

**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI**



**FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACIÓN,  
ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA EMPRESARIAL**

**ESCUELA DE COMERCIO EXTERIOR NEGOCIACIÓN COMERCIAL  
INTERNACIONAL**

**“Comercialización de café verde en grano producido en la Provincia del  
Carchi y la demanda del mercado de Alemania”**

Tesis de grado previa a la obtención del título  
de Ingeniero en Comercio Exterior y  
Negociación Comercial Internacional

**AUTOR: Luis Felipe Arteaga Quetamá**

**ASESORA: Dra. Cecilia Yacelga**

**TULCÁN - ECUADOR**

**AÑO: 2013**

## **CERTIFICADO**

Certifico que el estudiante Luis Felipe Arteaga Quetamá con el No de cedula 0401642269 ha elaborado bajo mi dirección la investigación para el trabajo de tesis: “Comercialización de café en grano producido en la provincia del Carchi y la demanda de Alemania”.

Este trabajo se sujeta a las normas y metodología dispuesta en el reglamento para trabajos de investigación de tesis, graduación, titulación e incorporación de la UPEC.

-----

Dra. Cecilia Yacelga

Tulcán, 23 de julio de 2013

# AUTORÍA DEL TRABAJO

## DECLARATORIA

Yo, Luis Felipe Arteaga Quetamá con cedula de identidad No. 0401642269 estudiante de la escuela de.- Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional declaro: que la investigación es absolutamente original, auténtica, personal y los resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.

-----  
Luis Felipe Arteaga Quetamá  
Tulcán, 23 de julio de 2013

## **ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TESIS DE GRADO**

Yo Luis Felipe Arteaga Quetamá, declaro ser autor del presente trabajo y eximo expresamente a la Universidad Politécnica Estatal del Carchi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

Adicionalmente declaro conocer y aceptar la resolución del Consejo de Investigación de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi de fecha 21 de junio del 2012 que en su parte pertinente textualmente dice: “Forman parte del patrimonio de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi, la propiedad intelectual de investigaciones, trabajos científicos o técnicos y tesis de grado que se realicen a través o con el apoyo financiero, académico o institucional de la Universidad”.

Tulcán, 23 de julio del 2013.

.....

Luis Felipe Arteaga Quetamá

CI: 0401642269

## DEDICATORIA

El presente proyecto de tesis se lo dedico a mi familia que gracias a su apoyo pude concluir mi carrera.

A mis padres y hermanos por su apoyo y confianza en todo lo necesario para a cumplir mis objetivos como persona y estudiante.

A mi padre Luis Alberto Arteaga por brindarme los recursos necesarios y estar a mi lado apoyándome y aconsejándome siempre.

A mi madre Isabel Quetamá por hacer de mí una mejor persona a través de sus consejos, enseñanzas y amor.

A mis hermanos por estar siempre presentes, acompañándome.

A todo el resto de familia y amigos que de una u otra manera me han llenado de sabiduría para terminar la tesis para realizarme profesionalmente.

## **AGRADECIMIENTO**

Primero y antes que nada, dar gracias a Dios, por estar en cada paso que he desarrollado a lo largo de mi carrera académica, por fortalecer mi corazón e iluminar mi mente y por haberme dado unos padre que han sido mi mayor soporte durante el periodo de estudio que he trascendido.

A mis maestros, quienes han compartido sus conocimientos para poder desarrollarme tanto profesionalmente como personalmente.

En general quisiera agradecer a toda mi familia, amigos y compañeros de clase, por haberme brindado todo el apoyo, colaboración, ánimo pero ante todo cariño y amistad.

# ÍNDICE GENERAL

CERTIFICADO .....	I
AUTORÍA DEL TRABAJO.....	II
ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TESIS DE GRADO .....	III
DEDICATORIA.....	IV
AGRADECIMIENTO .....	V
ÍNDICE GENERAL .....	VI
ÍNDICE DE CUADROS .....	IX
ÍNDICE DE GRÁFICOS .....	X
ÍNDICE DE TABLAS.....	XI
RESUMEN EJECUTIVO.....	XIII
ABSTRACT .....	XIV
INTRODUCCIÓN .....	XVI
1. CAPÍTULO I EL PROBLEMA .....	- 1 -
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	- 1 -
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA .....	- 2 -
1.3. DELIMITACIÓN .....	- 3 -
1.4. JUSTIFICACIÓN.....	- 3 -
1.5. OBJETIVOS .....	- 6 -
1.5.1. OBJETIVO GENERAL .....	- 6 -
1.5.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	- 6 -
2. CAPÍTULO II FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA .....	- 7 -
2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS .....	- 7 -
2.2. FUNDAMENTACIÓN LEGAL .....	- 8 -
2.3. MARCO TEÓRICO.....	- 9 -
2.3.1. TEORÍAS A UTILIZAR EN LA INVESTIGACIÓN.....	- 9 -
2.3.2. METODOLOGÍA A UTILIZAR EN LA INVESTIGACIÓN .....	- 10 -
2.3.3. VOCABULARIO TÉCNICO .....	- 11 -
2.4. IDEA A DEFENDER.....	- 12 -
2.5. VARIABLES.....	- 12 -
3. CAPÍTULO III METODOLOGÍA.....	- 13 -

