



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

FACULTAD JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA

**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN
DE EMPRESAS**

TÍTULO:

**“Consumo del Café en la Población de la
Ciudad de Loja: Periodo de Estudio
2020”.**

*TESIS PREVIA A LA OBTENCIÓN
DEL GRADO DE INGENIERO EN
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS*

AUTOR:

✓ *Richar Alcívar Encarnación Erique*

DIRECTOR:

✓ *Ing. Juan Pablo Sempertegui Muñoz*

LOJA - ECUADOR

2020

CERTIFICACIÓN

ING. JUAN PABLO SEMPÉRTEGUI MUÑOZ, M.A.E., DOCENTE-
INVESTIGADOR DE LA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS DE
LA FACULTAD JURÍDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA DE LA UNIVERSIDAD
NACIONAL DE LOJA, DIRECTOR DE TESIS.

CERTIFICA:

Que la tesis “**CONSUMO DEL CAFÉ EN LA POBLACIÓN DE LA CIUDAD DE LOJA: PERIODO DE ESTUDIO 2020**”, desarrollada por el Sr. Richar Alcívar Encarnación Erique, egresado de la Carrera de Administración de Empresas (Modalidad Presencial), requisito previo a optar por el Grado y Título de Ingeniero en Administración de Empresas, ha sido realizada bajo mi Dirección y luego de haber revisado su contenido teórico-práctico, y que una vez culminada la misma cumple a cabalidad la Normativa institucional, me permito autorizar su presentación ante el respectivo Tribunal de Grado.

Loja, 11 de septiembre de 2020



Ing. Juan Pablo Sempértégui Muñoz, M.A.E.

DIRECTOR DE TESIS

AUTORÍA

Yo, Richar Alcívar Encarnación Erique, declaro ser autor del presente trabajo de tesis y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos o acciones legales, por el contenido de la misma.

Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja, la publicación de mi tesis en el Repositorio Institucional – Biblioteca Virtual.

Firma:

Autor: Richar Alcívar Encarnación Erique

Cédula: 1105535700

Fecha: Loja, 30 de noviembre de 2020.

CARTA DE AUTORIZACIÓN

Yo, Richar Alcívar Encarnación Erique, declaro ser autor de la tesis titulada: “Consumo del Café en la Población de la Ciudad de Loja: Periodo de estudio 2020” como requisito para optar por el grado de Ingeniero en Administración de Empresas, autorizo al Sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que con fines académicos, muestre al mundo la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el repositorio digital institucional:

Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo en el RDI, 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 de la tesis que realice un tercero.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, a los 30 días del mes de noviembre de dos mil veinte, firma el autor.

Firma:

Autor: Richar Alcívar Encarnación Erique

Cédula: 1105535700

Dirección: Clodoveo. Avenida Turunuma y La Habana.

Correo Electrónico: richarencarnacion10@gmail.com

Celular: +593 963014528

+593 990538038

DATOS COMPLEMENTARIOS:

Director de Tesis: Ing. Juan Pablo Sempértegui Muñoz

Tribunal de Grado:

- **Presidente del Tribunal:** Ing. Raúl Ernesto Chávez Guamán Mg. Sc
- **Vocal del Tribunal:** Ing. Ney Alfredo Gallardo Mg. Sc
- **Vocal del Tribunal:** Ing. Santiago Javier Ludeña Yaguache Mg. Sc

DEDICATORIA

Este trabajo de Tesis lo dedico primeramente a Dios, por las bendiciones recibidas durante toda mi formación académica.

A mi familia, a mi padre Galo Temisto Encarnación, a mi madre Rosa Victoria Erique, a mis hermanos Juan Javier, Edwin Bladimir y Tyrone Efrén, y, en general a toda mi familia por los valores inculcados durante toda mi vida, por la motivación, consejos y apoyo que me han brindado.

A mis amigos por su amistad, apoyo, solidaridad y compañerismo.

A los profesionales: empresarios, emprendedores, capacitadores y coach, personas de gran sabiduría, quienes han compartido sus conocimientos y experiencias ayudando a cambiar mi perspectiva sobre la vida formando un criterio profesional, crítico e innovador.

A la Universidad Nacional de Loja, en especial a los Docentes, Personal Administrativo y de Servicio de la Carrera de Administración de Empresas.

"Los *paradigmas* limitan nuestro crecimiento continuo, y son la principal barrera que impide cumplir nuestros sueños"

Richar Alcívar

AGRADECIMIENTO

En el presente trabajo de tesis primeramente agradezco a Dios por la bendición recibida, acompañado de todo mi esfuerzo me ha permitido llegar hasta donde he llegado, haciendo realidad este sueño anhelado, demostrando que trabajando ligado a los valores éticos y morales todo es posible.

A la Universidad Nacional de Loja por darme la oportunidad de estudiar y permitirme ahondar en el mundo del conocimiento y ser un profesional.

A mi director de tesis, Ing. Juan Pablo Sempertegui, quien colaboró arduamente con su sabiduría, guía, esfuerzo y dedicación en la Dirección de mi trabajo de tesis.

A mis padres, hermanos y familia, por los valores inculcados, el apoyo y motivación, siendo el pilar fundamental para alcanzar con éxito la culminación de la carrera.

A Empresarios, Emprendedores, Catedráticos, Filósofos, Business Coach y en general a todos aquellos profesionales que de manera directa e indirecta han permitido formar mi pensamiento, conocimiento y habilidades profesionales, críticas e innovadoras mediante el desarrollo de investigaciones, proyectos, capacitaciones, conferencias, debates y formación académica.

También agradezco a todos quienes me brindaron su apoyo durante todo el proceso de elaboración de la presente investigación

Richar Alcívar Encarnación Erique

a. TÍTULO

“CONSUMO DEL CAFÉ EN LA POBLACIÓN DE LA CIUDAD DE
LOJA: PERIODO DE ESTUDIO 2020”

b. RESUMEN

En la presente investigación como *objetivos* se determinó las características y hábitos que condicionan el consumo y, el número de tazas per-cápita de café en la población de la ciudad de Loja. Se desarrolló bajo una investigación del tipo descriptiva con un análisis de los aspectos más importantes que condicionan el consumo del café; tomando como base los 145,604 habitantes en el 2020 de la población la ciudad de Loja en edades comprendidas entre 15 y 59 años. La importancia de la presente investigación se centra en la comprensión de las preferencias y comportamientos de los consumidores mejorando así la interacción entre empresas y consumidores, permitiéndoles lograr un alto impacto en la comercialización del café, así también, servirá como fuente de consulta para el desarrollo de futuras investigaciones que contribuyan al desarrollo socio-económico de la ciudad de Loja. En el **diseño metodológico**, se empleó la investigación del tipo descriptiva con un enfoque cuantitativo; se utilizó los *Métodos*: científico, al exponer la correlación entre variables y en el análisis de resultados estadísticos; inductivo, contrastando la información obtenida con los referentes históricos; analítico-sintético, en la elaboración de conclusiones y recomendaciones en función a los resultados obtenidos. Se aplicó *Técnicas*: encuesta, mediante un cuestionario tanto en forma física como digital; y, la técnica documental, se empleó en la recopilación de la documentación. **Resultados**, la *característica* preferida es el aroma: 26.27% estudiantes, 14.69% empleados públicos, 12.71% empleados privados; los *hábitos* más importantes son: en ingresos entre \$200 y \$400 el 10.17% consume 2 tazas/día; el coeficiente de correlación entre las variables de Ingresos y Cantidad de consumo/día es de 0.07; el consumo en el género femenino: 21.75% por el sabor; 49.15% consume en casa, 42.37% consume por la mañana, el género masculino: 21.75% por el sabor, 41.81% consume en casa, 33.90% consume por la mañana; Por último, se **concluye** que, las variables que determinan el consumo del café en la población de la ciudad de Loja, en orden de importancia son: aroma, sabor, procedencia, tradición familiar, presentación y color; las que menos influencia tienen son: cantidad, facilidad de preparación, precio, costumbre, vendedor y por ser saludable. Asimismo, que el consumo global de café en la ciudad de Loja es de 289,974 tazas de café por día, lo que da como resultado un consumo per-cápita en la población de la ciudad de Loja de 2 tazas de café por día.

SUMMARY

In the present investigation as objectives, the characteristics and habits that condition consumption and the number of per-capita cups of coffee in the population of the city of Loja were determined. It was developed under a descriptive investigation with an analysis of the most important aspects that determine the consumption of coffee; Based on the 145,604 inhabitants in 2020 of the population of the city of Loja aged between 15 and 59 years. The importance of this research focuses on understanding the preferences and behaviors of consumers, thus improving the interaction between companies and consumers, allowing them to achieve a high impact on the marketing of coffee, as well as serving as a source of consultation for development of future research that contribute to the socio-economic development of the city of Loja. In the methodological design, descriptive research was used with a quantitative approach; Methods were used: scientific, when exposing the correlation between variables and in the analysis of statistical results; inductive, contrasting the information obtained with the historical references; analytical-synthetic, in drawing up conclusions and recommendations based on the results obtained. Techniques were applied: survey, by means of a questionnaire both in physical and digital form; and the documentary technique was used in the compilation of the documentation. Results, the preferred characteristic is the aroma: 26.27% students, 14.69% public employees, 12.71% private employees; the most important habits are: in income between \$ 200 and \$ 400 10.17% consume 2 cups / day; the correlation coefficient between the variables of Income and Amount of consumption / day is 0.07; consumption in the female gender: 21.75% by taste; 49.15% consume at home, 42.37% consume in the morning, the male gender: 21.75% by taste, 41.81% consume at home, 33.90% consume in the morning; Finally, it is concluded that, the variables that determine the consumption of coffee in the population of the city of Loja, in order of importance are: aroma, flavor, origin, family tradition, presentation and color; those that have the least influence are: quantity, ease of preparation, price, custom, seller and for being healthy. Likewise, the global consumption of coffee in the city of Loja is 289,974 cups of coffee per day, which results in a per-capita consumption in the population of the city of Loja of 2 cups of coffee per day.

c. INTRODUCCIÓN

Se desarrolló una investigación del tipo descriptiva con un enfoque cuantitativo en la recolección y análisis de datos sobre las características, consumo per cápita y hábitos del consumo en tazas de café; dicho estudio se realizó tomando como base los 145,604 habitantes en el 2020 de la población la ciudad de Loja en edades comprendidas entre 15 y 59 años.

Actualmente no existe una investigación que revele por medio de datos la medida en que influyen los aspectos más importantes del consumo del café en tazas en la población en estudio, esto es una limitante para las empresas y negocios de la localidad, al no conocer de cerca al consumidor se les dificulta la implementación de estrategias para lograr un alto impacto en la comercialización del café, así también, genera una barrera a los investigadores al no tener una base para el desarrollo de futuras investigaciones que contribuyan al desarrollo socio-económico de la ciudad de Loja. Por tal razón se desarrolló la investigación titulada: “Consumo del Café en la Población de la Ciudad de Loja: Periodo de Estudio 2020”

En la **revisión de literatura**, el trabajo de investigación se fundamentó en, la recopilación, síntesis y el análisis de: perfil y preferencia de los consumidores ecuatorianos; los factores relacionados al consumo de café en las cafeterías; del mismo modo, se describió lo relacionado al tema central de la investigación en lo concerniente al café, su producción, variedades más importantes; influencia del café en la salud nutricional del ser humano; las acciones del café relacionadas con algunas enfermedades; el consumo responsable de cafeína como un hábito saludable; cantidades normales o excesivas en el consumo de Cafeína; los países latinoamericanos más representativos en el consumo de café; Asimismo, se consideró pertinente analizar al consumidor en general, su comportamiento e impacto de la revolución digital; de mismo modo, específicamente en lo referente al consumidor de café

tanto sus características como sus hábitos; también, se estudió lo referente al lugar donde se realizó la presente investigación, sus generalidades, la actividad agro productiva, y, Loja como un destino cafetero y ciudad de arte. En el **diseño metodológico**, el presente trabajo se desarrolló bajo la investigación del tipo descriptiva, misma que permitió investigar en la población las características, consumo per cápita, hábitos y demás factores asociados al consumo en tazas de café; así también, se realizó con un enfoque cuantitativo ya que, se recolectó la información mediante la utilización de preguntas cerradas y se analizó estadísticamente los datos obtenidos para dar cumplimiento a cada objetivo de la investigación; se empleó los *Métodos*: el científico, en todo el estudio por medio del cual, se reunió la información pertinente para exponer la correlación dada entre las diferentes variables, así como el análisis e interpretación de resultados estadísticos de la investigación en lo referente al consumo del café en la ciudad de Loja, período de estudio 2020. La ejecución adecuada certificó la veracidad del desarrollo del presente trabajo; el inductivo, se utilizó en toda vez en que se contrastó la información de la investigación obtenida en su desarrollo, con los referentes teóricos relacionados al tema; el analítico-sintético, se empleó en el análisis de los resultados que se obtuvo en relación al consumo del café en los habitantes de la ciudad de Loja; las *Técnicas*: se aplicó 399 encuestas a los habitantes de la ciudad de Loja, distribuidas en 157 encuestas en forma física: 20 en la Puerta de la Ciudad, 45 en el Parque Central, 35 en el Parque Santo Domingo, 30 en el Parque Simón Bolívar y 27 en el Parque San Sebastián; así como, 242 encuestas en forma digital; y, la técnica documental, se utilizó en la elección y recopilación de la documentación relacionada con la presente investigación, así como, en el análisis y clasificación de los datos obtenidos por medio del instrumento de recolección de información; como *instrumento* se empleó un cuestionario para la recolección de datos por medio de la encuesta.

Las partes principales son: **Diseño metodológico**: en el que se describen algunos puntos específicos, tales como: el *tipo de investigación*, en este caso se utilizó las del tipo descriptiva, su enfoque fue cualitativo, *el área de estudio*, en donde se detalla el lugar y la ubicación en donde se realizó la investigación; la *operacionalización de variables*, en donde se puntualizó las variables, la definición conceptual, las dimensiones y los indicadores de las variables; *universo y muestra*, se definió el universo en el que está basada la presente investigación, así como, la muestra y su segmentación que se tomó para la aplicación de las encuestas; los *Métodos, técnica e instrumentos*, en el cual, se describe el conjunto de reglas, herramientas y medios que permitieron recolectar, procesar y analizar la información pertinente del presente estudio; y en el *procedimiento*, se detalla las acciones o hechos que se produjeron durante el desarrollo de la investigación. A continuación, se puntualiza los **resultados** que se obtuvo con la realización del trabajo de campo dando cumplimiento a cada objetivo planteado, dicha información se adquirió a través de la realización de la encuesta a los habitantes de la ciudad de Loja de entre 15 y 59 años de edad, donde se determinó que, el *aspecto y característica* más importante en las diferentes ocupaciones es el aroma con el 74,0% de la población de los cuales, el 26.27% son estudiantes, el 14.69% son empleados públicos, el 12.71% son empleados privados, el 9.04% son desempleados, el 8.76% son emprendedores, el 2.26% son comerciantes y el 0.28% son trabajadores informales; así también, el *consumo per-cápita* en el número de tazas de café: en las personas entre 15 y 20 años es de 1.45 tazas al día; entre 20 y 30 años es de 2.07 tazas al día; entre 30 y 40 años es de 1.90 tazas al día; entre 40 y 50 años es de 2.21 tazas al día; entre 50 y 59 años es de 1.79 tazas al día; los *hábitos* más importantes son de consumo de café de acuerdo a los ingresos el mayor consumo se da en: menos de \$200.00 que representa el 39.55% de los cuales el 15.82% consume 1 taza/día; entre \$200.00 y \$400.00 con un 20.06% de los cuales el 10.17% consume 2 tazas; el coeficiente de correlación entre los ingresos y el

número de tazas que consumen es de 0.07 indicando que la cantidad de consumo diario no está condicionada por el ingreso percibido; asimismo, el mayor consumo se da en el género femenino con un 52.82% de los cuales el 21.75% lo hace por el sabor; del mismo modo, el 90.96% consume en casa de los cuales el 49.15% son de género femenino, el consumo en la mañana se da en su mayoría con un 76.27% de los cuales el 42.37% es de género femenino, mientras que por su parte en el género masculino el 47.18% consume café, de los cuales el 21.75% lo hace por el sabor, en casa consume el 41.81%, en la mañana el 33.90%. Posteriormente la **discusión** donde se realizó una comparación y un análisis de los resultados encontrados en cada uno de los objetivos de la presente investigación con los estudios de otros autores.

Finalmente se **concluye** que, las variables que determinan el consumo del café en la población de la ciudad de Loja, en orden de importancia son: aroma, sabor, procedencia, tradición familiar, presentación y color; las que menos influencia tienen son: cantidad, facilidad de preparación, precio, costumbre, vendedor y por ser saludable. Asimismo, que el consumo global de café en la ciudad de Loja es de 289,974 tazas de café por día, lo que da como resultado un consumo per-cápita en la población de la ciudad de Loja de 2 tazas de café por día.

d. REVISIÓN DE LITERATURA

d.1. MARCO REFERENCIAL

De acuerdo con la investigación denominada “PERFIL Y PREFERENCIA DE LOS CONSUMIDORES ECUATORIANOS POR ATRIBUTOS DE CALIDAD EN LA PRODUCCIÓN DE CAFÉ” de los autores Sepúlveda, et al. (2016), mencionan que, los consumidores cada vez ejercen más tensión sobre las diferentes formas en que se realiza la producción, la seguridad y la procedencia de los productos agroalimentarios. Dentro de las formas de producción, los aspectos referentes a la ética, el impacto que tiene sobre el medio ambiente y el origen de los productos, están tomando un interés especial en el común de los consumidores. El sector del café no es indiferente a la tendencia mencionada. El estudio siguiente que se realizó en Ecuador, además de generar un perfil de los consumidores de café tostado y molido, el objetivo que tuvo fue, analizar los diferentes atributos de calidad relacionados con la producción de café como estos pueden tener un impacto en las preferencias de los consumidores. Los consumidores de Quito, Guayaquil, Manta y Portoviejo participaron en un experimento de elección. El experimento se sustentó en 16 tarjetas de simulación, que incorporaba cada una dos productos hipotéticos (A y B). Los atributos que se utilizaron para crear el perfil fueron: i) procedencia de alta montaña, ii) certificación de comercio justo, iii) etiquetado Rainforest, iv) producción orgánica, v) origen (Manabí, Loja y Colombia) y vi) precio. Los resultados muestran que las certificaciones de comercio justo, Rainforest y orgánico, han jugado un papel significativo y positivo en los resultados de los consumidores. En el origen y la procedencia de alta montaña, no se encontraron efectos significativos sobre la rentabilidad. Por tanto, las certificaciones de calidad pueden ser una herramienta de trascendental importancia para la diferenciación en la producción de café.

De acuerdo con la investigación denominada “FACTORES RELACIONADOS AL CONSUMO DE CAFÉ EN LAS CAFETERÍAS DE LA CIUDAD DE TINGO MARÍA, 2015” del autor Gómez (2016) se menciona que, la investigación fue realizada en las cafeterías de la ciudad de Tingo María, cuyo fin se enfocó en determinar la relación entre los factores (género, ocupación, ciclo de vida familiar, cultura, percepción, grupos sociales) y el consumo de café en las cafeterías (n=380). El tipo de estudio fue aplicado y de nivel relacional con diseño no experimental transversal relacional, el método aplicado fue el descriptivo relacional, se empleó un cuestionario donde se evaluó las características de la muestra, una encuesta adaptada de 7 ítems (5 tipo Likert y 2 dicotómica). De acuerdo con los resultados, se puede considerar que existe una relación significativa entre el factor del grupo de referencia y la frecuencia de consumo de café ($v = 0.394$, $p = 0.00$), del mismo modo, se afirmó la relación significativa entre el factor beneficio y frecuencia de consumo de café ($v=0.469$, $p=0.00$), y, también, se sostuvo que entre el factor de consumo individual-colectivo y la frecuencia de consumo de café ($v=0.430$, $p=0.00$) existe una importante relación.

De acuerdo con la investigación denominada “CONSUMIDORES DE CAFÉS ESPECIALES EN BARRIOS DE LA ZONA NORTE DE LA CIUDAD DE RECIFE-PE” de la autora Silva (2019) manifiesta que, en el consumo de café se han dado variaciones, de manera principal en relación con el creciente mercado consumidor, el nuevo momento de consumo de cafés de mayor calidad y la apertura de cafeterías de especialidad en la región metropolitana de Recife, incluido el Norte, apoyándose de la motivación para la iniciación de esta investigación, se presentó como objetivo caracterizar el consumo de cafés especiales, levantando datos sobre el conocimiento del consumidor sobre el tema. Los procedimientos en relación a la metodología se ubicaron en un estudio exploratorio, es decir, análisis cualitativo, aplicación de un cuestionario en la recopilación de datos, observación de café y

entrevistas sobre hábitos de consumo. Los resultados hallados indicaron que de las personas que fueron partícipes en la investigación, el 56,9% no poseía una idea de qué es un café especial. El café es la segunda bebida más apreciada por los encuestados y el tipo de café más consumido es el tradicional, sin embargo, el consumo de cafés especiales ha ido en incremento a causa de los hallazgos en relación con sus características sensoriales. Hay una directa relación entre el incremento de los ingresos y el incremento del número de consumidores de cafés especiales, así mismo, se observó que para probar este producto se necesita disponer de un ingreso que pueda sobrellevar los costos del placer social sumado a él. Se contempló que, inclusive ante la crisis económica, el consumo incrementó a causa del estatus que se le ha dado, lo que destacó la necesidad que conciben las personas de ser parte de grupo determinado.

d.2. MARCO TEÓRICO

“La amistad es como el café, una vez frío nunca vuelve a su sabor original, aún si es recalentado” frase de Kant citado por la página web “Salzillo” (2014).

d.2.1. EL CAFÉ

Figura 1

El café



Nota. Adaptado de *El Café*, por Daniel Ramírez, (2013), Pixabay (<https://cdn.pixabay.com/>).

d.2.1.1. Breve descripción y origen del café

Según, los autores Peña et al. (2014) en su obra *Amor por el café: el libro del café y su gastronomía* mencionan que, *el cafeto* pertenece a la familia de las rubiáceas, el género *Coffea*, es un árbol de altura variable, pueden medir hasta 20 metros con hojas opuestas, lanceoladas, persistentes y tiene un bello color verde intenso. Sus flores son blancas y aromáticas similares a las del jazmín y su fruto, el café, es una baya de color rojo compuesta por dos núcleos.

De estas, las de máxima relevancia por nivel de producción mundial son la *Coffea arábica* y la *Coffea canephora* (denominada *Coffea robusta*) y, en menor medida y con escaso impacto comercial, se cultivan la *C. Liberica*, la *C. Racenosa* y la *C.*

Sthenophilla, entre otras. En función de su adaptabilidad al medio, nivel de producción o resistencia frente a enfermedades, podemos encontrar otras variedades dentro de la arábica, como pueden ser la *Typica*, la Caturra, la Mundo Nuevo, la Catuaí, la Frontón o la Limaní. (Peña, García, Negreira, & Gaspar, 2014)

d.2.1.2. Producción del Café

Según, Mora (2008) manifiesta que, los suelos que se destinan a la producción de café necesitan un cuidado minucioso mediante la aplicación de fertilizantes tanto directamente en el suelo como a través de vía foliar para lograr niveles satisfactorios de producción. Sin embargo, debido a los bajos precios en el mercado internacional, el alto costo de los fertilizantes y los bajos márgenes de ganancia de los productos hacen que sea muy complicada la necesidad de concientizar sobre su uso. El diagnóstico de los requerimientos nutricionales del cafeto, si se complementa con la asesoría técnica especializada, es la parte fundamental para lograr una fertilización racional y económica.

El autor también señaló que, el primer paso al construir un almacigal de café y el más importante es tener bien seleccionadas las semillas, en lo referente al éxito de la siembra futura, en gran medida se ve reflejada en la pureza genética y salud.

d.2.1.3. Variedades del Café

Los autores Abarca y Armendáriz (2014) mencionan que, las principales variedades de café son las siguientes:

- 1. Coffea arábica (café arábigo).** - Es nativo de las tierras altas de Etiopía, entre los 1300 y 2000 msnm. Sus características morfológicas de copa piramidal, de arbusto, sus frutos son de tipo ciruela, hojas elípticas, tendidas y a veces lanceoladas, y, se producen en una estación determinada. Es cultivada en gran parte del mundo, una

cualidad es que los cultivos de zonas montañosas son de mejor calidad y es el que más apreciación tiene por parte de los consumidores.

2. **Coffea canephora (café robusta).** - Es un árbol o arbusto liso con hojas anchas que son onduladas, oblongas, cortas, de 30 cm de largo, 15 cm de ancho y ovaladas de 16 mm de largo. Es cultivado en zonas de bajas altitudes, generalmente posee más resistencia a las plagas y enfermedades, a las temperaturas altas y a las fuertes lluvias, sus frutos al ser procesados producen una bebida menos aromática. (p. 34)

d.2.1.4. Etapas que permiten conservar la calidad de café:

“Se pueden dar ciertas etapas de cuidado para conservar la calidad durante el proceso productivo del café” (Cornejo, Rodríguez, & Ochoa, 2013), estos autores mencionan las siguientes etapas:

1. El método más adecuado es cortar el café después de que esté completamente maduro, pero en clima lluvioso y otras condiciones climáticas, se lo puede cortar pinto con el fin de evitar que los frutos se caigan y se reduzca la cosecha.
2. Con el fin de minimizar la ocurrencia se debe procurar la frecuencia de corte entre pasadas en cada plantío lo recomendable es que se lo haga cada 15 o 20 días en promedio.
3. Se recomienda brindar una buena y constante capacitación a los cortadores y acompañar supervisando el trabajo para evitar que se corte el café verde.
4. El proceso de traslado de café al beneficio húmedo se debe realizar de inmediato luego de que se efectuó la medida para que se evite que el fruto se empiece a fermentar.

5. El excelente beneficio húmedo comienza con un equipo de despulpado limpio y bien calibrado con el fin de evitar que la contaminación dañe la calidad y daños por mordedura o quebradura de granos.
6. El despulpado se debe realizar en seco, esto permite lograr una mejor eficiencia de la despulpadora y se disminuye la cantidad de aguas servidas que deben ser tratadas con el fin de evitar la contaminación del medio ambiente.
7. El fermentado debe ser el óptimo, este proceso se ejecuta para quitar el mucílago o miel que posee el grano maduro, el tiempo al que se debe someter a fermentación depende de las zonas por condiciones climáticas, infraestructuras y volumen de café a fermentar, la mejor forma de determinar si está en óptimas condiciones de fermentado se debe realizar una prueba que consiste en la introducción de un palo redondo y grueso en el café hasta el fondo de la pila y si al sacarlo queda un hueco, ello es un indicador de que está de punto. Si se produce demasiada fermentación ocasiona problemas de taza, en el pergamino se percibe olor a vinagre o chicha fermentada y toma color rojizo, dicha característica se observa con mayor claridad en la ranura del grano.
8. El proceso de lavado del café con el que se quita el mucilago debe ser realizado con agua limpia, sin agentes contaminantes, debido a que esto puede ser ocasión de pérdida de la calidad nata del grano.
9. Una buena práctica es secar el café en cajas de madera y tamices para reducir el riesgo de fermentación adicional o crecimiento de moho cuando el productor lo almacena por un tiempo corto antes de almacenarlo en el centro de recolección.

10. El proceso de transportar el café lavado debe ocurrir de inmediato luego de la lavada, así, se garantizará que llegue al beneficio seco donde se secará para luego ser almacenado, si existe demora en este proceso de transporte puede ocasionar fermentación, un proceso que causa daños en la calidad. (p. 19)

d.2.1.5. Peligros en el secado del café

Figura 2

Defectos físicos del café y su efecto en la bebida

Defecto físico	Aroma y sabor de la bebida
Brocado	Extraño, áspero, contaminado, sucio, fenol
Mohoso	Tierra, moho, fenol
Contaminado	Químico, tierra, combustibles, solventes, fenol
Vinagre	Agrio, fermento, descompuesto, <i>stinker</i> , hediondo, nauseabundo
Negro	Acre, sucio
Decolorado	Mohoso, sucio, envejecido, reposo
Mordido	Sucio, descompuesto, mohoso

Nota. Adaptado de *Riesgos para la calidad y la Inocuidad del Café en el Secado* (p. 2), por G. Puerta (2013), Cenicafé (<http://biblioteca.cenicafe.org/bitstream/10778/399/1/avt0371.pdf>).

Figura 3*Determinación de los peligros en el secado del café al sol*

Tipo de riesgo	Riesgo	Causa y justificación	Probabilidad del riesgo	Significado del riesgo	Medidas preventivas
Físico	Tierra Cenizas Polvo	-Calzado del operario -Pisar el café -Ambientes de secado	Media	Bajo	BPA Capacitación de los operarios Diseño e instalación del secador
Biológico	Hongos	-Guardar café húmedo -Mezclas de café con diferente grado de humedad -Capas gruesas de secado -Ambientes contaminados con hongos -Animales en contacto con el café	Media	Alto	BPA Diseño, capacidad e instalación del secador Higiene de ambientes de secado Uso de trampas contra la broca Control de operaciones: Separación y rotulación de las áreas de secado Inicio del secado del café inmediatamente después del lavado Evaluación del contenido de humedad del grano Empleo de capas de secado menores a 3 cm Revolver el café durante el secado
	Insectos	-Guardar café húmedo -Daño por la broca			
Químico	OTA	-Guardar café húmedo -Mezclas de granos de café con diferente grado de humedad -Secado incompleto	Media	Alto	BPA Higiene de superficies y ambientes de secado Control de operaciones: Secar el café después del lavado Controlar la humedad del grano Usar capas de secado menores a 3 cm Revolver el café durante el secado
Defectos físicos	Decolorado Flojo Aplastado Pelado Mohoso	-Falta de control de la humedad del grano -Pisar el café -Daño del grano de café	Media	Alto	BPA Higiene en los secadores Diseño de utensilios de secado Capacitación de operarios en manejo de utensilios y equipos Control de operaciones: Secar el café después del lavado Medir la humedad del grano Controlar el tiempo de secado Usar capas de secado menores a 3 cm Revolver el café durante el secado
Defectos en taza	Sucio Mohoso Terroso Fenol	-Falta de control de la humedad del grano	Media	Alto	BPA Materiales de los secadores Higiene en los secadores Capacitación de los operarios en secado del café Control de operaciones: Secar el café después del lavado y mantenerlo extendido hasta su secado completo Medir la humedad del grano seco Controlar el tiempo de secado Usar capas de secado menores a 3 cm Revolver el café durante el secado

Nota. Adaptado de *Riesgos para la calidad y la Inocuidad del Café en el Secado* (p. 4), por G. Puerta (2013), Cenicafé (<http://biblioteca.cenicafe.org/bitstream/10778/399/1/avt0371.pdf>).

