



Universidad
Nacional
de Loja

Universidad Nacional de Loja
Unidad de Educación a Distancia
Carrera de Agronegocios

**“Propuesta de modelo de negocio para la iniciativa de empresa Freire´s
ubicada en la parroquia Vicentino, cantón Puyango”**

**Trabajo de Integración Curricular
previo a la obtención del título de
Licenciado en Agronegocios.**

AUTOR:

Eivar Josué Freire Ochoa

DIRECTOR:

Ing. Pablo Fernando Ruiz Vélez. Mgtr.

Loja - Ecuador

Año 2024

Certificación de director

Loja, 21 de agosto de 2024

Ing. Pablo Fernando Ruiz Vélez. Mgtr.

DIRECTOR DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

C E R T I F I C O:

Que he revisado y orientado todo el proceso de elaboración del Trabajo de Integración Curricular denominado: **Propuesta de modelo de negocio para la iniciativa de empresa Freire ubicada en la parroquia Vicentino, cantón Puyango**, previo a la obtención del título de **Licenciado en Agronegocios**, de la autoría del estudiante **Eivar Josué Freire Ochoa**, con **cédula de identidad Nro.1950041382**, una vez que el trabajo cumple con todos los requisitos exigidos por la Universidad Nacional de Loja, para el efecto, autorizo la presentación del mismo para su respectiva sustentación y defensa.

Ing. Pablo Fernando Ruiz Vélez. Mgtr.

DIRECTOR DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

Autoría

Yo, **Eivar Josué Freire Ochoa**, declaro ser autor del presente Trabajo de Integración Curricular y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos, de posibles reclamos y acciones legales, por el contenido del mismo. Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja la publicación de mi Trabajo de Integración Curricular, en el Repositorio Digital Institucional – Biblioteca Virtual.



Firmado: EIVAR JOSUE
FREIRE OCHOA

Firma:

Cédula de identidad: 1950041382

Fecha: 21 de agosto de 2024

Correo electrónico: eivar.freire@unl.edu.ec

Teléfono: 0959169221 / 60602

Carta de autorización por parte del autor, para consulta, reproducción parcial o total y/o publicación electrónica del texto completo, del Trabajo de Integración Curricular.

Yo, **Eivar Josué Freire Ochoa**, declaro ser autor del Trabajo de Integración Curricular denominado: **Propuesta de modelo de negocio para la iniciativa de empresa Freire s ubicada en la parroquia Vicentino, cantón Puyango**, como requisito principal para optar por el título de **Licenciado en Agronegocios**, autorizo al sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que, con fines académicos, muestre la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido en el Repositorio Institucional.

Los usuarios pueden consultar el contenido parcial o total de este trabajo en el Repositorio Institucional, en las redes de información del país y del exterior con las cuales tenga convenio la Universidad.

La Universidad Nacional de Loja, no se responsabiliza por el plagio o copia del Trabajo de Integración Curricular que realice una tercera persona.

Para constancia de esta autorización, suscribo, en la ciudad de Loja, a los veintiún días del mes de agosto del dos mil veinticuatro.



Firma electrónica por:
**EIVAR JOSUE
FREIRE OCHOA**

Firma:

Autora: Eivar Josué Freire Ochoa

Cédula de identidad: 1950041382

Dirección: San José Bajo, Carlos

Román y Fray de Villaroel.

Correo electrónico: eivar.freire@unl.edu.ec

Teléfono: 0959169221

DATOS COMPLEMENTARIOS:

Director del Trabajo de Integración Curricular: Ing. Pablo Fernando Ruiz Vélez. Mgtr.

Dedicatoria

El presente Trabajo de Integración Curricular se lo dedico primeramente a Dios, por darme fuerza para vivir y ser la luz que me guía en mis noches oscuras.

A mis padres Hernán y Carmen, hermanos Ana, Kevin y familia Freire Córdova, por brindarme apoyo y motivarme a lo largo de mi camino.

Finalmente quiero dedicar este trabajo de Integración curricular a todos los niños de las comunidades rurales del Ecuador, especialmente a los de mi querido Vicentino, son quienes me dan el ánimo de luchar con justicia y vivir con rectitud, son mi razón de ser y el propósito mismo de mi camino.

Eivar Josué Freire Ochoa

Agradecimiento

Agradezco a Dios, por darme la fuerza, habilidad, ciencia y sabiduría a lo largo de mi carrera. También deseo expresar mi más sincero agradecimiento a mi familia y todas las personas que me impulsaron a emprender el viaje al maravilloso mundo de los Agronegocios y a quienes hicieron posible la realización de este trabajo de Integración Curricular.

Agradezco al empresario Jorge Granda, a los Pastores y mentores espirituales, Juan Ochoa, Moisés González y Josué Freire, quienes me han acompañado en diferentes momentos de mi vida, a sus esposas e iglesias.

Agradezco a mis docentes, compañeros de trabajo, amigos y conocidos, que de una u otra manera me han animado para terminar este trabajo de Integración Curricular.

Eivar Josué Freire Ochoa

Índice de Contenidos

Certificación de director	ii
Autoría	iii
Carta de autorización del estudiante	iv
Dedicatoria	v
Agradecimiento.....	vi
Índice de Contenidos	vii
Índice de tablas	xii
Índice de figuras	xiv
Índice de anexos.....	xiv
1. Título	1
2. Resumen.....	2
Abstract.....	3
3. Introducción.....	4
4. Marco Teórico	6
4.1. Diagnóstico Situacional de Agronegocios	6
4.2. Diagnóstico Situacional de la Finca Freire´s	6
4.2.1. Historia y antecedentes de las fincas	6
4.2.2. Importancia de la ubicación geográfica y los recursos biológicos.....	6
4.2.3. Variedades de café y prácticas agrícolas.....	6
4.2.4. Infraestructura y tecnología en las fincas productoras de café.....	6
4.2.5. Abeja Apis Melífera y Meliponicultura.....	7
4.2.6. Mano de Obra, producción y rendimiento.	7
4.3. Diagnóstico Situacional del emprendimiento Freire´s.....	7
4.3.1. Historia del emprendimiento.....	7

4.3.2.	<i>Misión</i>	7
4.3.3.	<i>Visión</i>	7
4.3.4.	<i>Valores</i>	7
4.3.5.	<i>Marca Principal y submarcas comerciales</i>	8
4.3.6.	<i>Organigrama Estructural</i>	8
4.3.7.	<i>Análisis de Mercado</i>	8
4.3.8.	<i>Competencia</i>	8
4.3.9.	<i>Diagramas de flujo de procesos</i>	8
4.3.10.	<i>Infraestructura y equipamiento</i>	8
4.3.11.	<i>Estado de resultados financieros</i>	9
4.4.	Herramientas de diagnóstico	9
4.4.1.	<i>Análisis FODA</i>	9
4.4.2.	<i>Relación FA, FO, DA, DO</i>	9
4.4.3.	<i>Árbol de problemas</i>	9
4.4.4.	<i>Modelo de negocio</i>	9
4.5.	Business Model Canvas	10
4.5.1.	<i>Propuesta de valor</i>	10
4.5.2.	<i>Segmento de clientes</i>	10
4.5.3.	<i>Canales</i>	10
4.5.4.	<i>Relación con los clientes</i>	10
4.5.5.	<i>Fuentes de ingresos</i>	10
4.5.6.	<i>Recursos Clave</i>	11
4.5.7.	<i>Actividades Clave</i>	11
4.5.8.	<i>Socios Clave</i>	11
4.5.9.	<i>Estructura de Costos</i>	11
5.	Metodología	12

5.1. Área de estudio.....	12
5.2. Enfoque de la investigación	12
5.2.1. Enfoque Cualitativo.	12
5.2.2. Enfoque Cuantitativo.	12
5.3. Tipo de investigación	13
5.3.1. Bibliográfica – documental.....	13
5.3.2. Descriptiva.	13
5.4. Métodos de investigación	13
5.4.1. Analítico – Sintético.	13
5.5. Técnicas de investigación	13
5.5.1. Entrevista semiestructurada.	13
5.5.2. Grupo focal	14
5.5.3. Encuesta.	14
5.6. Unidad de estudio	14
5.6.1. Población	14
5.6.2. Muestra	14
5.6.3. Cálculo del tamaño de la muestra	15
6. Resultados.....	17
6.1. Diagnóstico Situacional de la Finca Freire´s.....	17
6.1.1. Historia y antecedentes de la finca.	17
6.1.2. Ubicación geográfica y recursos naturales	17
6.1.3. Variedades de café y prácticas agrícolas	19
6.1.4. Infraestructura y tecnología en la finca.....	20
6.1.5. Abejas Meliponas.....	20
6.1.6. Mano de obra, producción y rendimiento.....	21
6.2. Diagnóstico Situacional del emprendimiento Freire´s.....	22

6.2.1. Historia del emprendimiento.	22
6.2.2. Misión.....	22
6.2.3. Visión	23
6.2.4. Valores	23
6.2.5. Marca Principal.....	23
6.2.6. Submarcas comerciales.....	24
6.2.7. Organigrama estructural	24
6.2.8. Análisis de Mercado.....	26
6.2.9. Competencia.....	26
6.2.10. Diagrama de flujo de procesos productivos, Café Freire´s.....	27
6.2.11. Diagrama de flujo de procesos productivos, miel de abeja melipona.	28
6.2.12. Infraestructura y equipamiento.....	28
6.2.13. Estado de resultados financieros	28
6.3. Análisis FODA.....	29
6.4. Relación FA, FO, DA, DO.....	30
6.5. Árbol de problemas del agronegocio Freire´s.....	31
6.6. Análisis y tabulación de la encuesta	31
6.6.1. Edad de los encuestados	32
6.6.2. Género de los encuestados.....	32
6.6.3. Aceptación de la bebida de café	33
6.6.4. Frecuencia de consumo.	33
6.6.5. Preferencia de consumo en bebidas de café	34
6.6.6. Sondeo de aceptación café latte helado.	34
6.6.7. Atributos más importantes para considerar en la bebida de café	35
6.6.8. Precio ideal para la botella de 300 ml	35
6.6.9. Aceptación de una marca nueva con identidad local	36

6.6.10. Destinos de preferencia para la distribución	36
6.7. Propuesta de Business Model Canvas	38
6.8. Propuesta de Modelo de Negocio detallada por segmentos.....	39
6.8.1. Propuesta de valor.....	39
6.8.2. Segmento de clientes	40
6.8.3. Canales.....	40
6.8.4. Relación con los clientes.....	41
6.8.5. Fuentes de ingresos.....	42
6.8.6. Recursos clave.....	42
6.8.7. Actividades clave.....	43
6.8.8. Socios clave	44
6.8.9. Estructura de costos.....	44
6.9. Análisis financiero y proyecciones	45
7. Discusión	47
8. Conclusiones	49
9. Recomendaciones	50
10. Bibliografía	52
11. Anexos.....	55

Índice de tablas

Tabla 1	Condiciones climáticas de la parroquia Vicentino.....	18
Tabla 2	Variedades de café cultivadas en la finca Freire´s 2024	19
Tabla 3	Rendimiento de café, quintal por hectárea	21
Tabla 4	Producción de miel de abeja, litro por cajón.....	21
Tabla 5	Valores de la empresa Freire´s	23
Tabla 6	Análisis de competencia.....	27
Tabla 7	Estado de resultados Financieros del agronegocio Freire´s.....	29
Tabla 8	Análisis FODA.....	29
Tabla 9	Relación FA (Fortalezas - Amenazas)	30
Tabla 10	Relación FO (Fortalezas - Oportunidades).....	30
Tabla 11	Relación DA (Debilidades - Amenazas).....	30
Tabla 12	Relación DO (Debilidades Oportunidades).....	31
Tabla 13	Propuesta de modelo de negocio lienzo CANVAS.....	38
Tabla 14	Productos innovadores	39
Tabla 15	Experiencias únicas	39
Tabla 16	Sostenibilidad.....	39
Tabla 17	Clientes Locales y Nacionales	40
Tabla 18	Venta directa	40
Tabla 19	Venta Online	41
Tabla 20	Distribución	41
Tabla 21	Fidelización y atención personalizada.....	41
Tabla 22	Educación y comunidad.....	41
Tabla 23	Experiencias personalizadas	42
Tabla 24	Retroalimentación y mejora continua	42
Tabla 25	Fuentes de ingresos.....	42
Tabla 26	Recursos humanos.....	42
Tabla 27	Recursos naturales	43
Tabla 28	Infraestructura	43
Tabla 29	Producción y procesamiento	43
Tabla 30	Marketing y ventas.....	43
Tabla 31	Innovación y desarrollo	43
Tabla 32	Asociaciones y cooperativas.....	44
Tabla 33	Distribuidores y minoristas	44
Tabla 34	Proveedores	44
Tabla 35	Costos Fijos	44
Tabla 36	Costos Variables.....	45

Tabla 37	Análisis costo – beneficio y proyecciones del café tostado y molido	45
Tabla 38	Análisis costo - beneficio y proyecciones de la bebida de café latte helada	45
Tabla 39	Análisis costo – beneficio y proyecciones de la miel de abeja melipona.....	46
Tabla 40	Cuadro comparativo del ingreso promedio con la actividad comercial tradicional vs el modelo de negocio propuesto para la empresa Freire´s	46

Índice de figuras

Figura 1 Finca Freire´s. 2024.....	17
Figura 2 Mapa de ubicación de la parroquia Vicentino.....	18
Figura 3 Ubicación de la finca Freire´s.....	19
Figura 4 Abeja Melipona Finca Freire´s.....	21
Figura 5 Logotipo del agronegocio Freire´s.....	23
Figura 6 Isólogo de Isabela Freire´s Honey.....	24
Figura 7 Organigrama estructural del emprendimiento Freire´s.....	25
Figura 8 Diagrama de flujo de procesos productivos, Café Freire´s.....	27
Figura 9 Diagrama de flujo de procesos miel de abeja melipona.....	28
Figura 10 Árbol de problemas del agronegocio Freire´s.....	31
Figura 11 Edad de los encuestados.....	32
Figura 12 Género de los encuestados.....	32
Figura 13 Nivel de aceptación de la bebida de café.....	33
Figura 14 Frecuencia de consumo de café.....	33
Figura 15 Preferencia de consumo en bebidas de café.....	34
Figura 16 Interés en probar una bebida de café latte helada.....	34
Figura 17 Atributos para elegir una bebida de café latte helada.....	35
Figura 18 Precio ideal para la botella de 300 ml.....	35
Figura 19 Nivel de aceptación de una marca nueva con identidad local.....	36
Figura 20 Destinos de preferencia para la distribución.....	36
Figura 21 Isotipo de bebida de café latte Freire´s (Pepe Latte).....	60
Figura 22 Mockup de Bebida de café Pepe Latte.....	60
Figura 23 Bebida de café “Pepe Latte” comercializada.....	61
Figura 24 Diseño de Etiqueta para el café tostado y molido (Pepe Freire´s Caffee).....	62
Figura 25 Diseño del Mockup del Café tostado y molido (Pepe Freire´s Caffee).....	62
Figura 26 Miel de abeja Melipona 500 ml (Isabela Freire´s Honey).....	63
Figura 27 Exposición en Feria de Isabela Freire´s Honey.....	63

Índice de anexos

Anexo 1 Entrevista aplicada a los miembros de la familia Freire´s.....	55
Anexo 2 Encuesta aplicada a los Estudiantes de la Universidad Nacional de Loja.....	58
Anexo 3 Fotografías de los prototipos y productos comercializados.....	60
Anexo 4 Certificación Abstract.....	64

1. Título

Propuesta de modelo de negocio para la iniciativa de empresa Freire´s ubicada en la parroquia Vicentino, cantón Puyango.