3.1.	MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN.....	- 13 -
3.2.	TIPOS DE INVESTIGACIÓN.....	- 13 -
3.3.	POBLACIÓN Y MUESTRA DE LA INVESTIGACIÓN.....	- 14 -
3.3.1.	POBLACIÓN.....	- 14 -
3.3.2.	MUESTRA .....	- 14 -
3.4.	OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES.....	- 16 -
3.5.	PLAN DE RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN .....	- 18 -
3.6.	ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....	- 19 -
3.6.1.	ANÁLISIS SITUACIONAL, PAÍS DE DESTINO (ALEMANIA) .....	- 19 -
3.6.1.1.	Factores Socio, Económicos.....	- 19 -
3.6.1.2.	Factores Políticos.....	- 22 -
3.6.1.3.	Factores Legales.....	- 26 -
3.6.1.4.	Factores Geográficos .....	- 30 -
3.6.1.5.	Perfil de oportunidades y amenazas en el medio (POAM) .....	- 31 -
3.6.2.	ANÁLISIS DE MERCADO – PRODUCTO .....	- 33 -
3.6.2.1.	Perfil del Consumidor .....	- 33 -
3.6.2.2.	Oferta .....	- 34 -
3.6.3.	ANÁLISIS SITUACIONAL DEL ECUADOR .....	- 40 -
3.6.3.1.	Factores Político y legal.....	- 40 -
3.6.3.2.	Factores socioeconómicos .....	- 45 -
3.6.4.	ANÁLISIS PRODUCTO – OFERTA .....	- 47 -
3.6.5.	FODA.....	- 48 -
3.6.5.1.	Análisis FODA .....	- 48 -
3.6.5.2.	Cinco Fuerzas Porter.....	- 49 -
3.6.6.	PROYECCIONES DEL ESTUDIO .....	- 56 -
3.6.6.1.	Consumo Nacional Aparente .....	- 59 -
3.6.6.2.	Definición de Mercado.....	- 60 -
4.	CAPÍTULO IV CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	- 64 -
4.1.	CONCLUSIONES.....	- 64 -
4.2.	RECOMENDACIONES.....	- 65 -
5.	CAPÍTULO V PROPUESTA.....	- 66 -
5.1.	TÍTULO.....	- 66 -



5.2.	JUSTIFICACIÓN.....	- 66 -
5.3.	OBJETIVOS .....	- 67 -
5.3.1.	OBJETIVO GENERAL .....	- 67 -
5.3.2.	OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	- 67 -
5.4.	MODELO OPERATIVO DE LA PROPUESTA.....	- 68 -
5.4.1.	ESTUDIO TÉCNICO .....	- 68 -
5.4.1.1.	Determinación del Tamaño Óptimo .....	- 68 -
5.4.1.2.	Localización Optima del Proyecto .....	- 70 -
5.4.1.3.	Ingeniería Del Proyecto.....	- 71 -
5.4.1.4.	Organización .....	- 77 -
5.4.2.	DISTRIBUCIÓN FÍSICA INTERNACIONAL.....	- 83 -
5.4.2.1.	Información Básica Del Producto y El Embarque.....	- 85 -
5.4.2.2.	Matriz del País Exportador .....	- 86 -
5.4.2.3.	Matriz de Transito Internacional .....	- 92 -
5.4.2.4.	Matriz del País Importador .....	- 94 -
5.4.3.	ESTUDIO ECONÓMICO Y EVALUACIÓN FINANCIERA.....	- 98 -
5.4.3.1.	Inversión Inicial.....	- 98 -
5.4.3.2.	Proyección De Costos Y Gastos .....	- 100 -
5.4.3.3.	Estados Financieros .....	- 101 -
5.4.3.4.	Flujos De Efectivo, VAN y TIR .....	- 103 -
5.4.3.5.	Punto De Equilibrio .....	- 104 -
5.4.4.	CONCLUSIONES DE LA PROPUESTA.....	- 105 -
6.	BIBLIOGRAFÍA.....	- 107 -
7.	ANEXOS .....	- 111 -

## ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1. Delimitación.....	- 3 -
Cuadro 2. Marco Legal .....	- 8 -
Cuadro 3. Teorías de Investigación .....	- 9 -
Cuadro 4. Indicadores Socioeconómicos.....	- 19 -
Cuadro 5. Acuerdos Comerciales Ecuador – Alemania .....	- 22 -
Cuadro 6. Normas de Origen .....	- 23 -
Cuadro 7. Barreras no Arancelarias.....	- 26 -
Cuadro 8. Factores Geográficos .....	- 30 -
Cuadro 9. POAM.....	- 31 -
Cuadro 10. Países Productores Según Tipo De Café.....	- 35 -
Cuadro 11. Barreras no Arancelarias Ecuador .....	- 40 -
Cuadro 12. Costo Para El Registro De Comercializador - Exportador.....	- 42 -
Cuadro 13. Costo Del Certificado Fitosanitario .....	- 43 -
Cuadro 14. Ficha Técnica Café .....	- 47 -
Cuadro 15. Cadena de procesos .....	- 71 -
Cuadro 16. Ficha de Negociación con el Cliente .....	- 72 -
Cuadro 17. Ficha de Compra a Proveedores .....	- 73 -
Cuadro 18. Ficha de Preparación del producto .....	- 74 -
Cuadro 19. Ficha de Documentación.....	- 75 -
Cuadro 20. Ficha de Distribución Física Internacional.....	- 76 -
Cuadro 21. Manual de funciones del Administrador .....	- 78 -
Cuadro 22. Manual de funciones del Jefe Operativo .....	- 79 -
Cuadro 23. Manual de funciones del Operario de Almacenaje .....	- 80 -
Cuadro 24. Manual de funciones del Operario de Envase y Etiquetado..	- 81 -
Cuadro 25. Manual de funciones del Operario de Despacho .....	- 82 -
Cuadro 26. Dimensiones del contenedor .....	- 89 -

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Balanza Comercial Alemania - Mundo .....	- 25 -
Gráfico 2. Balanza Comercial Total Alemania – Ecuador .....	- 25 -
Gráfico 3. Precios Mínimos FAIRTRADE y los precios del mercado .....	- 29 -
Gráfico 4 Exportaciones Mundiales de café en grano.....	- 35 -
Gráfico 5. Evolución de los Precios Internacionales .....	- 37 -
Gráfico 6. Competencia Internacional.....	- 39 -
Gráfico 7. Balanza Comercial Ecuador - Mundo .....	- 43 -
Gráfico 8. Balanza comercial no Petrolera Ecuador – Alemania.....	- 44 -
Gráfico 9. Balanza Comercial Petrolera Ecuador – Alemania.....	- 44 -
Gráfico 10. Superficie de cultivo de café, productores del Carchi.....	- 46 -
Gráfico 11. Fuerzas Porter.....	- 49 -
Gráfico 12. Forma de comercialización de café, proveedores Carchi.....	- 51 -
Gráfico 13. Precio de café, Proveedores Carchi.....	- 52 -
Gráfico 14. Característica más importante del café, proveedores Carchi	- 52 -
Gráfico 15. Tamaño Óptimo De la Comercializadora.....	- 69 -
Gráfico 16. Organización .....	- 77 -
Gráfico 17. Estibado de café en contenedor.....	- 83 -
Gráfico 18. Forrado del contenedor .....	- 83 -
Gráfico 19. Envase .....	- 87 -

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. UPAs Cafetaleras Del Ecuador Por Regiones .....	- 14 -
Tabla 2. Países Consumidores de Café .....	- 34 -
Tabla 3. Principales Exportadores Mundiales De Café.....	- 36 -
Tabla 4. Precios Promedio Internacionales .....	- 37 -
Tabla 5. Importaciones Alemanas De Café .....	- 38 -
Tabla 6. Re-Exportaciones Alemanas De Café .....	- 38 -
Tabla 7. Producción de Café de la Provincia del Carchi .....	- 47 -
Tabla 8. Provincias Productoras De Café .....	- 54 -
Tabla 9. Lista De Exportadores De Café Del Ecuador.....	- 55 -
Tabla 10. Mínimos Cuadrados Importaciones Alemanas de Café .....	- 57 -
Tabla 11. Proyección de las Importaciones Alemanas de Café .....	- 57 -
Tabla 12. Mínimos Cuadrados, Re-exportaciones Alemanas de Café.....	- 58 -
Tabla 13. Proyección de las Re-Exportaciones Alemanas de Café .....	- 58 -
Tabla 14. Mínimos Cuadrados de la Producción de Café en el Carchi....	- 59 -
Tabla 15. Proyección de la Producción de Café, Provincia del Carchi ....	- 59 -
Tabla 16. Consumo Aparente de Alemania en Toneladas.....	- 60 -
Tabla 17. Población Objetivo .....	- 61 -
Tabla 18. Demanda Efectiva.....	- 61 -
Tabla 19. Oferta Exportable .....	- 62 -
Tabla 20. Cobertura de la Oferta .....	- 63 -
Tabla 21. Requerimiento de Espacio Físico .....	- 69 -
Tabla 22. Presupuesto de Activos Fijos.....	- 70 -
Tabla 23. Localización .....	- 70 -
Tabla 24. Cubicaje Contenedor DRYVAN 40” .....	- 84 -
Tabla 25. Cubicaje Contenedor DRYVAN 20” .....	- 84 -
Tabla 26. Estimación de Ventas .....	- 85 -
Tabla 27. Precio de café de los productores del Carchi.....	- 85 -
Tabla 28. Información Básica del Producto .....	- 86 -
Tabla 29. Información Básica del Embarque .....	- 86 -
Tabla 30. Envase .....	- 87 -
Tabla 31. Etiquetas de Exportación .....	- 88 -
Tabla 32. Manipuleo en el local del Exportador .....	- 90 -