Figura 4

Determinación de los peligros en el secado mecánico del café

Tipo de riesgo	Riesgo	Causa y justificación	Probabilidad del riesgo	Significado del riesgo	Medidas preventivas
Físico	Ninguno	Ninguno	Ninguno	Ninguno	-
Biológico	Hongos	<p>Guardar café húmedo</p> <p>Ambientes contaminados con hongos</p>	Media	Alto	<p>BPA</p> <p>Capacitación del operario de secado</p> <p>Diseño y capacidad del secador</p> <p>Higiene de los ambientes de secado</p> <p>Control de operaciones:</p> <p>Medir la humedad del grano</p> <p>Usar las capas de secado según el diseño del secador</p> <p>Usar aire limpio para el secado</p>
Químico	OTA	Guardar café húmedo	Media	Alto	<p>BPA</p> <p>Capacitación del operario de secado</p> <p>Diseño y capacidad de secador</p> <p>Usar diseños con combustión externa</p> <p>Usar intercambiador de calor</p> <p>Higiene en ambientes de secado</p> <p>Rotular y almacenar adecuadamente los combustibles</p> <p>Control de operaciones:</p> <p>Medir la humedad del grano</p> <p>Usar capas de secado según el diseño del secador</p> <p>Controlar el tiempo de secado</p> <p>Usar aire limpio para el secado</p> <p>Operar el intercambio de los flujos según el diseño del secador</p>
	Combustibles	Combustibles almacenados inadecuadamente			
	Gases de combustión	Aire de secado contaminado con gases de combustión			
Defectos físicos	Decolorado Flojo Cristalizado Mohoso	<p>Falta de control de humedad del grano</p> <p>Uso de alta temperatura de secado</p> <p>Uso de combustión directa</p> <p>Retiro del café de los silos cuando todavía está húmedo</p>	Alta	Alto	<p>BPA</p> <p>Higiene en los secadores</p> <p>Capacitación para la operación de los secadores</p> <p>Diseño de los secadores</p> <p>Usar intercambiador de calor</p> <p>Control de operaciones:</p> <p>Iniciar secado después del lavado</p> <p>Medir la humedad del grano</p> <p>Controlar el tiempo de secado</p> <p>Usar capas de secado según el diseño del secador</p> <p>Usar aire limpio para el secado</p> <p>Operar el intercambio de los flujos según el diseño del secador</p>

Continúa...

Continuación...

Tipo de riesgo	Riesgo	Causa y justificación	Probabilidad del riesgo	Significado del riesgo	Medidas preventivas
Defectos en taza	Sucio Mohoso Terroso Fenol Químico Ahumado	Falta de control de la humedad del grano Dejar los granos de café en los silos o en los secadores apagados, cuando todavía los granos están húmedos	Alta	Alto	BPA Higiene en los secadores Capacitación para la operación de los secadores Control de operaciones: Iniciar el secado después del lavado Medir la humedad del grano Controlar el tiempo de secado Usar capas de secado según el diseño del secador Usar aire limpio para el secado Operar el intercambio de los flujos según el diseño del secador

Nota. Adaptado de *Riesgos para la calidad y la Inocuidad del Café en el Secado* (p. 5-6), por G. Puerta (2013), Cenicafé (<http://biblioteca.cenicafe.org/bitstream/10778/399/1/avt0371.pdf>).

d.2.1.6. Influencia del café en la salud nutricional del ser humano

Según, Hernandez (2010) manifiesta que, el café al borde de su consumo tan extenso y tradicional como una bebida estimulante, en la actualidad ha ido adquiriendo un importante valor gastronómico, la cafeína es el principal compuesto, su principal acción se produce en el sistema nervioso central, sin embargo hoy en día se le han atribuido otros beneficios, entre los cuales este autor destaca los siguientes:

- a. Sobre el Sistema Nervioso Central (SNC).** – En dosis moderadas, puede estimular la vigilia, reducir la fatiga, promover la concentración, aumentar el rendimiento intelectual, reducir el tiempo de reacción y proporcionar una cierta sensación de euforia y felicidad. En *dosis elevadas*, Tomar altas dosis puede provocar nerviosismo, ansiedad, insomnio, palpitaciones y temblores. Por otro lado, la cafeína puede ayudar a controlar las migrañas y los dolores de cabeza.
- b. Sobre el Sistema Cardiovascular.** – La cafeína es un estimulante cardiaco, provocando un aumento de la fuerza de contracción muscular y del gesto cardiaco.

El *consumo excesivo de café* y las altas concentraciones de cafeína ingeridas, corre el riesgo de padecer taquicardia.

- c. **Sobre el aparato digestivo.** – *Una concentración demasiado alta* puede irritar la mucosa gástrica y provocar náuseas y vómitos. No se han demostrado pruebas concluyentes de que el café cause lesiones gastrointestinales.
 - d. **Sobre el aparato respiratorio.** – La cafeína produce una suave relajación. Así, desde muchos años atrás se conoce que tiene efectos *positivos* del café en los procesos asmáticos.
 - e. **Sobre la musculatura Esquelética.** – Beber café también puede mejorar la función muscular porque hace que las contracciones sean más efectivas y reduce la fatiga. Sus efectos sobre el sistema nervioso central conducen a la mejora de las funciones corporales, especialmente en tareas que requieren más fuerza física que inteligencia.
- (p. 344)

d.2.1.7. Acciones del café relacionadas con algunas enfermedades

Además, Hernández (2010) menciona que, estudios atribuyen al café una serie de acciones relacionadas con algunas enfermedades, de las que el autor destaca las siguientes:

1. **Actividad antioxidante.** – Investigaciones han demostrado que existe un incremento en la capacidad antioxidante total del café tostado en relación al café verde.
2. **Disminución del riesgo de sufrir Diabetes mellitus tipo 2:**

Este autor expresa que, en un estudio llevado a cabo en Holanda durante 10 años y con una población de más de 17.000 individuos de ambos sexos y de edades

comprendidas entre 30 y 60 años, se comprobó que aquellos que consumían más de 7 tazas de café al día tenían un 50% menos de probabilidad de desarrollar diabetes mellitus tipo 2 que los que los que tomaban un máximo de 2 tazas al día. (p. 345)

Por otro lado, debido a los efectos secundarios que puede ocasionar un consumo excesivo, se recomienda estar atento cuando se sugiera un aumento en el consumo de café.

3. Prevención de las enfermedades de Parkinson y Alzheimer. – Varios estudios han dado a conocer que existe una correlación entre el consumo de café en cantidades moderadas entre 2 y 3 tazas y la reducción del riesgo de padecer Parkinson y Alzheimer. (p. 345)

d.2.1.8. El consumo de café mejora el rendimiento de nuestro cerebro

Según, el Instituto Tomás Pascual Sanz (2013) manifiesta que, por su alto contenido en cafeína, el café es bueno para las personas que necesitan trabajar en turnos de sus compañeros o por el cansancio a causa de una presentación en un auditorio y deben estar despiertas por periodos de tiempo muy prolongados, no pudiendo disfrutar de la hora, ni del tiempo normal del sueño. Esta tesis ha sido respaldada por un estudio de opinión elaborado por el Centro de Información Café y Salud mediante los trabajadores del turno de noche de los colectivos de enfermeras y transportistas. En donde se encontró que el 68% de las enfermeras y el 73% de los transportistas consumen 1 o 2 tazas de café antes del inicio de su turno o durante el mismo. Siendo su aroma y sabor una de las razones por las que prefieren tomar el café, además, consideran que les ayuda a combatir el cansancio y la somnolencia, sin embargo, apenas el 16% cree que les puede ayudar a mejorar sus niveles de atención y alerta, que la ciencia demuestra dentro de los beneficios del café. En dicha encuesta también se encontró que el 65% de las personas que toman café frecuentemente han logrado notar

ciertas diferencias en cuanto a las noches que no lo consumen y el 58% de los transportistas y el 39% de las enfermeras han notado que les provoca más sueño y cansancio.

Este instituto también manifiesta que, la relación de la cafeína y la conducción, es que, mediante los estudios que se han realizado se ha demostrado que la cafeína ayuda en la mejora de la atención beneficiando a la concentración al momento de realizar actividades que requieren atención continua durante bastante tiempo. Una vez ingerido el café se observa un aumento en la rapidez de los tiempos de reacción incrementando la velocidad de respuesta y la precisión, logrando reducir el riesgo de cometer errores. La razón para ello parece ser que incrementa la atención visual y sirve de ayuda para el cumplimiento de las tareas diarias como la conducción.

d.2.1.9. El consumo responsable de cafeína es un hábito saludable

Así también, el Instituto Tomás Pascual Sanz expresa que, el común de la gente por lo general posee muchas dudas cuando se habla de la seguridad de consumir cafeína o existen algunos riesgos, pero estos efectos adversos asociados a la cafeína, como la tendencia a que exista un incremento en la ansiedad, la tensión o el nerviosismo, esto solo se lo relaciona con el consumo de más de 400mg/día, o en personas en situación de vulnerabilidad ante la existencia de este tipo de efectos.

Este instituto manifiesta que, a nivel coloquial a veces se habla de “adicción” a la cafeína. Sin embargo, la Organización Mundial de la Salud no ha considerado a la cafeína dentro de la categoría de las adicciones y en la actualidad existen evidencias científicas más que suficientes como para determinar que el consumir moderadamente la cafeína en aproximadamente 400 mg. es considerado un hábito y no una adicción, de la que se producen beneficios reales en nuestra salud y nuestro rendimiento cognitivo.

d.2.1.10. Cantidades Normales o Excesivas de Consumo de Cafeína

Según, “Mayo Clinic” (2020), para la mayoría de las personas se puede consumir con seguridad tanto en los adultos sanos como en los jóvenes hasta 400 mg de Cafeína por día, lo que representa aproximadamente a 4 tazas de café de filtro.

Además, Mayo Clinic expresa que, aunque el consumo de cafeína puede resultar seguro en los adultos, no se recomienda en los niños, procurar limitar en los adolescentes el consumo de cafeína y se debe evitar mezclar cafeína con otras sustancias, o bebidas como el alcohol. Incluso en los adultos, la cafeína puede ser dañina y causar efectos adversos. Por otro lado, es mejor no recomendar la cafeína en personas que padezcan sensibilidad a sus efectos o que están tomando ciertos medicamentos.

Del mismo modo indica que, el tomar más de 4 tazas de café con cafeína por día o su equivalente, adicional a esto, si se presentan efectos secundarios como: migraña, insomnio, nerviosismo, irritabilidad, agitación, micción frecuente o incapacidad para controlar las micciones, malestar estomacal, latidos del corazón rápidos y temblores musculares, tal vez sea recomendable reducir la cantidad de consumo de café, como medida de precaución y prevención procurando proteger su salud.

Por otro lado, Hernández (2010) indica que, los efectos secundarios que se derivan o se producen a causa del consumo de café en su mayoría estos efectos se los logra presenciar cuando se da un consumo excesivo, por lo que el consumo en cantidades moderadas dichos efectos no se suelen presentar. (p. 345-346)

d.2.1.11. Países Latinoamericanos Consumidores de Café

Según Cardozo, (s.f.) en la página web Cafemalist manifiesta que, los países latinoamericanos dentro del ranking de los mayores consumidores de café son: en el puesto 31° *Brasil* consume 0,6 de tazas por día; en el puesto 33° *Colombia* consume 0,5 de tazas por día; en el puesto 36° *Chile* consume 0,4 de tazas por día; en el puesto 38° *Uruguay* consume 0,39 de tazas por día; en el puesto 44° *Venezuela* consume 0,31 de tazas por día; en el puesto 45° *Guatemala* consume 0,31 de tazas por día; en el puesto 48° *Argentina* consume 0,29 de tazas por día; en el puesto 54° *México* consume 0,21 de tazas por día; y, en el puesto 65° *Bolivia* consume 0,09 de tazas por día.

Así también se menciona que, Brasil es el mayor consumidor de café de América Latina, le siguen Colombia y Chile respectivamente. México siendo uno de los exportadores más importantes las tendencias de los últimos años indican que los mexicanos tendrán un incremento en el consumo de café, debido a la nueva cultura que rodea al café en el país en mención. Esta tendencia en el incremento del consumo se dará en la mayoría de los países latinoamericanos, inclusive en países como Ecuador y Perú que no han entrado en la lista del ranking de consumo.

d.2.1.12. Consumo de café en Ecuador en los cantones Jipijapa y Loreto.

Cantón Jipijapa Provincia de Manabí.- Según, Ponce (2017) en el cantón Jipijapa la frecuencia con que las personas toman una taza de café es: el 82% consume de 1 a 2 tazas por día, el 0% consume de 2 a 4 tazas diarias, el 13% consume de 2 a 4 veces por semana y el 5% consume una vez por semana. (p. 57)

Así también este autor menciona que las razones que le motivan a tomar café son: el 42% por costumbre, el 23% cuando hace frío, el 12% por su sabor, el 10% para no dormir, el 8% para relajarse, y, el 5% compartir con terceros. (p. 68)

Cantón Loreto Provincia de Orellana. – según Grefa (2014), indica que las razones por las que consumen el café son: el 62,68% por el buen aroma, el 28,99% por el hábito que tienen, y, tan solo el 8,33% por el precio accesible. (p. 37)

Así también, menciona las tazas de consumo en las familias: el 30,7% consume dos tazas al día de café, el 28,62% consume tres tazas, el 18,12% una taza de café, el 17,39% consume cuatro tazas de café, el 2,54% consume nueve tazas de café, el 2,17% consume siete tazas de café, y tan solo un 1,09% consume doce tazas de café al día; el rango de tazas de café que más consumen se encuentran entre dos tazas y tres tazas de café al día. (p. 34)

d.2.2. EL CONSUMIDOR

d.2.2.1. El Comportamiento del consumidor

Según, Solé (2003) entender a los consumidores: la demanda, el proceso de decisión de compra y los factores que restringen a los consumidores, pueden beneficiar en la producción de la empresa como, al mismo consumidor, además, al hablar de los beneficios tanto para el consumidor como para la empresa, lo indica de la siguiente manera:

- a. Beneficios para el Consumidor.** - Cuando hablamos de consumidores, nos enfocamos en sus necesidades, en brindar, orientar y permitir obtener una mayor satisfacción a la hora de comprar y consumir productos. Si estos logran adaptarse a sus necesidades y los precios fijados son de acuerdo a lo que se ha predispuesto a pagar, sentirá una mayor satisfacción. Si, además, se ha logrado conocer los determinados procesos de decisión de compra y los factores que influyen sobre él,

esto facilitará al momento de distribuir y promocionar los productos a fin de que el consumidor tome una decisión de la forma más adecuada y conveniente.

- b. Beneficios para la Empresa.** – Si nos enfocamos en el desarrollo de una estrategia comercial que se adapte al consumidor de acuerdo a sus necesidades y preferencias, esto permitirá un mayor incremento de la demanda de los productos que ofrecen las empresas. De este modo se logrará tener una mayor inserción e incrementar la participación en el mercado, así como, el aumento de los beneficios y utilidades de la empresa u organización. (p. 13)

d.2.2.2. Consumidores Personales y Organizacionales

Además, Solé (2003) manifiesta que al realizar un estudio sobre el consumidor debe hacerse tomando conciencia de los tipos de consumidor que se puede encontrar. Así también, la autora distingue dos principales tipos:

- a. Consumidor Personal.** – Al hablar del consumidor personal nos referimos a la persona que adquiere bienes y servicios para uso personal o uso propio (un cepillo de dientes), para el uso en los domicilios (una libra de azúcar), para uso de terceros (permite establecer contacto con ellos a través de relaciones familiares o de amistad, y es realizado sin fines de lucro, como la compra de un chaleco para regalarle a su esposa por Navidad). Se trata del consumidor de una determinada compra que se lo hacen con el fin de que sea utilizado por la misma persona por lo que se lo denomina *consumidor o usuario final*.
- b. Consumidor Organizacional.** – Se refiere a la compra y consumo que se realiza por parte de las empresas y de otras entidades o instituciones tanto de bienes como de servicios que permiten a estas incorporar a sus procesos de producción con el fin de

desarrollar productos y servicios que luego han de ofrecer al mercado, ya sea con fines de lucro o sin fines de lucro. De esta manera, las empresas pueden obtener materias primas para desarrollar productos que se ofrecerán en el mercado en el futuro, y las empresas lo hacen brindando servicios bajo estándares de calidad y cumpliendo las expectativas del cliente. Así también, instituciones ya sean estas escuelas, hospitales, prisiones, entre otras, deben adquirir todo aquello en cuanto a materiales se refiere que van a utilizar para llevar a cabo sus actividades. (p. 15)

d.2.2.3. Actividades que incluye el proceso del comportamiento del consumidor

Según, *G. Berenguer (2000)* citado por Bengueret et al. (2014) menciona que el proceso de comportamiento del consumidor está integrado por tres etapas:

- 1. La *precompra*.** – es el proceso en el que el consumidor detecta las necesidades que desea satisfacer y los problemas a ser solucionados, para los cuales realiza el proceso de búsqueda de información, en donde descubre y observa las diversas ofertas comerciales, realiza visitas a las tiendas donde evalúa y selecciona las posibles alternativas.
- 2. La *compra*.** – en esta etapa es donde el consumidor procede a la selección de un establecimiento, delimitando las condiciones de la transacción y se encuentra sometido a una fuerte influencia de variables situacionales que proceden fundamentalmente de la tienda o local.
- 3. La *poscompra*.** – Este proceso ocurre cuando el producto comprado ha sido utilizado después de la compra, o el consumidor comienza a disfrutar del proceso de producir diferentes sentimientos de satisfacción o insatisfacción, generando una experiencia con el producto.

d.2.2.4. Impacto de la revolución digital en el comportamiento del consumidor

Según, Schiffman y Kanuk (2005) mencionan que, la revolución digital que se ha implementado en los mercados, actualmente permite un alto grado de personalización en los distintos productos, servicios y mensajes publicitarios siendo mucho mejores que las antiguas herramientas de marketing, permitiendo a los mercadólogos la gran oportunidad de establecer y conservar relaciones con sus clientes. Por otro lado, el mismo desarrollo y evolución constante de la tecnología le da al consumidor la oportunidad de obtener mayor información sobre los diferentes productos y servicios de una forma más rápida y eficaz, y, el más importante beneficio es que se lo puede hacer desde la comodidad de su hogar. (p. 4)

Además, estos autores también señalan que la revolución digital en los negocios ha representado muchos cambios importantes en las últimas décadas:

- **Los consumidores tienen mayor poder que antes.** – Utilizan "agentes inteligentes" que pueden encontrar los mejores precios para productos y servicios, realizar pedidos en varios puntos de venta, evitar las tiendas de distribución y los intermediarios, permitiendo comprar un bien en cualquier parte del mundo y ajustando el horario a su conveniencia.
- **Los consumidores pueden obtener información de forma más fácil y cómoda.** – Con solo un clic, se logra acceder de manera más fácil a las calificaciones y las características de los diferentes modelos de productos en los sitios web y suscribirse a una "comunidad virtual" de personas que tienen los mismos intereses que otros usuarios o consumidores sobre el producto que se va a comprar.
- **Los vendedores ofrecen más servicios y productos que antes.** – en un mundo digitalizado permite a los comerciantes *personalizar* los productos y servicios que

están ofreciendo y, ofrecerlos a la venta a precios moderados. Además, se da la oportunidad de lograr una adaptación de los mensajes promocionales al gusto del cliente que se destinan a muchas personas.

- **El intercambio entre vendedores y consumidores es cada vez más dinámico e rápido.** – La publicidad tradicional puede estar relacionada con una calle de sentido único. Los proveedores o empresas utilizarán varios medios y gastarán mucho dinero con el fin de atraer a una gran cantidad de compradores potenciales y luego utilizarán análisis de ventas futuros o en un estudio de mercado. La comunicación digital, por otro lado, hace que sea posible en dos sentidos el intercambio interactivo, en donde los consumidores responden de manera casi inmediata al mensaje que el comerciante ha ofrecido.
- **Las empresas pueden obtener más información sobre los consumidores de forma más rápida y sencilla.** – Verifican el comportamiento online de los consumidores de la misma forma, desde que acceden como visitantes al sitio web y se registran para proporcionarles cierta información acerca de sí mismos, antes que utilicen contenido del sitio. De este modo, las empresas crean y actualizan las bases de datos de sus clientes de manera eficaz y poco onerosa.
- **La influencia va más allá del alcance de las conexiones de red basadas en computadoras personales (PC).** – Hoy en día la mayoría de la interacción y comunicación digital entre empresas y consumidores se efectúa a través de una PC que se conecta a la web a través de una línea telefónica, un cable módem u otra conexión de alta velocidad. Sin embargo, la revolución digital también proporciona diferentes asistentes digitales personales (PDA), que pueden conectarse fácil y rápidamente a la Web sin la necesidad de cables. Así mismo, en numerosos

domicilios estadounidenses tienen codificadores de televisión por cable que sirven de beneficio para la comunicación en dos sentidos con las cadenas transmisoras y conforme cambiemos a la televisión de alta definición, todos los subscriptores de televisión por cable obtendrán acceso a tales codificadores. (p. 4-6)

d.2.1.5. Características del consumidor de café

Según, (Arellano, 2012), citado por Natividad & Tucto (2019, pág. 31) estas autoras manifiestan que, por en su estudio sobre el consumidor peruano, con el fin de ofrecer información sobre el comportamiento del consumidor y sus costumbres, además de descubrir oportunidades y mejorar las decisiones que implementen las empresas. El estilo de vida está incluido en la investigación; agrupa a personas dentro de un segmento similar, esto va más allá del género o la edad, estos están relacionados con su comportamiento como consumidores: Sofisticados, buscan disfrutar del dinero que ganan y no escatiman en gastar más por disfrutar de productos de calidad. Progresistas, Son prácticos y racionales a la hora de decidir su consumo. Modernos, son compradores que disfrutan de comprar por cuanto le dan mucha importancia a la calidad. Adaptados, buscan marcas que puedan garantizar una alta tasa de adquisición valor. Conservadores, buscan el ahorro, lo tradicional y dan mayor importancia a necesidades familiares. Austeros, buscan productos económicos y nutritivos, no le dan importancia a la marca.

Según, Kantar Worldpanel (2018), citado por Natividad & Tucto (2019, págs. 31-32) estas autoras indican que, a diferencia de lo antes mencionado por Arellano, en este punto expresan lo siguiente sobre los peruanos en relación al tipo de consumidores: Ahorradores, figuran en el 10% de la población, optan por productos con formatos grandes y dan mayor importancia al cuidado del hogar. Malabaristas, no disponen de un presupuesto alto, les gusta realizar sus comprar en bodegas y pequeñas presentaciones. Planificadores,

planean comprar pensando siempre en el ahorro de dinero, indagan diversidad de formatos, y dan mucha importancia a la relación calidad-precio. Despreocupados, dan prioridad a marcas de alta calidad en alimentos y bebidas, optan por autoservicios, su gasto es un 40% superior al promedio. Escaladores, sus compras en gran mayoría las ejecutan en bodegas y mercados, son consumidores digitales.

d.2.1.6. Hábitos del consumidor de café

Según Mercawise (2017) en su estudio de mercado sobre consumo de café y cafeterías en México, menciona que, este país no solo por ser un país con buenas áreas de cultivo, sino también por su consumo, se puede considerar un país cafetero, sabiendo cómo degustarlo, considerando que casi la mitad de la población está tomando café y su consumo es constante. Esto la convierte en una bebida caliente favorita.

- **Factores que influyen en la toma de decisiones**

En México, según lo que menciona Mercawise, aunque algunas cadenas de café son muy famosas y tienen variedad de sabores, y el hecho de que haya una sucursal a menos de medio kilómetro de distancia entre sí, hay muchas otras cosas valiosas, de las cuales las más necesarias son la diversidad de sabores, la limpieza del lugar, la calidad del café, la ambientación de las instalaciones y el precio. Estas características también incluyen a pequeñas cafeterías locales, que son populares entre los clientes, pero a diferencia de las grandes cadenas, no tiene que pagar demasiado. Así mismo, en esencia, lo que se busca es lograr un equilibrio entre calidad y precio sin olvidar la delicia del café. En cuanto a la frecuencia de visitas a las cafeterías, se puede decir que varía mucho según el estilo de vida e incluso la temporada, pero en promedio las personas visitan de 1 o más veces en la semana. Del mismo modo, algunas de las bebidas alternativas en la cafetería incluyen té, chocolate, galletas de acompañamiento, batidos fríos o al mismo tiempo. Y, en cuanto al precio, este

es uno de los factores decisivos, se sabe que las cafeterías de acuerdo a las regiones y algunos otros temas exclusivos (no de calidad) han cambiado, el rango de precios es muy amplio.

Por otro lado, según, Sierra (2013) manifiesta que, en *Colombia* le café con leche en casa es inicio de la categoría, este consumo ha permanecido de por vida. Aunque esto varía por país / región, el consumir café negro (tinto), principalmente en adolescentes, con la motivación de los compañeros como consumidores al entrar en educación técnica o superior o al inicio de la fase de producción. Del mismo modo, sobre la ocasión y preparación, el consumo de café se da mayormente por la mañana lo que representa un 47% del consumo diario: al levantarse café negro y café con leche en el desayuno; café por la tarde se toma después del almuerzo, en algunas partes del país, café con leche y pan; y, al final del día, café negro con arepa. Así también, sobre el café preferido y su elaboración, los colombianos son grandes bebedores de café tostado y molido: 86 kg de cada 100 kg vendidos son café tostado, excepto en el departamento de Antioquia, aquí el 40% del café que bebes es soluble. Por lo tanto, la preparación es la clave para lograr permitirse disfrutar de una bebida aromática y fuerte destacando los atributos en todo el proceso de producción. Por último, cabe destacar que, el café consumido en Colombia es sinónimo de felicidad, sentido de pertenencia, es para compartir con amigos o familiares, o en diferentes lugares.

d.2.3. PROVINCIA Y CIUDAD DE LOJA

d.2.3.1. Generalidades de la Ciudad de Loja

Según, EcuRed (s.f.) expresa que, Loja es la capital del cantón Loja, posee una exquisita tradición sobre las artes, motivo por el cual se la conoce como la capital musical y cultural del Ecuador. También, es conocida como la cuna de la música nacional. Está llena de riqueza, cultura y tradición. Tiene muchas opciones en cuanto a conocimiento,

entretenimiento y experiencia. Está caracterizada por su religiosidad y su devoción a la Virgen de El Cisne.

Por otro lado, según el Municipio de Loja (s.f.) manifiesta que en la ciudad de Loja existen actualmente seis parroquias que son parte del perímetro Urbano y estas son: San Sebastián, Sucre, El Sagrario, El Valle, Carigán y Punzara.

El cantón Loja posee una población de 214.855 habitantes de los cuales 170.280 pertenecen al área urbana y 44.575 al área rural, evidenciándose una distribución desequilibrada de la población, la ciudad de Loja como cabecera cantonal concentra el 79,25% de la misma. En efecto, la desigualdad campo-ciudad se evidencia hoy en día en diversos indicadores, por ejemplo, las cifras proyectadas del censo de población y vivienda del año 2010, señalan que la Población Económicamente Activa (PEA) del Cantón Loja es de 91.978 (42,81%): ocupados 95,21%, desocupados 4,79%. De ellos se dedican a actividades del sector primario 11.133, es decir un 12,10% de la PEA. Cabe destacar que dentro de los productores agropecuarios existe un número significativo de trabajadores familiares sin remuneración, 2.267 que equivale a un 3,7% de la PEA. Así el sector agropecuario, siendo muy importante desde la perspectiva de la población que se involucra, no obstante, tiene un aporte débil al producto provincial bruto. (GAD Loja, 2014)

Así también, EcuRed manifiesta que la población económicamente activa del cantón Loja, en su mayoría se dedica en un 19% a la agricultura y ganadería, seguida por el 17% del comercio y por el 17% que se dedica a la enseñanza, el resto del porcentaje por el 30% de la PEA está situado en actividades tales como construcción, administración pública, industrias manufactureras, transporte y comunicaciones.

d.2.3.2. Actividad agro productiva

Según, el Gobierno Provincial de Loja – GPL (2011) manifiesta que el Sector Primario estudia las actividades: agrícola, pecuaria, forestal, acuícola y minera. El peso específico de las actividades agrícola y pecuaria que se realizan en la provincia de Loja son bastante altas debido a que las tareas productivas son las que más se desarrollan, ocasionadas por la correlación con otras actividades que se ejecutan en la zona han liderado el proceso de dinamización productiva en la economía de la provincia. Además, los subcomponentes agro y pecuario facilitan los alimentos, bebidas, fibras y productos medicinales para el consumo de la población. Adicionalmente, brindan materias primas de origen agropecuario a las industrias locales y las ubicadas en las ciudades, que posteriormente se comercializan fuera de la provincia, incentivando el comercio y los servicios, siendo de gran apoyo y ayuda a la producción. Al mismo tiempo, el sector primario ejecuta un significativo papel estratégico en la conservación de los recursos naturales, la seguridad alimentaria y participa en las exportaciones. El sector forestal y acuícola desarrolla un rol menor en la provincia. Un impacto menor tiene el sector minero, el cual se ha caracterizado por la extracción principalmente de materiales de construcción.

d.2.3.3. Loja un destino cafetero

Según, el Ministerio de Turismo del Ecuador (2018) indica que la provincia de Loja es reconocida en el ámbito nacional e internacional por su tradición cafetalera y por la producción de un café de calidad. Las condiciones agroclimáticas, los sistemas de producción y los procesos particulares que se desarrollan en el sector en el manejo del cultivo, cosecha y post cosecha conceden reconocimientos de la importancia trascendental para el café producido en la región, incluido el haber ganado siete campeonatos en el concurso Nacional Taza Dorada.

Además, el Ministerio de Turismo del Ecuador expresa que, desde el año 2012, la Mesa Provincial del Café trabaja en el mejoramiento de los niveles de producción, posicionamiento, competitividad y calidad del café Lojano. Así mismo, indica que la mesa está conformada por 8 instituciones públicas, 8 Gobiernos Autónomos Descentralizados Cantonales, 9 Gobiernos Autónomos Descentralizados Parroquiales, 10 empresas e instituciones privadas, 15 Asociaciones cafetaleras, 20 entre transformadores, comerciantes y productores independientes, y, por otros actores que integran la mesa. Todas las acciones que se desarrollan en base al café favorecen al mejoramiento de la economía de alrededor de 20.681 familias de caficultores de la provincia de Loja.

d.2.3.4. Loja, ciudad de arte y café

Según Adrade, (2015) expresa que Loja es una ciudad de artistas donde se puede saborear un café de calidad. Una importante combinación para descubrir los rincones de la Capital Musical del Ecuador. El *Café Indera* es un negocio que se ha transformado en uno de los sitios referentes de la ciudad, está ubicado en las calles 18 de noviembre entre José Antonio Eguiguren y 10 de agosto. El lugar es rústico y acogedor, además de que cuenta con una extensa diversidad de platos tradicionales como el sango lojano, también brinda café lojano *arábigo de altura* cien por ciento de procedencia. Manuel Romero, dueño del establecimiento que abrió en 2009, mencionó que los granos fueron recolectados en Chaguarpamba, 107 kilómetros al oeste de Loja. Así mismo, Romero señaló que todo el que visite Loja debe tomar café. Loja es una ciudad que “se caracteriza por ser la capital de café de altura de Ecuador”, expresa el propietario del negocio, quien sustenta esta aseveración en los resultados de la Taza Dorada, evento que ha sido organizado por Anecafé que se encarga de premiar al mejor café del país. De las siete ediciones que se ha desarrollado, cinco han sido ganadas por las haciendas cafeteras lojanas.

Además, este autor manifiesta que la mayoría del café que se consume en Loja proviene de los cantones Chaguarpamba, Olmedo y Quilanga. Otro sitio excelente para una reunión entre amigos o para el simple hecho de disfrutar un buen libro es *La Mancha del Quijote*, ubicado en las calles Bolívar y Azuay. Desde este local se puede apreciar y disfrutar de la arquitectura de la ciudad. Loja es una ciudad donde casi todos sus habitantes poseen alguna característica de artista. En esta tierra nacieron personajes ilustres como Benjamín Carrión, quien fue el fundador de la Casa de la Cultura Ecuatoriana, o el pintor Eduardo Kingman, uno de los máximos referentes del expresionismo nacional.