2. Resumen

El presente trabajo de integración curricular "Propuesta de modelo de negocio para la iniciativa de empresa Freire's ubicada en la parroquia Vicentino, cantón Puyango", presenta un análisis detallado y una propuesta de modelo de negocio para la empresa familiar Freire's, especializada en la producción de café arábico y miel de abeja melipona. Esta investigación busca superar las barreras identificadas y aprovechar las oportunidades latentes en colaboración familiar y comunitaria, posicionándose como una estrategia concreta para el desarrollo económico y social de Vicentino. Para la presente investigación se aplicaron métodos de investigación mixta, cualitativos y cuantitativos con el propósito de tener una validación externa de la propuesta de valor, Se procedió inicialmente con un diagnóstico situacional, por medio de la evaluación de las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas del agronegocio. Seguidamente se realizó una encuesta para conocer factores claves del modelo de negocio, la validez, demanda y aceptación externa. Finalmente El modelo de negocio propuesto se aplicó bajo la herramienta "Business Model Canvas" para estructurar elementos clave como la propuesta de valor, los segmentos de clientes, los canales de distribución y las fuentes de ingresos. A través de este, se buscó fomentar la cooperación familiar y comunitaria, maximizar la rentabilidad del agronegocio y dinamizar la economía rural de Vicentino. Los resultados indican una aceptación positiva de la propuesta de valor, destacando la importancia de la colaboración familiar - comunitaria y la responsabilidad ambiental, para el desarrollo sostenible. Se concluye el estudio con recomendaciones para su implementación, enfatizando la necesidad de formalizarse, invertir en infraestructura y tecnología, diversificar productos, realizar alianzas estratégicas y gestionar de manera óptima la marca comercial. La propuesta de Eivar Freire representa una estrategia concreta para superar las barreras estructurales que enfrenta el agronegocio Freire's y mejorar la calidad de vida en la parroquia Vicentino por medio de prácticas agrícolas sostenibles y un enfoque de empresa familiar - comunitaria.

Palabras clave:

Modelo de Negocio; Café arábico; Miel melipona; Diagnóstico situacional; FODA; Biodiversidad; Modelo de negocio Canvas; Propuesta de Valor; Cooperación Familiar y Comunitaria.

Abstract

The present work of curricular integration “Business model proposal for the Freire's enterprise initiative located in the parish of Vicentino, canton Puyango”, presents a detailed analysis and a business model proposal for the family enterprise Freire's, specialized in the production of Arabica coffee and melipona bee honey. This research seeks to overcome the identified barriers and take advantage of latent opportunities in family and community collaboration, positioning itself as a concrete strategy for the economic and social development of Vicentino. For this research, mixed qualitative and quantitative research methods were applied in order to have an external validation of the value proposition, initially with a situational diagnosis, through the evaluation of the strengths, weaknesses, opportunities and threats of the agribusiness. Next, a survey was conducted to determine key factors of the business model, validity, demand and external acceptance. Finally, the proposed business model was applied under the “Business Model Canvas” tool to structure key elements such as the value proposition, customer segments, distribution channels and sources of income. The aim was to promote family and community cooperation, maximize the profitability of the agribusiness, and boost Vicentino's rural economy. The results indicate a positive acceptance of the value proposition, highlighting the importance of family-community collaboration and environmental responsibility for sustainable development. The study concludes with recommendations for its implementation, emphasizing the need to formalize, invest in infrastructure and technology, diversify products, make strategic alliances and optimally manage the commercial brand. Eivar Freire's proposal represents a concrete strategy to overcome the structural barriers faced by Freire's agribusiness and improve the quality of life in the Vicentino parish through sustainable agricultural practices and a family-community business approach.

Keywords:

Business Model; Arabica coffee; Melipona Honey; Situational Diagnosis; SWOT; Biodiversity; Business Model Canvas; Value Proposition; Family and Community Cooperation.

3. Introducción

En un entorno globalizado, la agricultura y la actividad empresarial rural se enfrentan a presiones y dinámicas que exigen estrategias específicas y contextualizadas (Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación [FAO], 2021). La parroquia Vicentino, en el Cantón Puyango, Ecuador, presenta un panorama agrícola y económico complejo, caracterizado por una serie de desafíos y oportunidades entrelazadas. La escasa disponibilidad de recursos financieros, tecnológicos y humanos representa una barrera considerable para el emprendimiento en zonas rurales (Vargas & Uttermann, 2020).

Vicentino, pese a ser reconocido como "El granero de Puyango" y considerado una región de alta productividad, se encuentra asediado por serios problemas que afectan a los emprendedores. Entre estas dificultades se encuentran vías de acceso en mal estado, carencia de infraestructura adecuada, fuerza laboral no especializada, desorganización, ausencia de conocimientos técnicos especializados en las distintas áreas de producción, entre otros.

En este contexto, el emprendimiento familiar y la asociatividad de pequeños productores emergen como una respuesta viable a estos desafíos, no solo como una necesidad real, sino también como una herramienta efectiva para impulsar el desarrollo económico y mejorar las condiciones de vida en la parroquia (Berdegué & Fuentealba, 2014).

Es así como, surge la propuesta de un modelo de negocio para la iniciativa de empresa "Freire's". Esta iniciativa busca superar las barreras identificadas y aprovechar las oportunidades latentes en la colaboración familiar y comunitaria, posicionándose como una estrategia concreta para el desarrollo económico y social de Vicentino. En este contexto emerge la siguiente interrogante: ¿En qué condiciones se desarrolla el emprendimiento rural Freire's y cuáles son sus principales desafíos?

La justificación de este estudio radica en la necesidad de abordar los desafíos multifacéticos que enfrentan las empresas en comunidades rurales. Para lo cual, una propuesta de modelo de negocio adaptado a esta realidad no solo tiene el potencial de ser un motor para superar las barreras estructurales, sino que también busca generar un impacto positivo en la calidad de vida de la población, promoviendo la sostenibilidad económica y social en Vicentino (Isaza y Zuluaga, 2017).

Para el desarrollo del presente trabajo de Integración Curricular se plantearon los

siguientes objetivos:

Objetivo general

- Desarrollar un modelo de negocio para la iniciativa de empresa Freire's en la parroquia Vicentino, Cantón Puyango. Que fomente la cooperación entre los miembros de la familia y comunidad.

Objetivos específicos

- Realizar un diagnóstico situacional de la finca y emprendimiento productivo Freire's.
- Establecer un modelo de negocios utilizando la herramienta "Business Model Canvas".

Se pretende con este proyecto, generar un modelo adecuado de negocio para la finca de la familia Freire's, ubicada en la parroquia Vicentino cantón Puyango, con un énfasis especial en la producción de café arábigo y miel de abeja Melipona. Esto con el propósito de maximizar la rentabilidad del agronegocio Freire's y dinamizar la economía rural en el cantón Puyango, provincia de Loja.

4. Marco Teórico

4.1. Diagnóstico Situacional de Agronegocios

El diagnóstico situacional de agronegocios es un análisis sistemático y completo de la situación interna y externa de un negocio o proyecto agropecuario. Este análisis permite identificar las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas que enfrenta el negocio, y así tomar decisiones estratégicas para su éxito (Chiavenato, 2006).

4.2. Diagnóstico Situacional de la Finca Freire's

4.2.1. Historia y antecedentes de las fincas.

La historia y los antecedentes de una finca proporcionan información valiosa sobre su origen, evolución y desarrollo. Esta información puede ser útil para comprender las prácticas agrícolas actuales, los desafíos y las oportunidades que enfrenta la finca (Guizado, 2012).

4.2.2. Importancia de la ubicación geográfica y los recursos biológicos.

La ubicación geográfica y los recursos biológicos de una finca son factores clave que influyen en su productividad y sostenibilidad. La ubicación determina el clima, el suelo y otros factores ambientales que afectan el crecimiento de los cultivos. Los recursos biológicos, como la biodiversidad y la fertilidad del suelo, también son importantes para la producción agrícola (Defries et al., 2004).

4.2.3. Variedades de café y prácticas agrícolas.

Las variedades de café y las prácticas agrícolas utilizadas en una finca tienen un impacto significativo en la calidad y el rendimiento del café. La elección de las variedades adecuadas y la implementación de prácticas agrícolas sostenibles son esenciales para la rentabilidad de la finca (Perfetti, 2010).

4.2.4. Infraestructura y tecnología en las fincas productoras de café.

La infraestructura y la tecnología son elementos importantes para la eficiencia y la productividad de las fincas productoras de café. La infraestructura incluye instalaciones como carreteras, sistemas de riego y almacenes. La tecnología incluye herramientas, equipos y software que pueden ayudar a mejorar la producción y la calidad del café (Leiva, 2014).

4.2.5. Abeja *Apis Melífera* y *Meliponicultura*.

La abeja *Apis melífera* es una especie polinizadora importante para el café y otros cultivos. Mientras que, la *meliponicultura* es la cría de abejas sin aguijón, que también pueden ser polinizadoras útiles. La presencia de abejas en las fincas de café puede aumentar el rendimiento y la calidad del café (Somarriba, 2005a).

4.2.6. *Mano de Obra, producción y rendimiento*.

La mano de obra es un factor importante en la producción de café. La cantidad de mano de obra necesaria depende del tamaño de la finca, las prácticas agrícolas utilizadas y el nivel de mecanización. La producción y el rendimiento del café se miden en toneladas por hectárea o por planta (Escamilla, 2016).

4.3. Diagnóstico Situacional del emprendimiento Freire's

4.3.1. *Historia del emprendimiento*.

La historia de un emprendimiento describe su origen, evolución y desarrollo. Esta información puede ser útil para comprender la misión, visión, valores y estrategias del emprendimiento (Morris, 2007).

4.3.2. *Misión*.

La misión de un emprendimiento define su propósito fundamental y lo que busca lograr en el mercado. Describe la razón de ser del emprendimiento, su valor para la sociedad y su contribución al entorno. La misión debe ser clara, concisa, inspiradora y motivante para los stakeholders del emprendimiento (Drucker, 1954).

4.3.3. *Visión*.

La visión de un emprendimiento describe su futuro deseado y lo que aspira a lograr a largo plazo (Drucker, 2010).

4.3.4. *Valores*.

Los valores de un emprendimiento son los principios y creencias fundamentales que guían su toma de decisiones y comportamiento (Schein, 2010).

4.3.5. Marca Principal y submarcas comerciales.

La marca principal es el nombre y el logotipo que identifican a un emprendimiento. Las submarcas son marcas que se utilizan para productos o servicios específicos dentro de un mismo emprendimiento (Kotler & Armstrong, 2008).

4.3.6. Organigrama Estructural.

Es una representación gráfica de la estructura jerárquica de un emprendimiento. Expone las diferentes áreas o departamentos del emprendimiento, así como las relaciones de dependencia entre ellos (Dessler, 2015).

4.3.7. Análisis de Mercado.

Es un proceso para identificar, evaluar y comprender las necesidades, deseos y comportamientos de los consumidores. Esta información es esencial para desarrollar estrategias de marketing efectivas (Malhotra, 2010).

4.3.8. Competencia

La competencia se refiere a las empresas que ofrecen productos o servicios similares a los de un emprendimiento. Es importante analizar la competencia para identificar sus fortalezas, debilidades y estrategias (Porter, 1980).

4.3.9. Diagramas de flujo de procesos.

Los diagramas de flujo de procesos son representaciones gráficas que muestran los pasos involucrados en un proceso específico. Se utilizan para analizar y mejorar la eficiencia de los procesos (Stempfle, 2016).

4.3.10. Infraestructura y equipamiento.

La infraestructura y el equipamiento se refieren a los recursos físicos necesarios para operar un emprendimiento. Esto incluye instalaciones, maquinaria, equipos y herramientas (Slack, 2013).

4.3.11. Estado de resultados financieros.

El estado de resultados financieros es un informe financiero que muestra los ingresos, gastos y ganancias de un emprendimiento durante un período específico. Es útil para evaluar la rentabilidad del emprendimiento (Van Horne, 2002).

4.4. Herramientas de diagnóstico

4.4.1. Análisis FODA.

La matriz FODA, es una herramienta de diagnóstico que le permite a la organización mediante fuentes primarias y secundarias de extracción de información, que se compone de debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas, un diagnóstico preciso en las que incurre la empresa y su comportamiento tanto interno como externo, permitiéndole analizar y determinar la estrategia de posicionamiento del producto (Porter, 2016).

4.4.2. Relación FA, FO, DA, DO.

Las relaciones FA, FO, DA y DO se refieren a las estrategias que un emprendimiento puede desarrollar para aprovechar sus fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas. Las estrategias FA buscan aprovechar las fortalezas para disminuir las repercusiones de las amenazas. Las estrategias FO usan las fortalezas internas para aprovechar las ventajas de las oportunidades. Las estrategias DA buscan minimizar las debilidades y evitar las amenazas. Las estrategias DO pretenden superar las debilidades internas aprovechando las oportunidades externas (Thompson & Strickland, 2015).

4.4.3. Árbol de problemas.

El árbol de problemas es una herramienta de diagnóstico que se utiliza para identificar la causa raíz de un problema. Se construye en forma de diagrama, donde el problema principal se ubica en la parte superior y las causas se van ramificando hacia abajo (Morales, 2012).

4.4.4. Modelo de negocio

El modelo de negocio es una descripción de cómo un emprendimiento crea, entrega y captura valor para sus clientes. Describe los elementos clave del negocio, como la propuesta de valor, los segmentos de clientes, los canales de distribución, la relación con los clientes, las fuentes de ingresos, los recursos, actividades, socios clave y la estructura de costos (Osterwalder

et al., 2010).

4.5. Business Model Canvas

El Business Model Canvas es una herramienta visual para describir y analizar el modelo de negocio de un emprendimiento. Se compone de nueve bloques que representan los elementos clave del modelo de negocio (Osterwalder et al., 2010). A continuación se presentan los aspectos que conforman el modelo.

4.5.1. Propuesta de valor.

La propuesta de valor es la solución de un emprendimiento que ofrece a sus clientes para satisfacer sus necesidades o deseos. Debe ser única y atractiva para los clientes potenciales (Osterwalder et al., 2010).

4.5.2. Segmento de clientes.

El segmento de clientes es el grupo de personas o empresas a las que el emprendimiento dirige su propuesta de valor. Es importante definir los segmentos de clientes de manera clara y precisa para enfocar las estrategias de marketing y ventas (Osterwalder et al., 2010).

4.5.3. Canales.

Los canales son los medios, a través, de los cuales el emprendimiento entrega su propuesta de valor a los clientes. Pueden ser canales directos, como la venta directa, o canales indirectos, como distribuidores o minoristas (Osterwalder et al., 2010).