Tabla 33. Documentación .....	- 90 -
Tabla 34. Transporte Interno .....	- 90 -
Tabla 35. Manipuleo de Embarque .....	- 91 -
Tabla 36. Agentes.....	- 91 -
Tabla 37. Bancarios .....	- 91 -
Tabla 38. Costos país de Exportación .....	- 92 -
Tabla 39. Flete Internacional.....	- 92 -
Tabla 40. Seguro Internacional .....	- 93 -
Tabla 41. Manipuleo de desembarque.....	- 93 -
Tabla 42. Costos Tránsito Internacional .....	- 93 -
Tabla 43. Almacenaje .....	- 94 -
Tabla 44. Documentación País de Destino .....	- 94 -
Tabla 45. Agentes País de Destino.....	- 95 -
Tabla 46. Flete interno en el país de destino .....	- 95 -
Tabla 47. Aduaneros.....	- 95 -
Tabla 48. Costos en el País Importador.....	- 96 -
Tabla 49. Precios de café en el mercado internacional .....	- 96 -
Tabla 50. Precio de Venta .....	- 97 -
Tabla 51. Activos Fijos .....	- 98 -
Tabla 52. Capital de Operación .....	- 98 -
Tabla 53. Gastos de Constitución .....	- 99 -
Tabla 54. Inversión Inicial .....	- 99 -
Tabla 55. Estructura de Financiamiento .....	- 99 -
Tabla 56. Costos de Producción Proyectados .....	- 100 -
Tabla 57. Gastos Administrativos Proyectados.....	- 100 -
Tabla 58. Gastos de Exportación Proyectados .....	- 101 -
Tabla 59. Balance General - Con Financiamiento .....	- 102 -
Tabla 60. Estado de Resultados – Con Financiamiento .....	- 102 -
Tabla 61. Flujo de Efectivo - Con Financiamiento.....	- 103 -
Tabla 62. VAN Y TIR – con financiamiento.....	- 103 -
Tabla 63. Punto de Equilibrio – Con Financiamiento .....	- 104 -

## RESUMEN EJECUTIVO

El centro de acopio de café en grano se establecerá al noroccidente de la Provincia del Carchi, parroquia de Maldonado en la ciudad de Tulcán, con el propósito de exportar café en grano al país de Alemania, ciudad de Hamburgo, en unidades comerciales formadas por sacos de 60kg de café. Luego de que se ha logrado identificar los clientes en el país de destino (Alemania), los cuales se enfoca específicamente en las empresas operantes en el mercado alemán de café como; agentes de café verde, importadores de café verde, almacenistas, empresas descafeinadoras, fabricantes de extractos de café y tostadores.

Por otra parte luego del análisis de la Distribución Física Internacional del producto, el precio de venta en el país de destino de un saco de café en grano verde de 60kg es de USD 217,72 en el cual ya se toma en cuenta el margen de utilidad de 15% establecido por el exportador.

La inversión inicial que se necesitará para la creación del centro de acopio de café para exportación es de USD 88.087, de los cuales el 70% serán financiados por el Banco del Pichincha y será pagado a tres años. El punto de equilibrio en ventas para que el negocio marche sin pérdidas indica que para el año uno sea de 659 sacos de café de 60Kg; con lo cual se podrá pagar el préstamo y obtener rentabilidad.

El centro de acopio busca cubrir un mercado del 1.37% durante el primer año. Esto representa un promedio de 106 Tn de café en grano de un total de 7710 Tn del mercado. A partir del segundo año se buscará incrementar el segmento en 15% anual de un mercado que se estima que tenga un crecimiento del 1%.

