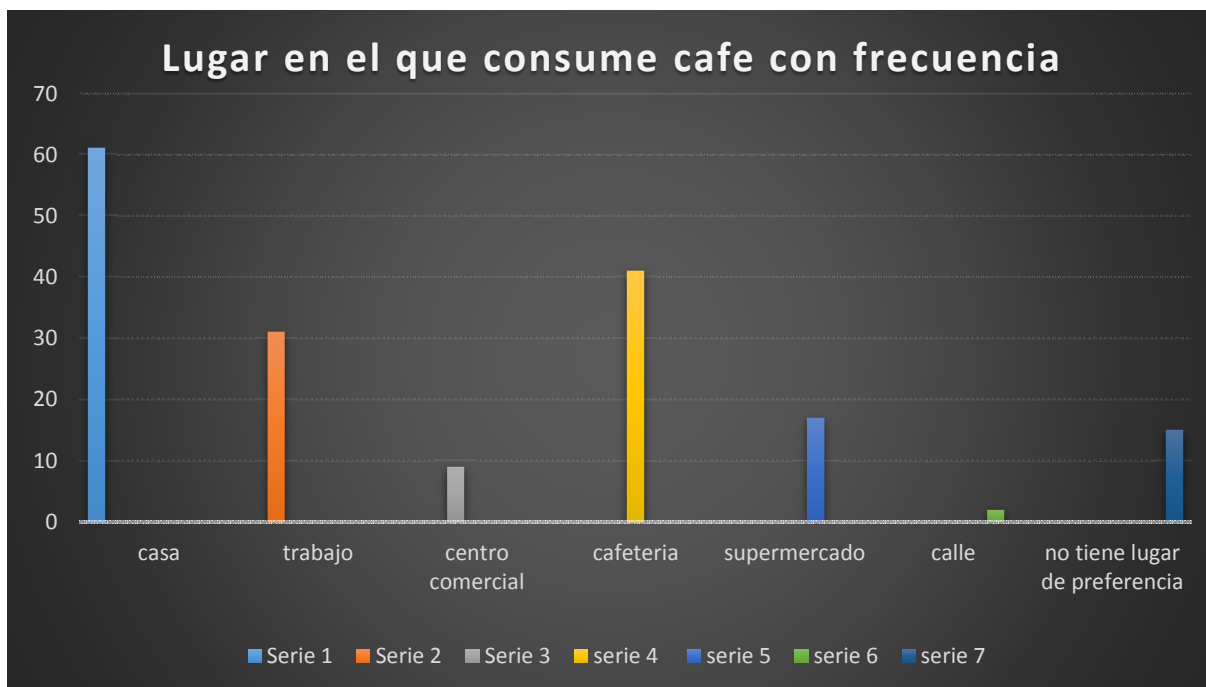
Grafica #8 – Pregunta #8 (Autores)

5.3.2.9 Grafica #9.



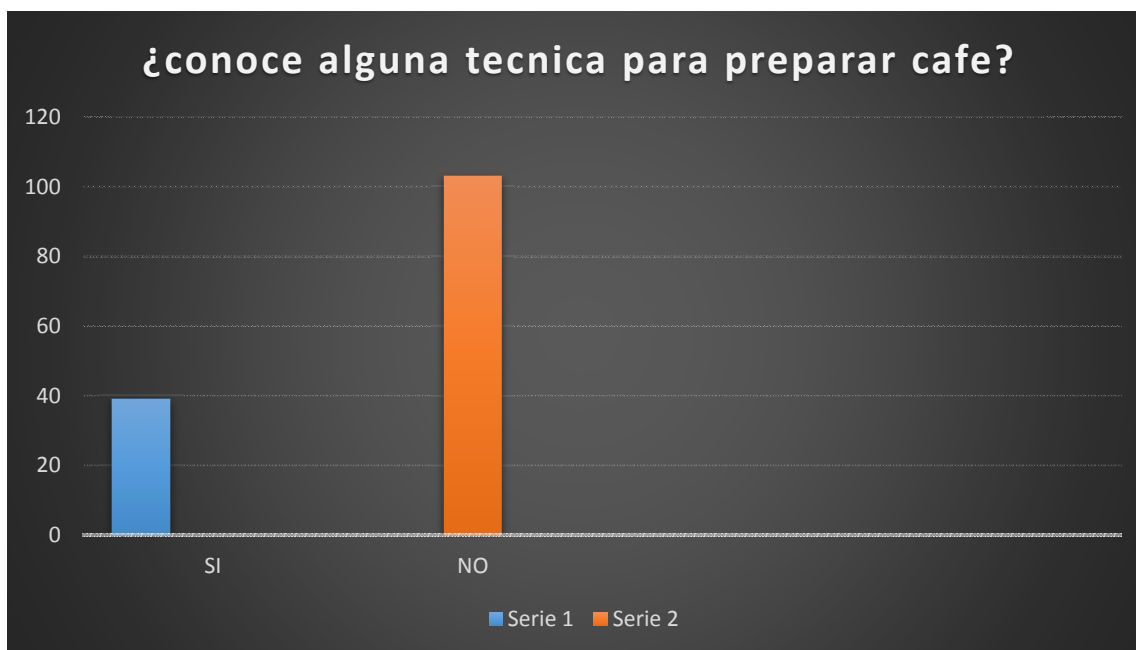
Grafica #9 – Pregunta #9 (Autores)