4.5.4. Relación con los clientes.

Es el tipo de relación que el emprendimiento establece con sus clientes. Puede ser una relación personal, como la atención al cliente de manera personalizada, o una relación automatizada, como la atención al cliente en línea (Osterwalder et al., 2010).

4.5.5. Fuentes de ingresos.

Las fuentes de ingresos son los mecanismos a través de los cuales el emprendimiento genera ingresos de sus clientes. Pueden ser, por medio de ventas directas, suscripciones, publicidad, comisiones, etc (Osterwalder et al., 2010).

4.5.6. Recursos Clave.

Los recursos clave son los activos esenciales que el emprendimiento necesita para operar su modelo de negocio. Pueden ser recursos físicos, como maquinaria o instalaciones, o recursos intangibles, como la marca o el conocimiento técnico (Osterwalder et al., 2010).

4.5.7. Actividades Clave.

Las actividades clave son las acciones más importantes que el emprendimiento debe realizar para operar su modelo de negocio. Pueden ser actividades de producción, marketing, ventas o atención al cliente (Osterwalder et al., 2010).

4.5.8. Socios Clave.

Los socios clave son las empresas o personas con las que el emprendimiento colabora para operar su modelo de negocio. Pueden ser proveedores, distribuidores, socios estratégicos o inversores (Osterwalder et al., 2010).

4.5.9. Estructura de Costos.

La estructura de costos es la forma en que el emprendimiento incurre en los costos para operar su modelo de negocio. Pueden ser costos fijos, como el alquiler o los salarios, o costos variables, como los materiales o los servicios públicos (Osterwalder et al., 2010).

5. Metodología

5.1. Área de estudio

La investigación se llevó a cabo en la parroquia Vicentino, ubicada al sur de Ecuador, en las coordenadas: 3°57' 29.2"S 79°57'06.4"W (Instituto Geográfico Nacional, 2021). La zona de estudio comprende una finca de propiedad familiar con una superficie total de 18 hectáreas en Ciano, 4 hectáreas en Vicentino y 6 hectáreas en la parroquia Arenal. Se seleccionó la parroquia Vicentino debido a su potencial para la producción de café, considerando las condiciones climáticas favorables y la disponibilidad de recursos hídricos. La finca familiar, ubicada en esta parroquia, cuenta con cuatro hectáreas dedicadas al cultivo de café, lo que la convirtió en un sitio ideal para realizar la investigación.

La región presenta un clima variado, con zonas cálidas, frías y templadas (Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia Vicentino, 2021). Esta diversidad climática permite el cultivo de una amplia variedad de productos agrícolas. La temperatura media anual oscila entre 11°C y 22°C, con precipitaciones que varían según la altitud y el estado del suelo (Secretaría del Agua, 2019).

5.2. Enfoque de la investigación

La investigación propuesta para desarrollar un modelo de negocio para la empresa Freire's en la parroquia Vicentino, Cantón Puyango, tiene un enfoque mixto, integrando métodos cualitativos y cuantitativos, debido a la naturaleza de los objetivos específicos.

5.2.1. Enfoque Cualitativo.

Se aplicó la modalidad cualitativa para el desarrollo del primer objetivo específico de la investigación, se ejecutó el diagnóstico situacional de la finca y emprendimiento Freire's, a través de grupos focales y entrevistas, lo que posibilitó identificar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de la finca y emprendimiento. Esto con el propósito de dar paso al desarrollo del Business Model Canvas y el planteamiento de la propuesta de valor de Freire's.

5.2.2. Enfoque Cuantitativo.

Se utilizó la modalidad cuantitativa al implementar encuestas a la población aleatoria considerada cliente potencial según el perfil del Buyer persona, donde se obtuvo información

para determinar el nivel de interés de la propuesta de valor planteada en el modelo de negocio e indagar en más alternativas identificando las necesidades y preferencias del cliente. El análisis de los datos estadísticos permitió determinar la viabilidad en el mercado y la validez externa del modelo de negocio. Estos fueron datos cruciales para el desarrollo del segundo objetivo específico, la propuesta de modelo de negocio ayudando a obtener mayor solidez y respaldo empírico.

5.3. Tipo de investigación

5.3.1. Bibliográfica – documental.

El modelo bibliográfico desempeñó un papel fundamental en la obtención de conceptos para organizar el marco teórico, estos datos se obtuvieron de diversas fuentes como libros, tesis e informes técnicos. Todos estos vinculados al área de investigación para facilitar el progreso y desarrollo del modelo de negocio.

5.3.2. Descriptiva.

Se aplicó este tipo de investigación puesto que se describió el contexto donde se desarrolla la empresa Freire´s y se realizó una explicación de la oferta de valor social que puede emplear la misma para dar cumplimiento al objetivo principal: desarrollar un modelo de negocio para la empresa Freire´s, que incentive la cooperación familiar y comunitaria.

5.4. Métodos de investigación

5.4.1. Analítico – Sintético.

El método de investigación analítico permitió examinar cada parte del modelo de negocio en detalle, identificando sus funciones, interacciones y posibles áreas de mejora. Mientras que con el método sintético se pudo integrar los componentes individuales en un Business Model Canvas completo viable y efectivo para cumplir los objetivos empresariales.

5.5. Técnicas de investigación

5.5.1. Entrevista semiestructurada.

Se desarrolló una entrevista semi estructurada, misma que permitió conocer el contexto en el que se desarrolla el emprendimiento Freire´s, las necesidades de la familia y los diferentes componentes del Business Model Canvas.

5.5.2. Grupo focal.

Se aplicó un grupo focal con siete miembros de la familia, con una duración de ciento veinte minutos, en donde se abordaron temáticas de emprendimiento rural, agronegocios y asociatividad de la familia Freire´s.

5.5.3. Encuesta.

Se realizaron encuestas con un conjunto de preguntas cerradas y escalas de Likert a una muestra representativa de los estudiantes de la Universidad Nacional de Loja, midiendo la aceptación de la propuesta de valor y cuantificando la demanda potencial a través de la tabulación y el análisis de datos estadísticos.

5.6. Unidad de estudio

5.6.1. Población.

A pesar de que la investigación cualitativa se desarrolló en la parroquia Vicentino cantón Puyango, se determinó que el público objetivo al que se dirige la venta de los productos de la empresa Freire´s están fuera de esta parroquia y el mercado al que pretende abastecer es la tienda de la Universidad Nacional de Loja.

Según datos oficiales de la Universidad Nacional de Loja, los estudiantes en modalidad presencial de esta universidad son catorce mil estudiantes, tomando en cuenta que las facultades de la salud están fuera de las instalaciones principales y que no tienen fácil acceso a la tienda universitaria, la población se reduce a diez mil estudiantes, siendo esta la población establecida para el cálculo de la muestra.

5.6.2. Muestra

La muestra se determinó a través de la selección de la población estudiantil que tiene las características de Buyer Persona, en base a la población de diez mil estudiantes se calculó el tamaño de la muestra ideal para tener un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5%, por lo tanto el tamaño de la muestra necesaria que se estableció para el estudio fue de 370 estudiantes a encuestar.

5.6.3. Cálculo del tamaño de la muestra

Para la elección del tamaño de la muestra, se procedió a la aplicación de la siguiente fórmula matemática:

$$n = \frac{N * Z^2 * p * q}{E^2 * (N - 1) + Z^2 * p * q}$$

Donde:

n = Tamaño de la muestra.

N = Tamaño de la población (10,000 estudiantes).

Z = Valor Z correspondiente al nivel de confianza (aproximadamente 1.96 para un nivel de confianza del 95%).

p = Proporción esperada de la población que tiene la característica de interés (0.5 si no se tiene información previa).

q = $1-p$.

E = Margen de error (0.05 para un 5%)

$$n = \frac{10,000 * 1.96^2 * 0.5 * 0.5}{0.05^2 * (10,000 - 1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = \frac{10,000 * 3.8416 * 0.25}{0.0025 * 9,999 + 3.8416 * 0.25}$$

$$n = \frac{9,604}{25 + 0.9604}$$

$$n = \frac{9,604}{25.9604}$$

$$n = 370$$

Con la muestra ya definida, se concluyó que se debían aplicar 370 encuestas con la firme intención de conocer aspectos claves del modelo de negocio, la aceptación, demanda y validez

externa de la propuesta de valor.

6. Resultados

6.1. Diagnóstico Situacional de la Finca Freire´s

6.1.1. Historia y antecedentes de la finca.

La finca Freire's es un proyecto familiar que ha evolucionado a lo largo de varias generaciones. Comprada oficialmente en 1970, en un inicio fue utilizada para la comercialización de madera y pasó a echar raíces en la tradición cafetera de la región de Loja, Ecuador. Los abuelos de Eivar Josué Freire Ochoa iniciaron el cultivo de café en la región hace más de medio siglo, influenciando profundamente las prácticas y valores actuales de la finca.

Esta finca es además caracterizada por tener una amplia cantidad de abejas *Apis Meliponas*, localmente conocidas como "Catanas", son abejas silvestres, endémicas del cantón Puyango, declaradas patrimonio, natural, cultural y biológico del Ecuador.

La finca pretende pasar de ser una pequeña explotación familiar, a tener una operación más formal y estructurada, con un enfoque en la producción de café de alta calidad y miel de abeja melipona, implementando prácticas sostenibles. La historia de la finca es un testimonio de la dedicación y el compromiso de la familia Freire con la caficultura y la justicia social, reflejando una profunda conexión con su tierra y comunidad.

Figura 1

Finca Freire´s. 2024



Nota. Finca de la familia Freire´s. Parroquia Vicentino.

6.1.2. Ubicación geográfica y recursos naturales.

La finca Freire's está situada en la parroquia Vicentino, cantón Puyango, una región privilegiada para el cultivo de café debido a sus condiciones climáticas y suelos fértiles. La altitud, la temperatura y la humedad de la zona crean un microclima ideal para el crecimiento

de café arábica de alta calidad.

Tabla 1

Condiciones climáticas de la parroquia Vicentino

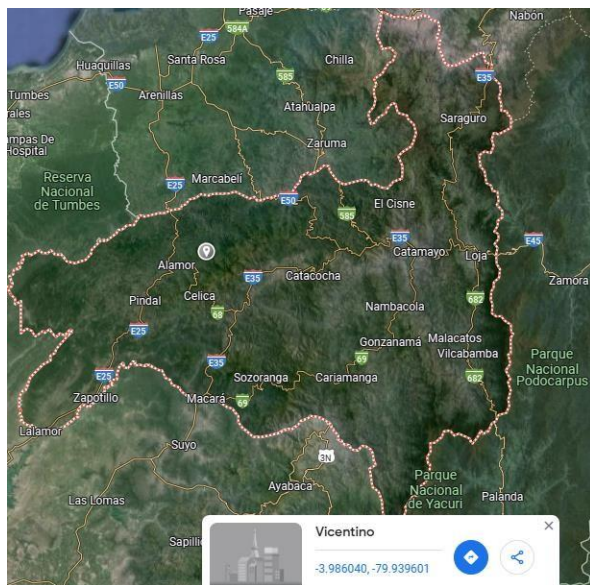
Parámetro	Valor Medio Anual
Altitud	1,200 metros sobre el nivel del mar.
Temperatura	18 – 24 °C
Humedad	70-85 %
Precipitación	1,500 – 2,000 mm

Nota. Elaboración propia.

Además de las condiciones climáticas favorables, la finca se beneficia de una biodiversidad rica, incluyendo diversas especies de plantas y animales que contribuyen a la salud del ecosistema agrícola. La finca también incorpora la acuicultura y meliponicultura, aprovechando las abejas *Apis meliponas* para mejorar la polinización y diversificar sus productos.

Figura 2

Mapa de ubicación de la parroquia Vicentino.

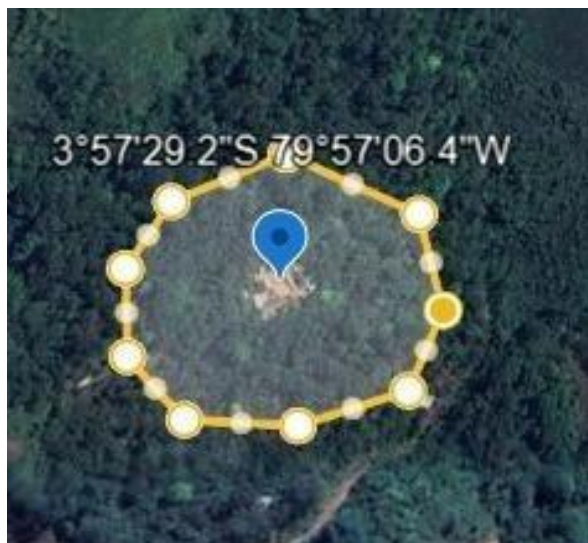


Nota. Imagen tomada de Google Maps.

(<https://maps.app.goo.gl/GD32XFKMVTuct4oz8>)

Figura 3

Ubicación de la finca Freire's.



Nota. Imagen satelital tomada de Google Earth. (<https://n9.cl/5irbw>)

6.1.3. Variedades de café y prácticas agrícolas.

La finca Freire's cultiva principalmente variedades de café arábica, seleccionadas por su calidad superior y características aromáticas. Aún se conservan cultivos de café tradicionales de los años 80 pero por la enfermedad roya de cafeto, la plantación constantemente se renueva. Las prácticas agrícolas incluyen métodos sostenibles como la rotación de cultivos, compostaje orgánico y control biológico de plagas, en los últimos años se ha venido implementando el concepto de producción orgánica y biogénica, que plantea abonar la tierra con los minerales, especialmente el nitrógeno que filtra en el agua el helecho acuático: Azolla Anabaena, puesto que funciona bien como biofertilizante.

En la producción de café de la finca Freire's se siembran guabos y plátanos para brindarle sombra al cafetal, esto con el propósito de que el café reciba la luz suficiente y no se sobreexponga, en las diferentes etapas del café se aplican diferentes cuidados y prácticas culturales específicas en los viveros, el trasplante, cosecha y post cosecha. Siempre teniendo especial cuidado en la planta, su desarrollo y durabilidad.

Tabla 2

Variedades de café cultivadas en la finca Freire's 2024.

Variedad	Característica	Producción anual (Quintales)
Typica mejorado	Aroma floral, acidez alta.	20 quintales.
Bourbon	Dulzor, cuerpo medio.	13 quintales.

Nota. Elaboración propia.

Las prácticas agrícolas están diseñadas para maximizar la calidad del café y minimizar el impacto ambiental, asegurando la sostenibilidad a largo plazo de la finca.

6.1.4. Infraestructura y tecnología en la finca.

Actualmente la finca cuenta con una infraestructura rústica para los diferentes procesos de producción de café y miel de abeja melipona, la casa de la familia es de adobe revestido, cuentan con un tanque encementado para realizar el lavado de café, marquesinas elaboradas con guaduas, plástico transparente y fibra negra para secar el café despulpado. Para la producción de miel de abeja melipona, cuentan con cajones elaborados con tablas rústicas y una cubierta de hierro de 3 metros, actualmente están implementando nuevos cajones para mejorar el cuidado de las abejas y asegurar inocuidad en la cosecha de miel.