La tasa interna de retorno de la inversión (TIR) del proyecto estará en el 32.20%, con un VAN de USD 85.154 descontados en un período de 5 años.

## **ABSTRACT**

The collection center bean of coffee will be established in the city of Tulcan on Maldonado parish, Province of Carchi, in order to export coffee beans to the country of Germany, city of Hamburg in commercial units formed by 60kg bags of coffee. In addition, customer has identified in the destination country (Germany), which focuses specifically on companies operating in the German market for coffee as, agents of green coffee, green coffee importers, wholesalers, descafeinadoras companies, manufacturers of extracts coffee and Roasters.

Moreover after the International Physical Distribution analysis product selling price in the country of destination of a bags of green coffee beans 60kg is \$ 217,72 in which already takes into account the sales margin 15% imposed by the exporter.

The initial investment will be needed to create the storage facility to export coffee is \$ 88.087, of which 70% will be financed by the National Development Bank and will be paid to three years. The breakeven point in sales for the business leave without loss for the year indicates that one is of 659 60Kg bags of coffee, with which they will repay the loan and profitability.

The collection center aims to cover a market of 1.37% during the first year. This represents an average of 106 tons of coffee beans from a total of 7710 tons the market. From the second year will seek to increase the segment by 15% per year in a market that is estimated to have increased by 1%.

The Internal Rate of Return on investment (IRR) of the project will be 32.20%, with a Net Present Value (NPV) of USD 85.154 discounted over a period of five years.

## **Rimay-kichwapi**

Ta chawpi pak acopio pak café pi muyu tiyana pi malka pak Maldonado llakta pak Tulcanda, marka Carchi, wan ta rikuyku pak llukshichina café pi muyu man mamallakta pak Alemania llakta pak Hamburgo, pi tulukuna pak 60kg pak café. Pron clienticuna pikuna mamallakta pak Alemania anawn: pron empresas operantes pikuna khatu alemán pak café.

Unanik pak shukrikuy pak ta Chikkichana Aychayak Internacional pak kapu, ta pala pak katuna pi mamallakta pak Alemania pak shuk tulu pak café wiyalla pak 60kg kan pak USD 217,72 wan shuk margen pak katuna pakkuna 15%.

Ta inversion kallarina iwka se nisisitay pron ta ruray pak chawpi pak acopio pak café pron llukshichinakuy kan pak USD 88.087, pak pron mayqan takuna 70% kan rayku financieruman pi Banco Pichincha pash kan paagay ta kimsa watakuna. Ta iñu pak equilibrio pi katuna pronkuna iwka ta lantiy apaq mana charini kallpawañuy, rikuri iwka pron ta wata shuk sea pak 659 tulukuna pak café pak 60Kg.

Ta chawpi pak acopio mashkana killpana shuk khatu pak 1.37% kama ta shukniki wata. Pron representa shuk taksha pak 106 Tn pak café pi muyu pak shuk tukuylla pak 7710 Tn pak khatu. Ta rakina pak chini wata se ashi jawina ta segmento pi 15% watan pak shuk khatu iwka se kalkulay iwka charini shuk Hatunyaay pak 1%.

Ta TIR pak yuyakta kay pi 32.20%, wan shuk VAN pak USD 85.154 kalkulay takuna 5 watakuna.



## INTRODUCCIÓN

El café constituye un importante producto básico de la economía mundial que ha experimentado variaciones amplias en los precios, en los que se han observado ciclos de auge y depresión que han caracterizado al mercado del café.

La producción cafetalera ecuatoriana tiene amplia adaptabilidad de sus cafetales a los distintos agro ecosistemas de la Costa, Sierra, Amazonía y la región Insular, en una superficie aproximada de 220.000 hectáreas, en donde la provincia del Carchi ha logrado desarrollarse de manera positiva como una nueva provincia productora de café.

Debido a la gran importancia de la producción de café en el Ecuador y su demanda alrededor del mundo, se hace necesario establecer una propuesta a los pequeños y medianos empresarios cafetaleros para facilitar sus exportaciones dentro de un mercado específico (Alemania), mediante un centro de acopio exportador que permita relacionar a este sector con compradores en el exterior, y que garantice el aumento de exportaciones de este producto mejorando la calidad del producto, procesos de comercialización y logística.

Con respecto a la competencia mundial, Brasil se posiciona como el principal productor, seguido por Vietnam y Colombia, países donde el café es considerado como Premium en el mercado internacional, otros países americanos como México, Guatemala, Honduras y Perú también poseen una trascendental posición dentro de los principales exportadores.