También indica que, la ciudad de Loja es cuna de los músicos más reconocidos como Salvador Bustamante Celi, autor de pasillos, pasodobles, tangos, boleros y otros géneros. Así también, Segundo Cueva Celi y Manuel de Jesús Lozano son otros de los exponentes musicales de Loja. Además, en lo que era el antiguo colegio Bernardo Valdivieso funcionaba el Museo de la Música, en su interior se almacenaban más de 2.000 partituras originales.

d.3. MARCO CONCEPTUAL

Interdependencia. - dependencia recíproca.

Commodities. - normalmente en referencia a las materias primas o a los productos básicos. Es anglicismo innecesario, que debe sustituirse por equivalentes españoles como mercancía(s), artículo(s) o bienes de consumo, productos básicos, materias primas, según los casos.

Estibador. - persona que tiene por oficio cargar y descargar las mercancías de las embarcaciones y se ocupa de la adecuada distribución de los pesos.

Benchmarking. – “es un proceso continuo por el cual se toma como referencia los productos, servicios o procesos de trabajo de las empresas líderes, para compararlos con los de tu propia empresa y posteriormente realizar mejoras e implementarlas. (Espinosa, 2017)

Brainstorming. – “También conocido como lluvia de ideas o tormenta de ideas, es una técnica creativa grupal cuyo objetivo es la generación de nuevas ideas sobre un tema o problema concreto en un ambiente relajado”. (Universidad de Champagnat, 2002)

Poder. - Estar una persona en condiciones de hacer determinada cosa por no haber nada que lo impida.

Valor. - Realidad o concepto de los que forman el conjunto de las cosas que determinan el comportamiento de una persona, o de la sociedad, según el grado de importancia que se les confiere.

Cadena. - Conjunto de máquinas e instalaciones dispuestas para que se pase sucesivamente de una a otra en el proceso de fabricación o montaje de un producto industrial y organizadas para reducir al mínimo el gasto de tiempo y esfuerzo.

Estándar. - Que sirve de patrón, modelo o punto de referencia para medir o valorar cosas de la misma especie.

Optimizar. - Conseguir que algo llegue a la situación óptima o dé los mejores resultados posibles.

Eficiencia. - Capacidad para realizar o cumplir adecuadamente una función.

Eficacia. - Capacidad para producir el efecto deseado o de ir bien para determinada cosa.

Reactivar. - Dar más intensidad o rapidez a una cosa.

Metodología. – Conjunto de métodos que se siguen en una investigación científica, un estudio o una exposición doctrinal.

Tradicional. - De la tradición o que está relacionado con ella por el modo de transmitirse o por su permanencia de generación en generación.

Perspectiva. - Manera de considerar un asunto o en que este se presenta al entendimiento.

Baya. - es el tipo más común de fruto carnoso simple.

Consumo Per Cápita. - Como consumo per cápita se conoce el consumo total (de productos, de alimentos, de agua, de energía, etc.) de un país o región dividido por el número de sus habitantes en determinado periodo de tiempo. Es un indicador que permite medir y analizar los índices de consumo en una población. (Significados.com, 2018)

Consumidor. - Que consume bienes y productos en una sociedad de mercado.

e. DISEÑO METODOLÓGICO

e.1. Tipo de Investigación

El presente trabajo se desarrolló bajo la investigación del *tipo descriptiva*, misma que permitió investigar en la población las características, consumo per cápita, hábitos y demás factores asociados al consumo en tazas de café; así también, se realizó con un *enfoque cuantitativo* ya que, se recolectó la información mediante la utilización de preguntas cerradas y se analizó estadísticamente los datos obtenidos para dar cumplimiento a cada objetivo de la investigación.

e.2. Área de Estudio

La investigación se efectuó al sur del Ecuador, provincia de Loja, específicamente en el área urbana de la ciudad de Loja, observando el consumo de café desde un panorama general en los 145,604 habitantes de la ciudad de Loja al año 2020 en edades comprendidas entre 15 y 59 años.

e.2. Operacionalización de Variables

Tabla 1

Operacionalización de Variables

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES (Variables contenidas en la definición conceptual)	INDICADORES (Definición Operacional)
Características de los consumidores de Café	A lo que se dedica actualmente	Ocupación	Trabajo en el que se desarrolla laboralmente
	Tipo de negocio donde compra su producto	Lugar donde adquiere el producto	Sitio donde compra sus productos
	Particularidades del café que compra para su consume	Aspectos que determinan su elección	Características que inciden al momento de optar por el café de su preferencia
		Tipo de presentaciones del producto	Preferencias por un determinado empaque del producto
		Frecuencia de adquisición	Periodo de tiempo con el que compra el café
		Origen del producto	Conocimiento sobre el origen del café que consume
		Lugar de consumo	Punto de compra del producto
		Variedad de procedencia del café	Conocimiento sobre la variedad de la que procede el café que consume
		Tipo de Café	Predilección por un determinado tipo de café
		Marca de café	Preferencia notable sobre la determinada marca de café de su preferencia

Consumo Per-cápita en número de tazas de café en los habitantes.	Selección de su edad actual	Edad	Rango en el que se halla el número de años que actualmente tiene.
	Alto o bajo consumo de café	Cantidad de Consumo/día	Número de tazas que consume por día
Hábitos del consumidor de café	Identificación del género de cada uno de los habitantes.	Género	Género con el que identifica cada uno de los habitantes de la ciudad de Loja.
	Mayor o menor ganancias en las diferentes ocupaciones	Ingresos	Rango en el que se encuentra lo que gana mensualmente en su trabajo
	Alta o baja posibilidad de consumir café	Consumo café	Disponibilidad para consumir café
		Razón de Consumo por Día	Motivos por los que prefiere consumir o no consumir café
	Razón de no consumir		
	Mayor o menor consumo en número de tazas de café	Cantidad de consumo en tazas/día	Número de tazas de café que consumen en un determinado periodo de tiempo
		Consumo promedio en el último año en número de tazas	
		Momento del día de consumo	
	Complementos del café que consume	Ocasiones de consumo	Momentos en los que prefiere consumir café (taza)
		Acompañantes en la preparación de café (taza)	Situaciones en las que prefiere consumir café
Acompañantes en el consumo de café (taza)		Predilección en la preparación en su consumo de café	
Preferencia en el consumo de su café			
Alto o bajo precio del café que consume	Cualidades de la calidad del café	Conocimientos sobre un café de calidad	
	Precio por taza de café	Cantidad de dinero que gasta en el en la compra de cada taza de café.	
	Precio por libra de café	Cantidad de dinero que gasta en la compra del café por libras	

Elaboración: Richar Alcívar Encarnación Erique

e.3. Universo y Muestra

- **Universo**

Se tomó como universo de la investigación el último censo Poblacional del Ecuador publicado por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos - INEC (2010), tomando como referencia una población base de un total de 112,094 habitantes, de 15 años y 59 años de edad que hay en la ciudad de Loja en el año 2010 y se tomó la Tasa Promedio de Crecimiento del 2.65%, con los datos antes mencionados se realizó la proyección que permitió determinar la población para el año 2020.

Para obtener la población de la ciudad de Loja en el año 2020 se realizó la respectiva proyección, cuyo proceso se describe a continuación:

Datos:

$$Pf = Po(1 + i)n$$

Pf = Población Final (2020)

$$Pf_{2020} = Po_{2010}(1 + 0.0265)^{10}$$

Po = Población Inicial (2010)

$$Pf_{2020} = 112,094(1.0265)^{10}$$

i = Tasa de Crecimiento

$$Pf_{2020} = 112,094(1.298941335)$$

n = Años de Proyección

$$Pf_{2020} = 145,604 \text{ habitantes.}$$

De acuerdo con los datos que se obtuvo a través del INEC y con el proceso de proyección realizada con la fórmula antes mencionada se obtuvo para el año 2020 una población urbana de 145,604 habitantes de la ciudad de Loja.

- **Muestra**

Para un mejor desarrollo de la investigación se estableció el tamaño de la muestra que permitió conocer el número total de encuestas a ser aplicadas en la población en estudio, sirviendo de ayuda para la obtención de la información necesaria para el desarrollo del análisis de la investigación en estudio.

a. Datos:

n = Tamaño de la muestra

N = Población Final (145,604)

e^2 = Margen de error (5%)²

I = Constante (1)

$$n = \frac{N}{1 + N * (e)^2}$$

$$n = \frac{145,604}{1 + 145,604 * (0.05)^2}$$

$$n = \frac{145,604}{1 + 145,604 * (0.0025)}$$

$$n = \frac{145,604}{1 + 364.01}$$

$$n = \frac{145,604}{365.01}$$

$$n = 399 \text{ encuestas.}$$

Se aplicaron 399 encuestas a la población en estudio de la ciudad de Loja, en la distribución de la muestra se aplicó en general a toda la población, no se efectuó mediante una segmentación por parroquias debido a la dificultad en el acceso para obtener la información pertinente en cada una de las parroquias en tiempos de pandemia donde existió

un alto riesgo de contagio del virus denominado COVID-19, tanto en los meses que se realizó el trabajo de campo, razón por la cual, para evitar complicaciones en el desarrollo de la investigación se lo realizó de manera general a los habitantes de la ciudad de Loja en edades comprendidas entre 15 y 59 años de edad en lugares estratégicos tales como: Parque Central, Parque Santo Domingo, Parque Simón Bolívar y Parque San Sebastián siendo estos lugares abiertos con el fin de precautelar la salud y seguridad.

Tabla 2

Distribución de la muestra para las encuestase en la ciudad de Loja

	Descripción	Muestra
Encuestas Físicas	Puerta de la Ciudad	20
	Parque Central	45
	Parque Santo Domingo	35
	Parque Simón Bolívar	30
	Parque San Sebastián	27
Encuestas Digitales		242
TOTAL		399

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos – INEC, (2010).

Elaboración: Richar Alcívar Encarnación Erique

e.4. Métodos, Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos

- Métodos

Método Científico. - se empleó en todo el estudio, por medio del cual, se reunió la información pertinente para exponer la correlación dada entre las diferentes variables, así como el análisis e interpretación de resultados estadísticos de la investigación en lo referente al consumo del café en la ciudad de Loja, período de estudio 2020. La ejecución adecuada certificó la veracidad del desarrollo del presente trabajo.

Método Inductivo. - se utilizó en toda vez en que se contrastó la información de la investigación obtenida en su desarrollo, con los referentes teóricos relacionados al tema, así como, en el momento en que se partió de una muestra induciendo al total de la población.

Método Analítico-Sintético. - se empleó en el análisis de los resultados que se obtuvo en relación al consumo del café en los habitantes de la ciudad de Loja, dicha información permitió elaborar las recomendaciones oportunas en función de los resultados obtenidos mediante el trabajo de campo

- **Técnicas:**

Encuesta. - se aplicó a los habitantes de la ciudad de Loja (*anexo 2*), tanto en forma física como digital, para ello, se utilizó un cuestionario, que permitió medir las variables y características del consumo de café en base a las preguntas que previamente se diseñó, elaboró y aplicó a los consumidores aplicada en forma física o presencial y de manera digital.

Técnica Documental. - Se empleó esta técnica en la elección y recopilación de la documentación o información relacionada con la presente investigación, así como, en el análisis y clasificación de los datos obtenidos por medio del instrumento de recolección de información.

- **Instrumento:**

Cuestionario. - se empleó como instrumento de recolección de datos, el cual se diseñó y elaboró en formato de interrogantes (preguntas cerradas) haciendo relación a las variables de estudio, permitiendo recabar información primaria y secundaria, que permitió dar cumplimiento a los objetivos planteados.

e.5. Procedimiento

En primera instancia se desarrolló un acercamiento con el sector en el que se determinó los diferentes aspectos y se obtuvo un diagnóstico del consumo de café en la ciudad de Loja; posteriormente se efectuó la recolección de información de la población en estudio, a través de la aplicación de la técnica de la *encuesta* por medio de un cuestionario

como instrumento de recolección de información pertinente y necesaria: *de forma virtual*. - se utilizó la herramienta de “Formularios de Google – Drive” en la que se diseñó y elaboró el formato del cuestionario, para su aplicación se envió la URL o enlace de la encuesta a través del correo electrónico y, en chats, grupos y publicaciones de Redes Sociales como WhatsApp, Facebook e Instagram, verificando siempre que se trate de una persona de la ciudad de Loja, fundamentalmente a personas conocidas; *de forma física*. - para ello se diseñó y elaboró el formato de encuesta en el programa de “Microsoft Word”, para su aplicación se lo hizo en lugares estratégicos tales como: “Puerta de la Ciudad”, “Parque Central”, “Parque Santo Domingo”, “Parque Simón Bolívar” y “Parque San Sebastián”, debido a la actual pandemia que el mundo está atravesando y en especial la ciudad de Loja, para la recolección de información en forma física se lo hizo respetando los principales protocolos de bioseguridad tales como el distanciamiento social (2 metros), el uso de mascarilla, el uso de alcohol y gel antiséptico o gel anti bacterial (*anexo 4*).

Una vez que se obtuvo la información pertinente por medio de la recolección, se procedió a elaborar una base de datos en relación a cada una de las preguntas de la encuesta, seguidamente se sistematizó la información en concordancia con los resultados obtenidos, a través de la tabulación presentados mediante la utilización de tablas y gráficos estadísticos, del mismo modo se efectuó la interpretación de la información representada; a continuación, se desarrolló la relación de variables mediante el diseño y elaboración de tablas cruzadas y el cálculo del índice de correlación con su respectivo análisis, las mismas que permitieron dar cumplimiento a cada objetivo específico, así también, se desarrolló la discusión, y, posteriormente se elaboró las conclusiones y recomendaciones a las que se llegó una vez concluida la investigación.

Finalmente, se describió los resultados y se los presentó mediante un informe final.

f. RESULTADOS

Con la finalidad de identificar que variables determinan el consumo del café en la ciudad de Loja, se llevó a cabo el presente trabajo de investigación; cuyos objetivos serán presentados en el siguiente orden:

- Determinar cuáles son los aspectos y características que condicionan el consumo del café en la ciudad de Loja.
- Determinar el consumo per-cápita de café en la población de la ciudad de Loja.
- Analizar los hábitos de consumo de café en la población de la ciudad de Loja.

f.1. OBJETIVO 1: Determinar cuáles son los aspectos y características que condicionan el consumo del café en la ciudad de Loja.

Para el cumplimiento de este objetivo fue necesaria la realización de encuestas aplicadas a la población de la ciudad de Loja comprendida en edades de entre 15 y 59 años de edad, por medio de la cual se obtuvo la información necesaria para realizar las tablas cruzadas entre las variables de la *Ocupación y los Aspectos que determinan su elección* por un determinado tipo de café, lo que permitió establecer los aspectos y características que condicionan el consumo del café en número de tasas en los habitantes de la ciudad de Loja, información presentada por medio de las siguientes tablas y gráficos:

Tabla 3

Matriz de las variables de Ocupación y Aspectos que determinan su consumo

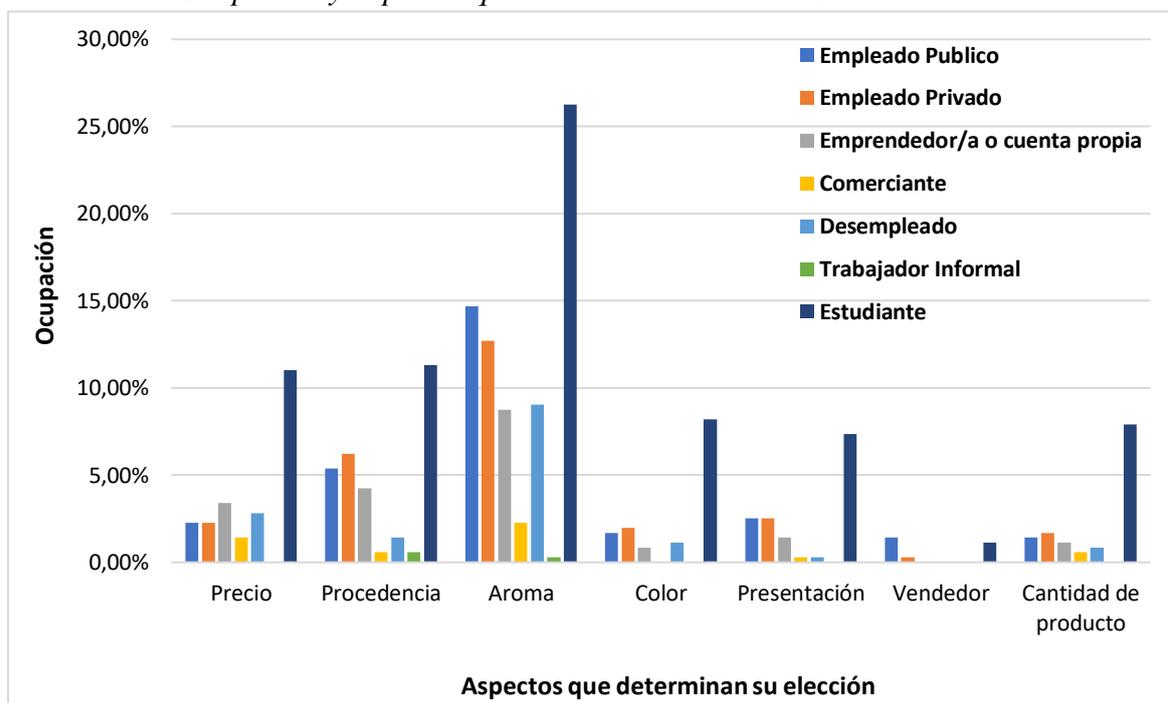
OCUPACIÓN	ASPECTOS QUE DETERMINAN SU ELECCIÓN							TOTALES	
	Precio	Procedencia	Aroma	Color	Presentación	Vendedor	Cantidad de producto	f	%
Empleado Publico	f 3290	2296	6284	725	1088	604	604	42776	29.38%
	% 2.26%	5.37%	14.69%	1.69%	2.54%	1.41%	1.41%		
Empleado Privado	f 3290	9049	18509	2879	3702	411	2468	40308	27.68%
	% 2.26%	6.21%	12.71%	1.98%	2.54%	0.28%	1.69%		
Emprendedor/a o cuenta propia	f 4936	6170	12751	1234	2057	0	1645	28792	19.77%
	% 3.39%	4.24%	8.76%	0.85%	1.41%	0.00%	1.13%		
Comerciante	f 2057	2	8	0	1	0	2	7404	5.08%
	% 1.41%	0.56%	2.26%	0.00%	0.28%	0.00%	0.56%		
Desempleado	f 4113	2057	13162	1645	411	0	1234	22622	15.54%
	% 2.82%	1.41%	9.04%	1.13%	0.28%	0.00%	0.85%		
Trabajador Informal	f 0	823	411	0	0	0	0	1234	0.85%
	% 0.00%	0.56%	0.28%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%		
Estudiante	f 16041	16452	38252	11928	10694	1645	11517	106529	73.16%
	% 11.02%	11.30%	26.27%	8.19%	7.34%	1.13%	7.91%		
TOTAL	f 33727	36848	89376	18411	17952	2661	17470	145,604	
	% 23.2%	29.7%	74.0%	13.8%	14.4%	2.8%	13.6%		

Fuente: Técnica de investigación – Encuesta a los habitantes de la ciudad de Loja, (Tablas N° 16, 18 y 33);
y (población ciudad de Loja)

Elaboración: Richar Alcívar Encarnación Erique

Figura 5

Variables de Ocupación y Aspectos que determinan su consumo



Fuente: Tabla N° 3

Elaboración: Richar Alcívar Encarnación Erique

Los aspectos y características más importantes que condicionan el consumo del café en la ciudad de Loja son: el *aroma* con el 74,0% de la población de los cuales, el 26.27% son estudiantes, el 14.69% son empleados públicos, el 12.71% son empleados privados, el 9.04% son desempleados, el 8.76% son emprendedores, el 2.26% son comerciantes y el 0.28% son trabajadores; así también, la *procedencia* del café representa el 29.7% del total de la población, la cual el 11.30% que representa a los estudiantes, el 6.21% representa empleados privados, el 5.37% empleados públicos, el 4.24% emprendedores o por cuenta propia, el 1.41% representa a los desempleados, el 0.56% a comerciantes y el 0.56% a trabajadores informales; del mismo modo el *precio* representa el 23.2%, del cual, el 11.02% corresponde a estudiantes, el 3.39% corresponde a emprendedores o por cuenta propia, el 2.82% a desempleados, el 2.26% empleados públicos y el 2.26% hay empleados privados; la *presentación* representa el 14.4%, del cual, el 7.34% son estudiantes, el 2.54% son

empleados privados, el 2.54% son empleados públicos, el 1.41% son emprendedores/as o cuenta propia, el 0.28% son comerciantes y el 0.28% son desempleado; el *color* representa el 13.8%, del cual, el 8.19% estudiante, el 1.98% son empleados privados, el 1.69% son empleados públicos, el 1.13% son desempleados y el 0.85% son emprendedor/as o cuenta propia; la *cantidad de producto* representa el 13.6%, del cual, 7.91% son estudiantes, el 1.69% son empleador privados, el 1.61% son empleados públicos, el 1.13% son emprendedores/as o cuenta propia, el 0.85% son desempleados y el 0.56% son comerciantes; por el *vendedor* representa el 2.8%, del cual, el 1.41% son empleados públicos, el 1.13% son estudiantes y el 0.28% empleado privado. En general el 73.16% son estudiantes, el 29.38% son empleados públicos que en nuestro medio tienen como cultura el consumo diario de café, el 27.68% son empleados privados, 19.77% son emprendedores/as o cuenta propia, el 15.54% son desempleados, el 5.08% comerciantes y el 0.85% son trabajadores.

f.2. OBJETIVO 2: Determinar el consumo per-cápita de café en la población de la ciudad de Loja.

Para el cumplimiento de este objetivo se lo hizo en base a la elaboración de la técnica de la encuesta que permitió conocer información relevante que sirvió de ayuda para la elaboración de las tablas cruzadas entre las variables de *edad*, y *cantidad de consumo por día*; así también, se calculó el índice de correlación y se estableció el consumo per-cápita o consumo de café en número de tasas por habitante de la ciudad de Loja, dicha información recolectada se presenta mediante las tablas y gráficos siguientes:

Tabla 4

Matriz de las variables de Edad y Cantidad de consumo por día (HABITANTES)

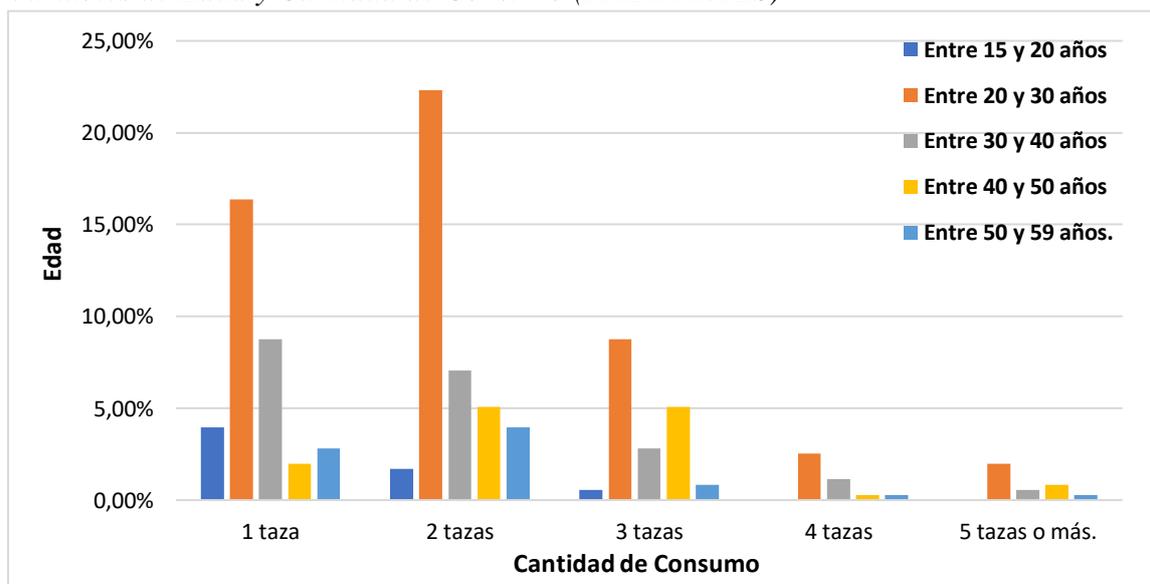
EDAD		CANTIDAD DE CONSUMO POR DÍA					TOTALES	
		1 taza	2 tazas	3 tazas	4 tazas	5 tazas o más.	f	%
Entre 15 y 20 años	f	5758	2468	823	0	0	9049	6.21%
	%	3.95%	1.69%	0.56%	0.00%	0.00%		
Entre 20 y 30 años	f	23856	32494	12751	3702	2879	75681	51.98%
	%	16.38%	22.32%	8.76%	2.54%	1.98%		
Entre 30 y 40 años	f	12751	10283	4113	1645	823	29614	20.34%
	%	8.76%	7.06%	2.82%	1.13%	0.56%		
Entre 40 y 50 años	f	2879	7404	7404	411	1234	19332	13.28%
	%	1.98%	5.08%	5.08%	0.28%	0.85%		
Entre 50 y 59 años.	f	4113	5758	1234	411	411	11928	8.19%
	%	2.82%	3.95%	0.85%	0.28%	0.28%		
TOTAL	f	49357	58406	26324	6170	5347	145,604	100.00%
	%	33.9%	40.1%	18.1%	4.2%	3.7%		

Fuente: Técnica de investigación – Encuesta a los habitantes de la ciudad de Loja, (Tablas N° 16, 19 y 32); y (población ciudad de Loja)

Elaboración: Richar Alcívar Encarnación Erique

Figura 6

Variables de Edad y Cantidad de Consumo (HABITANTES)



Fuente: Tabla N° 4

Elaboración: Richar Alcívar Encarnación Erique

En los habitantes la ciudad de Loja de acuerdo a la edad las cantidades diarias de consumo son: *entre 15 a 20 años* consumen: 1 taza el 3.95%, 2 tazas el 1.69% y 3 tazas el 0.95%; *entre 20 a 30 años* consumen: 2 tazas el 22.32%, 1 taza el 16.38%, 3 tazas el 8.76%, 4 tazas el 2.54% y 5 tazas o más el 1.98%; *entre 30 a 40 años* consumen: 1 taza el 8.76%, 2 tazas el 7.06%, 3 tazas el 2.82%, 4 tazas el 1.13% y 5 tazas o más el 0.56%; *entre 40 a 50 años* consumen: 2 tazas el 5.08%, 3 tazas el 5.08%, 1 taza el 1.98%, 5 tazas o más el 0.85 y 4 tazas el 0.28%; y, *entre 50 y 59 años* consumen: 2 tazas el 3.95%, 1 taza el 2.82%, 3 tazas el 0.85%, 4 tazas el 0.28%, y, 5 tazas o más el 0.28%. En general el 51.98% son de edades de entre 20 y 30 años, el 20.34% son de entre 30 y 40 años, el 13.28% son de entre 40 y 50 años, el 8.19% son de entre 50 y 59 años y el 6.21% de entre 15 y 20 años.

Tabla 5

Matriz de las variables de Edad y Cantidad de consumo total en tazas al día

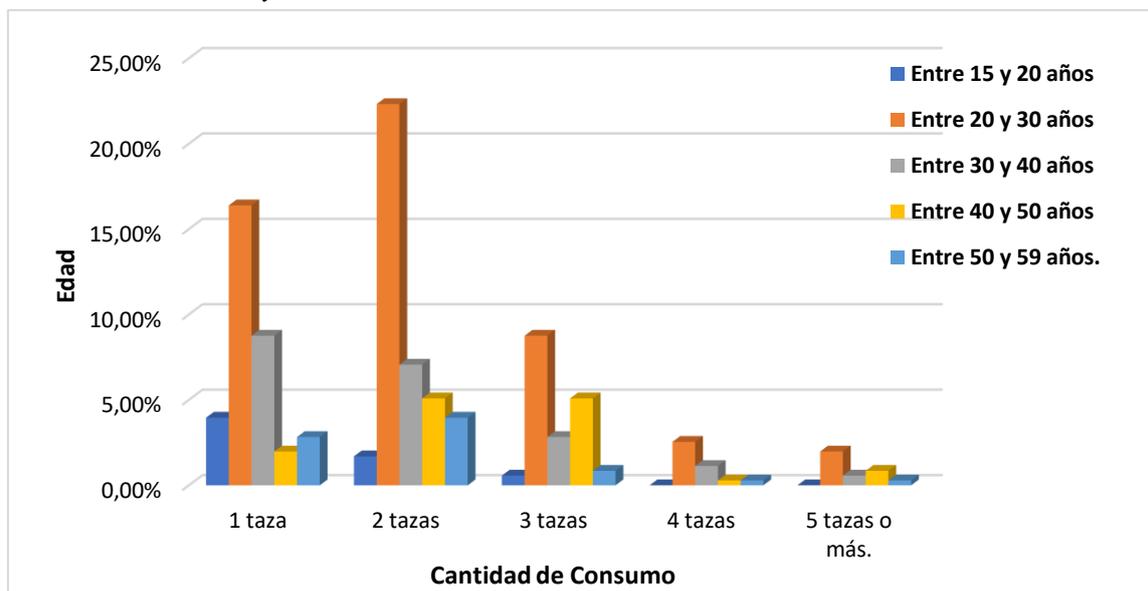
CONSUMO TOTAL EN TAZAS DE CAFÉ AL DÍA								
EDAD		CANTIDAD DE CONSUMO					TOTALES	
		1 taza	2 tazas	3 tazas	4 tazas	5 tazas o más.	f	%
Entre 15 y 20 años	f	5758	4936	2468	0	0	13162	6.21%
	%	3.95%	1.69%	0.56%	0.00%	0.00%		
Entre 20 y 30 años	f	23856	64987	38252	14807	14396	156298	51.98%
	%	16.38%	22.32%	8.76%	2.54%	1.98%		
Entre 30 y 40 años	f	12751	20566	12339	6581	4113	56350	20.34%
	%	8.76%	7.06%	2.82%	1.13%	0.56%		
Entre 40 y 50 años	f	2879	14807	22211	1645	1234	42776	13.28%
	%	1.98%	5.08%	5.08%	0.28%	0.85%		
Entre 50 y 59 años.	f	4113	11517	3702	1645	411	21388	8.19%
	%	2.82%	3.95%	0.85%	0.28%	0.28%		
TOTAL	f	49357	116812	78972	24679	20154	289,974	100.00%
	%	33.9%	40.1%	18.1%	4.2%	3.7%		

Fuente: Tabla N° 4; y (población ciudad de Loja)

Elaboración: Richar Alcívar Encarnación Erique

Figura 7

Variables de Edad y Cantidad de consumo total en tazas al día



Fuente: Tabla N° 5

Elaboración: Richar Alcívar Encarnación Erique

Tabla 6

Consumo Per-cápita en número tazas por rango de Edad

EDAD	Consumo Diario Total	Población	Consumo Per-cápita diario
Entre 15 y 20 años	13,162 tazas/día	9,049 habitantes	1.45 tazas/día
Entre 20 y 30 años	156,298 tazas/día	75,681 habitantes	2.07 tazas/día
Entre 30 y 40 años	56,350 tazas/día	29,614 habitantes	1.90 tazas/día
Entre 40 y 50 años	42,776 tazas/día	19,332 habitantes	2.21 tazas/día
Entre 50 y 59 años.	21,388 tazas/día	11,928 habitantes	1.79 tazas/día
TOTAL	289,974 tazas/día	145,604 habitantes	1.99 tazas/día

Fuente: Tablas N° 4 y 5

Elaboración: Richar Alcívar Encarnación Erique

El consumo total de café en la población de la ciudad de Loja es de 289,974 tazas de café por día y tomando en cuenta los 145,604 habitantes, para el cálculo del consumo per-cápita se utilizó la siguiente fórmula:

Datos:

Consumo Per-cápita (CPC) =?