La finca tiene herramientas para las labores culturales, como machetes, palas, azadones, barretas, bombas, guadañas, despulpadora, etc. Sin embargo la finca actualmente no utiliza tecnologías de precisión para mejorar el cultivo u optimizar los diferentes procesos productivos.

6.1.5. Abejas Meliponas.

El género *Melipona* pertenece a la familia *Apidae* y comprende un grupo de abejas sin aguijón, también conocidas como meliponas o catanas. Estas abejas son nativas de las regiones tropicales y subtropicales de América. A diferencia de las abejas con aguijón, como la *Apis mellifera*, las meliponas no tienen aguijón funcional, lo que las hace incapaces de picar de la misma manera que las abejas melíferas europeas.

Las colonias de *Melipona* tienden a nidificar en lugares variados, como cavidades de árboles, troncos caídos, grietas en rocas o incluso en estructuras construidas por humanos, como paredes de adobe. La forma de las casas puede variar según la especie. Las abejas *Meliponas* son polinizadoras eficientes y se alimentan de néctar y polen. Su actividad de polinización es esencial para mantener la biodiversidad y la reproducción de muchas especies de plantas en sus hábitats.

En la finca Freire's, se cultivan y reproducen abejas *Meliponas*, como una fuente de

diversificación de ingresos, estas abejas son valoradas por los clientes por sus propiedades medicinales y su sabor único, en el año 2019 fueron declaradas patrimonio, natural, cultural y biológico del Ecuador.

La producción de abejas actual de la finca Freire's, asciende a 300 cajones, con un promedio de producción de dos litros de miel por cajón en los años donde las condiciones climáticas son favorables y medio litro en los años con baja producción.

Figura 4

Abeja Melipona Finca Freire's.



Nota. Cajones rústicos de abejas meliponas.

6.1.6. Mano de obra, producción y rendimiento.

La mano de obra en la finca está compuesta principalmente por trabajadores locales, quienes reciben capacitación continua en técnicas de cultivo sostenible y producción de café de alta calidad. La finca emplea alrededor de 5 trabajadores permanentes, con aumentos temporales durante la temporada de cosecha.

Tabla 3

Rendimiento de café, quintal por hectárea

Año	Producción de café (Quintales)	Rendimiento por hectárea. (Q/H)
2022	45 quintales.	11,25 quintales.
2023	28 quintales.	7,00 quintales.
2024	38 quintales.	9,50 quintales.

Nota. Elaboración propia.

Tabla 4

Producción de miel de abeja, litro por cajón

Año	Número de cajones	Rendimiento litros por cajón.
2020	100 cajones	200 litros.
2022	200 cajones.	50 litros.

Nota. Elaboración propia.

6.2. Diagnóstico Situacional del emprendimiento Freire´s.

6.2.1. Historia del emprendimiento.

Freire´s es un emprendimiento que surge con raíces profundas en la conexión con la tradición cafetalera y con el firme deseo de darle valor agregado a esta preciada materia prima. Su fundación se justifica en la maximización de los recursos locales y honrar la tradición de la familia y comunidad.

La visión de consolidarse como empresa nace de la necesidad apremiante de percibir mayores ingresos, al producir un café de excelente calidad muchas empresas colombianas compran esta materia prima como café en pergamino, la familia a raíz de eso se plantea desarrollar un emprendimiento donde se le pueda dar valor agregado a la materia prima que producen.

Freire´s aspira a contribuir al desarrollo económico y social de la parroquia Vicentino a través de la implementación de prácticas de comercio justo y sostenibilidad ambiental. El emprendimiento Freire´s fue fundado en 2022 con el objetivo de transformar el café de alta calidad cultivado localmente, en productos finales competitivos tanto en el mercado nacional como internacional.

A medida que Freire´s continúa creciendo y expandiéndose, su compromiso con la herencia cafetera, la innovación y el bienestar de la comunidad sigue siendo el pilar fundamental de la empresa. Con cada producto de la finca Freire´s, se busca contar la historia de una región rica en tradición y sabores excepcionales.

6.2.2. Misión.

Ofrecer productos agrícolas de alta calidad, resaltando la esencia de la tierra y la tradición de los agricultores locales. A través de prácticas sostenibles y de comercio justo, contribuyendo al desarrollo económico y social, generando empleo y apoyando a las comunidades rurales.

6.2.3. *Visión.*

Convertirse en una empresa líder en el sector de agronegocios en Ecuador, destacándose por la excelencia y autenticidad de sus productos. Diversificar sus operaciones y expandirse a nuevos rubros, manteniendo un enfoque en la sostenibilidad y desarrollo comunitario.

6.2.4. *Valores.*

Los valores fundamentales de Freire's se basan en la calidad, sostenibilidad, comercio justo y el compromiso con la comunidad. Estos valores guían todas las actividades de la empresa, desde la selección de los granos de café, cosecha de miel de abeja hasta el proceso de comercialización y fidelización de los clientes.

Tabla 5
Valores de la empresa Freire´s.

Valor	Descripción
Calidad	Enfoque en productos de alta calidad.
Sostenibilidad	Prácticas amigables con el medio ambiente.
Comercio Justo	Precios justos para los productores.
Compromiso	Apoyo a la comunidad local.

Nota. Elaboración propia.

6.2.5. *Marca Principal.*

Freire's es la marca principal, bajo la cual se comercializan todos los productos: café tostado y molido, miel de abeja melipona, bebidas heladas y otros productos que se vayan desarrollando. La marca se enfoca en ofrecer productos de alta calidad que reflejen la autenticidad y el sabor distintivo de la región de Loja.

Figura 5

Logotipo del agronegocio Freire´s



Nota. Identidad empresarial elaborada por Eivar Josué Freire Ochoa.

6.2.6. Submarcas comerciales.

Las submarcas comerciales, son marcas individuales para cada producto o servicio que la empresa desarrolla e implementa, de esta manera cada producto tiene su propia identidad, orientada a un segmento de clientes y mercado diferente, sin embargo a pesar de tener algunos productos y diferentes marcas comerciales, la marca Freire's, siempre está presente como estrategia de fidelización y posicionamiento.

Figura 6

Isólogo de Isabela Freire's Honey



Nota. Isologo comercial de la miel de abeja melipona de la familia Freires, elaborada por Eivar Freire.

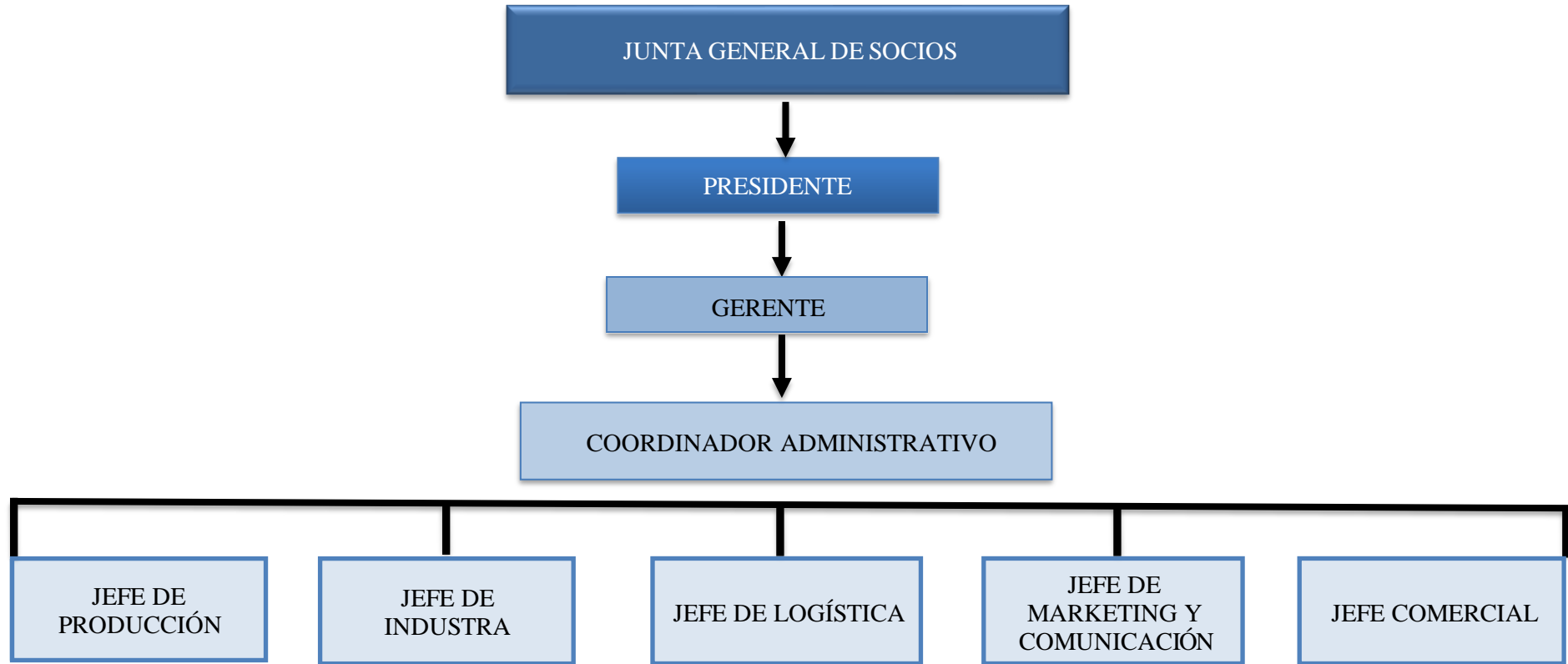
6.2.7. Organigrama estructural.

El organigrama de Freire's incluye un equipo de 7 socios, con roles definidos en las áreas de presidencia, gerencia, producción, industria, logística, marketing y ventas. La estructura organizacional está diseñada para fomentar la colaboración familiar y la eficiencia en todas las operaciones de la empresa.

Este organigrama se diseñó con el objetivo de establecer un orden de roles y asegurar operaciones eficientes. Al inicio de la investigación no existía una estructura formal, por lo que se propuso la siguiente organización.

Figura 7

Organigrama estructural del emprendimiento Freire´s.



Nota. Elaboración propia.

6.2.8. Análisis de Mercado.

El análisis de mercado para el emprendimiento Freires muestra una demanda creciente de productos de café de alta calidad y de origen sostenible. La empresa se posiciona estratégicamente para aprovechar estas tendencias, ofreciendo productos que destacan por su calidad excepcional y su compromiso con la sostenibilidad.

En el caso del café, se comercializa principalmente en pergamino por quintales a asociaciones como FAPECAFES y otras empresas locales. También es común que empresas colombianas compren el café directamente en la finca para darle valor agregado. Además, se halló que, las organizaciones suelen comercializar tanto café pergamino como café pilado, siendo el mercado nacional e internacional los principales destinos de venta. Las empresas representan un 40% del total de comercialización en este mercado. Es importante destacar que la falta de capacitación de los productores y jornaleros en el manejo del café en sus diferentes etapas (cereza, pergamino, verde, tostado y molido) dificulta su participación en las cadenas de valor y la comercialización. Además, la falta de organización de la familia dificulta el acceso a apoyos financieros, apoyos en la comercialización y apoyos gubernamentales.

Por otro lado, las abejas meliponas y su miel han sido objeto de importancia cultural y tributaria desde tiempos antiguos. La miel de estas abejas es considerada sagrada por su valor curativo y se utiliza en diversas aplicaciones medicinales. Aunque se produce en menor cantidad en comparación con la miel de otras abejas, se considera más beneficiosa debido a sus propiedades. Su producción es limitada debido a la baja cantidad de miel que producen las abejas meliponas, lo que la hace aún más preciada y tienen un precio más alto en comparación con la miel tradicional. Los principales compradores de esta miel son clientes directos que la compran bajo pedido.

6.2.9. Competencia.

Freire's enfrenta competencia de grandes empresas productoras de café y marcas multinacionales, así como de productores locales. Sin embargo, la empresa se diferencia por su enfoque en la calidad artesanal, la sostenibilidad y el comercio justo, lo que le permite captar a consumidores que valoran estos aspectos.

Tabla 6*Análisis de competencia.*

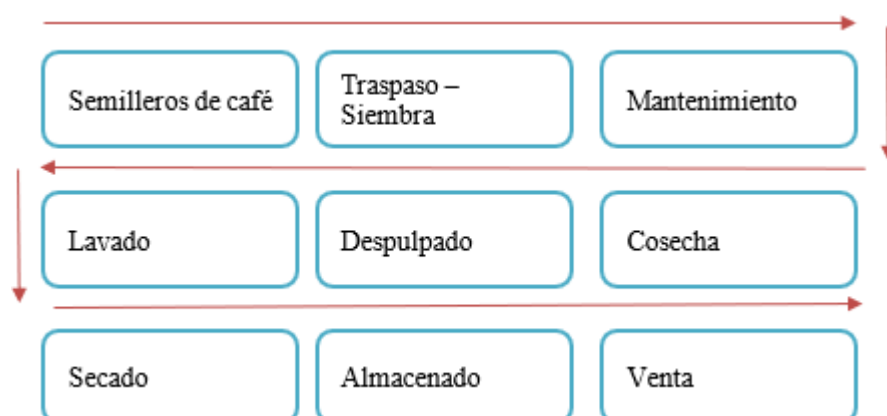
Competidor	Fortalezas	Debilidades
Productores locales.	Productos artesanales y sostenibilidad.	Menor capacidad de producción.
Empresas multinacionales.	Amplia distribución y marketing fuerte.	Menor enfoque en la sostenibilidad.

Nota. Elaboración propia.

Cabe destacar que la competencia de los productos ofertados por Freire's es tanto directa, refiriéndose a los productores del mismo rubro, como indirecta, que incluye a personas o empresas que, aunque no comercializan productos idénticos, compiten por un espacio en el mercado para ofrecer sus productos.

Un punto a favor del emprendimiento Freire's con la producción de miel de abeja melipona, es que con dedicación y las estrategias correctas en pocos años puede convertirse en uno de los mayores productores de miel de abeja melipona del cantón Puyango, ya que actualmente su producción alcanza en un 50% a la producción total de grandes asociaciones en el cantón.

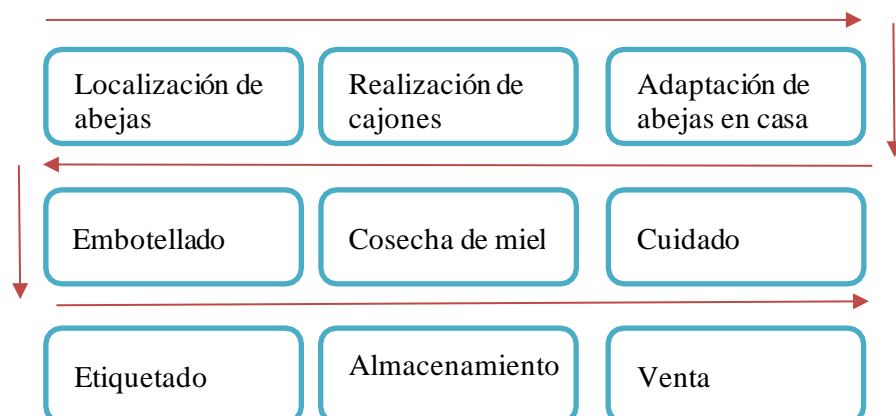
6.2.10. Diagrama de flujo de procesos productivos, Café Freire's.