# CAPÍTULO I EL PROBLEMA

## 1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

El crecimiento progresivo del sector cafetero es una realidad económica y social en la provincia del Carchi, sin embargo las necesidades del mejoramiento del producto en este mercado no han sido satisfechas, ya que en la actualidad la producción de café en la provincia del Carchi necesita de métodos de comercialización que les permita realizar adecuados procedimientos en el mercado nacional e internacional, así afirma en su artículo *La Red de Productores del Carchi detecta falencias* Marcelo Solano (2011/04/11) A pesar de que el producto es de buena calidad, los actuales procedimientos de comercialización no le han permitido posicionarse en el mercado nacional e internacional

Ante la carencia de procedimientos para la comercialización de café, como lo afirma el Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad (2011):

La falta de fortalecimiento organizacional y alianzas estratégicas con entidades públicas o privadas, han provocado que el producto quede en la misma localidades de producción generando pérdidas económicas para los productores de café de las parroquias de Maldonado, Chical, Goaltal, Jacinto Jijón y Caamaño, Concepción y Juan Montalvo.

Se hallan algunos factores de comercialización internacional de café que no permiten el desarrollo económico de las localidades, cabe resaltar que el comercio es una fuente de ingresos indispensable para mejorar las condiciones de vida de las personas que están involucradas en la cadena productiva del café, y se ha visto afectado ya que no hay incentivos de comercialización nacional e internacional hacia los productores, esto ha hecho que exista una debilidad en el ámbito comercial. Uno de los factores que afecta a la Provincia del Carchi es la falta de conocimientos, técnicas para realizar negociaciones con otros países, ya que no cuenta con la suficiente capacitación que los motive a continuar emprendiendo negociaciones nacionales como internacionales.

Según el artículo de *Alianza para producir más café* de Marcelo Solano (2011), los productores de café principalmente se concentran en las parroquias de Maldonado, Chical, Goaltal, Jacinto Jijón y Caamaño, Concepción y Juan Montalvo, los cuales están conformados por grupos de familia y al no buscar alternativas de comercialización que les permita obtener mejores ingresos, ellos deberán comercializar su producto a un precio por debajo del costo de producción.

Probablemente la mayor parte de los ingresos por la venta del producto no alcanza para cubrir los costos y gastos que implican el manejo de producir café y el sustento de sus familias. La escasa comercialización del producto que les admita acceder a los mercados internacionales deteriora la cadena productiva de café (producción, distribución y comercialización). Es necesario resaltar que de mantenerse esta situación, los productores no podrán aprovechar la capacidad de producción que les ofrece las zonas productoras de café y por ende mejorar su calidad de vida.

A demás se debe tomar en cuenta que uno de los principales destinos de las exportaciones de café ecuatoriano es la Unión Europea, como señala *Lebensmittel Zeitung* (2009), donde menciona que “la República Federal de Alemania es el país que más consumo de café en grano realiza”, esto se debe a que la calidad del café arábigo ecuatoriano que es también la que produce la provincia del Carchi es muy buena, la problemática se da cuando los grandes exportadores de café dejan nichos de mercado en Alemania los cuales necesitan ser atendidos, siendo esta una gran alternativa para poder llegar al mercado alemán con el establecimiento de adecuados procedimientos de comercialización internacional.

## **1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

Con base al problema planteado y luego de un análisis sectorial de los productores de café del Carchi y el consumo de café en Alemania se llega a determinar una formulación del problema de la siguiente manera:

***La escasa comercialización de café en grano producido en la provincia del Carchi limita atender parte de la demanda insatisfecha del mercado de Alemania***

- **Variable Independiente:** Demanda
- **Variable Dependiente:** Comercialización

### **1.3. DELIMITACIÓN**

**Cuadro 1. Delimitación**

<b>Objeto</b>	Demanda
<b>Sujeto</b>	Comercialización
<b>Tiempo</b>	Marzo 2011 – Julio 2013
<b>Área Geográfica</b>	Provincia del Carchi; zonas de producción de café de Maldonado, Chical, Goaltal, Jacinto Jijón y Caamaño, Concepción y Juan Montalvo.
<b>Grupo Objetivo</b>	Productores de café: se incluyen a personas cosechadoras, transportistas, comerciantes, microempresarios, obreros de las industrias de café y exportadoras de café en grano. Empresas operantes en el sector cafetalero de Alemania.