Población (N) = 145,604

Consumo tazas /día (CT) =289,974

$$\text{CPC} = \frac{\text{CT}}{\text{N}}$$

$$\text{CPC} = \frac{289,974}{145,604}$$

CPC = 1.99 tazas/día, en la ciudad de Loja.

El consumo per-cápita por edades es de: *entre 15 a 20 años* es de 1.45 tazas/día; *entre 20 y 30 años* es de 2.07 tazas/día; *entre 30 y 40 años* es de 1.90 tazas/día; *entre 40 y 50 años* es de 2.21 tazas/día; *entre 50 y 59 años* es de 1.79 tazas/día. El consumo per-cápita o consumo de café por habitante en la población de la ciudad de Loja es de 1.99 tazas de café al día.

f.3. OBJETIVO 3: Analizar los hábitos de consumo de café en la población de la ciudad de Loja.

La encuesta permitió conocer información relevante para la elaboración de las tablas cruzadas entre las variables: *género, ingresos, razón de consumo por día, lugar de consumo, momento del día de consumo y Cantidad de consumo por día*, permitiendo analizar los hábitos en el consumo de café en tazas en la población de la ciudad de Loja, dicha información recolectada se presenta mediante las tablas y gráficos siguientes:

Tabla 7

Matriz de las variables de Ingresos y Cantidad de consumo por día

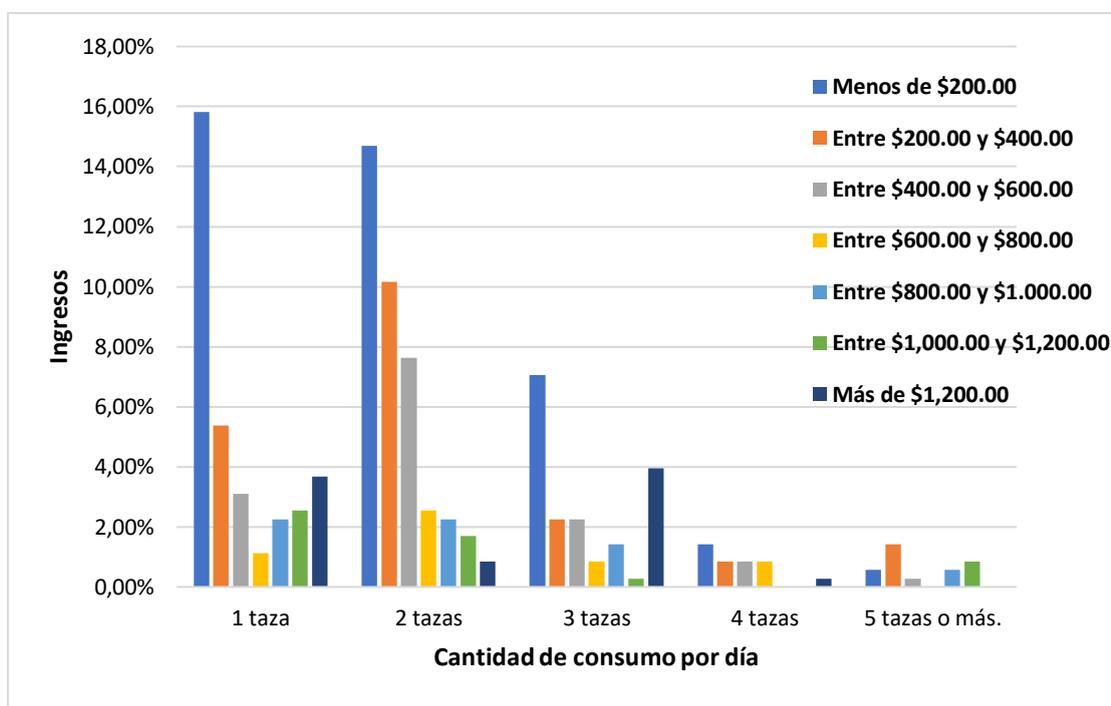
INGRESOS		CANTIDAD DE CONSUMO POR DÍA					TOTALES	
		1 taza	2 tazas	3 tazas	4 tazas	5 tazas o más.	f	%
Menos de \$200.00	f	23035	21389	10280	2057	823	57583	39.55%
	%	15.82%	14.69%	7.06%	1.41%	0.56%		
Entre \$200.00 y \$400.00	f	7815	14807	3290	1234	2057	29203	20.06%
	%	5.37%	10.17%	2.26%	0.85%	1.41%		
Entre \$400.00 y \$600.00	f	4528	11105	3290	1234	411	20566	14.12%
	%	3.11%	7.63%	2.26%	0.85%	0.28%		
Entre \$600.00 y \$800.00	f	1645	3702	1234	1234	0	8226	5.65%
	%	1.13%	2.54%	0.85%	0.85%	0.00%		
Entre \$800.00 y \$1,000.00	f	3290	3290	2057	0	823	9460	6.50%
	%	2.26%	2.26%	1.41%	0.00%	0.56%		
Entre \$1,000.00 y \$1,200.00	f	3702	2468	411	0	1234	7815	5.37%
	%	2.54%	1.69%	0.28%	0.00%	0.85%		
Más de \$1,200.00	f	5347	1234	5758	411	0	12751	8.76%
	%	3.67%	0.85%	3.95%	0.28%	0.00%		
TOTAL	f	49362	57996	26321	6170	5347	145,604	100.00%
	%	33.9%	39.8%	18.1%	4.2%	3.7%		

Fuente: Técnica de investigación – Encuesta a los habitantes de la ciudad de Loja, (Tablas N° 18, 19 y 32)

Elaboración: Richar Alcívar Encarnación Erique

Figura 8

Variables de Ingresos y Cantidad de consumo por día



Fuente: Tabla N° 7

Elaboración: Richar Alcívar Encarnación Erique

En la ciudad de Loja los habitantes de acuerdo al nivel de ingresos las cantidades diarias de consumo son: *menos de 200 dólares* consumen: 1 taza el 15.82%, 2 tazas el 14.69%, 3 tazas el 7.06%, 4 tazas el 1.41%, y 5 tazas o más el 0.56%; *entre \$200.00 – \$400.00 dólares* consumen: 2 tazas el 10.17%, una taza el 5.37%, 3 tazas el 2.26%, 5 tazas el 1.41% y 4 tazas el 0.85%; *entre \$400.00 – \$600.00 dólares* consumen: 2 tazas el 7.63%, 1 taza el 3.11%, 3 tazas el 2.26%, 4 tazas el 0.85%, y 5 tazas o más el 0.28%; *Más de \$1,200.00 consumen:* 3 tazas el 3.95%, 1 taza el 3.67%, 2 tazas el 0.85%, y 4 tazas el 0.28%; *entre \$800.00 – \$1,000.00 dólares* consumen: 1 taza el 2.26%, 2 tazas el 2.26%, 3 tazas el 1.41%, y 5 tazas el 0.56%; *entre \$600.00 – \$800.00 dólares* consumen: 2 tazas el 2.54%, 1 taza el 1.13%, 3 tazas el 0.85%, y 4 tazas el 0.85%; y, *entre \$1,000.00 – \$1,200.00 dólares* consumen: 1 taza el 2.54%, 2 tazas el 1.69%, 5 tazas o más el 0.85%, y 3 tazas el 0.28%. En general sus ingresos son: el 39.55% son de menos de 200 dólares, el 20.06% son de entre

\$200.00 – \$400.00 dólares, el 14.12% son de *entre \$400.00 – \$600.00 dólares*, el 8.76% son de *más de \$1,200.00 dólares*, el 6.50% son de *entre \$800.00 – \$1,000.00 dólares*, el 5.65% son de *entre \$600.00 – \$800.00*, y, el 5.37% son de *entre \$1,000.00 – \$1,200.00 dólares*.

Tabla 8

Coefficiente de correlación de las variables de Ingresos y Cantidad de consumo por día

COEFICIENTE DE CORRELACIÓN	(-1 ; +1)	Relación lineal positiva, ninguna relación, relación lineal negativa
VARIABLE: INGRESOS - CANTIDAD DE CONSUMO POR DÍA	0.07	0.072726570

Fuente: Tablas N° 18, 19 y 32

Elaboración: Richar Alcívar Encarnación Erique

Con el coeficiente de correlación de 0.07 entre las variables de Ingresos y Cantidad de consumo por día se logró establecer que la cantidad de tasas de consumo diario no está condicionada o determinada por el ingreso percibido por las personas.

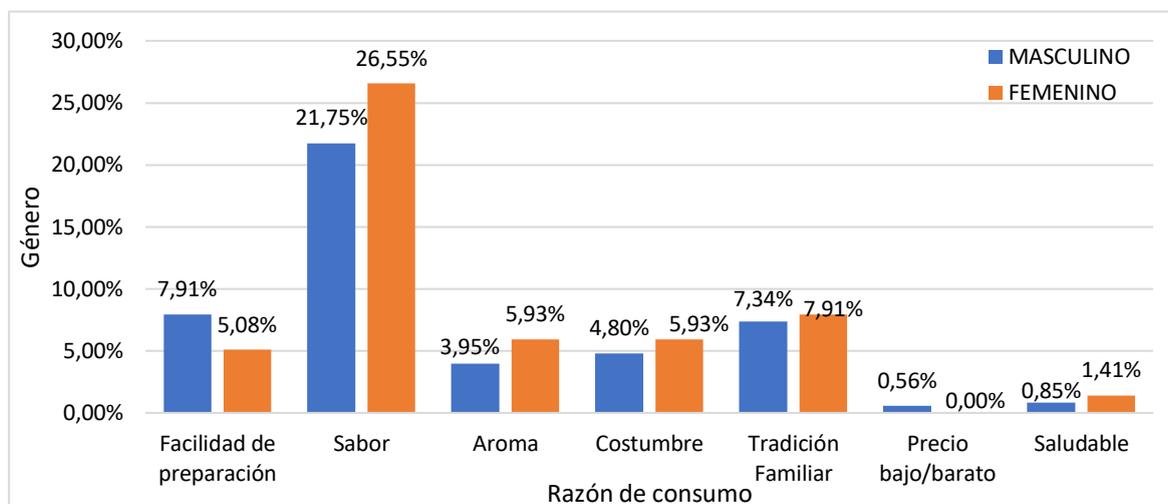
Tabla 9

Matriz de las variables de Género y Razón de Consumo

GÉNERO		RAZÓN DE CONSUMO							TOTALES	
		Facilidad de preparación	Sabor	Aroma	Costumbre	Tradición Familiar	Precio bajo/barato	Saludable	f	%
MASCULINO	f	5433	14941	2717	3299	5045	388	582	68689	47.18%
	%	7.91%	21.75%	3.95%	4.80%	7.34%	0.56%	0.85%		
FEMENINO	f	3911	20424	4563	4563	6084	0	1086	76915	52.82%
	%	5.08%	26.55%	5.93%	5.93%	7.91%	0.00%	1.41%		
TOTAL	f	9344	35365	7279	7861	11129	388	1668	145604	100.00%
	%	13.0%	48.3%	9.9%	10.7%	15.3%	0.56%	2.3%		

Fuente: Tablas N° 15, 19 y 29

Elaboración: Richar Alcívar Encarnación Erique

Figura 9*Variables de Género y Razón de Consumo*

Fuente: Tabla N° 9

Elaboración: Richar Alcívar Encarnación Erique

En la ciudad de Loja los habitantes de acuerdo al género y *Razón de consumo* de mayor importancia son: *género femenino* consumen por: sabor el 26.55%, tradición familiar el 7.91%, costumbre el 5.93%, aroma el 5.93%, facilidad de preparación el 5.08%, y saludable el 1.41%; y, el *género masculino* consume por: sabor el 21.75%, facilidad de preparación el 7.91%, tradición familiar el 7.34%, costumbre el 4.80%, aroma el 3.93%, saludable el 0.85%; y precio 0.56%. En general por el sabor el 48.3%, la tradición familiar el 15.3%; la facilidad de preparación el 13.0%; la costumbre el 10.7%; el aroma el 9.9%; saludable el 2.3%; y; el precio bajo/barato el 0.56%.

Tabla 10

Matriz de las variables de Género y Lugar de Consumo

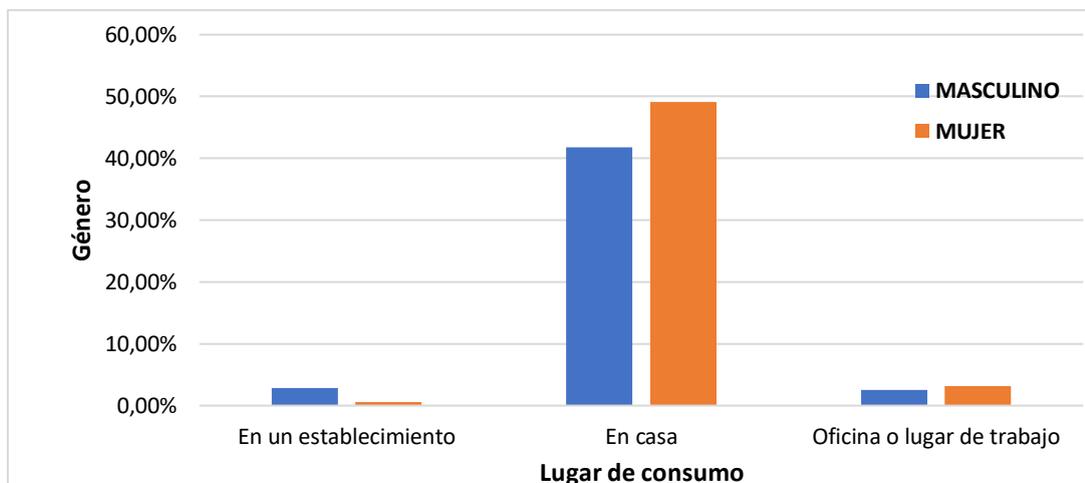
GÉNERO		LUGAR DE CONSUMO			TOTALES	
		En un establecimiento	En casa	Oficina o lugar de trabajo	f	%
MASCULINO	f	4113	60874	3702	68689	47.18%
	%	2.83%	41.81%	2.54%		
FEMENINO	f	823	71568	4524	76915	52.82%
	%	0.56%	49.15%	3.11%		
TOTAL	f	4936	132442	8226	145604	100.00%
	%	3.39%	90.96%	5.65%		

Fuente: Técnica de investigación – Encuesta a los habitantes de la ciudad de Loja, (Tablas N° 15, 19 y 25)

Elaboración: Richar Alcívar Encarnación Erique

Figura 10

Tabla cruzada de las variables de Género y Lugar de Consumo



Fuente: Tabla N° 10

Elaboración: Richar Alcívar Encarnación Erique

En la ciudad de Loja el consumo en los habitantes de acuerdo al género y lugar de mayor importancia son: *género femenino* consumen en casa el 49.15%, en la oficina o lugar de trabajo el 3.11% y en un establecimiento el 0.56%; y, *género masculino* consumen en casa el 41,81%, en un establecimiento el 2.83% y en la oficina o lugar de trabajo el 2.54%.

En general toman café en casa el 90.96%; en la oficina o lugar de trabajo el 5,65% y en un establecimiento el 3.39%.

Tabla 11

Tabla cruzada de las variables de Género y Momento del día de consumo

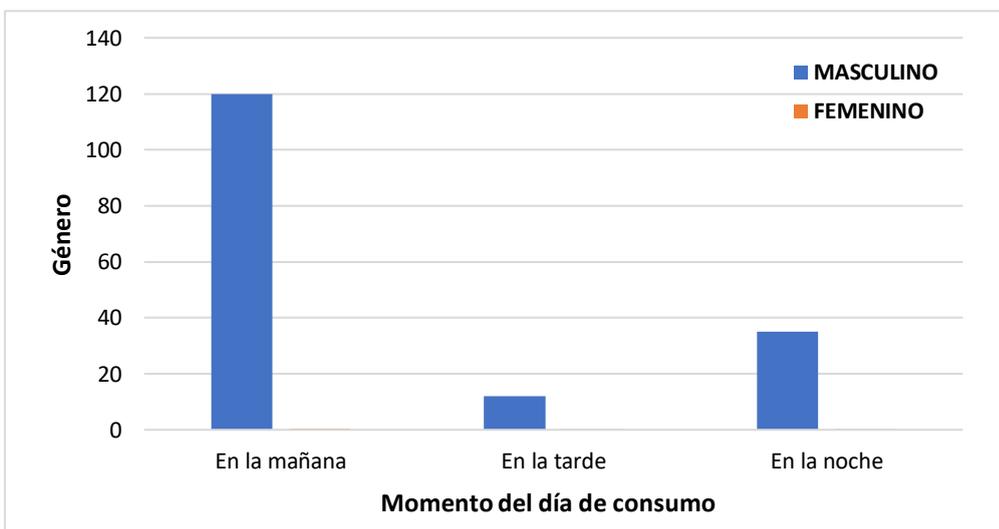
GÉNERO	MOMENTO DEL DÍA DE CONSUMO			TOTALES		
		En la mañana	En la tarde	En la noche	f	%
MASCULINO	f	49357	4936	14396	68689	47.18%
	%	33.90%	3.39%	9.89%		
FEMENINO	f	61697	5347	9871	76915	52.82%
	%	42.37%	3.67%	6.78%		
TOTAL	f	111054	10283	24267	145604	100.00%
	%	76.27%	7.06%	16.67%		

Fuente: Tablas N° 15, 19 y 31

Elaboración: Richar Alcívar Encarnación Erique

Figura 11

Variables de Género y Momento del día de consumo



Fuente: Tabla N° 11

Elaboración: Richar Alcívar Encarnación Erique

En la ciudad de Loja el consumo en los habitantes de acuerdo al género y Momento del día de consumo son: *género femenino* en la mañana el 42.37%, en la noche el 6.78% y en la tarde el 3.67%; y, *género masculino* en la mañana el 33.90%, en la noche el 9.89% y

en la tarde el 3.39%. En general consumen café en la mañana el 76.27%, en la tarde el 7.06%, y en la noche el 7.06%.

Tabla 12

Cuadro resumen de las variables que determinan el consumo de café en la población de la ciudad de Loja.

Variable	Análisis	Determinante del consumo	
		SI	NO
Género	El consumo entre hombres y mujeres se da en proporciones similares.		✓
Edad	El consumo es significativo en todas las edades analizadas.		✓
Ingreso	El consumo está condicionado por el nivel de ingresos.		✓
Ocupación	El consumo en las distintas ocupaciones es equivalente en las preferencias sobre el aroma y la procedencia.	✓	
Lugar de Consumo	El lugar prioritario para consumir café entre hombres y mujeres es semejante.	✓	
Razón de consumo	Las razones de consumo son equivalentes entre hombres y mujeres.		✓
Momento del día de consumo	El momento del día para tomar café es semejante entre hombres y mujeres.	✓	
Cantidad de consumo	Las personas tienen un notable consumo moderado de tazas por día.	✓	
Aspectos que determinan su elección	El consumo en la población está condicionado por similares aspectos y características.		✓
Presentación	Existe una notable afinidad por los empaques de papel.	✓	
Origen	Posee una alta tendencia por el consumo de café local		✓
Variedad de procedencia	Los habitantes conocen la variedad de procedencia		✓

Tipo de café	Consumen independientemente del tipo de café	✓
Marcas	Poseen una considerable predilección sobre las marcas locales.	✓
Ocasiones	Consumen café independientemente de la ocasión	✓
Acompañantes del café	Consumen café indistintamente ya sea acompañado o solo.	✓
Consumo de café en el último año	Hubo un incremento en el consumo significativo en el promedio de tazas.	✓

Fuente: Tablas N° 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 22, 24, 26, 28, 30, 35, 36, 37 y 39.

Elaboración: Richar Alcívar Encarnación Erique

g. DISCUSIÓN

La presente Investigación ha permitido hacer un análisis del consumo del café, así como conocer aspectos relevantes e importantes sobre el consumidor del café de la ciudad de Loja, para ello, se estudió: “Consumo del Café en la Población de la Ciudad de Loja: Periodo de Estudio 2020”

g.1. OBJETIVO 1: Determinar cuáles son los aspectos y características que condicionan el consumo del café en la ciudad de Loja.

Al determinar los aspectos y características que condicionan el consumo del café y analizar algunos estudios se determinó lo siguiente:

En relación a lo encontrado en este estudio con lo que sostiene Puerta (2000) en el Centro Nacional de Investigaciones de Café (Cenicafé) señala que el aroma es la primera cualidad que se logra percibir del café al exponerlo al olfato, debido a que está compuesto por gran cantidad de sustancias y se lo puede clasificar como químico, terroso, pronunciado, alto y propio del café (p. 2). Esto guarda estrecha relación con la presente investigación donde se encontró que el 74,0% de la población considera que el aroma determina su elección por determinado café.

Estos resultados tienen una cercana relación con lo que expresan García y García (2017) quienes mencionan que en Perú el 76% valoran más la calidad indicando que en los últimos años la población ha cambiado su forma de pensar en que lo único valioso para ellos es la calidad de lo que consumen, puesto que, lo van a disfrutar y degustar por su cuerpo, aroma, acidez y sabor. Esto guarda relación con lo encontrado en este estudio donde se menciona que el 74,0% prefieren el café por el aroma, el 29.7% por la procedencia del café y el 14.4% por la presentación del producto.

Así también, los resultados en relación con Martha García y Marina García (2017) quienes expresan que, el 25.4% se inclina por el precio del café debido a que valoran más la calidad del producto que el precio. Ello guarda relación con la presente investigación donde se halló que el 23.2% prefiere consumir el café por el precio.

Estos resultados en relación con De Luca (2011) quien manifiesta que, muchos de los estudiantes suelen beber de una a varias tazas de café que les ayudan hacer más llevadero el día de estudio. El café está integrado por un alcaloide llamado cafeína, dentro de sus propiedades están que estimulan el sistema nervioso. Es por eso que lo tomamos cuando en la mañana se nos dificulta levantarnos, o en la noche cuando nos hace falta energía para terminar de estudiar para un examen o culminar algunas de las tareas prácticas, del mismo modo, ayuda a tener una óptima concentración, ayuda a lidiar con los dolores de cabeza. Ello tiene relación con el estudio actual donde se encontró que en la ciudad de Loja el 73.16% de estudiantes de consumen café; así como también se halló que en general en la ciudad de Loja consumen 1.99 tazas de café al día.

Con respecto a lo encontrado por Fuentes (2016) en su estudio quien manifiesta que, los médicos y enfermeras, también ocupan un lugar destacado en el consumo de café en el trabajo, debido a que, pasan mucho tiempo en el trabajo y necesitan cafeína para hacerle frente a las horas extra de trabajo diario y mantenerse saludables. Así también, profesores, maestros y policías beben un promedio de cinco tazas de café al día. Todos estos profesionales creen que es necesario tomar café para no afectar su capacidad de trabajo y pasar el día con energía. Esto tiene cierta relación con la presente investigación donde se halló que el 29.38% de los empleados públicos consumen café.

Así también, lo encontrado por Fuentes (2016) en su investigación donde menciona que, las especialidades relacionadas con la comunicación se encuentran entre las mayores

consumidoras de café. Los marketing, periodistas, comercializadores, editores, relaciones públicas y escritores son los principales consumidores de café en la oficina, principalmente porque trabajan muchas horas y sus horarios suelen tener variaciones. También, los cocineros, los que ejecutan reparaciones domésticas y los profesionales del comercio. tienen una considerable afinidad por el consumo de café. Ello, guarda poca relación con la presente investigación donde se encontró que los consumidores de café de la ciudad de Loja el 27.68% son empleados privados, el 5.08% son comerciantes y el 19.77% son emprendedor/a o cuenta propia.

g.2. OBJETIVO 2: Determinar el consumo per-cápita de café en la población de la ciudad de Loja.

Estos resultados en relación al consumo diario de café en algunos países según lo mencionado por la International Coffee Organization citado por (infocafe.es, s.f.) para el 2013 se especifica que Finlandia es el país con el mayor consumo per-cápita de café con un consumo promedio de aproximadamente 3.35 tazas de café por persona al día, seguido por Noruega 2,4 tazas, Austria 2,4 tazas al día, así el país americano con mayor consumo para ese año es Brasil con 1.6 tazas al día. Del mismo modo expresa que los consumidores principales de café, 20 de los 25 primeros países en su mayoría son europeos. Un dato relevante que Estados Unidos es el país con mayor importación de café alcanza el puesto 23 consumiendo 1 taza de café por persona al día, por detrás de España que consume un poco más de una taza de café por persona por día. El único país productor de café en el ranking de los 25 primeros es Brasil consumiendo 1.6 tazas.

Por otro lado, Gómez, (2018) indica el consumo de café al día para el año 2018 en diferentes países, tal es el caso de *Canadá* donde los canadienses mayores de 18 años, consumen 3.2 tazas de café al día siendo fieles a la cadena de cafeterías nacional de Tim

Horton's; en *Finlandia* beben 3 tazas diarias, a causa del frío los niños y los adultos a todas horas beben café, tienen preferencia por el café arábigo suave lavado con una tostión baja lo que proporciona una bebida de mayor acidez; en *Bélgica* el consumo diario de café es de 1.35 tazas de café al día; *Suecia* 3 tazas de café al día, tomar café para los suecos es casi una filosofía de vida y sinónimo de interacción social; *Países bajos*, los Neerlandeses consumen en promedio 1,84 tazas de café al día. *Noruega* consumen 1.98 tazas, tienen un gusto particular por el café, ellos prefieren el café de variedades arábicas con un grado de tostión media baja, les agrada el café de alta calidad, certificados, orgánicos y sostenibles con el pasar del tiempo son más codiciados; Del mismo modo, Hernández (2010) expone que, el consumo moderado tiene beneficios sobre el Sistema Nervioso Central (SNC), el Sistema Cardiovascular, el aparato digestivo, el aparato respiratorio, el sistema excretor y la musculatura Esquelética, así también manifiesta que, el consumo de 2 tazas de café al día previene el riesgo de padecer enfermedades como Parkinson y Alzheimer, sin embargo, también menciona que el consumo excesivo de café y en concentraciones altas de cafeína ingeridas, puede ocasionar taquicardia; Esto tiene una relación cercana con lo que se encontró en la presente investigación en donde se determinó que los habitantes de la ciudad de Loja consumen un total de 289,974 tazas de café al día lo que representa a un promedio de 1.99 tazas de café por persona al día.

Estos hallazgos encontrados en el presente estudio en relación con lo que sostiene Gómez (2018) que, en *Bélgica* los adultos de más de 50 años beben más de 4 tazas de café al día. No guarda relación con el consumo per-cápita en los habitantes de la ciudad de Loja de entre 50 a 59 años que consumen 1.79 tazas de café por día, un consumo mucho menor al del país europeo.

Del mismo modo, esta autora menciona que en Bélgica el consumo de las personas menores de 35 años es más moderado y consumen solamente una taza. Una relación cercana con lo encontrado en la presente investigación donde el consumo per-cápita en los habitantes de la ciudad de Loja de entre 15 a 40 años es de 1.80 tazas de café al día.

Lo encontrado por ConCafé (2019) quien indica que, en lo referente al consumo del café la mayoría de los profesionales (hasta el 85% de los encuestados) declaran tomar 3 tazas de café al día. Muchas de las personas reconocen un cierto grado de dependencia porque dicen que no tomar café afectará su capacidad para trabajar. Ello, guarda cierta relación con el estudio actual donde se encontró que en los habitantes de la ciudad de Loja en edades de entre 20 y 59 años consumen 1.99 tazas de café al día.

g.3. OBJETIVO 3: Analizar los hábitos de consumo de café en la población de la ciudad de Loja.

Estos resultados tienen una cercana relación con lo que menciona Ojeda (2015) citado por (Ríos, 2016) que menciona que en Guadalajara el 68% prefieren tomar café en la mañana, teniendo una amplia relación con lo que se habla en este estudio. Por otro lado, según el Forum del Café, (2010) indica que para los españoles el café se asocia con el momento de despertarse por las mañanas e incluso el 57% reconoce que “no es persona” hasta que no se toma su café. De hecho, para el 59% el café del desayuno es al que más les costaría renunciar, ya que, considera que el café mejora el estado de alerta, la capacidad de concentración, la sensación de bienestar que produce, y, además de lo placentero de su aroma y su sabor (p. 8). Ello, es acorde y mantiene una relación estrecha con lo encontrado en este estudio en donde se halló que el 76.27% de la población de la ciudad de Loja consume café en la mañana.

Estos resultados tienen en relación con lo que menciona Grefa, (2014) quien manifiesta que las razones por las que consume el café en el Cantón Loreto Provincia de Orellana son el 62.68% lo hace por el buen aroma, el 28.99% lo hace porque tienen el hábito de consumir frecuentemente el café. Esto, tiene cierta relación con el presente estudio donde se encontró que las razones más importantes de consumo del café son, el 48.3% por el sabor, el 15.3% por la tradición familiar, el 13.0% por la facilidad de preparación y el 10.7% por la costumbre.

Estos resultados en relación con lo que menciona Forum del Café (2010) quien expresa que, el 58% de los españoles toma café indistintamente en casa o en el bar, y el 28% sólo lo toma en casa (p. 8). Ello tiene cierta relación con lo que se menciona la presente investigación donde se encontró que el 90.96% consume café en casa.

Por otro lado, el Forum del Café en su estudio sobre el café en España indica que, el 13,5% de los españoles toman café en el bar. Esto guarda relación con lo encontrado en esta investigación donde se encontró que el 3.39% consume café en un establecimiento.

h. CONCLUSIONES

Fundamentado en los resultados obtenidos en la actual investigación realizada en la ciudad de Loja:

- Las variables que determinan el consumo del café en la población de la ciudad de Loja, en orden de importancia son: aroma, sabor, procedencia, tradición familiar, presentación y color; las que menos influencia tienen son: cantidad, facilidad de preparación, precio, costumbre, vendedor y por ser saludable.
- El consumo global de café en la ciudad de Loja es de 289,974 tazas de café por día, lo que da como resultado un consumo per-cápita en la población de la ciudad de Loja de 2 tazas de café por día.
- La población de la ciudad de Loja consume café en todas las edades; tanto, del género femenino y masculino, consume independientemente de la ocupación, en su mayoría le dan mayor importancia al aroma; la cantidad de tazas de consumo diario no está condicionada por el ingreso percibido; tiene preferencia por el café local y sus marcas; un alto índice tiene tendencia a consumir café todos los días, en las mañanas y en su casa; existe un desconocimiento considerable sobre la variedad de procedencia; consumen café de todo tipo; cualquier ocasión es buena para consumir café; toman café ya sea acompañado o solo; saben distinguir un café de calidad; ha existido un incremento en el número de tazas de consumo en el último año; el precio no es significativo al momento de determinar si toma o no toma café; conoce los beneficios de consumir cantidades moderadas y los prejuicios que le traería el consumir café en exceso.

i. RECOMENDACIONES

- A todos quienes intervienen en la cadena producción de café tanto a productores, intermediarios, transformadores, comercializadores y servicios relacionados con el consumo del café como restaurantes y cafeterías, que se provean de la información para conocer al consumidor del café en la ciudad de Loja, de tal manera que les sirva para mejorar la calidad y presentación del producto y lograr un alto impacto en la comercialización del café.
- A las empresas y negocios de la ciudad de Loja ponerle mayor énfasis en variables como: procedencia, aroma y tradiciones, de este modo los consumidores tendrán mayor preferencia hacia sus productos.
- Que las instituciones educativas y empresas se involucren más en cuanto a este tipo de investigaciones ya que sirven de aporte para que las empresas y negocios tengan un conocimiento sobre el consumidor permitiéndole satisfacer de mejor manera sus necesidades y expectativas de los consumidores.

j. BIBLIOGRAFÍA

Abarca, J., & Armendáriz, D. (2014). *Estudio de la Cadena productiva de café de altura en la parroquia La Carolina, cantón Ibarra, provincia de Imbabura*. Tesis previo a la obtención del título de economista, Universidad Central del Ecuador, Facultad de Ciencias Económicas.