Figura 8*Diagrama de flujo de procesos productivos, Café Freire's.**Nota.* Elaboración propia.

6.2.11. Diagrama de flujo de procesos productivos, miel de abeja melipona.

Figura 9

Diagrama de flujo de procesos miel de abeja melipona.



Nota. Elaboración propia.

6.2.12. Infraestructura y equipamiento.

Una vez que la materia prima, es decir, el café como la miel de abeja melipona, ha sido cosechada, se inicia el proceso de embotellado y apilado en la parroquia Vicentino. Para llevar a cabo esta tarea, se ha equipado una sala especialmente diseñada en la que se realizan todas las etapas de empaquetado de manera artesanal.

La sala de empaquetado ha sido cuidadosamente acondicionada con pisos de cemento, garantizando así una superficie limpia y segura para el manejo de alimentos. En esta sala, se lleva a cabo el embotellado de la miel de abeja melipona de manera artesanal, cuidando cada detalle para preservar su sabor y propiedades. Se utiliza un enfoque manual, donde cada frasco de miel es llenado y sellado de forma meticulosa, asegurando así la calidad y frescura del producto final.

6.2.13. Estado de resultados financieros.

El estado de resultados financieros de Freire's muestra una recuperación del crecimiento en el año 2024 frente al año 2023, impulsado por la mejora en las prácticas de producción y la demanda de productos orgánicos de alta calidad. La empresa ha logrado establecer una base financiera que le permite reinvertir en el desarrollo de nuevos productos. A continuación se presenta un estado general de resultados financieros del agronegocio Freire's.

Tabla 7*Estado de resultados Financieros del agronegocio Freire´s.*

Año	Actividad	Ingresos	Costos + Gastos	Beneficio Neto
2022	Producción de café.	11 025,00\$	5 745,00\$	5 280,00\$
2022	Producción de miel.	4 000,00\$	2 000,00\$	2 000,00\$
2023	Producción de café.	6 860,00\$	3 800,00\$	3 060,00\$
2023	Producción de miel.	1 000,00\$	450,00\$	550,00\$
2024	Producción de café.	9 310,00\$	5 000,00\$	4 310,00\$
2024	Producción de miel.	2 000,00\$	1 343,00\$	657,00\$

Nota. Elaboración propia.

6.3. Análisis FODA

Tabla 8*Análisis FODA*

Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> • La Finca Freire´s es productiva, rica en humus y con capacidad de producción de 30 hectáreas. • El emprendimiento Freire´s cuenta con personal motivado para la conformación de asociación y formalización del emprendimiento. • Poseen productos de calidad, café arábico de altura y miel de abeja melipona. • Realizan prácticas productivas sostenibles. • Se puede comercializar Miel de abeja melipona sin incurrir en costos de Notificación Sanitaria. • Tienen una capacidad exponencial de producción de miel de abeja. 	<ul style="list-style-type: none"> • Expansión en diferentes rubros de negocios. • Formación de alianzas estratégicas. • Crecimiento y apoyo externo. • Expansión a nuevos mercados. • Desarrollo de nuevos productos y servicios. • Maximización de ingresos dándole valor agregado a la materia prima que comercializan.
Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> • Informalidad en el negocio. • Deficiente administración de recursos humanos y biológicos. • Carencia de infraestructura y materiales. • Venta de materia prima sin valor agregado. • Desconocimiento de normativas sanitarias. 	<ul style="list-style-type: none"> • Catástrofes edafoclimáticas. • Plagas biológicas. • Fluctuación económica. • Vías con difícil acceso a la parroquia. • Competencia desleal. • Cambios en las preferencias de los consumidores.

Nota. Elaboración propia.

6.4. Relación FA, FO, DA, DO

Tabla 9

Relación FA (Fortalezas - Amenazas)

Estrategia	Descripción
Implementar Prácticas Agrícolas Resilientes.	Usar las prácticas sostenibles para mitigar los riesgos de catástrofes edafoclimáticas y plagas biológicas.
Optimizar la Logística para Enfrentar Malas Vías.	Invertir en soluciones de transporte y logística que minimicen el impacto de las malas condiciones de las vías de acceso.
Desarrollar Estrategias Financieras para la Estabilidad.	Crear un fondo de emergencia y diversificar las fuentes de ingresos para enfrentar las fluctuaciones económicas.

Nota. Elaboración propia.

Tabla 10

Relación FO (Fortalezas - Oportunidades)

Estrategia	Descripción
Aprovechar la Tierra Productiva para Diversificar.	Utilizar las 30 hectáreas para introducir nuevos cultivos y productos, como frutas tropicales o cultivos alternativos que complementen la producción de café y miel.
Formar Alianzas para Mejorar la Comercialización.	Colaborar con otras fincas y asociaciones para compartir recursos y mejorar la cadena de valor, aumentando el acceso a mercados nacionales e internacionales.
Desarrollar Nuevos Productos de Calidad.	Innovar con nuevos productos derivados del café y la miel, como cosméticos y suplementos alimenticios, aprovechando la alta calidad de las materias primas.

Nota. Elaboración propia.

Tabla 11

Relación DA (Debilidades - Amenazas)

Estrategia	Descripción
Mejorar la Infraestructura para Mitigar Riesgos.	Invertir en mejorar la infraestructura y tecnología para reducir los impactos negativos de las catástrofes climáticas y plagas.
Gestión Eficiente de Recursos para la Estabilidad.	Fortalecer la administración de recursos para optimizar el uso de estos y reducir vulnerabilidades ante fluctuaciones económicas.
Planificación y Organización para Mejorar el Acceso.	Desarrollar un plan estratégico que incluya la mejora de las vías de acceso y la logística, asegurando una operación más eficiente.

Nota. Elaboración propia.

Tabla 12

Relación DO (Debilidades Oportunidades)

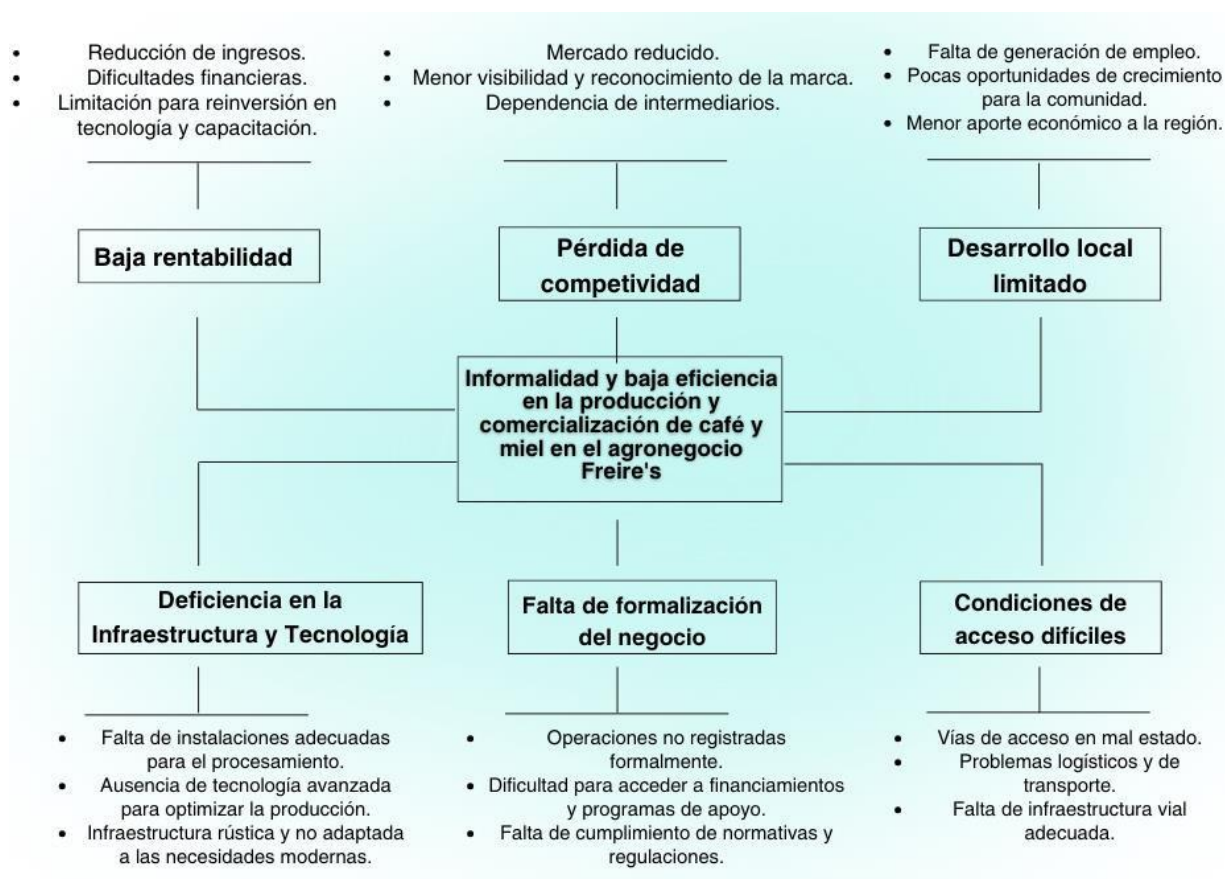
Estrategia	Descripción
Formalizar el Negocio para Acceder a Apoyos Externos.	Estructurar el modelo de negocio y formalizar las operaciones para calificar a financiamientos y programas de apoyo.
Agregar Valor a los Productos.	Invertir en tecnología e infraestructura para transformar la materia prima en productos de mayor valor, como café tostado y molido, bebidas de café y miel envasada, cremas etc.
Capacitación Continua para Mejorar la Producción.	Implementar programas de formación continua para mejorar las habilidades en manejo de café y apicultura.

Nota. Elaboración propia.

6.5. Árbol de problemas del agronegocio Freire´s

Figura 10

Árbol de problemas del agronegocio Freire´s



Nota. Elaboración propia.

6.6. Análisis y tabulación de la encuesta

Esta encuesta se realizó a 370 estudiantes de la Universidad Nacional de Loja, con el propósito de establecer el mercado para el agronegocio Freire´s, identificar aspectos relevantes

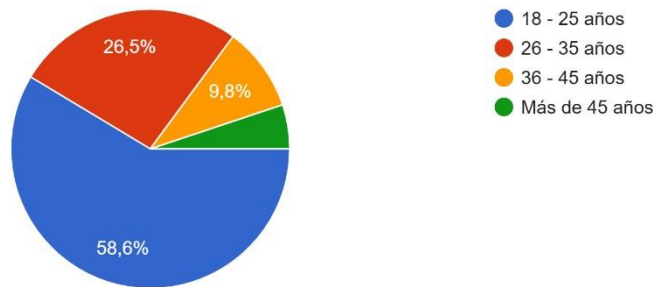
del modelo de negocio y tener una validación externa de la propuesta de valor.

6.6.1. Edad de los encuestados.

Figura 11

Edad de los encuestados

¿Cuál es su rango de edad?



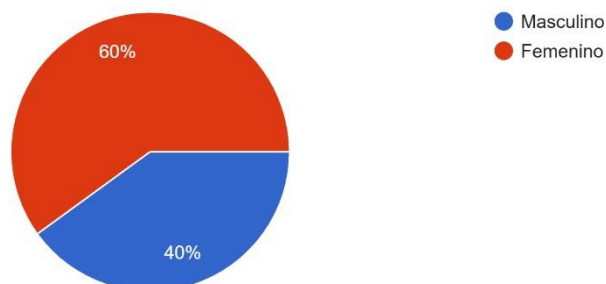
En las encuestas aplicadas, se verificó que el porcentaje más alto de los clientes potenciales se encuentra en el rango de edad de 18 a 25 años, seguido por el rango de edad de 26 a 35 años, este dato es importante puesto que nos permite orientar nuestro marketing a un público joven, específicamente a generaciones, Milenials y Zentenials. Esta es una buena noticia ya que son públicos que están muy comprometidos con el medio ambiente y desarrollo social.

6.6.2. Género de los encuestados.

Figura 12

Género de los encuestados

¿Cuál es su genero? (Si su respuesta es "otro" por favor especifique cuál)



En la segunda pregunta se evidenció sobre la segmentación por sexo que, el 60% por de

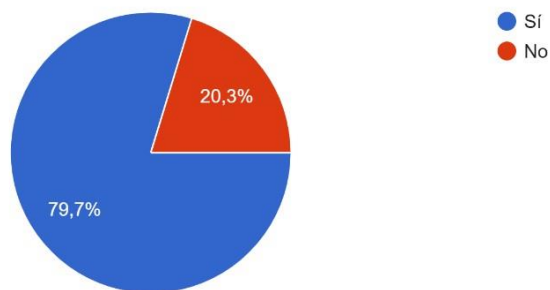
los encuestados son mujeres. Esto también permite tener una visión más amplia sobre el público meta de la bebida de café latte helada.

6.6.3. Aceptación de la bebida de café.

Figura 13

Nivel de aceptación de la bebida de café

¿Consume bebidas de café regularmente?
217 respuestas



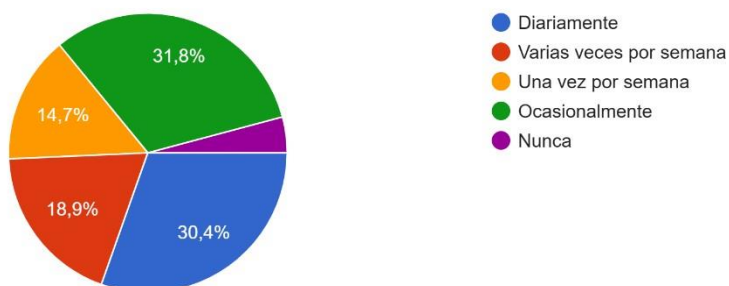
La pregunta de consumo de café es importante para identificar si las personas, prefieren el café frente a otras bebidas o no es su primera opción de compra al momento de realizar una elección de consumo, en esta encuesta los datos de consumo de café son positivos en un 79,7%.

6.6.4. Frecuencia de consumo.

Figura 14

Frecuencia de consumo de café

¿Con qué frecuencia compra bebidas de café?



La frecuencia de consumo permite determinar la demanda del mercado al que nos estamos orientando y en base a eso establecer la cantidad de producción, diaria, semanal o mensual que se debe realizar. En esta pregunta se puede observar que no todas las personas

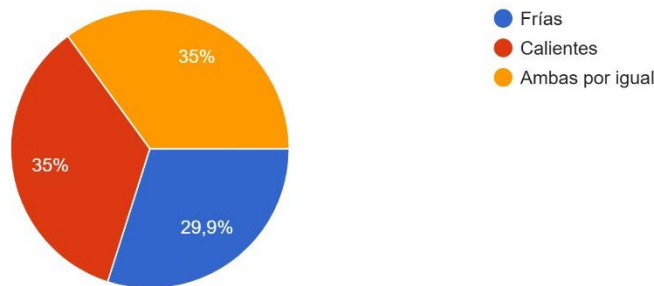
consumen café diariamente pero si de manera ocasional, en el transcurso de la semana.

6.6.5. *Preferencia de consumo en bebidas de café.*

Figura 15

Preferencia de consumo en bebidas de café

¿Prefiere bebidas de café frías o calientes?