5.3.2.10 Grafica #10.



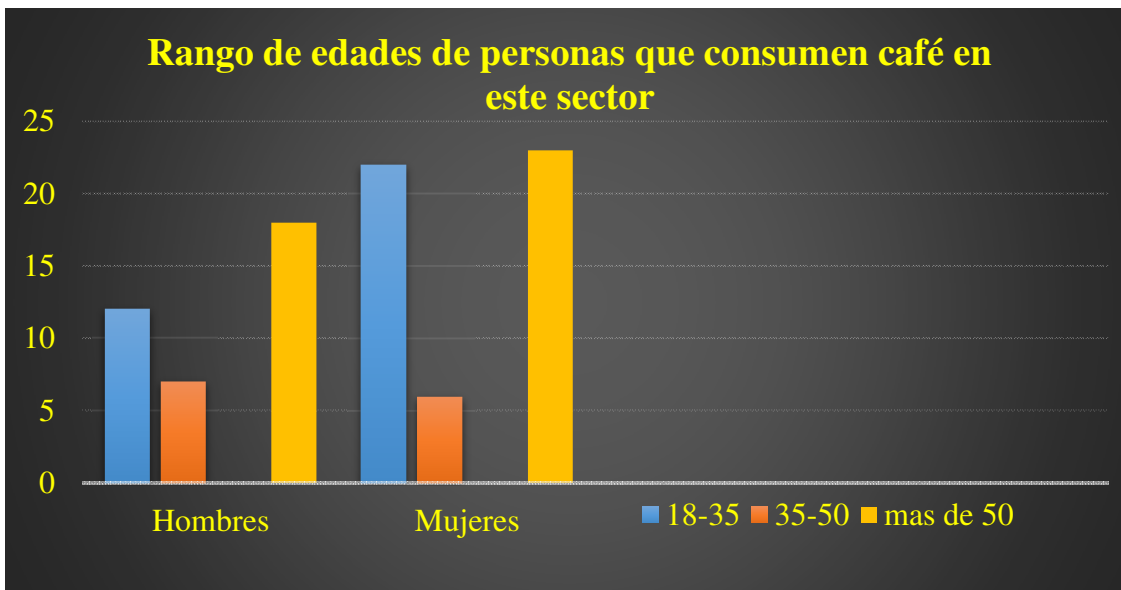
Grafica #10 – Pregunta #10 (Autores)

5.3.2.11 Grafica #11.



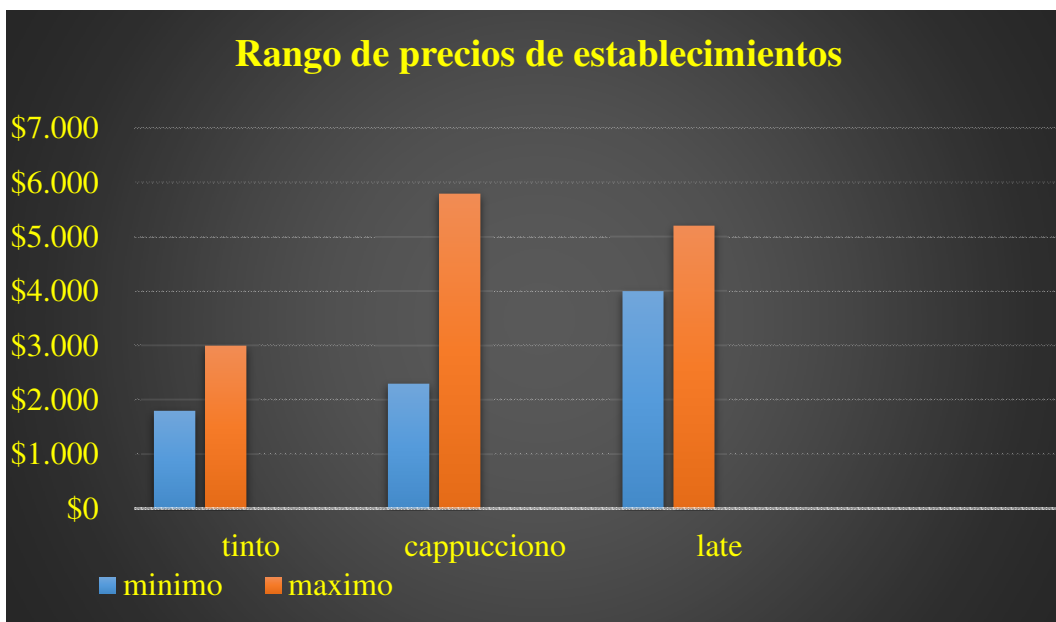
Grafica #11 – Pregunta #11 (Autores)