Adrade Jalón, E. (2015). Loja, ciudad de arte y café. *Vistazo*. Obtenido de <https://www.vistazo.com/seccion/turismo/loja-ciudad-de-arte-y-caf%C3%A9>

Benguer Contrí, G., Gómez Borja, M. Á., Mollá, D. A., & Quintanilla Pardo, I. (2014). *Comportamiento del consumidor*. Editorial Uoc. Obtenido de [https://books.google.com.ec/books?hl=es&lr=&id=-hwDAwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT3&dq=comportamiento+del+consumidor+est%C3%A1+integrado+por+3+etapas:+pardo+2014+pardo+2014&ots=Yd5rXbmSVZ&sig=IXRsxT2p1KAedavrlbhnYoyNh-s&redir_esc=y#v=onepage&q=comportamiento%20del%](https://books.google.com.ec/books?hl=es&lr=&id=-hwDAwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT3&dq=comportamiento+del+consumidor+est%C3%A1+integrado+por+3+etapas:+pardo+2014+pardo+2014&ots=Yd5rXbmSVZ&sig=IXRsxT2p1KAedavrlbhnYoyNh-s&redir_esc=y#v=onepage&q=comportamiento%20del%20)

Cardozo, S. (s.f.). *Cafemalist*. Obtenido de <https://cafemalist.com/consumo-del-cafe/>

ConCafé. (13 de Febrero de 2019). Obtenido de <https://concafe.es/profesiones-con-mayor-consumo-de-cafe-en-el-trabajo/>

Cornejo, M. D., Rodríguez, H. J., & Ochoa, Y. Y. (2013). Proceso de certificación de calidad y exportación del café en exportadora ATLANTIC SA Periodo 2012-2013. *Revista Científica de FAREM-Estelí*(8), 13-28.

De Luca, A. (13 de Julio de 2011). Obtenido de <https://www.mentesliberadas.com/2011/07/13/problemas-por-el-consumo-excesivo-de-cafe/>

EcuRed. (s.f.). Obtenido de [https://www.ecured.cu/Loja_\(Ecuador\)](https://www.ecured.cu/Loja_(Ecuador))

- Espinosa, R. (13 de Mayo de 2017). Obtenido de <https://robertoespinosa.es/2017/05/13/benchmarking-que-es-tipos-ejemplos>
- Forum del Café. (2010). <https://www.forumdelcafe.com/>.
- Fuentes, N. (13 de Enero de 2016). *Tiempo de Cafe*. Obtenido de <https://tiempodecafe.com/las-profesiones-que-mas-cafe-consumen/>
- GAD Loja. (2014). *Ordenanza que institucionaliza las ferias culturales, productivas y turísticas interparroquiales del Cantón Loja*. Ordenanza Municipal, Gobierno Autonomo Decentralizado del Cantón Loja, Loja. Obtenido de https://www.loja.gob.ec/files/documentos/2014-10/orden._ferias_interparroquiales.pdf
- García, M., & García, M. (2017). *Investigación de mercado para determinar el consumo de café en la ciudad de San Ignacio, 2017*. Universidad Señor de Sipán, Facultad de Ciencias Empresariales, San Ignacio, Perú.
- Gobierno Autonomo Decentralizado del Cantón Loja - GAD LOJA. (2014). *Ordenanza que institucionaliza las ferias culturales, productivas y turísticas interparroquiales del Cantón Loja*. Ordenanza Municipal, Loja. Obtenido de https://www.loja.gob.ec/files/documentos/2014-10/orden._ferias_interparroquiales.pdf
- Gobierno Provincial de Loja - GPL. (2011). *Plan de desarrollo y ordenamiento territorial de la provincia de loja*.
- Gómez, M. (2016). *Factores relacionados al consumo de café en las cafeterías de la ciudad de tingo maría, 2015*. Universidad Nacional Agraria de la Selva, Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, Tingo María, Perú.

- Gómez, S. (26 de Noviembre de 2018). *QueCafé.info*. Obtenido de <https://quecafe.info/paises-consumidores-de-cafe-top-10/>
- Gotteland, M., & de Pablo V, S. (2007). Algunas verdades sobre el café. *Revista chilena de nutrición*, 105-115.
- Grefa, D. (2014). *Proyecto de factibilidad para la agro industrialización artesanal de café robusta que produce la organización Kichwa Kallari Kawsay-24 de mayo-cantón Loreto de la provincia de Orellana*. Tesis previa a la obtención del título de: INGENIERA COMERCIAL, Universidad Politécnica Salesiana (Sede Quito), Carrera de Administración de Empresas, Quito.
- Hernández, A. G. (2010). *Tratado de nutrición/Nutrition Treatise: Composicion Y Calidad Nutritiva De Los Alimentos/composition and nutritional quality of foods* (Segunda ed., Vol. 12). Madrid: Ed. Médica Panamericana.
- infocafe.es. (s.f.). *Principales consumidores de café del mundo*. Obtenido de <https://www.infocafe.es/cafe/principales-consumidores-cafe.php>
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos - INEC. (2010).
- Instituto Tomás Pascual Sanz. (12 de Diciembre de 2013).
- Loja.gob.ec. (s.f.). *Loja.gob.ec/*. Obtenido de <https://www.loja.gob.ec/contenido/parroquias>
- Mayo Clinic. (06 de March de 2020). *mayoclinic.org*.
- Mercawise. (16 de Junio de 2017). Obtenido de <https://www.mercawise.com/quienes-somos>
- Ministerio de Turismo del Ecuador. (2018). *www.turismo.gob.ec*. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/loja-un-destino-cafetalero-por-excelencia/>

- Mora, S. (2008). *Agrocadena de café. Ministerio de Agricultura y Ganadería. Dirección Regional Huetar Norte. Recuperado el 17 de Mayo de 2020, de <http://infocafes.com/portal/wp-content/uploads/2016/03/a00080.pdf>*
- Mundo del Café. (s.f.). *Mundodelcafe.com*. Obtenido de <https://www.mundodelcafe.com/historia.htm>
- Natividad, X., & Tucto, C. (2019). *Análisis del perfil del consumidor de café entre 25 a 34 años de los Distritos de Miraflores, San Isidro y Barranco, durante el año 2019*. Tesis para optar el Título Profesional de Licenciado en Gastronomía, Universidad San Ignacio de Loyola, Carrera de Gastronomía y Gestión de Restaurantes, Lima - Perú.
- Peña, L. R., García, B., Negreira, M., & Gaspar, J. M. (2014). *Amor por el café: el libro del café y su gastronomía*. ITE Ambiental SC.
- Ponce, L. (2017). *Análisis del consumo per cápita de café en el cantón Jipijapa*. Proyecto de Titulación, Universidad Estatal del Sur de Manabí, Facultad de Ciencias Económicas, Jipijapa, Manabí, Ecuador.
- Puerta, G. I. (12 de Diciembre de 2013). Riesgos para la calidad y la inocuidad del café en el secado. *Centro Nacional de Investigaciones de Café (Cenicafé)*, 2. Obtenido de <http://biblioteca.cenicafe.org/bitstream/10778/399/1/avt0371.pdf>
- Puerta, Q. (2000). Beneficie correctamente su café y conserve la calidad de la bebida. *Centro Nacional de Investigaciones de Café (Cenicafé)*, 2.
- Ramirez, D. (12 de Diciembre de 2013). *Pixabay*. Obtenido de <https://pixabay.com/es/photos/caf%C3%A9-coffee-cafe-beber-cafe%C3%ADna-3923897/>

- Ríos, P. (2016). *Factores del comportamiento del consumidor de café*. Universidad de Guadalajara, Guadalajara.
- Salzillo tea and Coffee. (2014). *Salzillo tea and Coffee*. Obtenido de <http://www.cafes-salzillo.es/archivos/14402>
- Schiffman, L. G., & Kanuk. (2005). *Comportamiento del consumidor* (Octava ed.). Pearson Educación.
- Sepulveda, W. S., Ureta, I., & Sepulveda-Sepulveda, A. (2016). Perfil y preferencia de los consumidores ecuatorianos por atributos de calidad en la producción de café. 298-307.
- Sierra, A. M. (2013). *Alimentos Hoy*. 22(28).
- Significados.com. (09 de 10 de 2018). Obtenido de <https://www.significados.com/per-capita/>
- Silva, W. C. (2019). *Consumidores de Cafés Especiales en barrios de la Zona Norte de la Ciudad de Recife-PE*. Tesis de Licenciatura en Economía Domestica, Universidade Federal Rural de Pernambuco, Departamento de Ciências do Consumo, Recife, Brasil.
- Solé Moro, M. L. (2003). *Los consumidores del siglo XXI* (Segunda ed.). Esic Editorial.
- Universidad de Champagnat. (11 de 10 de 2002). *www.gestiopolis.com*. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/brainstorming-lluvia-o-tormenta-de-ideas/>
- Varela, M., & Jácome, H. (2012). *Boletín mensual de análisis sectorial de MIPYMES*. FLACSO - MIPRO.

k. ANEXOS

K.1. ANEXO 1: PROYECTO DE INVESTIGACIÓN



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

FACULTAD JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA

**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN
DE EMPRESAS**

TEMA:

“CONSUMO DEL CAFÉ EN LA
POBLACIÓN DE LA CIUDAD DE
LOJA: PERIODO DE ESTUDIO 2020”.

Proyecto de Tesis

Autor:

✓ *Richar Alcívar Encarnación Erique*

1859

LOJA - ECUADOR

2020

a. TEMA

“CONSUMO DEL CAFÉ EN LA POBLACIÓN DE LA CIUDAD DE LOJA:
PERIODO DE ESTUDIO 2020”.

b. PROBLEMÁTICA

Según, el sitio web (Mundo del Café, s.f.) citado por Gotteland & de Pablo, (2007, págs. 105-115) señalan que, el café se originó de una forma silvestre en las tierras altas de Abisinia (actual Etiopía), a saber, el café Arábica. La teoría más aceptable es que Kaldi, un pastor de Abisinia, observó que sus cabras estaban muy entusiasmadas y saltaban vigorosamente después de comer las hojas y frutos de cierto arbusto. Kaldi llevó la fruta y las ramas de los arbustos al abad del monasterio, quien puso las cerezas al fuego y descubrió el sabor del café, que al tostarlo producía un exquisito aroma.

Además, al hablar de la popularidad del café, el autor afirma que esto sucedió en el siglo XIII, cuando se usaba como bebida estimulante, lo que puede ser el resultado de la prohibición del Islam sobre las bebidas alcohólicas. Ya en el siglo XV, los musulmanes introdujeron el café en Persia, Egipto y Turquía. En 1475, Constantinopla abrió la primera cafetería Kiva Han. Más tarde, debido a la llegada de los comerciantes venecianos, el café se introdujo en Europa en el siglo XVII y rápidamente se convirtió en la bebida favorita de la gente y circuló en diferentes países (Italia, 1645; Inglaterra, 1650; Francia, 1660). En Londres la primera cafetería se abrió en 1652 y en París en 1672. En el siglo XVIII, se trasladaron grandes cantidades de cultivos a Ceilán, Indonesia y América del Sur, y la primera plantación se estableció en Brasil en 1727.

Según Gómez (2018) manifiesta que, el café es la bebida más consumida en el mundo y el consumo de esta bebida está viviendo su "tercera ola". La primera ola ocurrió en la década de 1960. Durante esta década, el consumo de café comenzó a incrementarse exponencialmente, pues en ese momento el café había comenzado a convertirse en un producto de fácil acceso para la población mundial. La *segunda ola* sigue a la llegada del segundo milenio y al auge del café de especialidad. Los productores comenzaron a apostar

por la calidad, la producción de variedades y el posicionamiento del café de origen. Los tostadores y empresarios de café se interesaron por el café premium diferenciado, los sellos y certificaciones comenzaron a convertirse en los protagonistas de la cadena productiva del café. Se lanzó una campaña agresiva para incrementar el consumo global, y, las cafeterías y bares se pusieron de moda por sus novedosas preparaciones de café frío y caliente. Ahora vivimos la *tercera ola*, en la que el protagonista es un consumidor educado que sabe apreciar la experiencia de una buena taza de café. Hoy en día, el mercado mundial del café ha diversificado los productos de café, como bebidas funcionales, bebidas de café con gas y refrescos para dirigirse al público joven de la Generación Y (13-16 años) y a los Millennials. Estos dos grupos representan el 44% de los consumidores potenciales en los Estados Unidos y esta tendencia parece ser global. Los consumidores son principalmente adultos mayores de 30 años.

El Ecuador es un gran productor de café, sin embargo en los últimos años ha caído un poco la producción de café por ello, según (Varela & Jácome, 2012) en el Boletín mensual de análisis sectorial de MIPYMES manifiesta que, implementó un plan para reactivar el sector cafetero, que incluye promoción de la producción, asistencia técnica, fortalecimiento de organizaciones sociales y préstamos a la producción. A través de este plan, se espera reactivar 50.000 hectáreas de café dentro de 10 años.

Así también, según, Varela y Jácome (2012) manifiesta que, el comportamiento de los consumidores en todo el mundo ha seguido cambiando, no solo apoyando el café de alta calidad, sino también teniendo un sentido de responsabilidad ambiental y social. Las nuevas áreas de consumo, especialmente las de Asia, avanzan a un ritmo claro, lo que puede confirmar que el consumo interno y externo generan un mayor valor agregado, Considerando que el 63% de los productos se exportan, y para atender la demanda interna,

se importa el 5.6% de la oferta total. La participación de las exportaciones de Ecuador es el 1,9% de las exportaciones totales de América Latina y el 1,3% de las exportaciones totales del mundo; Los productos que participan en las importaciones mundiales representan el 11,6% del total de las importaciones de América Latina y el 0,2% del total de las importaciones mundiales se debe principalmente a la incapacidad de las importaciones de café soluble para satisfacer la demanda interna.

En los últimos años el Ecuador ha ido mejorando la producción de café, a través del proyecto de reactivación de la caficultura liderado por el MAG, este sector está teniendo un auge, ya que el MAG a través de los técnicos cantonales están ayudando con asesoría y ayuda en la adquisición de plantas más resistentes, esto debido a que el país en las últimas décadas hemos sido testigos del abandono o descuido de los cafetales por parte de los caficultores, debido a una gran cantidad de plagas, como la “roya” que han venido azotando los cultivos de café ocasionando disminuciones en la productividad de las plantaciones (qq/ha/año), lo que también ha causado que se descuiden los procesos de producción ocasionando que el producto final baje la calidad, siendo el café especializado producido en menor cantidad ya sea por la cantidad de inversión que estos requieren, desde los cultivos hasta que se obtiene el producto final, pero el ingreso que generan estos productos es mucho mayor que un café natural que no se le brinda todos los cuidados ni cumple con estándares de calidad en cada proceso, el producto que llega al consumidor (café especializado) sea de mayor calidad. Un hecho inherente es que, con el café de especialidad, los consumidores obtendrán un mejor producto final y cumplirán con las expectativas de todos. Sin embargo, no todos están de acuerdo con este criterio porque los productores, procesadores y otros integrantes del proceso ignoran los estándares de calidad, por lo que muchos consumidores optan por beber café de mejor calidad en otros mercados, por otro lado están los consumidores que son influenciados en su decisión de compra por factores o variables como:

el *precio*, el país durante muchos años ha estado en una crisis económica afectando directamente al consumidor que han optado por adquirir los productos a quienes ofrezcan a precios más bajos; la *accesibilidad* para adquirir el producto, muchos de los productos locales de mejor calidad no se los encuentra en la mayoría supermercados y en tiendas de barrio, por lo tanto, las personas se han inclinado por consumir los productos que sean más asequibles en función de su capacidad financiera, y además, el hecho de que en algunos casos el café natural es mesclado con otros productos lo que le quita la calidad al producto, impidiéndoles convertirse en un gran competidor y acaparar una gran proporción del mercado.

¿En qué medida influyen los aspectos más importantes del consumo del café en la población de la ciudad de Loja, en el periodo de estudio 2020?

- ¿Qué aspectos y características inciden en el consumo del café en la ciudad de Loja?
- ¿Cuál es el consumo per-cápita del café en la población de la ciudad de Loja?
- ¿Cuáles son los hábitos de consumo del café que tienen mayor impacto en la población de la ciudad de Loja?

c. JUSTIFICACIÓN

La presente investigación nace incentivado anteriormente siendo parte de la investigación de la cadena de valor del café pero, ante la actual emergencia sanitaria y la imposibilidad de acceder a los cantones para realizar el trabajo de campo, con mucha tristeza se tuvo que abandonar el proyecto investigativo sin embargo, lejos de ser un tiempo perdido sirvió para conocer la realidad de sector cafetalero no solo a nivel de los cantones de la provincia de Loja y la zona 7 sino, la realidad que viven los cafetaleros en el país, en Latinoamérica y el mundo. Es por ello, que me he inclinado en el desarrollo de la presente investigación que me permitirá conocer la realidad de los consumidores de café mediante un *estudio sobre el consumo de café en la ciudad de Loja*, un trabajo investigativo bien realizado y sustentado que cumpla con los requerimientos y estándares de un trabajo de titulación.

Académicamente se justifica al ser un requisito fundamental que se debe desarrollar y presentar, previo a la obtención del título de grado en Ingeniero en Administración de Empresas, en la Universidad Nacional de Loja, dicho trabajo me permitirá contrastar los conocimientos adquiridos en las aulas durante los diferentes años de estudio con la práctica mediante el trabajo de campo que será desarrollado a través de la presente investigación.

Esta investigación tendrá gran importancia no solo en el nivel académico sino también para la sociedad y empresas de la localidad ya que, servirá como instrumento de investigación y de referencia para próximos estudios de carácter investigativo, entre otros.

Se puede justificar económicamente debido a que por la actual pandemia que está azotando al mundo entero, la ciudad de Loja quedará devastada tanto en el nivel adquisitivo de sus habitantes, así como también las pérdidas en las empresas y la gran cantidad de negocios que habrán de cerrar. Si bien hacer un estudio que abarque todos y cada uno de los

sectores es más complejo y requiere de más tiempo, sin embargo, al desarrollar una investigación que permita conocer acerca del consumo de café en los habitantes de la ciudad permitirá al sector, tener una pauta para hacer resurgir sus negocios, y así también, a muchos empezar con emprendimientos nuevos y quizá mucho mejores de los ya existentes, que van a permitir recuperar la economía y las condiciones de vida de las familias.

d. OBJETIVOS

d.1. OBJETIVO GENERAL

- Describir cuáles son los aspectos más importantes que condicionan el consumo del café en la población de la ciudad de Loja, en el periodo de estudio 2020.

d.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Determinar cuáles son los aspectos y características que condicionan el consumo del café en la ciudad de Loja.
- Determinar el consumo per-cápita de café en la población de la ciudad de Loja.
- Analizar los hábitos de consumo de café en la población de la ciudad de Loja.

f. METODOLOGÍA

El proyecto de investigación presentará un enfoque cuantitativo, ya que se describirá la investigación desde un panorama general sobre el consumo de café en la ciudad de Loja; y se desarrollará en base al tipo de investigación de nivel descriptiva en torno al consumo de café, que se desarrollará en la ciudad de Loja, se utilizarán métodos y técnicas con el fin de dar cumplimiento a los objetivos planteados, especialmente para recabar información primaria y secundaria.

f.1. MÉTODOS

Método Científico. - se empleará en todo el estudio, para reunir la información pertinente y así, exponer la correlación entre las diferentes variables y en el análisis e interpretación de resultados estadísticos.

Método inductivo. - se utilizará este método para contrastar la información de la investigación obtenida en su desarrollo, con los referentes teóricos relacionados al tema.

Método Analítico Sintético. - Este método se utilizará para analizar los resultados obtenidos en relación al consumo del café en los habitantes de la ciudad de Loja, información que permitirá elaborar las recomendaciones oportunas en función de los resultados obtenidos mediante el trabajo de campo.

f.2. TÉCNICA A UTILIZAR

- **Encuesta:** se aplicará a los consumidores de café de la ciudad de Loja, para ello, se utilizará un cuestionario, para medir las variables requeridas y características que se pretende analizar del consumo de café en base a preguntas previamente diseñadas, elaboradas y aplicadas a los consumidores. La población objetivo se estableció en

112,094 habitantes de edades entre 15 años y 59 años de acuerdo a los datos del INEC (2010), con una tasa de crecimiento de 2.65%

Se procesará la información obtenida a través de los resultados de las encuestas por medio de:

- **Tabulación:** una vez aplicadas las encuestas y obtenidos los resultados se procederá a clasificar y ordenar dichos resultados, que serán representados a través de diagramas y tablas estadísticas.
- **Análisis e interpretación:** Se realizará el análisis de la información tabulada con respecto al consumo del café en la ciudad de Loja, periodo de estudio 2020.
- **Presentación de resultados:** Los resultados que se logren obtener serán presentados a través de gráficos y tablas con la interpretación y el análisis pertinente.

f.3. PROCEDIMIENTO

En primera instancia se desarrollará un acercamiento con el sector para determinar los diferentes aspectos y obtener un diagnóstico del consumo de café en la ciudad de Loja; posteriormente se recolectará información de la población en estudio para ello, se aplicará las técnicas de recolección de información pertinentes y necesarias, para de este modo, obtener la información con la ayuda de instrumentos de recolección y herramientas informáticas a través de la población en estudio.

Una vez que se haya adquirido la información pertinente se procederá a sistematizar la información en concordancia con los resultados obtenidos, los cuales se los representará utilizando tablas y gráficos estadísticos, lo que permitirá obtener una mejor comprensión de los datos recolectados, del mismo modo se realizará la interpretación de la información representada mediante la tabulación; seguidamente, se realizará el análisis de los resultados

tabulados, se desarrollará la discusión, y posteriormente elaborar las conclusiones y recomendaciones a las que se llegará una vez concluida la investigación.

Finalmente, se describirá los resultados y se los presentará mediante un informe.

f.4. POBLACIÓN Y MUESTRA

Tomando como referencia el último censo Poblacional publicado por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos – INEC, (2010), en la ciudad de Loja hay un total de 112,094 habitantes, de 15 años y 59 años; y tomando la Tasa Promedio de Crecimiento del 2.65%; con los datos antes mencionados se realiza la proyección para el año 2020.

Para obtener la población de la ciudad de Loja en el año 2020 se lo hace mediante una proyección, cuyo proceso se describe a continuación:

Datos:

$$Pf = Po(1 + i)n$$

Pf = Población Final (2020)

$$Pf_{2020} = Po_{2010}(1 + 0.0265)^{10}$$

Po = Población Inicial (2010)

$$Pf_{2020} = 112,094(1.0265)^{10}$$

i = Tasa de Crecimiento

$$Pf_{2020} = 112,094(1.298941335)$$

n = Años de Proyección

$$Pf_{2020} = 145,604 \text{ habitantes.}$$

De acuerdo con los datos obtenidos del INEC proyectados de acuerdo a la anterior fórmula se estima que para el año 2020 la población urbana de la ciudad de Loja sea de 145,604 habitantes.

f.5. OBTENCIÓN DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA

Con el objetivo de conocer el número total de encuestas a ser aplicadas en la población en estudio se establece el tamaño de la muestra que, nos permitirá obtener la información necesaria para el desarrollo del análisis de la investigación en estudio.

b. Datos:

n = Tamaño de la muestra

N = Población Final (145,604)

e^2 = Margen de error (5%)²

l = Constante (1)

$$n = \frac{N}{1 + N * (e)^2}$$

$$n = \frac{145,604}{1 + 145,604 * (0.05)^2}$$

$$n = \frac{145,604}{1 + 145,604 * (0.0025)}$$

$$n = \frac{145,604}{1 + 364.01}$$

$$n = \frac{145,604}{365.01}$$

$$n = 399 \text{ encuestas.}$$

Se aplicarán 399 encuestas a la población en estudio de la ciudad de Loja.

g. CRONOGRAMA DE TRABAJO

Tabla 13

Cronograma del Proyecto de Tesis

Objetivo/actividad	Mayo				Junio				Julio				Agosto			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Elaboración de la revisión de Literatura: marco teórico, referencial y conceptual.	■	■	■													
Elaboración de los instrumentos de investigación: encuesta.				■												
Aplicación de las técnicas e instrumentos de recolección de la información a los habitantes de la ciudad de Loja.					■	■	■	■	■							
Tabulación de la información obtenida a través de las encuestas aplicadas a los habitantes de la ciudad de Loja.										■						
Análisis e interpretación de los resultados tabulados.											■					
Elaboración de la discusión.												■				
Establecer las conclusiones y recomendaciones pertinentes.													■			
Presentación del informe final.														■		
Presentación y exposición del borrador de tesis.															■	■

Elaboración: Richar Alcívar Encarnación Erique

h. PRESUPUESTO Y FINANCIAMIENTO

El presente proyecto será financiado en su totalidad por el investigador Richar Alcívar Encarnación Erique.

h.1. RECURSOS HUMANOS

- El autor del proyecto: Richar Alcívar Encarnación Erique
- Colaboradores de la investigación.

h.2. RECURSOS BIBLIOGRAFICOS

- Libros en físico
- Libros digitales
- Artículos de revista

h.3. RECURSOS TECNOLOGICOS:

- Computadora Portátil
- Impresora
- Flash memory/Pen Drive
- Teléfono inteligente

h.4. PRESUPUESTO

El presupuesto necesario para llevar a cabo el presente proyecto se lo detalla a continuación:

Tabla 14

Presupuesto

Rubro	Cantidad	Precio Unitario	Valor Total
Viajes técnicos			
Alimentación	10	\$ 3,00	\$ 30,00
Transporte	10	\$ 2,50	\$ 25,00
Materiales y suministros			
Resma de hojas de papel bond	2	\$ 3,00	\$ 6,00
Esferos	10	\$ 0,20	\$ 2,00
Lápices	3	\$ 0,15	\$ 0,45
Cuaderno	2	\$ 1,00	\$ 2,00
Tabla de pinza (portapapeles)	2	\$ 2,00	\$ 4,00
Tinta de Impresora	4	\$ 8,50	\$ 34,00
Empastado	2	\$ 10,00	\$ 20,00
Internet	4	\$ 22,96	\$ 91,84
Recargas a celular	2	\$ 10,00	\$ 20,00
Trabajo intelectual			
Detalle	Horas requeridas	Costo/Hora	Costo Total
Realización del Diagnóstico de Situación actual	40	\$ 10,00	\$ 400,00
Organización de la Información	30	\$ 10,00	\$ 300,00
Análisis e Interpretación de la Información	70	\$ 10,00	\$ 700,00
Elaboración de la Propuesta	60	\$ 10,00	\$ 600,00
Subtotal			\$ 2.235,29
Imprevistos 4,5%			\$ 100,59
Total			\$ 2.335,88

Elaboración: Richar Alcívar Encarnación

K.2. ANEXO 2: FORMATO DE ENCUESTA

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA, FACULTAD JURÍDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ENCUESTA A LOS HABITANTES DE LA CIUDAD DE LOJA

Señor (a):

La presente encuesta está dirigida a los habitantes de la ciudad de Loja de 15 a 59 años, la misma que tiene como finalidad recopilar información oportuna para desarrollar la investigación como parte del trabajo de tesis denominado “CONSUMO DEL CAFÉ EN LA POBLACIÓN DE LA CIUDAD DE LOJA: PERIODO DE ESTUDIO 2020”, por medio de la cual me dirijo a usted para solicitarle se digne responder a las siguientes interrogantes con la sinceridad y veracidad que corresponde, ya que dicha información será únicamente para fines académicos.

1. Género con el que se identifica *(una alternativa)*

- Masculino
- Femenino

2. ¿Seleccione en que rango se encuentra su edad? *(una alternativa)*

- Entre 15 y 20 años
- Entre 20 y 30 años
- Entre 30 y 40 años
- Entre 40 y 50 años
- Entre 50 y 59 años.

3. ¿Cuál es su ocupación? *(una alternativa)*

- Empleado Publico
- Empleado Privado
- Emprendedor/a o cuenta propia
- Comerciante
- Desempleado
- Trabajador Informal
- Estudiante

4. Seleccione el rango en que se encuentran sus ingresos mensuales. *(una alternativa)*

- Menos de \$200.00 dólares
- Entre \$200.00 dólares y \$400.00 dólares
- Entre \$400.00 dólares y \$600.00 dólares
- Entre \$600.00 dólares y \$800.00 dólares
- Entre \$800.00 dólares y \$1.000.00 dólares
- Entre \$1,000.00 dólares y \$1,200.00 dólares
- Más de \$1,200.00

5. ¿Consume usted café? (una alternativa)

- SI
- NO

NOTA: Si su respuesta es **negativa** continúe con la pregunta N° 6; en caso de ser **afirmativa** continúe con la pregunta N° 7;

2. PERSONAS QUE NO CONSUMEN CAFÉ

6. Si su respuesta fue NO ¿por qué no consume café? (una alternativa)

- Es perjudicial para la salud
- No le agrada el aroma
- No le agrada el sabor
- Altera los nervios
- Causa insomnio/quita el sueño
- Causa gastritis/irrita el estomago
- Causa adicción a la cafeína

NOTA: Si en la pregunta N° 5 contesto que SI continúe con la encuesta; en caso de haber contestado que NO CONSUME CAFÉ aquí termina la encuesta y se le agradece su colaboración.

3. CONSUMIDORES DE CAFÉ

7. ¿Dónde adquiere o compra el café? (una alternativa)

- Supermercados
- Tiendas de Barrio
- Restaurantes
- Terminales
- Mercados (Centros Comerciales)
- Compras on-line

8. ¿En qué presentación o empaque adquiere el producto (café)? (una alternativa)

- Sachets
- Bolsa de papel
- Bolsa aluminizada
- Frasco de vidrio
- Frasco de plástico

9. ¿Con qué frecuencia adquiere el producto (café)? (una alternativa)

- Diariamente
- Semanalmente
- Mensualmente
- Trimestralmente
- Semestral/Anualmente

10. ¿Cuál es el origen del café que consume? (una alternativa)

- Local
- Nacional
- Importado
- No lo sabe

11. ¿En dónde prefiere consumir el café? (una alternativa)

- En casa
- Oficina o lugar de trabajo
- En un establecimiento (cafeterías, restaurantes)

12. ¿Conoce la variedad de procedencia del café que consume (Robusta, Arábica)? (una alternativa)

- SI
- NO

El Café Arábica: tiene un sabor un tanto más dulce o frutal (contiene menos cafeína).