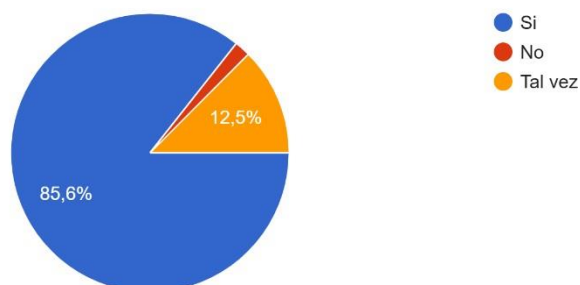
En la propuesta de valor para el emprendimiento Freire´s se propuso una bebida de café latte helada para darle valor agregado a la materia prima, en esta pregunta de preferencias de consumo a pesar de no tener el primer lugar las bebidas de café frías, tenemos un promedio de 60% de personas que prefieren un café frío o que consumen el café tanto frío como caliente para acompañar sus comidas y refrescarse.

6.6.6. *Sondeo de aceptación café latte helado.*

Figura 16

Interés en probar una bebida de café latte helada

¿Estaría interesado/a en probar una bebida de café latte helada?



Esta pregunta posibilita conocer la aceptación del mercado frente a una nueva marca de café latte helada, en la encuesta se obtuvo un 85,6% de aceptación, lo que valida la idea de

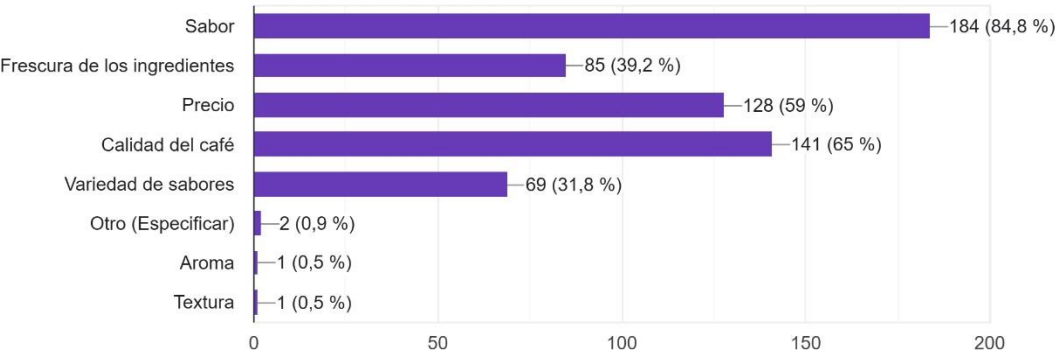
negocio como algo innovador, que la mayor parte de la gente estaría dispuesta a comprar para probar.

6.6.7. Atributos más importantes para considerar en la bebida de café.

Figura 17

Atributos para elegir una bebida de café latte helada

¿Qué atributos consideraría más importantes al elegir una bebida de café latte helada? (Selecciona hasta 3 opciones)



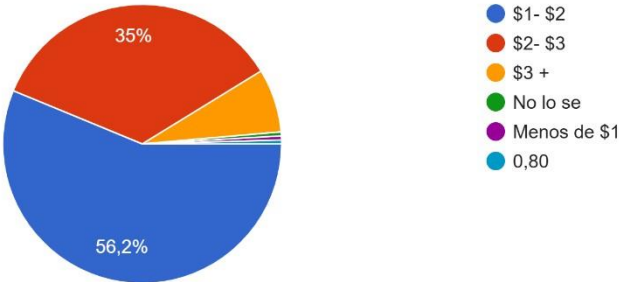
La importancia de esta pregunta radica en la necesidad de conocer el enfoque que se le debe dar al producto al momento de desarrollarlo, el 84,8% de las personas encuestadas prefieren un sabor delicioso frente a otros factores de la bebida.

6.6.8. Precio ideal para la botella de 300 ml.

Figura 18

Precio ideal para la botella de 300 ml

¿Cuánto estaría dispuesta/o a pagar por una bebida de café latte helada de alta calidad? en botellas de 300 ml.



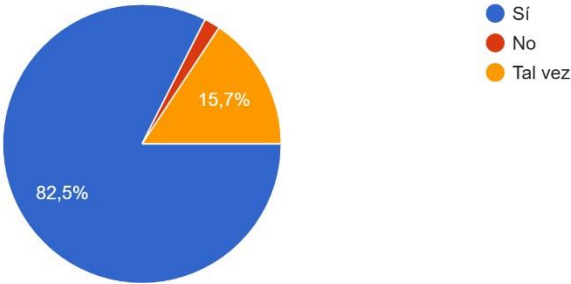
Determinar el precio que el cliente está dispuesto a pagar por la bebida permite que se pueda tener un enfoque para abaratar costos y en tener una utilidad conveniente como resultado de las operaciones, es importante establecer un precio que le permita a la empresa un rápido retorno de inversión y crecimiento económico. En base a estos datos, el 56% está dispuesto a pagar entre 1 a 2\$.

6.6.9. Aceptación de una marca nueva con identidad local.

Figura 19

Nivel de aceptación de una marca nueva con identidad local

¿Consideraría comprar una bebida de café latte helada de una marca nueva en el mercado?



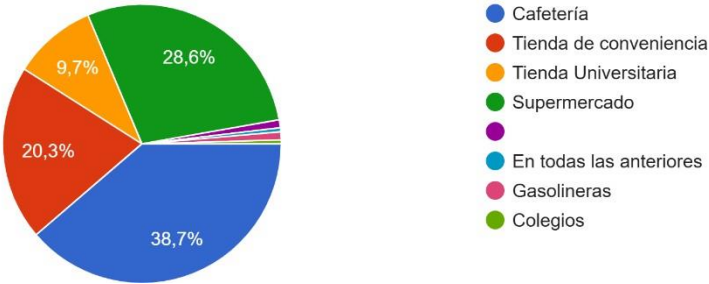
Esta pregunta permite conocer la aceptación del mercado frente a una bebida de café latte helada que sale por primera vez en la provincia de Loja y que tiene una fuerte identidad local, la respuesta fue afirmativa en un 82,5% lo que posibilita una confirmación para desarrollar el prototipo de esta bebida.

6.6.10. Destinos de preferencia para la distribución.

Figura 20

Destinos de preferencia para la distribución

¿Cuál sería su ubicación preferida para comprar una bebida de café latte helada?



Aunque en un principio el mercado objetivo al que se orientaba la bebida de café latte helada era la tienda universitaria estas respuestas nos permiten mirar más allá y reflexionar sobre la posibilidad de distribuir esta bebida no solo en la tienda universitaria, sino también en las tiendas de los barrios, supermercados y cafeterías tradicionales.

El desarrollo de este estudio cuantitativo nos permite validar la aceptación de la propuesta de valor para el Business Model Canvas, así como la relación con los clientes y los canales de distribución.

6.7. Propuesta de Business Model Canvas.






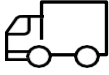



Tabla 13
Propuesta de modelo de negocio lienzo CANVAS

Diseñado para:
FREIRE'S AGRIBUSINESS

Diseñado por:
Eivar Josué Freire Ochoa

Fecha:
01 de agosto 2024

Versión:
1.1

<p>Socios Clave </p> <ul style="list-style-type: none"> • Asociaciones de caficultores. • Asociación de meliponicultores. • Cooperativas locales. • Red de emprendedores. • Gestores de proyectos comunitarios. • Empresas exportadoras. • Empresas distribuidoras. • Colegios. • Institutos. • Universidades. • Organizaciones no gubernamentales. • Ministerios del Ecuador. • Municipios y prefectura de Loja. 	<p>Actividades Clave </p> <ul style="list-style-type: none"> • Cultivo de café y producción de miel de abeja melipona. • Desarrollo de agroecología con fines turísticos. • Desarrollo de nuevos productos. • Marketing. • Alianzas comerciales. <p>Recursos Clave </p> <ul style="list-style-type: none"> • 30 hectáreas productivas. • Equipo capacitado. • Gestión de talento joven. • Biodiversidad. • Recursos naturales. • Instalaciones adecuadas. • Plataforma E-commerce. • Alianzas estratégicas para la distribución. 	<p>Propuesta de valor </p> <ul style="list-style-type: none"> • Marca comercial de café tostado y molido. • Bebida de café latte helada. • Café de especialidad. • Miel Gourmet • Productos alimenticios derivados de la miel de abeja melipona. • Jaboncillos, champú, crema dermatológica. • Turismo agroecológico. • Talleres y eventos educativos para estudiantes de colegio. • Prácticas agrícolas sostenibles. • Empaquetados ecológicos. • Reducción huella de carbono. 	<p>Relación con los clientes </p> <ul style="list-style-type: none"> • Programa de fidelización. • Atención al cliente Omnical. • Gestión CRM. • Embajadores de marca. • Talleres educativos y eventos. • Comunidad Online. • Programa de suscripción. <p>Canales </p> <ul style="list-style-type: none"> • Distribuidores locales. • Servicio de courier. • Tiendas propias y cafeterías. • Ferias y mercados locales. • E-commerce. • Empresas exportadoras. • Marketplaces. • Tiendas Universitarias. 	<p>Segmento de cliente </p> <ul style="list-style-type: none"> • Padres y madres de familia. • Amantes del café. • Amantes de la miel de abeja melipona. • Tienda Universitaria Universidad Nacional de Loja. • Tienda de la prefectura de Loja. • Biotienda Puyango. • Tiendas minoristas. • Cafeterías y restaurantes. • Hoteles y resorts. • Empresas de catering. • Mercados locales y ferias.
<p>Estructura de Costos </p> <ul style="list-style-type: none"> • Costos fijos (Producción, industrialización, comercialización) (Amortización de terrenos y maquinaria, mantenimiento de la finca, certificaciones, depreciación de infraestructura, mantenimiento de instalaciones, sueldos, infraestructura comercial, plataforma e-commerce) • Costos variables (Producción, industrialización, comercialización) (Materiales, mano de obra, transporte, energía, publicidad, promoción, venta) 		<p>Fuentes de ingresos </p> <ul style="list-style-type: none"> • Venta de productos. • Experiencias de agroturismo. • Exportación. • Asesorías a emprendedores. • Asesorías a productores. • Educación. 		

Nota. Plantilla tomada de Strategyzer AG (strategyzer.com)

6.8. Propuesta de Modelo de Negocio detallada por segmentos

6.8.1. Propuesta de valor.

Tabla 14

Productos innovadores

Producto	Descripción
Café Tostado y Molido.	Café arábico de altura en diferentes niveles de tueste, satisface una amplia gama de gustos y preferencias.
Bebida de Café Pepe Latte.	Bebida de café latte helada con sabor auténtico. Incluyen opciones con leche vegetal para consumidores veganos e intolerantes a la lactosa.
Café de Especialidades.	Ediciones limitadas de café de micro-lotes que destacan el terroir y procesos únicos, enfatizando exclusividad y calidad superior.
Miel Gourmet.	Miel de abeja melipona en frascos premium, resaltando propiedades medicinales y origen ecológico. Educación sobre beneficios de la miel melipona.
Productos Derivados de la Miel.	Cosméticos naturales como cremas hidratantes, bálsamos labiales y jabones a base de miel melipona. Enfatizar ingredientes naturales y beneficios para la piel.

Nota. Elaboración propia.

Tabla 15

Experiencias únicas

Experiencia	Descripción
Turismo Agroecológico en la finca Freire´s.	Visitas guiadas a la finca con catas de café y miel, y actividades agrícolas, ofreciendo una experiencia educativa y auténtica.
Talleres y Eventos en la finca Freire´s.	Organización de talleres y eventos relacionados con café, miel y agricultura sostenible. Involucrar a la comunidad local y ofrecer experiencias memorables.

Nota. Elaboración propia.

Tabla 16

Sostenibilidad

Práctica	Descripción
Prácticas Agrícolas Sostenibles.	Implementar agroecología y permacultura para proteger el medio ambiente y asegurar calidad del café y miel.
Empaquetado Ecológico.	Uso de materiales biodegradables y compostables para empaquetado, reduciendo impacto ambiental.
Reducción de la Huella de Carbono.	Medidas para reducir la huella de carbono,

incluyendo energía renovable y optimización logística.

Nota. Elaboración propia.

6.8.2. Segmento de clientes.

Tabla 17
Cientes Locales y Nacionales

Cientes	Preferencias de Mercado
Tienda Universitaria, Universidad Nacional de Loja. Consumidores Individuales.	Estudiantes que desayunan o acompañan sus almuerzos con café frío. Amantes del café que buscan productos de alta calidad y sabores únicos. Personas que prefieren consumir alimentos naturales y orgánicos, como la miel de abeja.
Tiendas Minoristas.	Tiendas comestibles y supermercados que ofrecen productos gourmet y orgánicos. Tiendas especializadas en productos naturales y saludables.
Cafeterías y Restaurantes.	Cafeterías que ofrecen una variedad de cafés de calidad y productos complementarios como la miel. Restaurantes con opciones de café y productos orgánicos en su menú.
Hoteles y Resorts.	Establecimientos de lujo que desean ofrecer a sus huéspedes experiencias gastronómicas exclusivas.
Empresas de Catering.	Empresas que brindan servicios de catering para eventos corporativos o sociales y ofrecen opciones de café y productos naturales.
Mercados Locales y Ferias.	Participación en mercados locales, ferias y eventos comunitarios que permiten llegar directamente a los consumidores y crear conciencia de marca.

Nota. Elaboración propia.

6.8.3. Canales.

Tabla 18
Venta directa

Canal	Descripción
Tiendas Propias y Cafeterías.	Ubicaciones estratégicas ofreciendo experiencia de marca personalizada y atención de alta calidad.
Ferias y Mercados Locales.	Aumentar visibilidad de la marca y alcanzar nuevos clientes.

Nota. Elaboración propia.

Tabla 19*Venta Online*

Canal	Descripción
E-commerce.	Plataforma robusta para ventas nacionales e internacionales.
Marketing Digital.	SEO, SEM, redes sociales para llegar a clientes potenciales.
Marketplaces.	Amazon, Mercado Libre para ampliar alcance.

Nota. Elaboración propia.

Tabla 20*Distribución*

Canal	Descripción
Alianzas Estratégicas.	Colaborar con distribuidores y minoristas locales e internacionales.
Licitaciones.	Proveer productos a instituciones y empresas mediante licitaciones.
Exportación.	Acuerdos comerciales para conseguir nuevos mercados internacionales.

Nota. Elaboración propia.

6.8.4. Relación con los clientes.

Tabla 21*Fidelización y atención personalizada*

Estrategia	Descripción
Programa de Fidelización.	Recompensar por compras, visitas y participación con beneficios exclusivos.
Atención al Cliente Omnicanal.	Servicios a través de teléfono, correo, chat en vivo, redes sociales y aplicación móvil.
Gestión CRM.	Recopilación y análisis de datos para personalizar comunicaciones y mejorar experiencia.

Nota. Elaboración propia.

Tabla 22*Educación y comunidad*

Estrategia	Descripción
Contenido Educativo.	Videos, infografías, artículos sobre café, miel y sostenibilidad en sitio web y redes sociales.
Talleres y Eventos.	Catas, talleres y eventos con expertos para ofrecer experiencias únicas.
Comunidad Online.	Interacción en redes sociales, compartir recetas, noticias y generar sentido de pertenencia.