5.3.2.12 Grafica #12.



Grafica #12 – Pregunta #12 (Autores)

5.3.2.13 Grafica #13.



Grafica #13 – Pregunta #13 (Autores)

5.3.3 Encuesta #2 – Empleados y administradores de establecimientos.

Esta encuesta fue realizada con el fin de conocer y exponer información de los establecimientos identificando sus métodos de trabajo, implementos, conocimientos, etc.

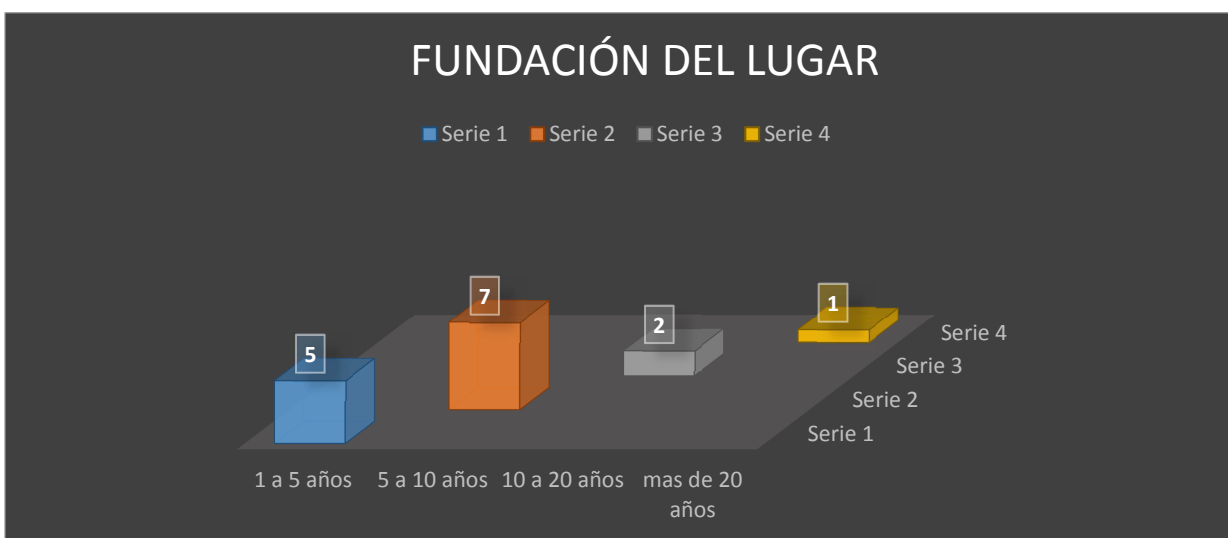
En esta encuesta se realizaron las siguientes preguntas:

- 1) Fundación del lugar
- 2) Si el personal del establecimiento es técnico, empírico mixto o tecnológico
- 3) ¿Qué variedad de grano utilizan?
- 4) ¿Tienen marca propia?
- 5) ¿Qué técnicas de preparación conocen?
- 6) ¿De las técnicas que mencionaron cuales utilizan?