Elaborado por: Luis Arteaga

### **1.4. JUSTIFICACIÓN**

En vista de que la producción de café es relativamente nueva en esta zona, con muy buenas expectativas de ampliar su mercado, es necesario proponer nuevas formas de comercialización que incentiven a los productores a realizar negociaciones comerciales con el mercado internacional de Alemania, con el objetivo de mejorar los ingresos de los actores de la cadena productiva de café y de la misma forma contribuyendo al crecimiento de nuevas oportunidades de empleo y desarrollo económico. Además se estaría mejorando la calidad de vida de quienes están relacionados directamente con la producción y comercialización de café.

Es muy importante tener en cuenta que a pesar que la provincia Carchi empezó con muy poca producción de café, como se indica en el artículo *Café de las Golondrinas* de Programa de Desarrollo de Empresas Locales PRODEL (2012), la empresa Café Galleti con la ayuda PRODEL tomo la decisión de trabajar en las zonas de cultivo de café localizadas en la provincia del Carchi, debido a que dichas zonas ofrece características ideales para el cultivo de café.

No obstante, debido a las características productivas únicas del área, se está buscando lograr una certificación de café orgánico BCS, esta otorgada por una certificadora alemana.

La comercialización de café aportará importantes beneficios a la provincia del Carchi, por tanto, se pretende posicionar al producto en mercado internacional con la ayuda de alianzas estratégicas, las cuales les faciliten las operaciones en mercado, fortaleciendo el desarrollo del sector productivo del café y constituyendo a la provincia como un importante proveedor de café a nivel nacional, ante esta situación los principales beneficiados serán las familias de las localidades productoras de café de la provincia del Carchi.

Esta situación generará impacto social ya que la mayor parte de los productores de café son grupos de familias, en quienes se trabajará en dos elementos claves, primero mejorar la calidad de vida de las familias, y segundo involucrar a más familias en la producción de café, por lo cual se estaría disminuyendo la pobreza de las localidades.

Adicionalmente se puede generar procesos de cooperación social potenciando las alianzas a través de organizaciones estructuradas del segmento cafetalero. Es conveniente destacar el impacto económico que se puede generar ya que todos los involucrados en la comercialización internacional del café percibirán mejores ingresos, incrementando también sus utilidades. Este efecto económico positivo llegará también a otros actores de la cadena productiva del café tales como transportistas, comerciantes, exportadores, microempresarios, obreros, entre otros.

De acuerdo a los informes estadísticos del COFENAC (Concejo Cafetalero Nacional) (2009), Actualmente el café ecuatoriano se exporta a cincuenta países, entre los cuales uno de los principales países que demanda el producto es Alemania representando el 24% de todas las exportaciones de café en grano el cual generó un valor de USD 24.970.053,79 en divisas en el año 2009. Además el precio del saco de 60 kg de café en grano en estos momentos es altamente competitivo a nivel internacional ya que es un valor que se lo da a través de la bolsa de Nueva York.

Según el artículo *Carchi quiere ser el eje cafetero del país* del Diario el Hoy (22/04/2011):

La producción de café en el Carchi se diferencia de las demás, porque los cafetos son sembrados a 1000 msnm (metros sobre el nivel del mar), bajo sombra y sobre un sistema ecológico que no permite el uso de químicos. Por esta razón el café se vuelve un producto natural, sano y aromático (párr. 9)

Existe una oportunidad en la exportación de café en grano hacia Alemania, debido a que, el arancel nominal del valor CIF es de 13.5% pero ya que se acoge SPG (Sistema Generalizado de Preferencias) se libera totalmente desgravándose al 0% ya que cuyo objetivo del SPG es favorecer a los países en desarrollo.

La presente investigación busca aportar al desarrollo socioeconómico de los productores de café ya que se generarían nuevas oportunidades comercialización hacia los mercados internacionales con un alto valor agregado, fuentes de empleo, avances tecnológicos, desarrollo productivo de las zonas de producción de café de la provincia, además si se realizará la exportación de café mercado alemán se obtendrán mayores utilidades, con lo que se fortalecerá la economía de nuestro país que se basa principalmente en el comercio exterior, sabiendo que este es un pilar fundamental dentro de la economía.

## **1.5. OBJETIVOS**

### **1.5.1.OBJETIVO GENERAL**

Determinar la demanda de café en grano en el mercado de Alemania para su comercialización desde la provincia del Carchi

### **1.5.2.OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Fundamentar bibliográficamente la comercialización y la demanda
- Diagnosticar la oferta de café en grano producidas en la provincia del Carchi y la demanda en el sector cafetalero de la ciudad de Hamburgo – Alemania, para su comercialización.
- Realizar un estudio de factibilidad de la comercialización de café en grano producidas en la provincia del Carchi para satisfacer parte de la demanda del sector cafetalero de la ciudad de Hamburgo – Alemania.