Nota. Elaboración propia.

Tabla 23*Experiencias personalizadas*

Estrategia	Descripción
Programa de Embajadores de Marca.	Identificar y recompensar clientes fieles que promuevan la marca.
Experiencias Personalizadas en la Finca.	Tours personalizados, catas privadas y actividades adaptadas a intereses específicos.
Programa de Suscripción de Café.	Envío periódico de café fresco o Pepe Latte según preferencias del cliente.

Nota. Elaboración propia.

Tabla 24*Retroalimentación y mejora continua*

Estrategia	Descripción
Encuestas de Satisfacción.	Recopilar comentarios para identificar áreas de mejora.
Grupos de Discusión.	Obtener información profunda sobre preferencias y expectativas.
Monitoreo de Redes Sociales.	Identificar tendencias, comentarios y oportunidades para mejorar experiencia.

Nota. Elaboración propia.

6.8.5. Fuentes de ingresos.**Tabla 25***Fuentes de ingresos.*

Fuente de ingresos.	Descripción
Venta de productos.	Café tostado y molido, Pepe Latte, miel melipona y productos derivados.
Experiencias y servicios.	Visitas guiadas, talleres, eventos y catering.
Exportación.	Café y miel a distribuidores internacionales, productos derivados a empresas de cosmética natural.

Nota. Elaboración propia.

6.8.6. Recursos clave.**Tabla 26***Recursos humanos.*

Recurso	Descripción
Equipo Capacitado.	Personal en producción agrícola sostenible, procesamiento de café y miel, marketing, ventas y atención al cliente.
Gestión de Talento.	Prácticas justas y competitivas para atraer y retener talento local.

Nota. Elaboración propia.

Tabla 27*Recursos naturales.*

Recurso	Descripción
Tierra.	30 hectáreas fértiles aptas para cultivo de café arábica u otros cultivos para diversificación de cultivos.
Biodiversidad.	Abejas meliponas y flora nativa.

Nota. Elaboración propia.

Tabla 28*Infraestructura.*

Recurso	Descripción
Instalaciones adecuadas.	Modernas para procesamiento de café y miel, incluyendo maquinaria eficiente.
Plataforma E-commerce.	Robustez para ventas en línea.
Red de Distribución.	Eficiente para llegar a mercados locales e internacionales.

Nota. Elaboración propia.

6.8.7. Actividades clave.**Tabla 29***Producción y procesamiento.*

Actividad	Descripción
Cultivo y Procesamiento.	Implementar prácticas sostenibles y usar tecnología moderna para asegurar calidad.
Extracción y Envasado de Miel.	Realizar de manera higiénica y sostenible.

Nota. Elaboración propia.

Tabla 30*Marketing y ventas.*

Actividad	Descripción
Estrategias de Marketing.	Aumentar conocimiento de marca y demanda de productos.
Presencia en Línea.	A través de sitio web, redes sociales y comercio electrónico.
Ferias y Eventos.	Promocionar productos y alcanzar nuevos clientes.
Relaciones Comerciales.	Con distribuidores, minoristas y exportadores.

Nota. Elaboración propia.

Tabla 31*Innovación y desarrollo.*

Actividad	Descripción
Desarrollo de Nuevos Productos.	Bebidas frías, barras energéticas, harinas, cosméticos, etc.
Mejora Continua.	Optimización de procesos y búsqueda de nuevas tecnologías.

Nota. Elaboración propia.

6.8.8. Socios clave.

Tabla 32

Asociaciones y cooperativas.

Socio	Descripción
Asociaciones de Caficultores y Apicultores. Cooperativas Locales.	Compartir conocimientos y recursos. Mejorar producción, procesamiento y comercialización.
Gestores de proyectos Comunitarios.	Generar impacto social y ambiental positivo.

Nota. Elaboración propia.

Tabla 33

Distribuidores y minoristas.

Socio	Descripción
Empresas exportadoras.	Expandir presencia en el mercado local e internacional.
Redes de Distribución Especializadas.	Productos gourmet, orgánicos y sostenibles.

Nota. Elaboración propia.

Tabla 34

Proveedores.

Socio	Descripción
Proveedores Locales.	Compartir valores de sostenibilidad y responsabilidad social al comprar la materia prima de proveedores locales.

Nota. Elaboración propia.

6.8.9. Estructura de costos.

Tabla 35

Costos Fijos.

Costo	Descripción
Amortización de terrenos y maquinaria agrícola.	Costos asociados a la amortización de terrenos de cultivo y la depreciación de maquinaria agrícola utilizada en la producción de café y miel.
Amortización y depreciación de infraestructura de procesamiento.	Planta de tostado, empaquetado y equipos de extracción de miel.
Mantenimiento de la finca Freire´s.	Gastos fijos en la conservación de la finca, incluyendo replantación, control de plagas, y cuidados generales de los cultivos y abejas meliponas.
Mantenimiento de instalaciones de procesamiento.	Limpieza y mantenimiento de líneas de envasado.
Costos de Certificaciones Orgánicas.	Certificaciones que les permitan inducirse al mercado internacional.
Sueldos de trabajadores.	Remuneración al personal encargado de la finca, procesamiento, administrativo y comercial.
Costos de tecnología y plataforma E-	Gastos relacionados con el desarrollo web,

comerce.	hosting y mantenimiento de plataforma e-commerce.
----------	---

Nota. Elaboración propia.

Tabla 36

Costos Variables.

Costo	Descripción
Insumos agrícolas.	Insumos agrícolas como semillas y materiales para el manejo de las abejas meliponas.
Materia prima para procesamiento del café tostado y molido y la miel de abeja melipona.	Aditivos naturales para el procesamiento de productos derivados del café y la miel de abeja melipona.
Mano de obra por temporada.	Sueldos jornaleros durante temporadas de cosecha tanto de café como de miel de abeja melipona.
Energía y suministro de procesamiento.	Consumo eléctrico, agua y gas.
Empaquetado de productos.	Envases biodegradables, etiquetas, cajas de envío.
Publicidad y promoción.	Campañas de marketing, publicidad en redes sociales.
Transporte y logística.	Costos asociados al transporte y distribución de productos a clientes y distribuidores.
Comisiones y costos de venta.	Comisiones a diferentes plataformas y comisiones a vendedores independientes.

Nota. Elaboración propia.

6.9. Análisis financiero y proyecciones

Tabla 37

Análisis costo – beneficio y proyecciones del café tostado y molido.

COSTOS DEL TOSTADO Y MOLIDO (Quintal)	COSTOS DEL TOSTADO Y MOLIDO (Libra 453 g)	PRODUCCIÓN ANUAL DE LA FINCA FREIRE'S EN LIBRAS (453G)	PRECIO DE VENTA LIBRA (453 G)	UTILIDAD POR LIBRA DE CAFÉ (453G)	INGRESOS BRUTOS ESTIMADOS	UTILIDAD BRUTA ESTIMADA.
200,00\$	2,00\$	4 500 LB.	5,00\$	3,00\$	22, 500\$	13, 500\$
					Total	13, 500\$

Nota. Elaboración propia.

Tabla 38

Análisis costo - beneficio y proyecciones de la bebida de café latte helada.

LIBRAS DESTINADAS A LA PRODUCCIÓN DE CAFÉ LATTE HELADO.	COSTOS POR UNIDAD (250 ml)	PRODUCCIÓN ESTIMADA DE BEBIDA DE CAFÉ (250 ml)	PRECIO DE VENTA POR UNIDAD (250 ml)	UTILIDAD POR UNIDAD (250 ml)	INGRESOS BRUTOS ESTIMADOS	UTILIDAD BRUTA ESTIMADA.
250 libras.	0,50 cts.	25, 000 u.	1,50\$	1,00\$	37, 500\$	25, 000\$
					Total	25, 000\$

Nota. Elaboración propia.

Tabla 39*Análisis costo – beneficio y proyecciones de la miel de abeja melipona.*

COSTOS DE LA MIEL DE ABEJA MELIPONA (500 ml)	COSTOS Y GASTOS DE LA MIEL DE ABEJA MELIPONA (1 litro)	PRODUCCIÓN ANUAL DE LA FINCA FREIRE'S EN LITROS (100 ml)	PRECIO DE VENTA BOTELLA DE 500 ML	UTILIDAD POR BOTELLA DE (500ML)	INGRESOS BRUTOS ESTIMADOS	UTILIDAD BRUTOA ESTIMADA.
3,75\$	7,50\$	300 litros.	20,00\$	16,25\$	12, 000\$	9, 750\$
					Total	9, 750\$

Nota. Elaboración propia.**Tabla 40***Cuadro comparativo del ingreso promedio con la actividad comercial tradicional vs el modelo de negocio propuesto para la empresa Freire´s.*

Actividad comercial tradicional	Cantidad de producción	Ingresos	Costos y Gastos	Utilidad
Café en pergamino.	45 quintales 4500 libras (453 g)	Precio 245,00\$ por quintal. 11 025,00\$	5745,00\$	5 280,00\$
Miel de abeja melipona en botellas plásticas.	300 litros 600 botellas (500 ml)	Precio 10,00\$ la unidad. 6 000,00\$	2 000,00\$	4 000,00\$
			Total	9 280,00\$
Propuesta de valor planteada en el Business Model Canvas				
Café tostado y molido.	45 quintales 3 600 libras (453 g)	18 000,00\$	9 000,00\$	9 000,00\$
Bebida de café latte.	250 libras de café, rinde 25000 unidades. (250 ml)	37 500,00\$	12500,00\$	25 000,00\$
Miel de abeja melipona en presentación de vidrio, etiqueta y empaque.	300 litros 600 botellas (500 ml)	12 000,00\$	2 250,00\$	9 750,00\$
			Total	48 250,00\$

Nota. Elaboración propia.

7. Discusión

La propuesta de modelo de negocio para la iniciativa de la empresa Freire's, ubicada en la parroquia Vicentino, cantón Puyango, demuestra cómo la combinación de diversificación de productos y adopción de prácticas sostenibles puede transformar significativamente un agronegocio.

Diversificación de Productos

La diversificación hacia productos de mayor valor, como el café tostado y molido, las bebidas de café latte y la miel melipona en presentaciones premium, ha demostrado ser una estrategia efectiva en varios estudios. Según Kotler & Keller (2012), la diversificación permite a las empresas reducir riesgos y aprovechar nuevas oportunidades de mercado. Además, estudios realizados por Berdegú & Fuentealba (2014) sugieren que los pequeños agricultores pueden incrementar sus ingresos y mejorar su resiliencia mediante la diversificación y el acceso a mercados diferenciados.

Prácticas Sostenibles

La adopción de prácticas agrícolas sostenibles es otro componente crucial del modelo de negocio propuesto. Defries et al. (2004), argumentan que la sostenibilidad en la agricultura no solo mejora la calidad del producto, sino que también asegura la viabilidad a largo plazo del negocio. La implementación de técnicas como la agroecología y el uso de biofertilizantes naturales, como el helecho acuático *Azolla Anabaena*, son estrategias respaldadas por investigaciones que muestran mejoras significativas en la salud del suelo y en la productividad de los cultivos (Altieri, 1999; Somarriba, 2005b).

Innovación y Valor Agregado

El enfoque en la innovación y el valor agregado, como la producción de miel de abeja melipona y la creación de productos derivados del café, está en línea con las tendencias globales hacia productos más especializados y de alta calidad. Según Porter (2016), las empresas que buscan diferenciarse mediante la calidad y la innovación pueden obtener una ventaja competitiva sostenible. Además, estudios realizados por Isaza & Zuluaga (2017) indican que los productos de valor agregado tienen una mayor

aceptación en el mercado y pueden generar márgenes de beneficio más altos que los productos básicos.

Resultados Financieros y Proyecciones de Crecimiento

El análisis financiero muestra un crecimiento constante en la producción y ventas del agronegocio Freire's, lo cual está alineado con las conclusiones de Osterwalder et al. (2010) sobre la importancia de un modelo de negocio bien estructurado. El uso del Business Model Canvas ha permitido identificar y optimizar los componentes clave del negocio, lo que da como resultado una operación más eficiente y rentable.

8. Conclusiones

La investigación y desarrollo del modelo de negocio para la empresa Freire's ha demostrado que:

1. La informalidad en las empresas agropecuarias y la poca claridad del modelo de negocio son una desventaja al momento de buscar financiamiento externo o ayudas gubernamentales.
2. La producción de café y miel de abeja melipona siguiendo los métodos tradicionales, llevan a una pérdida considerable de productividad y por ende de recursos económicos.
3. La infraestructura inadecuada entorpece los procesos y reduce la posibilidad de llevar el mercado productos de calidad e inocuos siguiendo estándares nacionales e internacionales de buenas prácticas agrícolas.
4. Al estar expuestos a factores ambientales que determinan en gran parte la productividad, la diversificación de productos es una estrategia efectiva para transformar un agronegocio familiar en una operación más rentable.
5. La unidad familiar y comunitaria son esenciales para el crecimiento de un agronegocio, para su desarrollo sostenible y expansión.
6. Las empresas ambientalmente responsables tienen más probabilidades de ser sostenibles en el tiempo, al realizar explotaciones agrícolas con especial cuidado ambiental se asegura que las operaciones se puedan seguir realizando a largo plazo.
7. Los recursos intangibles como la identidad empresarial pueden llegar a tener un valor incalculable y poseer un valor económico más grande que todos los otros recursos que posea la empresa.
8. La innovación constante es crucial para mantener la competitividad y satisfacer las expectativas de los consumidores modernos.
9. En base al análisis financiero actual y el modelo de negocio planteado se concluye que un agronegocio tradicional que solo comercializa materia prima en bajas cantidades es difícilmente una operación económica rentable y por ende, una empresa insostenible en el tiempo.

9. Recomendaciones

Para continuar con el desarrollo exitoso del modelo de negocio de Freire's, se sugieren las siguientes recomendaciones:

1. **Formalización del Negocio:** Estructurar legalmente las operaciones de Freire's para acceder a financiamientos y programas de apoyo externo. La formalización también facilita la implementación de buenas prácticas de gestión y la apertura de nuevos mercados.
2. **Inversión en Tecnología y Capacitación:** Implementar tecnologías modernas, semillas mejoradas y capacitarse en mejorar las prácticas de producción para optimizar la producción y mejorar la calidad de los productos. Es crucial desarrollar programas de formación continua para mejorar las habilidades en manejo de café y meliponicultura que permitan maximizar la producción.
3. **Inversión en infraestructura:** Se recomienda invertir readecuar la infraestructura de la finca con el propósito de mejorar las operaciones de cosecha y post cosecha asegurando una mayor calidad e inocuidad en la materia prima.
4. **Diversificación de Productos y Servicios:** Explorar nuevas líneas de productos derivados del café y la miel, como cosméticos naturales y suplementos alimenticios. También se recomienda ofrecer experiencias turísticas y educativas en la finca para generar ingresos adicionales y fortalecer el agronegocio.
5. **Fomento de Alianzas Estratégicas:** Colaborar con otras fincas y asociaciones para compartir recursos y mejorar la cadena de valor. Las alianzas estratégicas pueden aumentar el acceso a mercados nacionales e internacionales, ampliando la red de distribución de Freire's.
6. **Sostenibilidad y Reducción de Impacto Ambiental:** Mantener y mejorar las prácticas agrícolas sostenibles, como el uso de biofertilizantes y la implementación de agroecología. También es recomendable adoptar medidas para reducir la huella de carbono, como el uso de empaquetado ecológico y energía renovable.
7. **Gestión de Marca y Marketing:** Invertir en estrategias de marketing digital y gestión de marca para aumentar la visibilidad y el reconocimiento de los productos de Freire's. El uso de plataformas de e-commerce y redes sociales puede ampliar el alcance y captar nuevos clientes.
8. **Innovación y Mejora Continua:** Fomentar una cultura de innovación y mejora

continúa dentro de la empresa. La evaluación constante de procesos y productos, así como la adaptación a las tendencias del mercado, son fundamentales para mantener la competitividad y satisfacer las expectativas de los consumidores.