El Café Robusta: tiene un sabor un poco amargo (contiene más cafeína).

NOTA: Si su respuesta es **negativa** continúe con la pregunta N° 13; en caso de ser **afirmativa** continúe con la pregunta N° 14;

4. VARIEDAD DEL CAFÉ QUE CONSUME**13. ¿De qué variedad es el café que consume? (una alternativa)**

- Robusta
- Arábica

5. CARACTERÍSTICAS DEL CAFÉ QUE CONSUME**14. ¿Qué tipo de café consume? (una alternativa)**

- Café instantáneo
- Café Molido (de filtrar)
- Café en grano

15. De acuerdo a la opción que escogió en la pregunta anterior, seleccione, ¿por qué prefiere consumir café? (una alternativa)

- Facilidad de preparación
- Sabor
- Aroma
- Costumbre
- Tradición Familiar
- Precio bajo/barato
- Saludable

16. ¿De qué marca prefiere consumir el café? (una alternativa)

- Café Buendía
- Nescafé
- Colcafé
- Si Café
- Ricafé
- Café Lojano
- Alto Cayetano
- Café de Loja
- Akí Café
- Juan Valdez
- Sin marca (no tiene marca)
- Otra: _____

- 17. ¿En qué momento del día prefiere consumir café? (una alternativa)**
- En la mañana
 - En la tarde
 - En la noche
- 18. Seleccione la cantidad de café que consume por día (una alternativa)**
- 1 taza
 - 2 tazas
 - 3 tazas
 - 4 tazas
 - 5 tazas o más.
- 19. ¿Consume café todos los días? (una alternativa)**
- SI
 - NO
- 20. ¿En qué ocasiones consume café? (varias alternativas)**
- En reunión de amigos
 - En reuniones de trabajo
 - En reuniones o citas de pareja (esposos, novios, enamorados)
- 21. ¿Cuáles son los aspectos que determinan su elección del café que consume? (varias alternativas)**
- Precio
 - Procedencia
 - Aroma
 - Color
 - Presentación
 - Vendedor
 - Cantidad de producto
- 22. ¿Con qué acompañantes prefiere la preparación de su café? (varias alternativas)**
- Azúcar
 - Leche
 - Crema
 - Alternativa del azúcar
 - Solo
- 23. ¿Cómo prefiere consumir el café? (una alternativa)**
- Solo
 - Acompañado (de pan, galletas, queso...)
- 24. ¿Qué considera que debe tener un café para que sea de calidad? Seleccione las alternativas que considere según su percepción. (varias alternativas)**
- Aroma
 - Sabor
 - Color del producto
 - Que la marca sea conocida
 - Origen (ciudad, provincia, país)
 - Precio alto
 - Textura

25. ¿En el último año su consumo promedio de café; aumentó, es igual o disminuyó; especifique en cuantas tazas de su consumo habitual? (una alternativa)

Aumentó:

- 1 taza en promedio
- 2 tazas en promedio
- 3 tazas en promedio
- 4 tazas en promedio
- 5 tazas en promedio

Se mantuvo:

- Se mantuvo el mismo promedio de consumo

Disminuyó:

- 1 taza en promedio
- 2 tazas en promedio
- 3 tazas en promedio
- 4 tazas en promedio
- 5 tazas en promedio

26. Cuando escucha hablar de consumo de café, ¿qué es lo que se le viene a la mente?, seleccione las alternativas que considere según su percepción. (varias alternativas)

- Ayuda a mantenerme despierto (saludable)
- Da energía (saludable)
- Quita el frío (saludable)
- Tiene antioxidantes (saludable)
- Tiene sabor agradable (saludable)
- Tranquiliza/control de los nervios (saludable)
- Altera los nervios (dañino)
- Causa insomnio/quita el sueño (dañino)
- Causa gastritis/irrita el estómago (dañino)
- Causa adicción a la cafeína (dañino)

27. ¿Qué precio paga aproximadamente en relación a una 1 taza de café? (una alternativa)

- Entre 0.01 ctvs. y 1.00 dólar.
- Entre 1.01 dólares y 2.00 dólares.
- Entre 2.01 dólares y 3.00 dólares.
- Entre 3.01 dólares y 4.00 dólares.
- De 4.01 dólares en adelante.

28. ¿Qué precio paga aproximadamente en relación a un producto (café) de 1 libra? (una alternativa)

- Entre 0.01 dólares y 2.00 dólares.
- Entre 2.01 dólares y 3.00 dólares.
- Entre 3.01 dólares y 4.00 dólares.
- Entre 4.01 dólares y 5.00 dólares.
- De 5.01 dólares en adelante.

Gracias por su colaboración

K.3. ANEXO 3: FOTOGRAFÍAS DE EVIDENCIA DE LAS ENCUESTAS O TRABAJO DE CAMPO.

Figura 12

Protocolos de bioseguridad



Nota. Fotografía del cumplimiento de los protocolos de bioseguridad.

Figura 13

Evidencia de las encuestas virtuales

Usuarios que han respondido

rocioromeropineda@hotmail.com
floaruz@hotmail.com
veros_mg@hotmail.com
breakerdasher@gmail.com
gresalo71@hotmail.com
alexis_dc_@hotmail.com
ceroruto98@gmail.com
ivonnesanchez_92@hotmail.com
marcosanchezpsicl@gmail.com

Nota. Se solicitó a los habitantes de la ciudad de Loja llenar una encuesta virtual, en la que registraron sus correos.

Figura 14

Evidencia de las encuestas físicas: Puerta de la Ciudad (Loja)



Nota. Se solicitó a los habitantes de la ciudad de Loja llenar una encuesta.

Figura 15

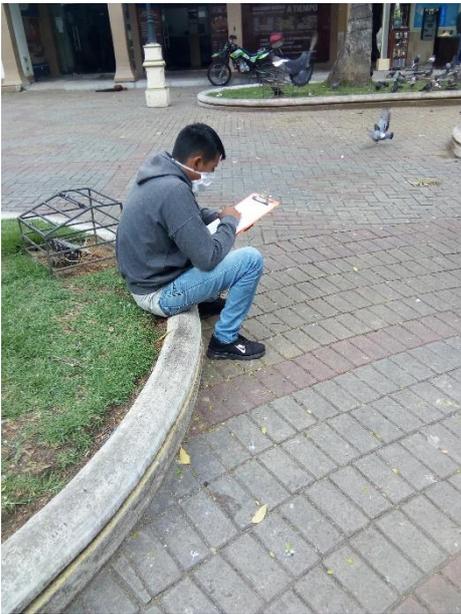
Evidencia de las encuestas físicas: Parque Central (Loja)



Nota. Se solicitó a los habitantes de la ciudad de Loja llenar una encuesta.

Figura 16

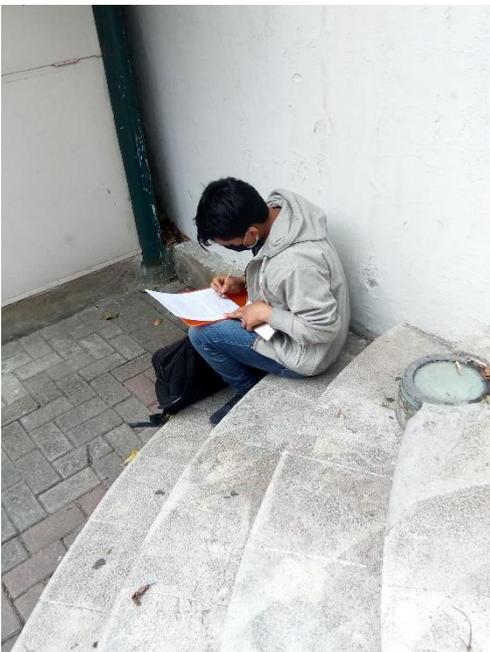
Evidencia de las encuestas físicas: Parque Santo Domingo (Loja)



Nota. Se solicitó a los habitantes de la ciudad de Loja llenar una encuesta.

Figura 17

Evidencia de las encuestas físicas: Parque Santo Domingo (Loja)



Nota. Se solicitó a los habitantes de la ciudad de Loja llenar una encuesta.

K.4. ANEXO 4: TABULACIÓN DE LA ENCUESTA

1. Género con el que se identifica.

Tabla 15

Género

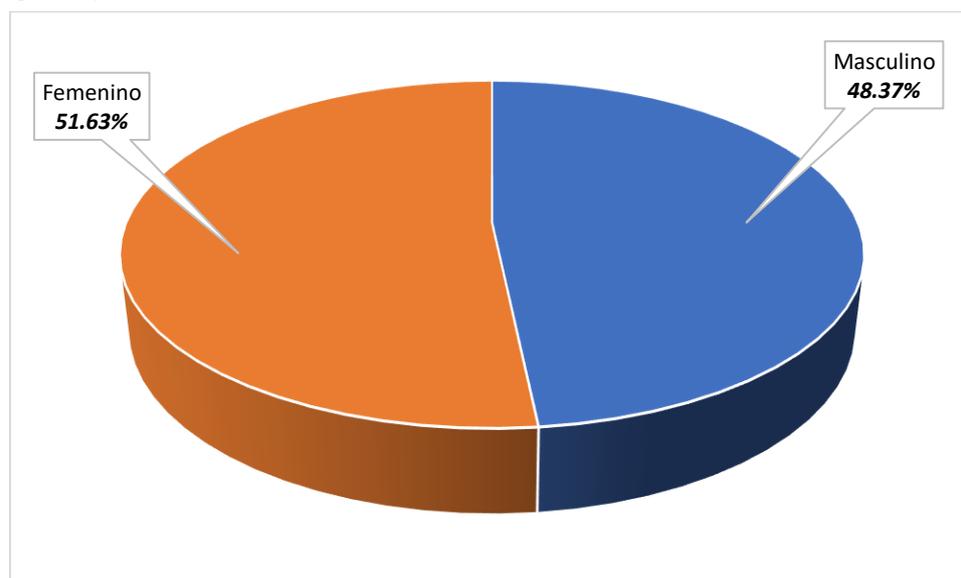
Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	193	48.37%
Femenino	206	51.63%
TOTAL	399	100.00%

Fuente: Técnica de investigación – Encuesta a los habitantes de la ciudad de Loja, (pregunta N° 1)

Elaboración: Richar Alcívar Encarnación Erique

Figura 18

Género



Fuente: Tabla N° 15

Elaboración: Richar Alcívar Encarnación Erique

Análisis e Interpretación

Del total de la población en estudio, a través de la población en estudio el 51.63% es de género femenino, mientras que el 48.37% es de género masculino.

Según los datos obtenidos la mayoría, de los habitantes de la ciudad de Loja es de género femenino, mientras que, un menor porcentaje es de género masculino.

2. ¿Seleccione en que rango se encuentra su edad?

Tabla 16

Edad

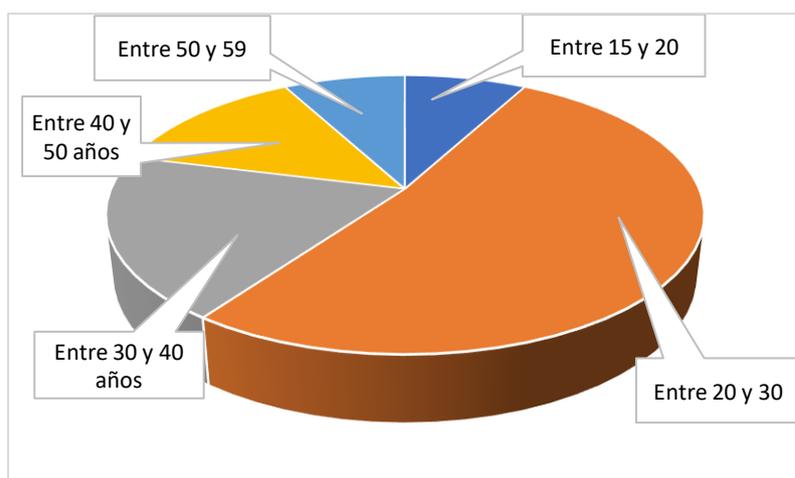
Alternativa	Alternativa	Porcentaje
Entre 15 y 20 años	31	7.77%
Entre 20 y 30 años	208	52.13%
Entre 30 y 40 años	76	19.05%
Entre 40 y 50 años	53	13.28%
Entre 50 y 59 años.	31	7.77%
TOTAL	399	100.00%

Fuente: Técnica de investigación – Encuesta a los habitantes de la ciudad de Loja, (pregunta N° 2)

Elaboración: Richar Alcívar Encarnación Erique

Figura 19

Edad



Fuente: Tabla N° 16

Elaboración: Richar Alcívar Encarnación Erique

Análisis e Interpretación

Del total de la población en estudio, el 52.13% son de edades de entre 20 y 30 años; el 19.05% son de edades de entre 30 y 40 años; el 13.28% de edades de entre 40 y 50 años;

con el 7.77% son de edades de entre 15 y 20 años; y el 7.77% están entre 50 y 59 años de edad.

Según los resultados obtenidos, la mayoría están en edades de entre 20 y 30 años de edad; 30 y 40 años de edad; 40 y 50 años de edad; mientras que con un menor porcentaje están en edades de entre 15 y 20 años; y 50 y 59 años.

3. ¿Cuál es su ocupación?

Tabla 17

Ocupación

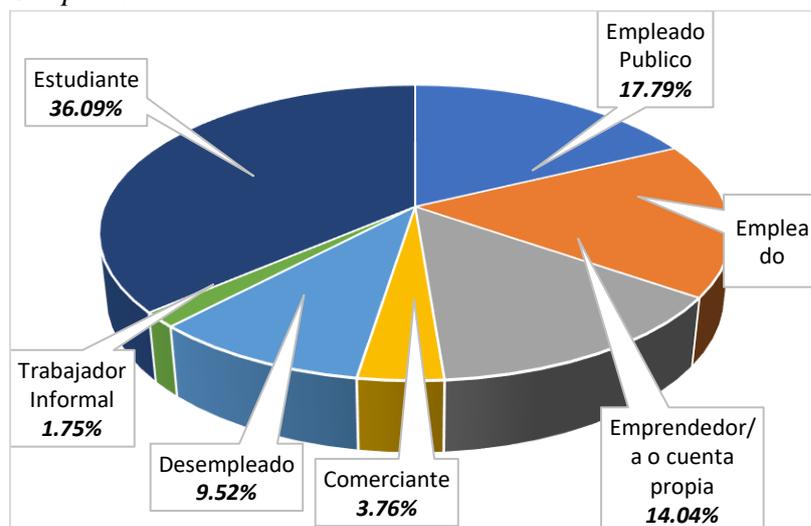
Alternativa	Alternativa	Porcentaje
Empleado Publico	71	17.79%
Empleado Privado	68	17.04%
Emprendedor/a o cuenta propia	56	14.04%
Comerciante	15	3.76%
Desempleado	38	9.52%
Trabajador Informal	7	1.75%
Estudiante	144	36.09%
TOTAL	399	100.00%

Fuente: Técnica de investigación – Encuesta a los habitantes de la ciudad de Loja, (pregunta N° 3)

Elaboración: Richar Alcívar Encarnación Erique

Figura 20

Ocupación



Fuente: Tabla N° 17

Elaboración: Richar Alcívar Encarnación Erique

Análisis e Interpretación

Del total de la población en estudio, el 36.09% son estudiantes, el 17.79% son empleados públicos, el 17.04% empleados privados, el 14.04% son emprendedores/ o trabajan por cuenta propia, el 9.52% son desempleados, el 3.76% son comerciantes, el 1.75% son trabajadores informales.

Según los datos obtenidos, la mayoría son estudiantes, empleados públicos, empleados privados, emprendedores, mientras que, con un menor porcentaje, pero no menos importante son desempleados, comerciantes y trabajadores informales.

4. Seleccione el rango en que se encuentran sus ingresos mensuales.

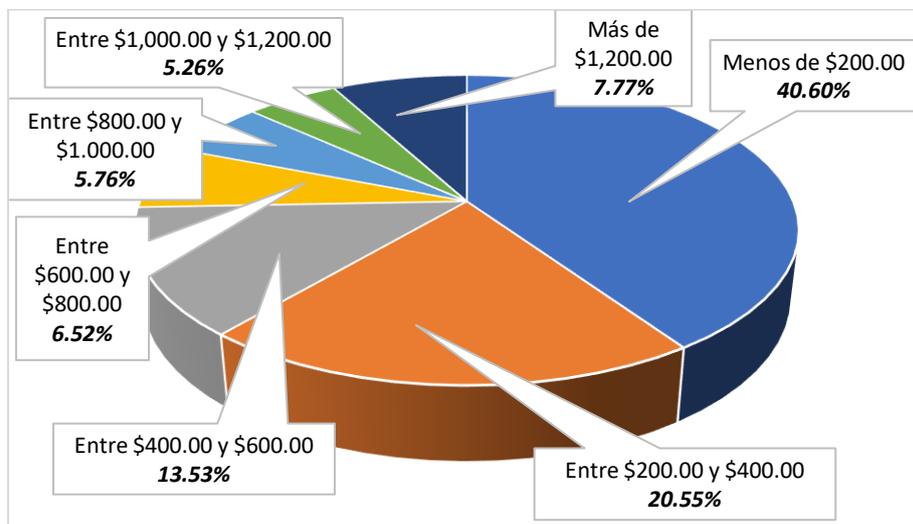
Tabla 18

Ingresos Mensuales

Alternativa	Alternativa	Porcentaje
Menos de \$200.00	162	40.60%
Entre \$200.00 y \$400.00	82	20.55%
Entre \$400.00 y \$600.00	54	13.53%
Entre \$600.00 y \$800.00	26	6.52%
Entre \$800.00 y \$1.000.00	23	5.76%
Entre \$1,000.00 y \$1,200.00	21	5.26%
Más de \$1,200.00	31	7.77%
TOTAL	399	100.00%

Fuente: Técnica de investigación – Encuesta a los habitantes de la ciudad de Loja, (pregunta N° 4)

Elaboración: Richar Alcívar Encarnación Erique

Figura 21*Ingresos Mensuales*

Fuente: Tabla N° 18

Elaboración: Richar Alcívar Encarnación Erique

Análisis e Interpretación

Del total de la población en estudio, el 40.60% tienen ingresos menores a \$200.00 dólares; el 20.55% tienen ingresos entre \$200.00 y \$400.00 dólares; el 13.53% sus ingresos están entre \$400.00 y \$600.00; el 7.77% más de \$1,200.00 dólares; el 6.52% están entre \$600.00 y \$800.00 dólares; el 5.76% entre 800.00 y \$1,000.00 dólares; y el 5.26% tienen ingresos mensuales entre \$1,000.00 y 1,200.00 dólares.

De acuerdo a los datos obtenidos, la mayoría tienen ingresos menores a \$200.00 dólares; y entre \$200.00 y \$400.00; mientras que, con menor porcentaje sus ingresos están entre \$400.00 y \$600.00; entre \$600.00 y \$800.00; entre \$800.00 y \$1,000.00; entre \$1,000.00 y \$1,200.00; y más de \$1,200.00 dólares.

5. ¿Consumen usted café?

Tabla 19

Consumo de café

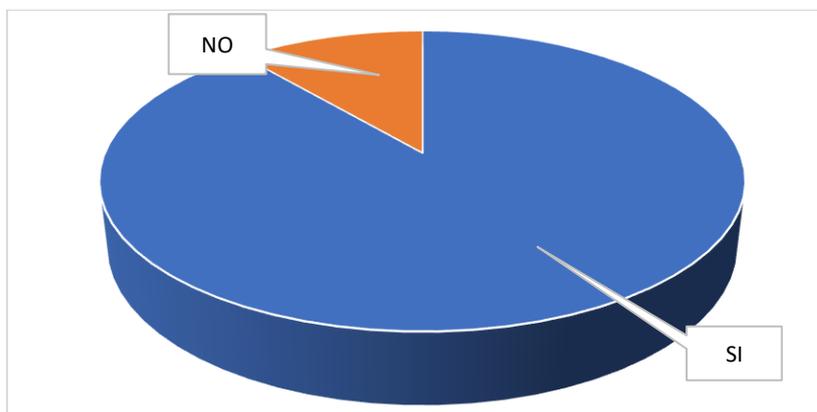
Alternativa	Alternativa	Porcentaje
SI	354	88.72%
NO	45	11.28%
TOTAL	399	100.00%

Fuente: Técnica de investigación – Encuesta a los habitantes de la ciudad de Loja, (pregunta N° 5).

Elaboración: Richar Alcívar Encarnación Erique

Figura 22

Consumo de café



Fuente: Tabla N° 19

Elaboración: Richar Alcívar Encarnación Erique

Análisis e Interpretación

Del total de la población en estudio, el 88.72% manifiesta que si consumen café y el 11.28% no consumen café.

De acuerdo con los datos obtenidos, la mayoría de habitantes de la ciudad de Loja si consumen café, mientras que un menor porcentaje no consumen café.

NOTA: Si su respuesta es negativa continúe con la pregunta N° 6; en caso de ser afirmativa continúe con la pregunta N° 7;

6. Si su respuesta fue NO ¿por qué no consume café?

Tabla 20

Razones por las que no consume el café

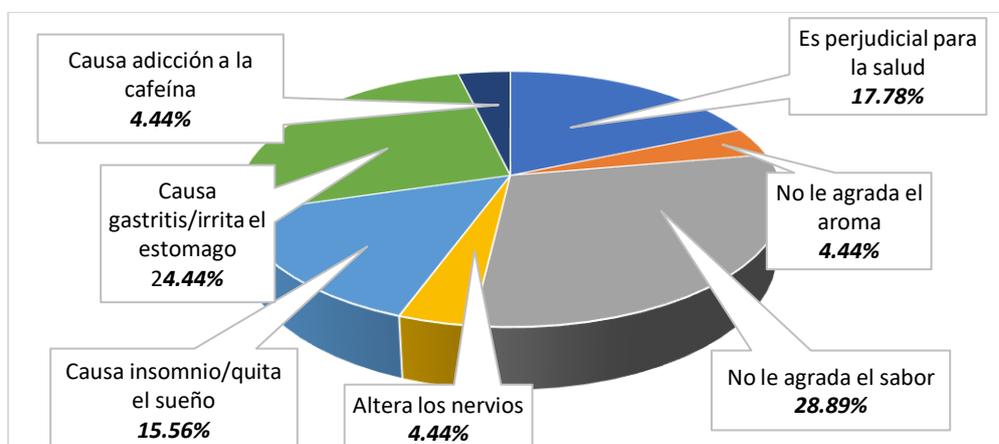
Alternativa	Alternativa	Porcentaje
Es perjudicial para la salud	8	17.78%
No le agrada el aroma	2	4.44%
No le agrada el sabor	13	28.89%
Altera los nervios	2	4.44%
Causa insomnio/quita el sueño	7	15.56%
Causa gastritis/irrita el estomago	11	24.44%
Causa adicción a la cafeína	2	4.44%
TOTAL	45	100.00%

Fuente: Técnica de investigación – Encuesta a los habitantes de la ciudad de Loja, (pregunta N° 6).

Elaboración: Richar Alcívar Encarnación Erique

Figura 23

Razones por las que no consume el café



Fuente: Tabla N° 20

Elaboración: Richar Alcívar Encarnación Erique

Análisis e Interpretación

Del total de la población en estudio, al ser consultados sobre la razón por las que no consumen café han manifestado el 28.89% no le agrada el sabor, el 24.44% indican que causa gastritis/irrita el estómago, el 17.78% piensa que es perjudicial para la salud, el

15.56% manifiesta que causa insomnio/quita el sueño, el 4.44% no le agrada el aroma, el 4.44% altera los nervios, y el 4.44 causa adicción a la cafeína.

De acuerdo a los datos obtenidos, en base a las personas que no consumen café, la mayoría han manifestado que no consumen café debido a que no les agrada el sabor, causa gastritis/irrita el estómago, es perjudicial para la salud, causa insomnio/quita el sueño, mientras que en menor porcentaje no le agrada el aroma, altera los nervios y causa adicción a la cafeína.

NOTA: Si en la pregunta N° 5 contesto que **SI** continúe con la encuesta; en caso de haber contestado que **NO CONSUME CAFÉ** aquí termina la encuesta y se le agradece su colaboración.

7. ¿Dónde adquiere o compra el café?

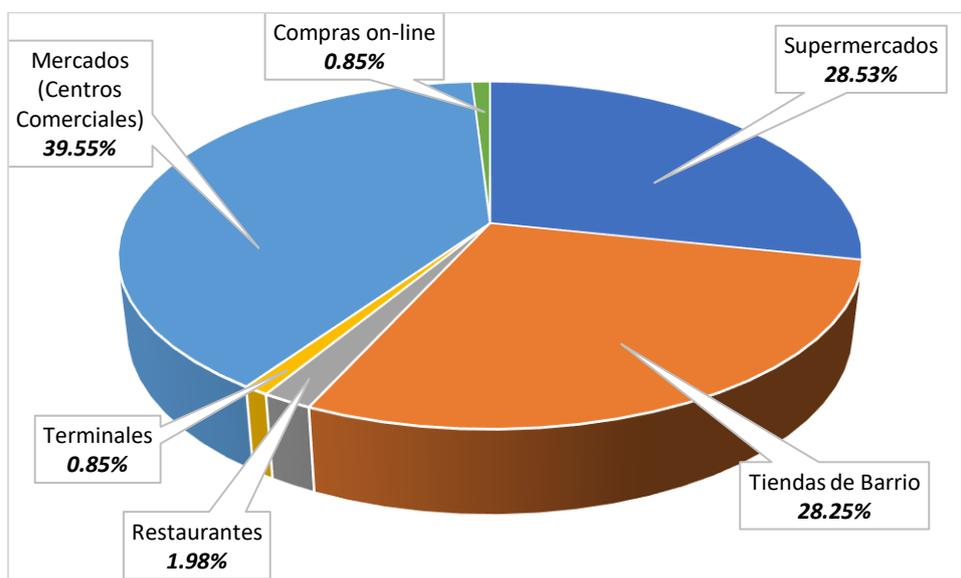
Tabla 21

Lugar donde compra el café

Alternativa	Alternativa	Porcentaje
Supermercados	101	28.53%
Tiendas de Barrio	100	28.25%
Restaurantes	7	1.98%
Terminales	3	0.85%
Mercados (Centros Comerciales)	140	39.55%
Compras on-line	3	0.85%
TOTAL	354	100.00%

Fuente: Técnica de investigación – Encuesta a los habitantes de la ciudad de Loja, (pregunta N° 7)

Elaboración: Richar Alcívar Encarnación Erique

Figura 24*Lugar donde compra el café***Fuente:** Tabla N° 21**Elaboración:** Richar Alcívar Encarnación Erique**Análisis e Interpretación**

Del total de la población en estudio, al ser consultados sobre el lugar donde adquieren o compran el café el 39.55% manifiesta que, lo hace en mercados o centros comerciales, el 28.53% en supermercados, el 28.25% en tiendas de barrio, el 1.98% en restaurantes, el 0.85% en terminales y el 0.85% lo hace a través de compras on-line.

De acuerdo con los datos obtenidos, se evidencia que la mayoría compran el café en mercados o centros comerciales, supermercados, tiendas de barrio, mientras que con un menor porcentaje realizan sus compras en restaurantes, terminales y a través de compras on-line.

8. ¿En qué presentación o empaque adquiere el producto (café)?

Tabla 22

Presentación del café

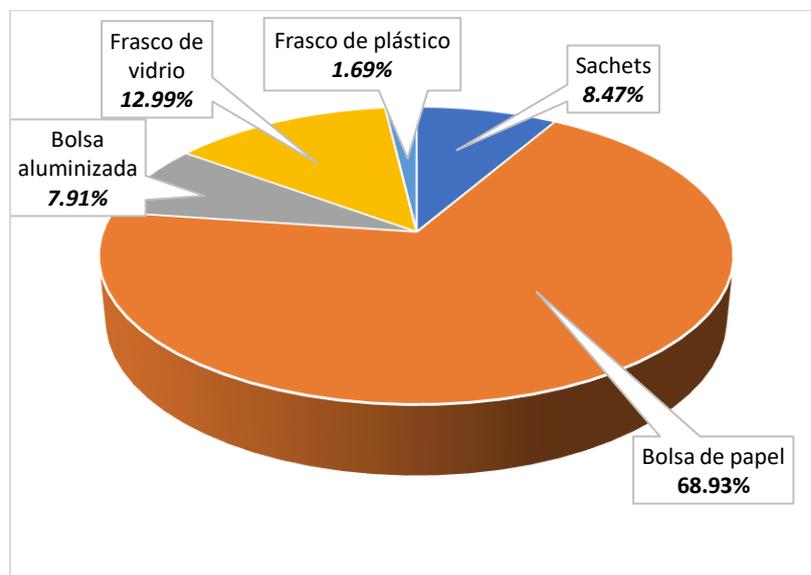
Alternativa	Alternativa	Porcentaje
Sachets	30	8.47%
Bolsa de papel	244	68.93%
Bolsa aluminizada	28	7.91%
Frasco de vidrio	46	12.99%
Frasco de plástico	6	1.69%
TOTAL	354	100.00%

Fuente: Técnica de investigación – Encuesta a los habitantes de la ciudad de Loja, (pregunta N° 8)

Elaboración: Richar Alcívar Encarnación Erique

Figura 25

Presentación del café



Fuente: Tabla N° 22

Elaboración: Richar Alcívar Encarnación Erique

Análisis e Interpretación

Del total de la población en estudio, el 68.93% compra el café en bolsas de papel, el 12.99% en frasco de vidrio, el 8.47% en sachets, el 7.91% en bolsa aluminizada y el 1.69% en frascos de plástico.

De acuerdo con los datos obtenidos, la mayoría adquiere el café en bolsas de papel mientras que con un menor porcentaje lo hacen en frascos de vidrio, sachets bolsa aluminizada, y frascos de plástico.

9. ¿Con qué frecuencia adquiere el producto (café)?

Tabla 23

Adquisición del producto

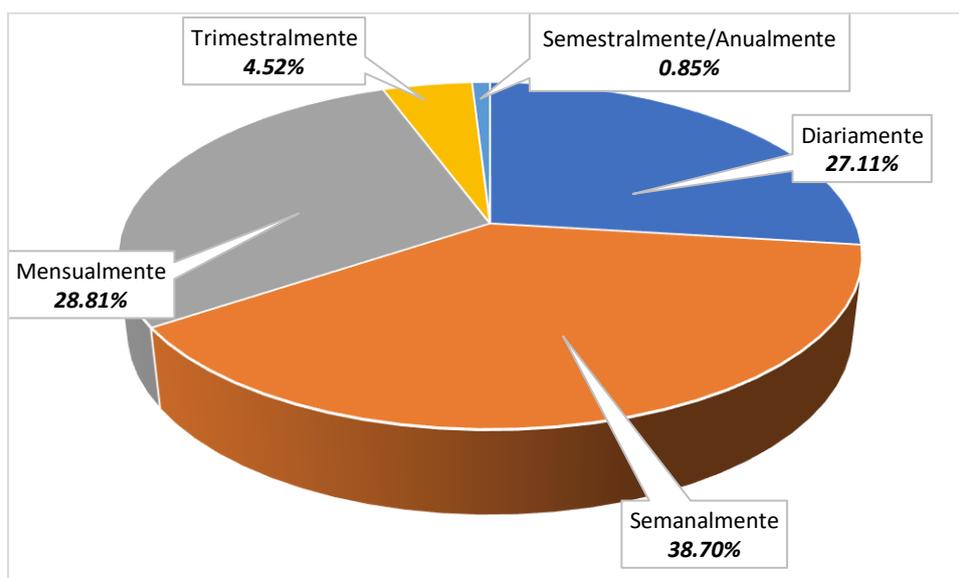
Alternativa	Alternativa	Porcentaje
Diariamente	96	27.11%
Semanalmente	137	38.70%
Mensualmente	102	28.81%
Trimestralmente	16	4.52%
Semestralmente/Anualmente	3	0.85%
TOTAL	354	100.00%

Fuente: Técnica de investigación – Encuesta a los habitantes de la ciudad de Loja, (pregunta N° 9)

Elaboración: Richar Alcívar Encarnación Erique

Figura 26

Adquisición del producto



Fuente: Tabla N° 23

Elaboración: Richar Alcívar Encarnación Erique

Análisis e Interpretación

Del total de la población en estudio, el 38.70% manifiesta que adquiere el producto (café) semanalmente, el 28.81% indica que lo hace mensualmente, el 27.11% expresa que lo hace diariamente, el 4.52% lo hace trimestralmente, y el 0.85% lo hace semestral/anualmente.