En esta encuesta existe una serie de factores en que tomamos en cuenta una relación entre lo que sería fundación del establecimiento, personal y lo que sería variedad, marca y técnicas que se utilizan en determinado establecimiento

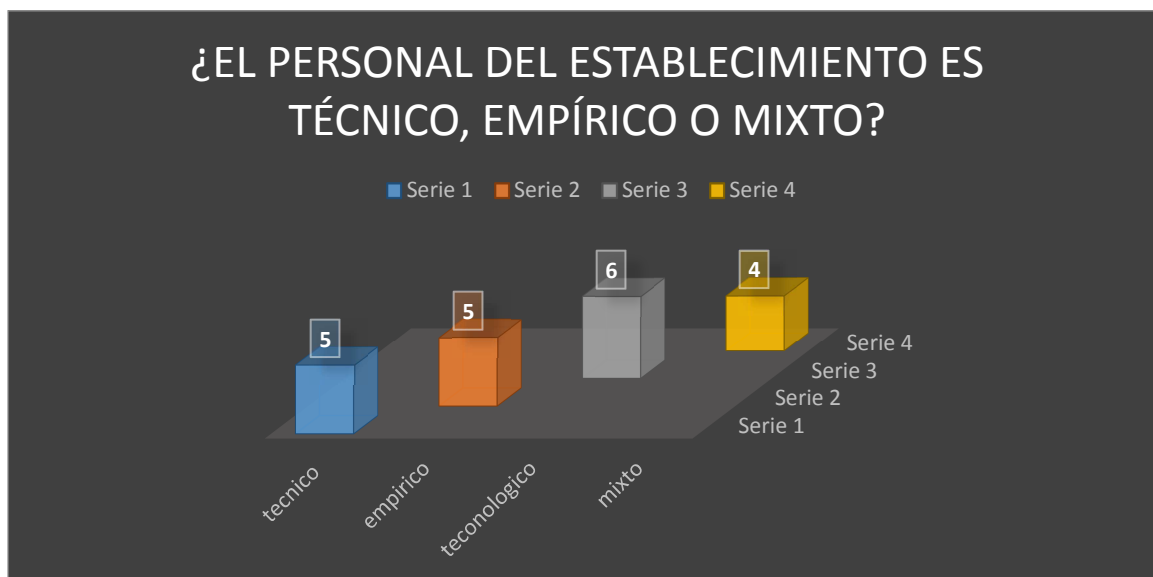
5.3.4 Gráficos encuesta #2.

5.3.4.1 Grafica #14.



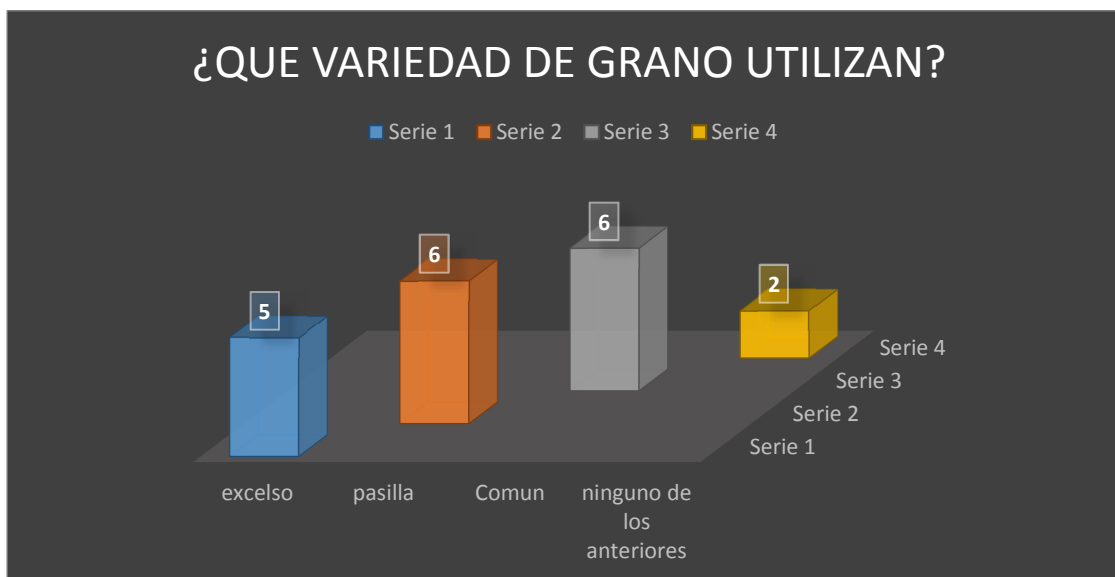
Grafica #14 – Pregunta #14 (Autores)

5.3.4.2 Grafica #15.



Grafica #15 – Pregunta #15 (Autores)

5.3.4.3 Grafica #16.



Grafica #16 – Pregunta #16 (Autores)