9. Aplicación del Modelo de Negocio: En base a los datos y análisis financiero-realizados en este estudio se recomienda aplicar el modelo de negocio sugerido por el autor Eivar Freire, para que la empresa tenga un crecimiento económico exponencial, representando un crecimiento porcentual de un 813.83% en su utilidad, frente al modelo de negocio tradicional.

10. Bibliografía

- Altieri, M. (1999). *Agroecología: La dinámica productiva de la agricultura sostenible*. Ediciones Mundi-Prensa.
- Berdegú, J., & Fuentealba, R. (2014). Latin America: The State of Smallholders in Agriculture. *Conference on New Directions for Smallholder Agriculture*.
<https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780199689347.003.0005>
- Chiavenato, I. (2006). *Introducción a la teoría general de la administración*. McGraw Hill Interamericana.
https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/15525/mod_resource/content/0/Chiavenato%20Idalberto.%20Introducci%C3%B3n%20a%20la%20teor%C3%ADa%20general%20de%20la%20Administraci%C3%B3n.pdf
- Defries, R., Asner, G., & Houghton, R. (2004). *Ecosystems and Land Use Change*. Washington DC American Geophysical Union Geophysical Monograph Series.
<https://doi.org/10.1029/GM153>
- Defries, R., Foley, J., & Asner, G. (2004). Land-Use Choices: Balancing Human Needs and Ecosystem Function. *Frontiers in Ecology and the Environment*, 2, 249-257.
[http://dx.doi.org/10.1890/1540-9295\(2004\)002\[0249:LCBHNA\]2.0.CO;2](http://dx.doi.org/10.1890/1540-9295(2004)002[0249:LCBHNA]2.0.CO;2)
- Dessler, G. (2015). *Human Resource Management* (15th. ed.). Pearson.
<https://www.advisory21.com/mt/wp-content/uploads/2022/11/Human-Resource-Management-by-Gary-Dessler-15th-ed.pdf>
- Drucker, P. F. (2010). *The Practice of Management*. Harper Collins.
- Escamilla, D. (2016). *Coffee economics*. Springer.
- Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia Vicentino. (2021). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial*. <http://www.vicentino.gob.ec/wp-content/uploads/2021/01/PDOT-VICENTINO-2019-2023..pdf>
- Guizado, E. (2012). *Historia de la agricultura en América Latina*. Siglo XXI Editores.
- Instituto Geográfico Nacional. (2021). *Visualizador – Geoportal Ecuador*.
<https://www.geoportaligm.gob.ec/portal/index.php/visualizador/>
- Isaza, J., & Zuluaga, H. (2017). Innovación y sostenibilidad en el sector agrícola. *Revista de Estudios Empresariales*, 3(1), 45-61.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Fundamentos de marketing* (8va. ed.). Pearson Education.
https://claudiobasile.wordpress.com/wp-content/uploads/2012/02/marketing_kotler-armstrong.pdf
- Kotler, P., & Keller, K. (2012). *Dirección de marketing* (14va. ed.). Pearson Educación.

- <https://www.montartuempresa.com/wp-content/uploads/2016/01/direccion-de-marketing-14edi-kotler1.pdf>
- Leiva, V. (2014). *Coffee Technology and engineering*. CRC Press.
- Malhotra, N. K. (2010). *Marketing Research: An Applied Orientation* (6th. ed.). Pearson Prentice Hall.
- Morales, M. (2012). *Planificación estratégica participativa: Una metodología para el desarrollo local*.
- Morris, M. M. (2007). *Entrepreneurship: Starting, building, and growing your business*. Starting.
- Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación. (2021). *Perspectivas de la agricultura y el desarrollo rural en las Américas*. <https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/ec3e9a9f-593e-4c55-85a3-b5eefbeca839/content>
- Osterwalder, A., Pigneur, Y., & Clark, T. (2010). *Business model generation: A handbook for visionaries, game changers, and challengers*. Wiley.
- Perfetti, P. (2010). *Coffee: Technology and engineering*. Springer.
- Porter, M. E. (1980). *Competitive strategy: Techniques for analyzing industries and competitors: with a new introduction* (1st. ed.). The Free Press.
- Porter, M. E. (2016). *Ventaja Competitiva: Creación y sostenimiento de un desempeño superior*. Grupo Editorial Patria.
- Schein, E. H. (2010). *Organizational Culture and Leadership* (4th ed.). Jossey-Bass.
- Secretaría del Agua. (2019). *Anexo técnico: PCT - SENAGUA - GADPLR - IICA - No. /2019*. <https://repositorio.iica.int/handle/11324/8325>
- Slack, N. (2013). *Operations management*. Pearson Prentice Hall.
- Somarriba, E. (2005a). *Diversified coffee plantations: Biodiversity conservation and profitability*. CATIE.
- Somarriba, E. (2005b). *Ecological methods for pest management in coffee crops*. CABI.
- Stempfle, F. (2016). *Process mapping: Improving customer service and operational efficiency*. CRC Press.
- Thompson, A., & Strickland, A. (2015). *Strategic Management: Concepts and Cases*. Cengage Learning.
- Van Horne, J. C. (2002). *Financial management and policy* (12th. ed.). Prentice Hall.
- Vargas Valdiviezo, M. A., & Uttermann Gallardo, R. (2020). Emprendimiento: Factores esenciales para su constitución. *Revista Venezolana de Gerencia*, 25(90), 709-720.

<https://www.redalyc.org/journal/290/29063559024/html/>

11. Anexos.

Anexo 1

Entrevista aplicada a los miembros de la familia Freire´s.



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA UNIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA Y EN LÍNEA LICENCIATURA EN AGRONEGOCIOS.

ENTREVISTA: “PROPUESTA DE MODELO DE NEGOCIO PARA LA INICIATIVA DE EMPRESA FREIRE’S UBICADA EN LA PARROQUIA VICENTINO, CANTÓN PUYANGO”

Señores Freire´s. Reciban un atento y cordial saludo, en calidad de estudiante de la Licenciatura en Agronegocios de la Universidad Nacional de Loja me dirijo a ustedes de la manera más comedida para que se dignen contestar la siguiente entrevista con el objeto de recabar información para el desarrollo de la propuesta de modelo de negocio Freire´s. Esta información es confidencial y será manejada exclusivamente por el investigador.

Sección 1: Historia y Antecedentes

1. Historia Familiar:

- ¿Podrían compartimos la historia de la finca Freire's y cómo ha evolucionado a lo largo de los años?
- ¿Qué valores y tradiciones han influido en las prácticas actuales de la finca?

2. Cambio de Enfoque:

- ¿Qué los motivó a cambiar de la comercialización de madera al cultivo de café y producción de miel?

Sección 2: Propuesta de Valor

3. Productos Actuales:

- ¿Qué productos consideran que son los más importantes para la finca Freire's?

- ¿Cómo perciben la calidad de sus productos en comparación con los de otros productores?

4. Nuevos Productos:

- ¿Qué opinan sobre la idea de introducir un nuevo producto como Pepe Latte?

- ¿Qué otros productos derivados del café y la miel creen que podrían tener éxito en el mercado?

Sección 3: Segmento de Clientes y Canales

5. Clientes Actuales:

- ¿Quiénes son los principales clientes de la finca actualmente?

- ¿Cómo suelen adquirir sus productos estos clientes (en persona, en línea, a través de distribuidores)?

6. Mercados Potenciales:

- ¿Han considerado expandirse a nuevos mercados nacionales o internacionales?

- ¿Qué canales creen que serían los más efectivos para llegar a estos nuevos mercados?

Sección 4: Relación con los Clientes

7. Relación y Fidelización:

- ¿Cómo suelen mantener la relación con sus clientes actuales?

- ¿Qué estrategias de fidelización creen que serían efectivas para mantener a los clientes actuales y atraer a nuevos?

8. Educación y Comunidad:

- ¿Qué importancia le dan a la educación de sus clientes sobre los productos y procesos de la finca?

- ¿Cómo podrían fomentar una comunidad activa y comprometida alrededor de sus productos?

Sección 5: Fuentes de Ingresos y Recursos Clave

9. Ingresos Actuales:

- ¿Cuáles son las principales fuentes de ingresos para la finca actualmente?

- ¿Cómo podrían diversificar estas fuentes de ingresos?

10. Recursos Clave:

- ¿Qué recursos consideran esenciales para la operación diaria de la finca?
- ¿Qué inversiones creen que son necesarias para mejorar la producción y comercialización de sus productos?

Sección 6: Actividades y Socios Clave

11. Actividades Diarias:

- ¿Cuáles son las actividades diarias más importantes para el funcionamiento de la finca?
- ¿Cómo creen que podrían optimizar estas actividades?

12. Colaboración y Alianzas:

- ¿Qué tipo de colaboraciones y alianzas consideran importantes para el éxito del negocio?
- ¿Están abiertos a formar asociaciones con otras fincas u organizaciones?

Sección 7: Estructura de Costos

13. Costos Operativos:

- ¿Cuáles son los principales costos operativos de la finca?
- ¿Cómo podrían reducir o gestionar mejor estos costos?

14. Inversiones Futuras:

- ¿En qué áreas creen que deberían enfocarse las inversiones futuras para el crecimiento y sostenibilidad del negocio?

Conclusión

15. Expectativas y Satisfacción:

- ¿Qué expectativas tienen sobre el futuro de la finca Freire's?
- ¿Qué tan satisfechos están con el progreso y desarrollo del negocio hasta ahora?
- ¿Qué cambios o mejoras les gustaría ver implementadas en el corto y largo plazo?

Anexo 2

Encuesta aplicada a los Estudiantes de la Universidad Nacional de Loja.



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA UNIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA Y EN LÍNEA LICENCIATURA EN AGRONEGOCIOS.

ENCUESTA: “PROPUESTA DE MODELO DE NEGOCIO PARA LA INICIATIVA DE EMPRESA FREIRE’S UBICADA EN LA PARROQUIA VICENTINO, CANTÓN PUYANGO”

Estamos llevando a cabo una investigación de mercado para evaluar la aceptación de una nueva bebida de café latte helada. El propósito de esta es disponer información sobre las preferencias de consumo de bebidas de café entre los estudiantes de la Universidad Nacional de Loja y recopilar información valiosa para desarrollar un modelo de negocio eficaz. Sus respuestas serán confidenciales y se utilizarán exclusivamente para fines de investigación. ¡Agradecemos mucho su tiempo y colaboración!

1. ¿Cuál es su rango de edad?
 - 18 - 25 años
 - 26 - 35 años
 - 36 - 45 años
 - Más de 45 años
2. ¿Cuál es su género? (Si su respuesta es "otro" por favor especifique cuál)
 - Masculino
 - Femenino
 - Otro:
3. ¿Consume bebidas de café regularmente?
 - Sí
 - No
4. ¿Con qué frecuencia compra bebidas de café?
 - Diariamente
 - Varias veces por semana

- Una vez por semana
 - Ocasionalmente
 - Nunca
5. ¿Prefiere bebidas de café frías o calientes?
- Frías
 - Calientes
 - Ambas por igual
6. ¿Estaría interesado/a en probar una bebida de café latte helada?
- Si
 - No
 - Tal vez
7. ¿Qué atributos consideraría más importantes al elegir una bebida de café latte helada?
(Selecciona hasta 3 opciones)
- Sabor
 - Frescura de los ingredientes
 - Precio
 - Calidad del café
 - Variedad de sabores
 - Otro (Especificar)
 - Otro:
8. ¿Cuánto estaría dispuesta/o a pagar por una bebida de café latte helada de alta calidad? en botellas de 300 ml.
- \$1- \$2
 - \$2- \$3
 - \$3 +
 - Otro:
9. ¿Consideraría comprar una bebida de café latte helada de una marca nueva en el mercado?
- Sí
 - No
 - Tal vez
10. ¿Cuál sería su ubicación preferida para comprar una bebida de café latte helada?
- Cafetería
 - Tienda de conveniencia

- Tienda Universitaria
 - Supermercado
 - Otro:
11. ¿Cuál cree usted que sería una buena opción a parte de la bebida de café latte helada, para darle un valor agregado al café lojano y de esta manera maximizar la rentabilidad y promover precios justos para los agricultores?

Anexo 3

Fotografías de los prototipos y productos comercializados.

Figura 21

Isotipo de bebida de café latte Freire´s (Pepe Latte)



Nota. Isotipo elaborado por Eivar Josué Freire Ochoa.

Figura 22

Mockup de Bebida de café Pepe Latte.



Nota. Elaboración propia.

Figura 23

Bebida de café “Pepe Latte” comercializada.



Nota. Fotografías del autor.

Figura 24

Diseño de Etiqueta para el café tostado y molido (Pepe Freire´s Caffee)



Nota. Elaborado por Eivar Freire.

Figura 25

Diseño del Mockup del Café tostado y molido (Pepe Freire´s Caffee)



Nota. Elaborado por el Eivar Freire.

Figura 26

Miel de abeja Melipona 500 ml (Isabela Freire´s Honey)



Nota. Foto del autor.

Figura 27

Exposición en Feria de Isabela Freire´s Honey.



Nota. Fotografía del Municipio de Puyango.

Anexo 4

Certificación Abstract.

Loja, 17 de octubre del 2024

Lic.

Ángel Darío Jiménez Vera

LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA EDUCACION mención IDIOMA INGLES

CERTIFICO:

En mi calidad de docente del idioma inglés, con capacidades que pueden ser probadas a través de la Certificación de Conocimiento de Inglés, nivel B2, que la traducción del Resumen (Abstract) del trabajo de Integración Curricular: **”Propuesta de modelo de negocio para la iniciativa de empresa Freire’s ubicada en la parroquia Vicentino, cantón Puyango”**; de autoría del señor estudiante **Eivar Josué Freire Ochoa**, con cédula de identidad **Nro. 1950041382**, es correcta y completa, según las normas internacionales de traducción de textos.

Es todo cuanto puedo certificar en honor a la verdad, facultando al interesado **Eivar Josué Freire Ochoa**, hacer uso legal del presente, según estime conveniente.

Atentamente,



Firmado Electrónicamente por:

**ANGEL DARIO
JIMENEZ VERA**

Lic. Ángel Darío Jiménez Vera
LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA EDUCACION MENCION IDIOMA INGLES
Registro Senescyt: 1008-2018-1998231