De acuerdo con los datos obtenidos, la mayoría de personas que consume café lo hacen diariamente, semanalmente y mensualmente, mientras que con un menor porcentaje adquieren el producto trimestralmente y semestralmente/anualmente.

10. ¿Cuál es el origen del café que consume?

Tabla 24

Origen del café

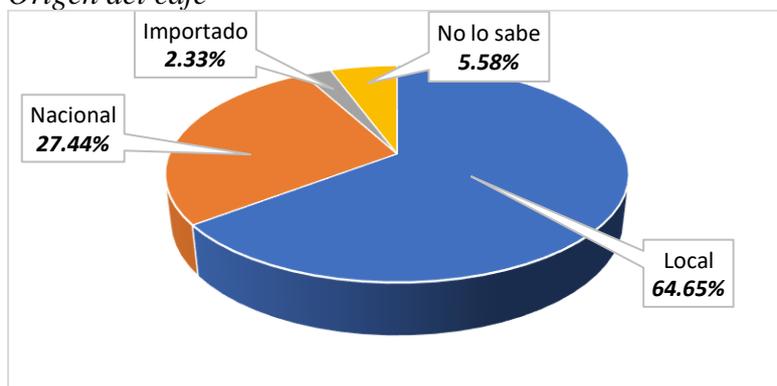
Alternativa	Alternativa	Porcentaje
Local	229	64.65%
Nacional	97	27.44%
Importado	8	2.33%
No lo sabe	20	5.58%
TOTAL	354	100.00%

Fuente: Técnica de investigación – Encuesta a los habitantes de la ciudad de Loja, (pregunta N° 10)

Elaboración: Richar Alcívar Encarnación Erique

Figura 27

Origen del café



Fuente: Tabla N° 24

Elaboración: Richar Alcívar Encarnación Erique

Análisis e Interpretación

Del total de la población en estudio, el 64.65% consume café de origen local, el 27.44% de origen nacional, el 2.33% consume café importado y el 5.58% no sabe el origen del café que consume.

De acuerdo a los resultados obtenidos, la mayoría consume café de origen local, mientras con un menor porcentaje consumen café de origen nacional e importado; y un pequeño porcentaje de la población siendo 5.58% desconoce el origen del café que consume.

11. ¿En dónde prefiere consumir el café?

Tabla 25

Lugar de consumo

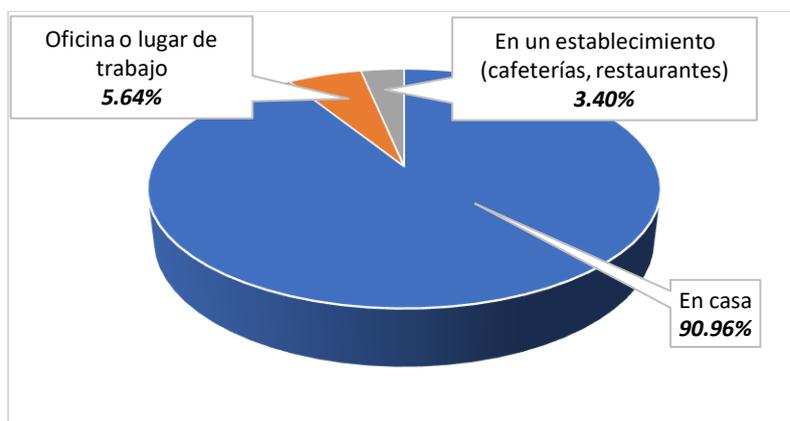
Alternativa	Alternativa	Porcentaje
En casa	322	90.96%
Oficina o lugar de trabajo	20	5.64%
En un establecimiento (cafeterías, restaurantes)	12	3.40%
TOTAL	354	100.00%

Fuente: Técnica de investigación – Encuesta a los habitantes de la ciudad de Loja, (pregunta N° 11)

Elaboración: Richar Alcívar Encarnación Erique

Figura 28

Preferencia de consumo de café



Fuente: Tabla N° 25

Elaboración: Richar Alcívar Encarnación Erique

Análisis e Interpretación

Del total de la población en estudio, el 90.96% prefiere consumir el café en casa, el 5.64% en su oficina o lugar de trabajo, y 3.40% en un establecimiento (cafeterías, restaurante).

De acuerdo con los datos obtenidos, la mayoría de personas consume el café en su casa, mientras que con un menor porcentaje consume en la oficina o lugar de trabajo y en un establecimiento.

12. ¿Conoce la variedad de procedencia del café que consume (Robusta, Arábica)?

Tabla 26

Variedad de procedencia del café

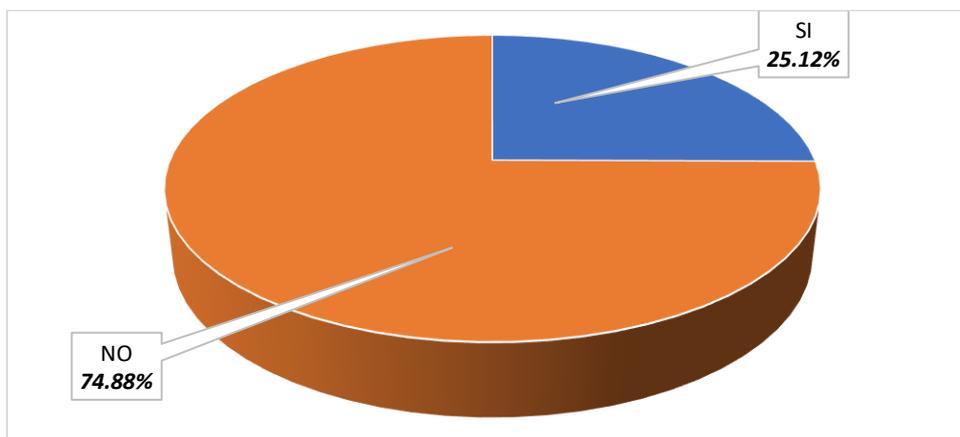
Alternativa	Alternativa	Porcentaje
SI	89	25.12%
NO	265	74.88%
TOTAL	354	100.00%

Fuente: Técnica de investigación – Encuesta a los habitantes de la ciudad de Loja, (pregunta N° 12)

Elaboración: Richar Alcívar Encarnación Erique

Figura 29

Variedad de procedencia del café



Fuente: Tabla N° 26

Elaboración: Richar Alcívar Encarnación Erique

Análisis e Interpretación

Del total de la población en estudio el 25.12% manifestó que si conoce la variedad de procedencia del café que consume, y el 74.88% no conoce la variedad de procedencia del café.

De acuerdo con los datos obtenidos, la mayoría no conoce la variedad de procedencia del café, mientras que, con un menor porcentaje si conocen la variedad de procedencia del café que consumen.

El Café Arábica: tiene un sabor un tanto más dulce o frutal (contiene menos cafeína).

El Café Robusta: tiene un sabor un poco amargo (contiene más cafeína).

NOTA: Si su respuesta es negativa continúe con la pregunta N° 13; en caso de ser afirmativa continúe con la pregunta N° 14;

13. ¿De qué variedad es el café que consume?

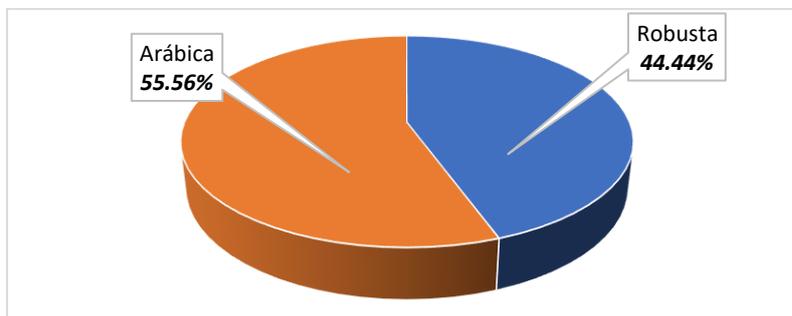
Tabla 27

Variedad del café

Alternativa	Alternativa	Porcentaje
Robusta	40	44.44%
Arábica	49	55.56%
TOTAL	89	100.00%

Fuente: Técnica de investigación – Encuesta a los habitantes de la ciudad de Loja, (pregunta N° 13)

Elaboración: Richar Alcívar Encarnación Erique

Figura 30*Variedad del café***Fuente:** Tabla N° 27**Elaboración:** Richar Alcívar Encarnación Erique**Análisis e Interpretación**

Del total de la población en estudio, que manifestaron conocer la variedad del café que consumen, el 55.56% indican que es de variedad arábica y el 44.44% manifiestan que es de variedad robusta.

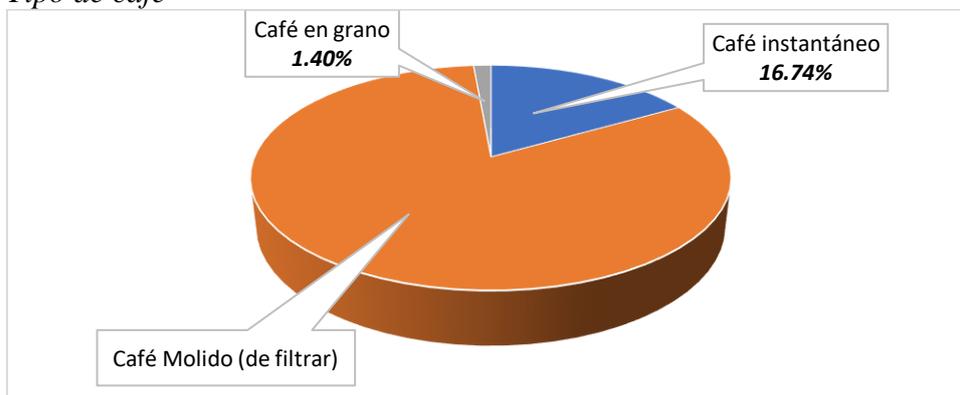
De acuerdo con los datos obtenidos, la mayoría consumen café de la variedad tipo Arábica, mientras que, con un menor porcentaje, aunque también bastante alto consumen café robusta.

14. ¿Qué tipo de café consume?**Tabla 28***Tipo de café*

Alternativa	Alternativa	Porcentaje
Café instantáneo	59	16.74%
Café Molido (de filtrar)	290	81.86%
Café en grano	5	1.40%
TOTAL	354	100.00%

Fuente: Técnica de investigación – Encuesta a los habitantes de la ciudad de Loja, (pregunta N° 14)

Elaboración: Richar Alcívar Encarnación Erique

Figura 31*Tipo de café***Fuente:** Tabla N° 28**Elaboración:** Richar Alcívar Encarnación Erique**Análisis e Interpretación**

Del total de la población en estudio, el 81.86% mencionan que consumen café molido, el 16.74% consumen café instantáneo, y 1,40% café en grano.

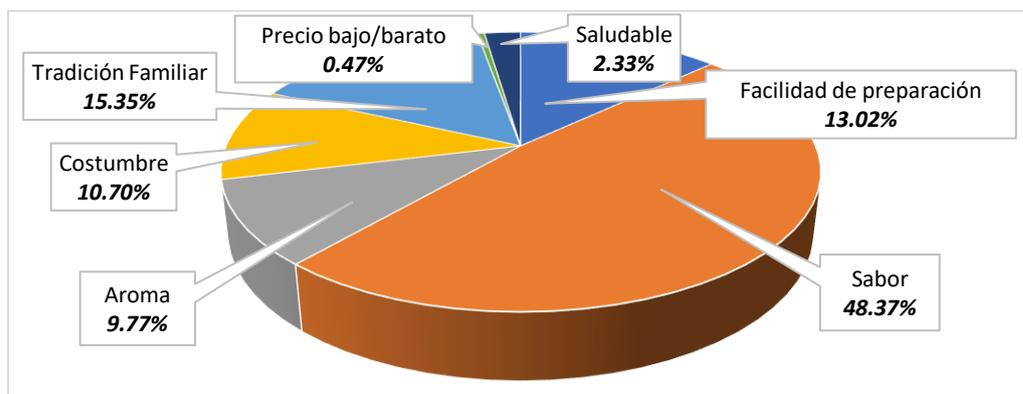
De acuerdo con los datos obtenidos, la mayoría consumen café molido o de filtrar, mientras que con un menor porcentaje manifestaron que consumen café del tipo instantáneo y café en grano.

15. De acuerdo a la opción que escogió en la pregunta anterior, seleccione, ¿por qué prefiere consumir café?**Tabla 29***Razones del consumo de café*

Alternativa	Alternativa	Porcentaje
Facilidad de preparación	46	13.02%
Sabor	171	48.37%
Aroma	35	9.77%
Costumbre	38	10.70%
Tradición Familiar	54	15.35%
Precio bajo/barato	2	0.47%
Saludable	8	2.33%
TOTAL	354	100.00%

Fuente: Técnica de investigación – Encuesta a los habitantes de la ciudad de Loja, (pregunta N° 15)

Elaboración: Richar Alcívar Encarnación Erique

Figura 32*Razones del consumo de café*

Fuente: Tabla N° 29

Elaboración: Richar Alcívar Encarnación Erique

Análisis e Interpretación

Del total de la población en estudio, el 48.37% prefiere consumir el café por su sabor, el 15.35% por tradición familiar, el 13.02% por la facilidad de su preparación, 10.70% por costumbre, el 9.77% por el aroma, el 2.33% por que es saludable, y el 0.47% por su bajo precio o porque es barato.

De acuerdo con los datos obtenidos, la mayoría prefiere consumir el café por su sabor, mientras que, con menor porcentaje por tradición familiar, facilidad de preparación, costumbre, aroma, saludable, y precio bajo o porque es barato.

16. ¿De qué marca prefiere consumir el café?**Tabla 30***Marca de café*

Alternativa	Alternativa	Porcentaje
Café Buendía	17	4.19%
Nescafé	31	8.84%
Colcafé	3	0.93%
Si Café	21	6.51%
Café Lojano	33	9.30%

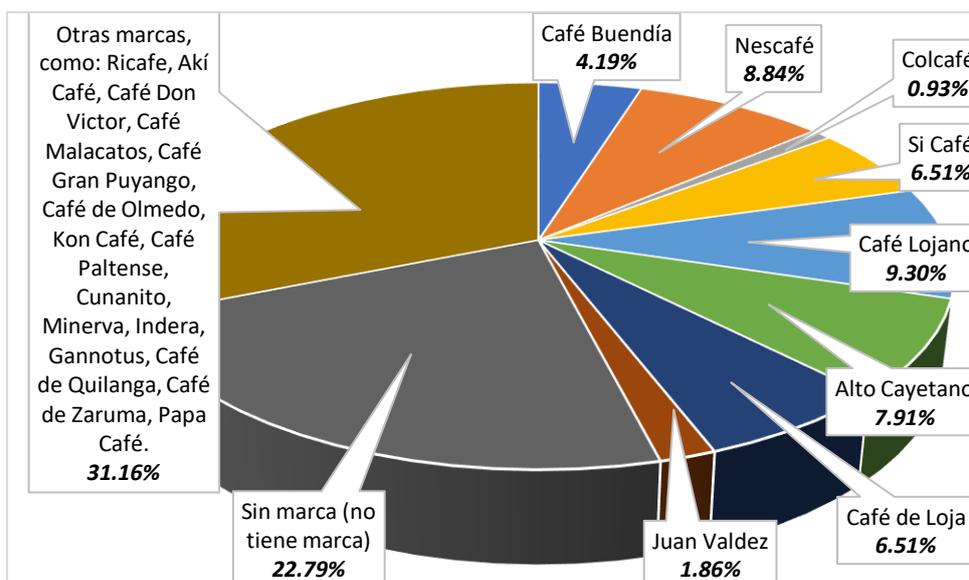
Alto Cayetano	28	7.91%
Café de Loja	23	6.51%
Juan Valdez	7	1.86%
Sin marca (no tiene marca)	81	22.79%
Otras marcas, como: Ricafe, Akí Café, Café Don Víctor, Café Malacatos, Café Gran Puyango, Café de Olmedo, Kon Café, Café Paltense, Cubanito, Minerva, Indera, Gannotus, Café de Quilanga, Café de Zaruma, Papa Café.	110	31.16%
TOTAL	354	100.00%

Fuente: Técnica de investigación – Encuesta a los habitantes de la ciudad de Loja, (pregunta N° 16)

Elaboración: Richar Alcívar Encarnación Erique

Figura 33

Marca de café



Fuente: Tabla N° 30

Elaboración: Richar Alcívar Encarnación Erique

Análisis e Interpretación

Del total de la población en estudio, el 22.79% prefiere consumir café sin marca (no tiene marca), el 9.20% consume “café lojano”, el 8.84% “Nescafé”, el 7.91% consume “Alto Cayetano”, 6.51 consume “Si Café”, el 6.51% consume “Café de Loja”, el 4.19% consume

“Café Buen día”, el 1.86% consume “Juan Valdez” el 0,93% consume “Colcafé”, y el 31.16% consumen otras marcas como: Ricafé, Akí Café, Café Don Víctor, Café Malacatos, Café Gran Puyango, Café de Olmedo, Kon Café, Café Paltense, Cubanito, Minerva, Indera, Gannotus, Café de Quilanga, Café de Zaruma, Papa Café.

De acuerdo con los datos obtenidos, en la presente investigación la mayoría prefiere consumir “café sin marca” haciendo una relación con los datos obtenidos en la pregunta N° 15, por el sabor, costumbre y tradición familiar, un alto porcentaje prefieren consumir marcas locales como “Café Lojano”, “Café de Loja”, “Alto Cayetano”, “Don Víctor”, “Café Malacatos”, “Café Gran Puyango”, Café Quilanga, “Café Olmedo”, “Café Paltense”, “Café Quilanga”, “Café Zaruma”, “Papa Café”, entre otros; así también marcas nacionales e importadas, como: “Akí Café”, “Nescafé”, “Café Buen día”, “Si Café”, “Juan Valdez”, “Ricafé”, entre otras.

17. ¿En qué momento del día prefiere consumir café?

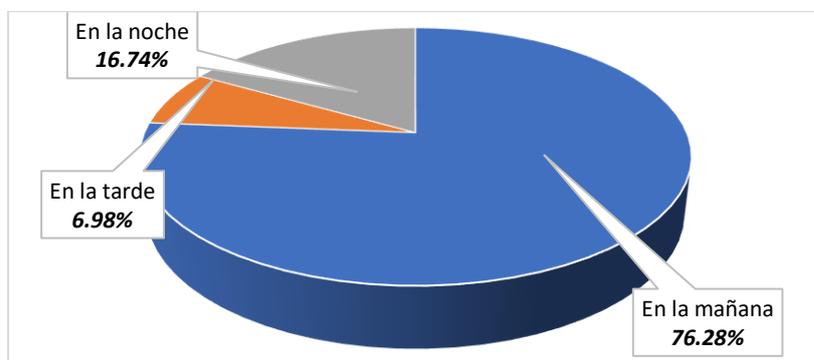
Tabla 31

Momento del día de consumo

Alternativa	Alternativa	Porcentaje
En la mañana	270	76.28%
En la tarde	25	6.98%
En la noche	59	16.74%
TOTAL	354	100.00%

Fuente: Técnica de investigación – Encuesta a los habitantes de la ciudad de Loja, (pregunta N° 17)

Elaboración: Richar Alcívar Encarnación Erique

Figura 34*Consumo de café en un momento del día***Fuente:** Tabla N° 31**Elaboración:** Richar Alcívar Encarnación Erique**Análisis e Interpretación**

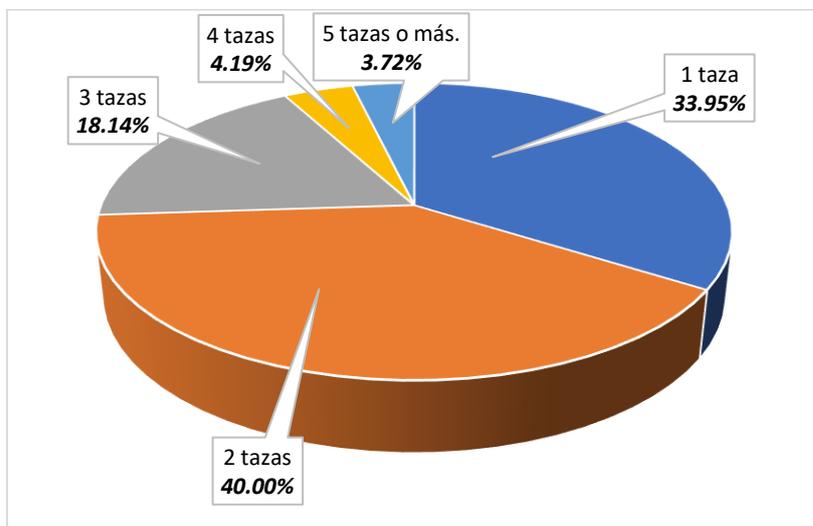
Del total de la población en estudio, al ser consultadas sobre el momento del día en que prefieren consumir el café manifestaron, el 76.28% prefiere consumir en la mañana, el 16.74% en la noche, y el 6.98% en la noche.

De acuerdo con los datos obtenidos, la mayoría manifiestan en la mañana es el momento preferido del día para consumir café, mientras que con un menor porcentaje consideran que en la tarde y en la noche consideran como su momento preferido del día para el consumo de café.

18. Seleccione la cantidad de café que consume por día.**Tabla 32***Cantidad de café por día*

Alternativa	Alternativa	Porcentaje
1 taza	120	33.95%
2 tazas	142	40.00%
3 tazas	64	18.14%
4 tazas	15	4.19%
5 tazas o más.	13	3.72%
TOTAL	354	100.00%

Fuente: Técnica de investigación – Encuesta a los habitantes de la ciudad de Loja, (pregunta N° 18)**Elaboración:** Richar Alcívar Encarnación Erique

Figura 35*Cantidad de café por día***Fuente:** Tabla N° 32**Elaboración:** Richar Alcívar Encarnación Erique**Análisis e Interpretación**

Del total de la población en estudio, al ser consultados sobre la cantidad de café que consumen por día manifiestan que, el 40.00% por día consume 2 tazas de café, el 33.95% indica que consume 1 taza de café, el 18.14% consume 3 tazas de café, el 4.19% consume 4 tazas de café, y el 3.72% consume 5 tazas o más de café.

De acuerdo con los datos obtenidos, la mayoría consume 2 tazas de café por día, seguido por los que consumen 1 taza de café por día, mientras que con un porcentaje menor pero no menos importante consumen 3, 4, 5 y más tazas de café por día.

19. ¿Consume café todos los días?

Tabla 33

Consumo de café todos los días

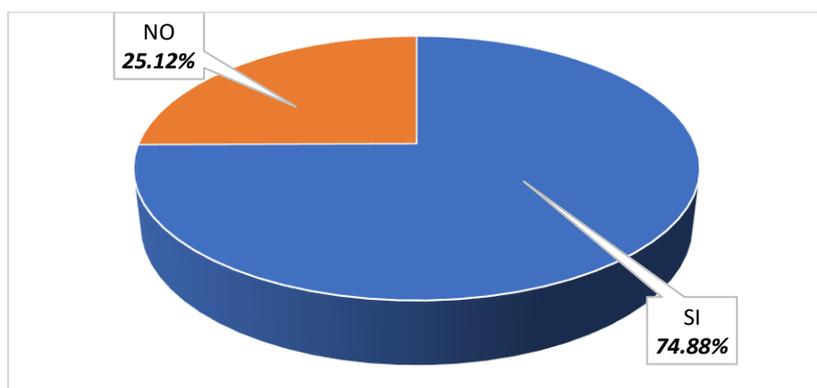
Alternativa	Alternativa	Porcentaje
SI	265	74.88%
NO	89	25.12%
TOTAL	354	100.00%

Fuente: Técnica de investigación – Encuesta a los habitantes de la ciudad de Loja, (pregunta N° 19)

Elaboración: Richar Alcívar Encarnación Erique

Figura 36

Consumo de café todos los días



Fuente: Tabla N° 33

Elaboración: Richar Alcívar Encarnación Erique

Análisis e Interpretación

Del total de la población en estudio, el 74.88% consume café todos los días, y el 25.12% no consume café todos los días.

De acuerdo con los datos obtenidos, la mayoría menciona que, si consumen café todos los días, mientras que, con un menor porcentaje manifiestan que no consumen café todos los días.

20. ¿En qué ocasiones consume café?

Tabla 34

Ocasiones del consumo de café

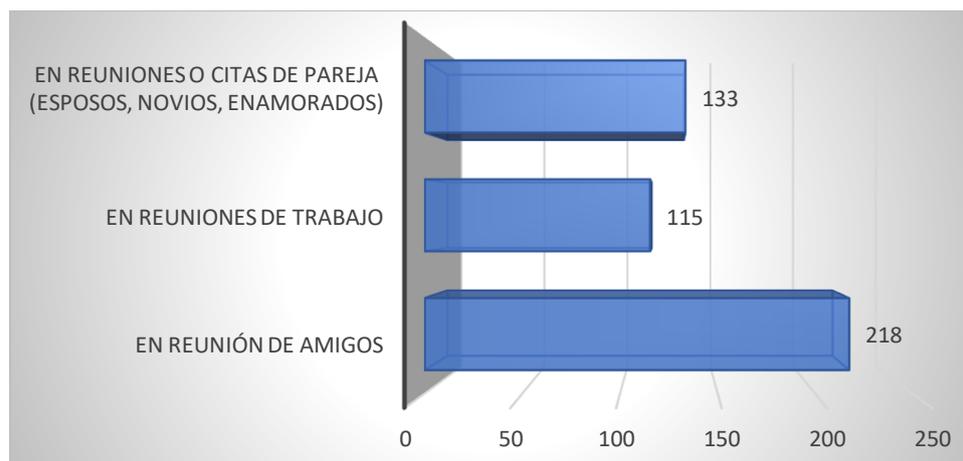
Alternativa	Alternativa	Porcentaje
En reunión de amigos	218	61.40%
En reuniones de trabajo	115	32.56%
En reuniones o citas de pareja (esposos, novios, enamorados)	133	37.67%
TOTAL	354	

Fuente: Técnica de investigación – Encuesta a los habitantes de la ciudad de Loja, (pregunta N° 20)

Elaboración: Richar Alcívar Encarnación Erique

Figura 37

Ocasiones de consumo de café



Fuente: Tabla N° 34

Elaboración: Richar Alcívar Encarnación Erique

Análisis e Interpretación

Del total de la población en estudio, al ser consultadas sobre la ocasión en la que consume café manifestaron el 61.40% que lo hace en reunión de amigos, el 37.67% consume en reuniones o citas de pareja, y el 32.56% consume en reuniones de trabajo.

De acuerdo a los datos obtenidos, la mayoría manifiestan que consumen café en reuniones de amigos, mientras que con menor porcentaje lo hacen en reuniones de pareja (esposos, novios, enamorados) y en reuniones de trabajo.

21. ¿Cuáles son los aspectos que determinan su elección del café que consume?

Tabla 35

Aspectos de la elección del café

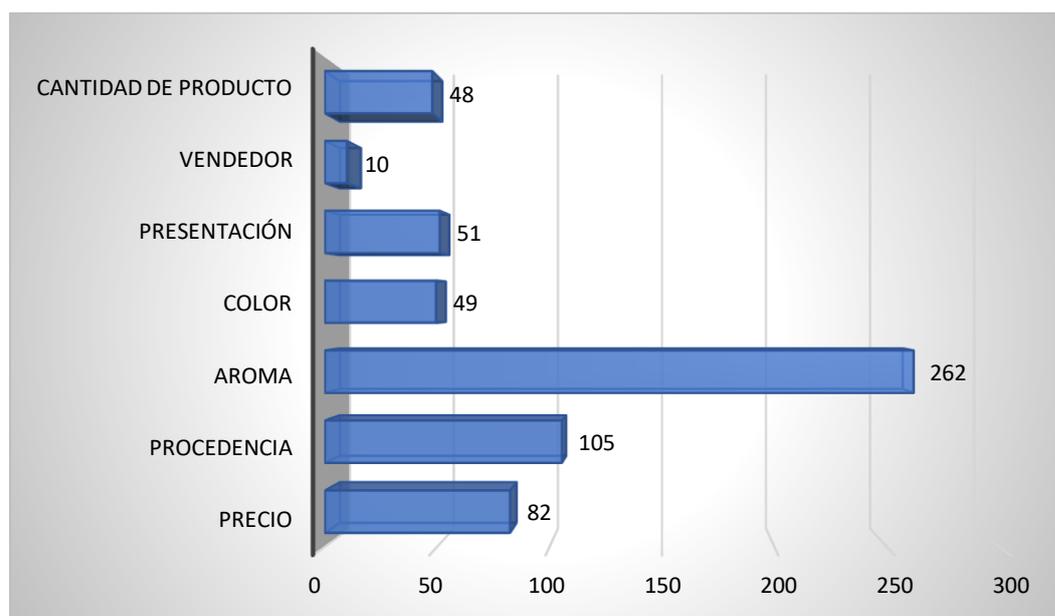
Alternativa	Alternativa	Porcentaje
Precio	82	23.26%
Procedencia	105	29.77%
Aroma	262	73.95%
Color	49	13.95%
Presentación	51	14.42%
Vendedor	10	2.79%
Cantidad de producto	48	13.49%
TOTAL	354	

Fuente: Técnica de investigación – Encuesta a los habitantes de la ciudad de Loja, (pregunta N° 21)

Elaboración: Richar Alcívar Encarnación Erique

Figura 38

Aspectos de la elección del café



Fuente: Tabla N° 35

Elaboración: Richar Alcívar Encarnación Erique

Análisis e Interpretación

Del total de la población en estudio, al ser consultadas sobre los aspectos que determinan su elección sobre el café que consume manifiestan el 73.95% lo hace por su aroma, el 29.77% lo hace por su procedencia, el 23.26% por el precio, el 14.42% por presentación, el 13.95% por el color del café, el 13.49% por la cantidad de producto y el 2.79% por el vendedor.

De acuerdo a los datos obtenidos, la mayoría eligen un determinado tipo de café por el aroma, la procedencia, mientras que con un menor porcentaje lo hacen por el precio, presentación, color, cantidad del producto y por el vendedor.

22. ¿Con qué acompañantes prefiere la preparación de su café?

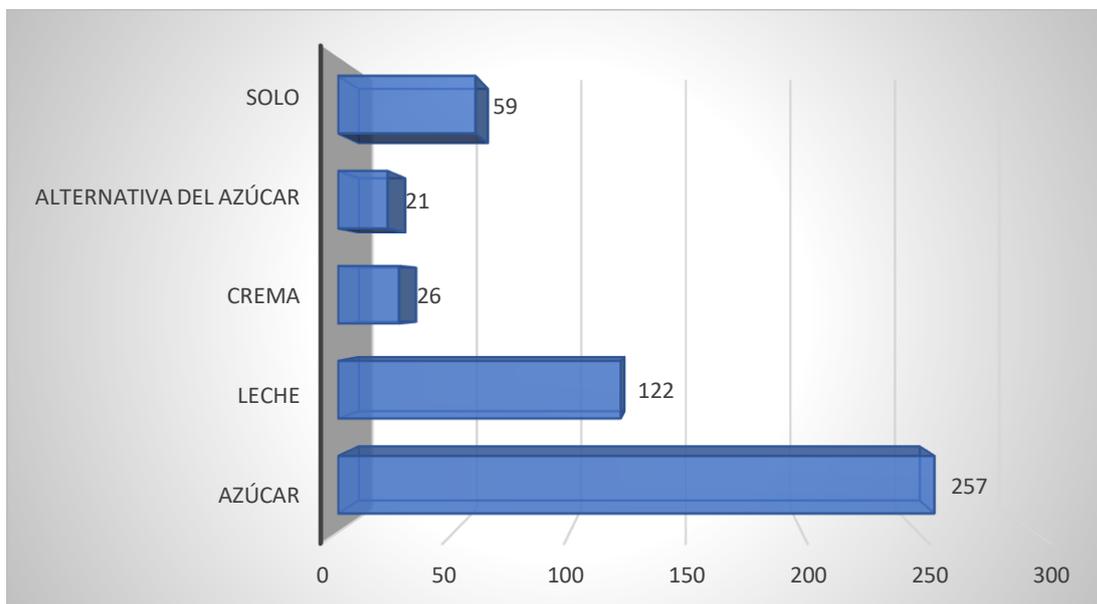
Tabla 36

Acompañantes en la preparación del café

Alternativa	Alternativa	Porcentaje
Azúcar	257	72.56%
Leche	122	34.42%
Crema	26	7.44%
Alternativa del azúcar	21	6.05%
Solo	59	16.74%
TOTAL	354	

Fuente: Técnica de investigación – Encuesta a los habitantes de la ciudad de Loja, (pregunta N° 22)

Elaboración: Richar Alcívar Encarnación Erique

Figura 39*Acompañantes en la preparación del café*

Fuente: Tabla N° 36

Elaboración: Richar Alcívar Encarnación Erique

Análisis e Interpretación

Del total de la población en estudio, al ser consultados sobre los acompañantes con los que prefieren la preparación de su café el 72.56% lo hace con azúcar, el 34.42% con leche, el 16.42% prefiere consumir el café solo, el 7.44% lo hace con crema, y el 6.05% lo hace con alguna alternativa del azúcar.

De acuerdo con los datos obtenidos, la mayoría prefieren su café acompañado de azúcar, mientras que, con un menor porcentaje, pero no menos importante prefieren con leche, crema, alternativa del azúcar, y también con un menor porcentaje lo prefieren solo.

23. ¿Cómo prefiere consumir el café?

Tabla 37

Preferencia del consumo de café

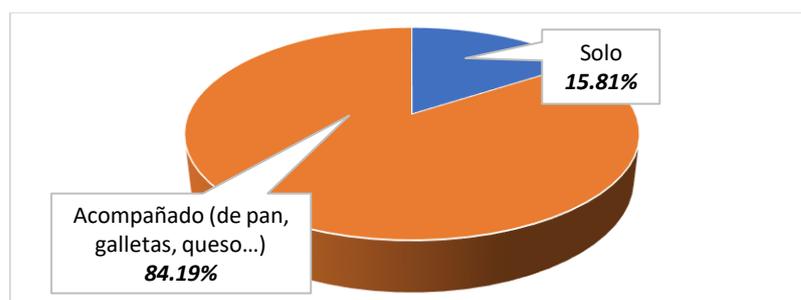
Alternativa	Alternativa	Porcentaje
Solo	56	15.81%
Acompañado (de pan, galletas, queso...)	298	84.19%
TOTAL	354	100.00%

Fuente: Técnica de investigación – Encuesta a los habitantes de la ciudad de Loja, (pregunta N° 23)

Elaboración: Richar Alcívar Encarnación Erique

Figura 40

Preferencia del consumo de café



Fuente: Tabla N° 37

Elaboración: Richar Alcívar Encarnación Erique

Análisis e Interpretación

Del total de la población en estudio, el 84.19% consume su café acompañado de pan, galletas, queso, y el 15.81% consume el café solo sin acompañantes.

De acuerdo con los datos obtenidos, la mayoría prefiere consumir el café acompañado de pan, galletas, queso, mientras con un menor porcentaje consumen el café solo sin ningún acompañante.

24. ¿Qué considera que debe tener un café para que sea de calidad? Seleccione las alternativas que considere según su percepción.

Tabla 38

Aspectos del café de calidad

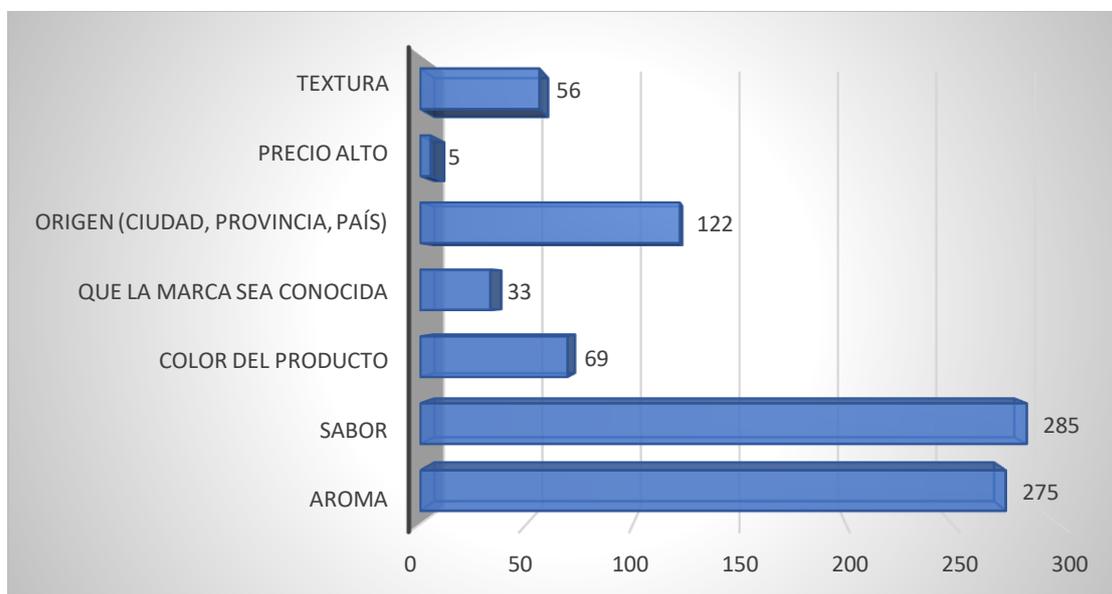
Alternativa	Alternativa	Porcentaje
Aroma	275	77.67%
Sabor	285	80.47%
Color del producto	69	19.53%
Que la marca sea conocida	33	9.30%
Origen (ciudad, provincia, país)	122	34.42%
Precio alto	5	1.40%
Textura	56	15.81%
TOTAL	354	

Fuente: Técnica de investigación – Encuesta a los habitantes de la ciudad de Loja, (pregunta N° 24)

Elaboración: Richar Alcívar Encarnación Erique

Figura 41

Aspectos del café de calidad



Fuente: Tabla N° 38

Elaboración: Richar Alcívar Encarnación Erique

Análisis e Interpretación

Del total de la población en estudio, al ser consultados sobre lo que considera que debe tener un café para ser considerado de calidad manifiestan el 80.47% que el sabor, el 77.67% el aroma, el 34.42% el origen (ciudad, provincia, país), el 19.53% el color del producto, el 15.81% la textura, el 9.30% que la marca sea conocida, y el 1.40% el precio alto.

De acuerdo a los datos obtenidos, la mayoría considera que para que un café sea considerado de calidad debe tener sabor, aroma y origen ya sea por la ciudad, provincia o país, mientras que, con un menor porcentaje considera que el color del producto, la marca conocida, y precio alto debe tener un determinado café para que sea considerado de calidad.

25. ¿En el último año su consumo promedio de café; aumentó, es igual o disminuyó; especifique en cuantas tazas de su consumo habitual?

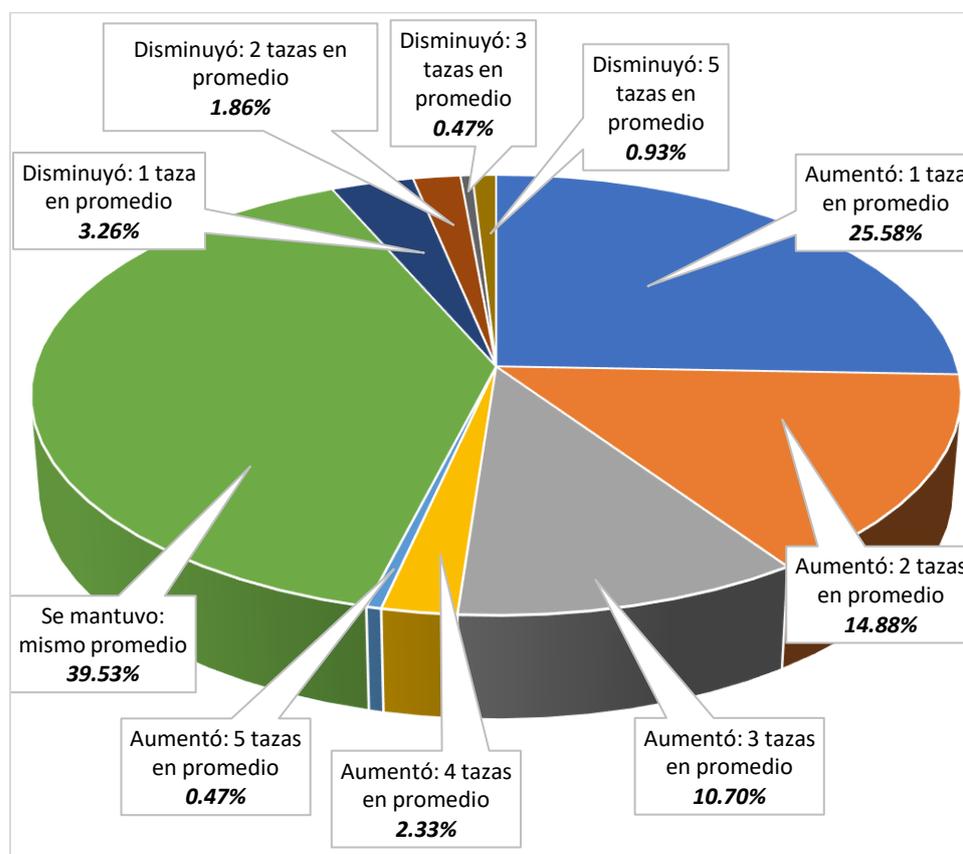
Tabla 39

Consumo promedio de café en el último año

Alternativa	Alternativa	Porcentaje
<i>Aumentó: 1 taza en promedio</i>	91	25.58%
<i>Aumentó: 2 tazas en promedio</i>	53	14.88%
<i>Aumentó: 3 tazas en promedio</i>	38	10.70%
<i>Aumentó: 4 tazas en promedio</i>	8	2.33%
<i>Aumentó: 5 tazas en promedio</i>	2	0.47%
<i>Se mantuvo: el mismo promedio</i>	140	39.53%
<i>Disminuyó: 1 taza en promedio</i>	12	3.26%
<i>Disminuyó: 2 tazas en promedio</i>	7	1.86%
<i>Disminuyó: 3 tazas en promedio</i>	2	0.47%
<i>Disminuyó: 5 tazas en promedio</i>	1	0.93%
TOTAL	354	100.00%

Fuente: Técnica de investigación – Encuesta a los habitantes de la ciudad de Loja, (pregunta N° 25)

Elaboración: Richar Alcívar Encarnación Erique

Figura 42*Consumo promedio de café en el último año***Fuente:** Tabla N° 39**Elaboración:** Richar Alcívar Encarnación Erique**Análisis e Interpretación**

Del total de la población en estudio, al ser consultados sobre el consumo promedio de café en el último año el 39.53% manifiesta que mantuvo el mismo promedio de consumo, el 25.58% indicó que aumentó 1 taza en promedio, el 14.88% aumentó 2 tazas en promedio, el 10.70% aumentó 3 tazas en promedio, el 3.26% disminuyó 1 taza en promedio, el 2.33% aumentó 4 tazas en promedio, el 1.86% disminuyó 2 tazas en promedio, el 0.93% disminuyó en 5 tazas en promedio, el 0.47% aumentó 5 tazas en promedio, y el 0.47% disminuyó 3 tazas en promedio.

De acuerdo con los datos obtenidos, la mayoría manifiesta han mantenido el mismo promedio de consumo en el último año, también con un alto porcentaje han aumentado en 1, 2, 3 tazas en promedio, mientras que con un menor porcentaje aumentó 4 y 5 tazas, y disminuyó en 1, 2, 3 y 5 tazas en promedio en el último año.

26. Cuando escucha hablar de consumo de café, ¿qué es lo que se le viene a la mente?, seleccione las alternativas que considere según su percepción.

Tabla 40

El café en la mente del consumidor

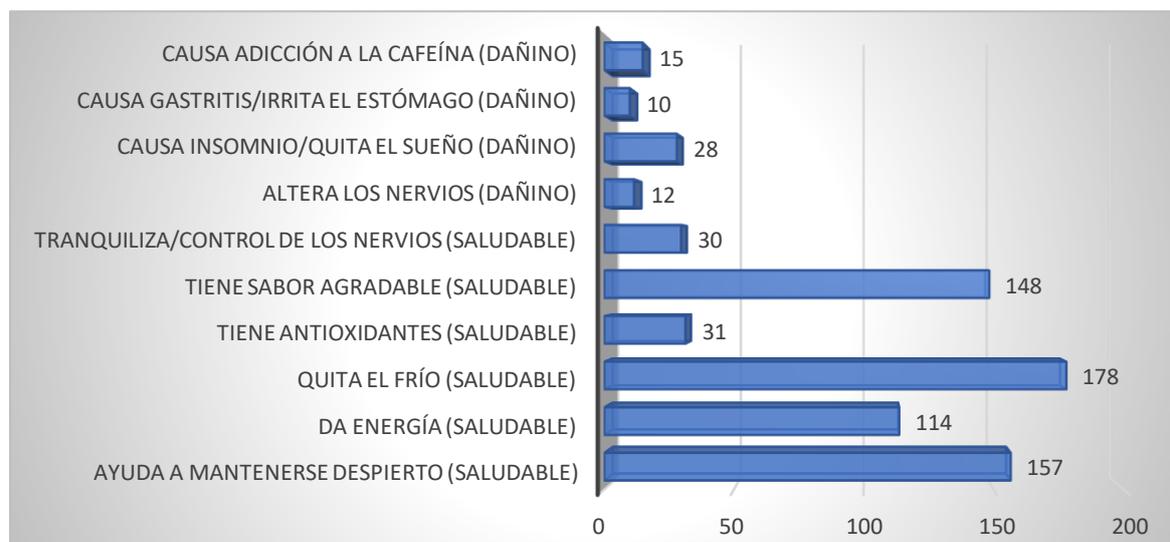
Alternativa	Alternativa	Porcentaje
Ayuda a mantenerme despierto (saludable)	157	44.19%
Da energía (saludable)	114	32.09%
Quita el frío (saludable)	178	50.23%
Tiene antioxidantes (saludable)	31	8.84%
Tiene sabor agradable (saludable)	148	41.86%
Tranquiliza/control de los nervios (saludable)	30	8.37%
Altera los nervios (dañino)	12	3.26%
Causa insomnio/quita el sueño (dañino)	28	7.91%
Causa gastritis/irrita el estómago (dañino)	10	2.79%
Causa adicción a la cafeína (dañino)	15	4.19%
TOTAL:	354	

Fuente: Técnica de investigación – Encuesta a los habitantes de la ciudad de Loja, (pregunta N° 26)

Elaboración: Richar Alcívar Encarnación Erique

Figura 43

El café en la mente del consumidor



Fuente: Tabla N° 40

Elaboración: Richar Alcívar Encarnación Erique

Análisis e Interpretación

Del total de la población en estudio, al ser consultadas sobre lo que se le viene a la mente cuando escuchan hablar de consumo de café el 50.23% considera que quita el frío, el 44.19% considera que ayuda a mantenerse despierto, el 41.86% piensa que tiene un sabor agradable, el 32.09% considera da energía, el 8.84% piensa que tiene antioxidantes, el 8.37% piensa que tranquiliza/control de los nervios, el 7.91% considera que causa insomnio/quita el sueño, el 4.19% piensa que causa adicción a la cafeína, el 3.26% piensa que altera los nervios, y el 2.79% causa gastritis/irrita el estómago.

De acuerdo con los datos obtenidos, la mayoría manifiesta que al escuchar hablar del consumo de café lo que se le viene a la mente es que quita el frío, ayuda a mantenerse despierto, tiene sabor agradable, y da energía, mientras que con un menor porcentaje lo que se le viene a la mente es que tiene antioxidantes, tranquiliza/control de los nervios, causa insomnio/quita el sueño, causa adicción a la cafeína, altera los nervios, y causa gastritis/irrita el estómago.

27. ¿Qué precio paga aproximadamente en relación a una 1 taza de café?

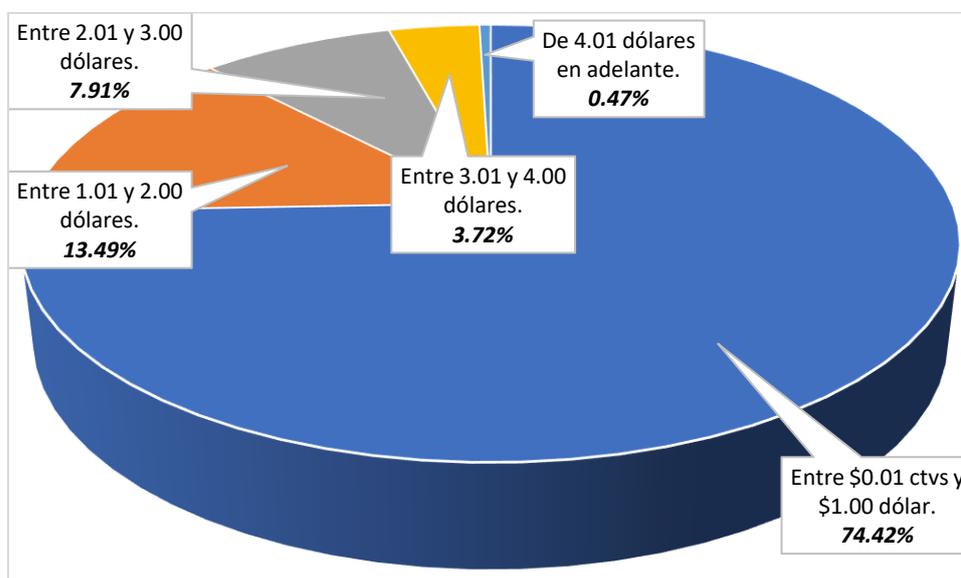
Tabla 41

Precio por una taza de café

Alternativa	Alternativa	Porcentaje
Entre 0.01 ctvs. y 1.00 dólar.	263	74.42%
Entre 1.01 y 2.00 dólares.	48	13.49%
Entre 2.01 y 3.00 dólares.	28	7.91%
Entre 3.01 y 4.00 dólares.	13	3.72%
De 4.01 dólares en adelante.	2	0.47%
TOTAL:	354	100.00%

Fuente: Técnica de investigación – Encuesta a los habitantes de la ciudad de Loja, (pregunta N° 27)

Elaboración: Richar Alcívar Encarnación Erique

Figura 44*Precio por una taza de café*

Fuente: Tabla N° 41

Elaboración: Richar Alcívar Encarnación Erique

Análisis e Interpretación

Del total de la población en estudio, al ser consultados sobre el valor o precio que paga por 1 taza de café el 74.42% manifiesta que paga entre \$0.01 ctvs. y \$1.00 dólar; el 13.49% paga entre \$1.01 y \$2.00 dólares; el 7.91% paga entre \$2.01 y \$3.00 dólares; el 3.72% paga entre \$3,01 y \$4.00 dólares; y el 0.47% paga de \$4.01 dólares en adelante.

De acuerdo con los datos obtenidos, la mayoría paga entre 0.01 ctvs. y \$1.00 dólar; mientras que con menor porcentaje pagan entre \$1.01 y \$2.00 dólares; entre \$2.01 y \$3.00 dólares; entre \$3.01 y 4.00 dólares; y de \$4.01 dólares en adelante.

28. ¿Qué precio paga aproximadamente en relación a un producto (café) de 1 libra?

Tabla 42

Precio por una libra de café

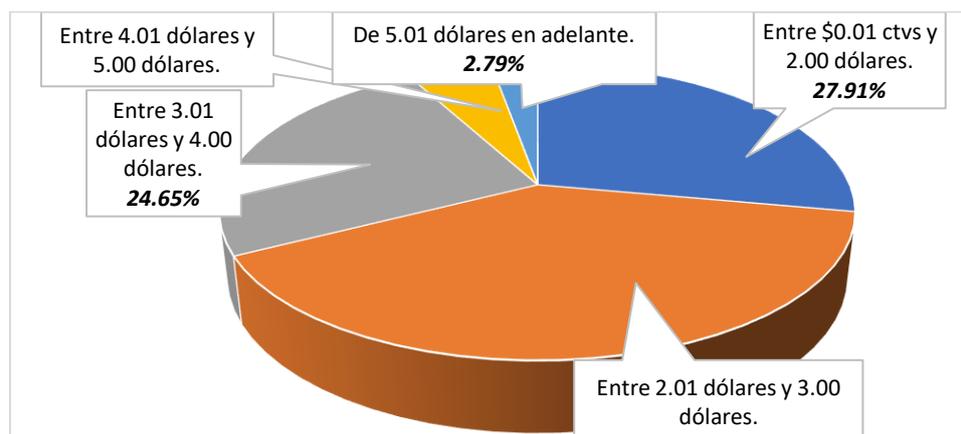
Alternativa	Alternativa	Porcentaje
Entre \$0.01 ctvs. y 2.00 dólares.	99	27.91%
Entre 2.01 dólares y 3.00 dólares.	140	39.53%
Entre 3.01 dólares y 4.00 dólares.	87	24.65%
Entre 4.01 dólares y 5.00 dólares.	18	5.12%
De 5.01 dólares en adelante.	10	2.79%
TOTAL:	354	100.00%

Fuente: Técnica de investigación – Encuesta a los habitantes de la ciudad de Loja, (pregunta N° 28)

Elaboración: Richar Alcívar Encarnación Erique

Figura 45

Precio por una libra de café



Fuente: Tabla N° 42

Elaboración: Richar Alcívar Encarnación Erique

Análisis e Interpretación

Del total de la población en estudio, al ser consultados sobre el valor o precio que paga por 1 libra de café el 39.53% paga entre \$2.01 y \$3.00 dólares; el 27.91% paga entre \$0.01 ctvs. y \$2.00 dólares; el 24.65% paga entre \$3,01 y \$4.00 dólares; el 5.12% paga entre \$4,01 y \$5.00 dólares; y el 2.79% paga de \$5.01 dólares en adelante.

De acuerdo con los datos obtenidos, la mayoría paga entre \$0.01 ctvs. y \$2.00 dólares; entre \$2.01 y \$3.00 dólares y entre \$3.01 y \$4.00 dólares, mientras que, con menor porcentaje pagan entre \$4.01 y \$5.00 dólares; y de \$5.01 dólares en adelante por cada libra de café que adquiere.

ÍNDICE

CARATULA	i
CERTIFICACIÓN	ii
AUTORÍA	iii
CARTA DE AUTORIZACIÓN	iv
DEDICATORIA	v
AGRADECIMIENTO	vi
a. TÍTULO	1
b. RESUMEN	2
c. INTRODUCCIÓN	4
d. REVISIÓN DE LITERATURA	8
d.1. MARCO REFERENCIAL.....	8
d.2. MARCO TEÓRICO	11
d.2.1. EL CAFÉ	11
d.2.2. EL CONSUMIDOR.....	24
d.2.3. PROVINCIA Y CIUDAD DE LOJA	31
d.3. MARCO CONCEPTUAL	36
e. DISEÑO METODOLÓGICO	38
e.1. Tipo de Investigación	38
e.2. Operacionalización de Variables	39
e.3. Universo y Muestra	41
e.4. Métodos, Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos.....	43
e.5. Procedimiento	44
f. RESULTADOS	46
g. DISCUSIÓN	62
h. CONCLUSIONES	68
i. RECOMENDACIONES	69
j. BIBLIOGRAFÍA	70
k. ANEXOS	75

TABLA DE ILUSTRACIONES - FIGURAS

<i>Figura 1: El café</i>	11
<i>Figura 2: Defectos físicos del café y su efecto en la bebida</i>	15
<i>Figura 3: Determinación de los peligros en el secado del café al sol</i>	16
<i>Figura 4: Determinación de los peligros en el secado mecánico del café</i>	17
<i>Figura 5: Variables de Ocupación y Aspectos que determinan su consumo</i>	48
<i>Figura 6: Variables de Edad y Cantidad de Consumo (HABITANTES)</i>	50
<i>Figura 7: Variables de Edad y Cantidad de consumo total en tazas al día</i>	52
<i>Figura 8: Variables de Ingresos y Cantidad de consumo por día</i>	55
<i>Figura 9: Variables de Género y Razón de Consumo</i>	57
<i>Figura 10: Tabla cruzada de las variables de Género y Lugar de Consumo</i>	58
<i>Figura 11: Variables de Género y Momento del día de consumo</i>	59
<i>Figura 12: Protocolos de bioseguridad</i>	96
<i>Figura 13: Evidencia de las encuestas virtuales</i>	96
<i>Figura 14: Evidencia de las encuestas físicas: Puerta de la Ciudad (Loja)</i>	97
<i>Figura 15: Evidencia de las encuestas físicas: Parque Central (Loja)</i>	97
<i>Figura 16: Evidencia de las encuestas físicas: Parque Santo Domingo (Loja)</i>	98
<i>Figura 17: Evidencia de las encuestas físicas: Parque Santo Domingo (Loja)</i>	98
<i>Figura 18: Género</i>	99
<i>Figura 19: Edad</i>	100
<i>Figura 20: Ocupación</i>	101
<i>Figura 21: Ingresos Mensuales</i>	103
<i>Figura 22: Consumo de café</i>	104
<i>Figura 23: Razones por las que no consume el café</i>	105
<i>Figura 24: Lugar donde compra el café</i>	107

<i>Figura 25: Presentación del café.....</i>	<i>108</i>
<i>Figura 26: Adquisición del producto</i>	<i>109</i>
<i>Figura 27: Origen del café</i>	<i>110</i>
<i>Figura 28: Preferencia de consumo de café.....</i>	<i>111</i>
<i>Figura 29: Variedad de procedencia del café</i>	<i>112</i>
<i>Figura 30: Variedad del café.....</i>	<i>114</i>
<i>Figura 31: Tipo de café.....</i>	<i>115</i>
<i>Figura 32: Razones del consumo de café.....</i>	<i>116</i>
<i>Figura 33: Marca de café.....</i>	<i>117</i>
<i>Figura 34: Consumo de café en un momento del día.....</i>	<i>119</i>
<i>Figura 35: Cantidad de café por día.....</i>	<i>120</i>
<i>Figura 36: Consumo de café todos los días.....</i>	<i>121</i>
<i>Figura 37: Ocasiones de consumo de café.....</i>	<i>122</i>
<i>Figura 38: Aspectos de la elección del café.....</i>	<i>123</i>
<i>Figura 39: Acompañantes en la preparación del café.....</i>	<i>125</i>
<i>Figura 40: Preferencia del consumo de café.....</i>	<i>126</i>
<i>Figura 41: Aspectos del café de calidad</i>	<i>127</i>
<i>Figura 42: Consumo promedio de café en el último año</i>	<i>129</i>
<i>Figura 43: El café en la mente del consumidor.....</i>	<i>130</i>
<i>Figura 44: Precio por una taza de café.....</i>	<i>132</i>
<i>Figura 45: Precio por una libra de café</i>	<i>133</i>

TABLA DE ILUSTRACIONES - TABLAS

Tabla 1: Operacionalización de Variables.....	39
Tabla 2: Distribución de la muestra para las encuestase en la ciudad de Loja.....	43
Tabla 3: Matriz de las variables de Ocupación y Aspectos que determinan su consumo..	47
Tabla 4: Matriz de las variables de Edad y Cantidad de consumo por día (Habitantes)..	50
Tabla 5: Matriz de las variables de Edad y Cantidad de consumo total en tazas al día ...	51
Tabla 6: Consumo Per-cápita en número tazas por rango de Edad.....	52
Tabla 7: Matriz de las variables de Ingresos y Cantidad de consumo por día	54
Tabla 8: Coeficiente de correlación de las variables de Ingresos y Cantidad de consumo por día	56
Tabla 9: Matriz de las variables de Género y Razón de Consumo	56
Tabla 10: Matriz de las variables de Género y Lugar de Consumo	58
Tabla 11: Matriz de las variables de Género y Momento del día de consumo.....	59
Tabla 12: Cuadro resumen de las variables que determinan el consumo de café en la población de la ciudad de Loja	60
Tabla 13: Cronograma del Proyecto de Tesis	88
Tabla 14: Presupuesto	90
Tabla 15: Género.....	99
Tabla 16: Edad.....	100
Tabla 17: Ocupación	101
Tabla 18: Ingresos Mensuales	102
Tabla 19: Consumo de café.....	104
Tabla 20: Razones por las que no consume el café.....	105
Tabla 21: Lugar donde compra el café	106
Tabla 22: Presentación del café.....	108

<i>Tabla 23: Adquisición del producto</i>	109
<i>Tabla 24: Origen del café</i>	110
<i>Tabla 25: Lugar de consumo</i>	111
<i>Tabla 26: Variedad de procedencia del café</i>	112
<i>Tabla 27: Variedad del café</i>	113
<i>Tabla 28: Tipo de café</i>	114
<i>Tabla 29: Razones del consumo de café</i>	115
<i>Tabla 30: Marca de café</i>	116
<i>Tabla 31: Momento del día de consumo</i>	118
<i>Tabla 32: Cantidad de café por día</i>	119
<i>Tabla 33: Consumo de café todos los días</i>	121
<i>Tabla 34: Ocasiones del consumo de café</i>	122
<i>Tabla 35: Aspectos de la elección del café</i>	123
<i>Tabla 36: Acompañantes en la preparación del café</i>	124
<i>Tabla 37: Preferencia del consumo de café</i>	126
<i>Tabla 38: Aspectos del café de calidad</i>	127
<i>Tabla 39: Consumo promedio de café en el último año</i>	128
<i>Tabla 40: El café en la mente del consumidor</i>	130
<i>Tabla 41: Precio por una taza de café</i>	131
<i>Tabla 42: Precio por una libra de café</i>	133