## CAPÍTULO II FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

### 2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

Como antecedentes para la investigación sobre la comercialización internacional de café en grano producido en la provincia del Carchi y la demanda del mercado de Alemania se ha tomado en cuenta tres investigaciones referenciales al proyecto detalladas a continuación:

Como primer investigación referencial al tema, es el desarrollo de una tesis realizada por Daysi Maritza Zurita Hernández, con el tema *Proyecto de factibilidad para La creación de una empresa exportadora de café verde al mercado de Hamburgo - Alemania*, realizada en el año 2009, La investigación da un acercamiento al tema ya que se enfoca en el estudio de la oferta y demanda del café del Ecuador, posicionamiento del café en el mercado internacional, evolución de las exportaciones de café ecuatorianas, crecimiento de la demanda de Alemania, principales países exportadores de café, fluctuación de precios en el mercado internacional, principales provincias de producción de café en el Ecuador, canales de distribución del café, entidades relacionadas con la producción y comercialización de café, certificaciones nacionales e internacionales necesarias para la exportación de café.

Como segunda investigación referente al tema que se ha tomado en cuenta es una tesis realizada por Jairo Rolando Quezada Calva con el tema de *Diagnóstico y propuesta de mejoramiento en la producción y comercialización de café en la provincia de Orellana, cantón Francisco de Orellana* realizada en el año 2005, dicha investigación pone énfasis en el estudio de la oferta exportable del Ecuador, demanda local e internacional del café, comparación de rendimiento productivo por hectárea con los demás países exportadores, importancia para el desarrollo económico y social de los sectores productivos y los actores involucrados en la cadena productiva del café como: obreros, transportistas, comerciantes, exportadores



vinculados a los procesos productivos y de procesamiento, que dependen de la producción y precios del café, en el mercado internacional.

Otra de las investigaciones a tomarse en cuenta es una tesis formalizada por María Dolores Columbus Ponce y Ginger Vanessa Pulgarín Luna, con el tema de *Proyecto de producción de café orgánico para exportación como una nueva alternativa comercial para el Ecuador*, (2002), La investigación se concentra en el estudio de la demanda mundial de café así como también la demanda en los Estados Unidos, la Unión Europea y Japón, además detalla la oferta mundial del producto. También nos indica cual es el sistema de comercialización y precios en el cual se implica a los intermediarios y cooperativas, exportadores, agentes, brókeres, importadores, tostadores y mayoristas dentro de la cadena de distribución, aspectos importantes que se debe tomar en cuenta al ingresar en un mercado extranjero. Asimismo nos indica los gastos que implica realizar una exportación de café al mercado internacional.

## 2.2. FUNDAMENTACIÓN LEGAL

La fundamentación legal de la Investigación a realizarse se basa en las leyes Nacionales e Internacionales necesarias para realizar el estudio de la exportación de café en grano hacia el Mercado de Alemania. Para realizar esta fundamentación se tendrá como respaldo legal lo siguiente:

**Cuadro 2. Marco Legal**

Documento	Descripción
Constitución 2008	Art. 416.- Relaciones internacionales. Fomenta el sistema de comercio e inversión.
	Art. 304.- Política comercial. Fortalece el aparato productivo
	Art. 339.- Inversión extranjera.
	Art. 306.- Exportación pequeña y mediana empresa.
Plan General de Desarrollo del Buen Vivir 2009 – 2013	Objetivos:
	6.- Garantizar el trabajo estable, justo y digno
	6.5.- generación de nuevas plazas de empleo
	11.- Establecer un sistema económico social, solidario y sostenible
	11.6.e.- facilitar el comercio de exportación y de importación
	Estrategias
I: Re-distribución de la riqueza.	

	III: Diversificación exportaciones.
	VIII: Macroeconomía sostenible.
Código Orgánico De La Producción Comercio E Inversiones (COPCI)	Art. 1.- aprovechamiento de los factores de producción
	Art. 3.- Incentivo producción de mayor valor agregado.
	Art. 4. - Fines: Fomentar y diversificar las exportaciones y promocionar la oferta productiva.
	Art. 72.- Competencias, Lit e), Facilitar la exportación, Lit f), Expedir normas.
	Art. 93.- Fomento a la exportación.
	Art. 94.- seguro de crédito a la exportación
	Art. 95.- Promoción no financiera de exportaciones.
SGP+ (Sistema Generalizado de Preferencias Plus)	Art. 1.- regímenes comerciales preferenciales
	Art. 5.- preferencia aplicadas a las "M" de UE
Acuerdo Macro De Cooperación Entre UE y la CAN	Art. 8.- Régimen especial de estímulo del desarrollo sostenible y la gobernanza
	Art. 2.- fomentar el desarrollo comercial.
	Art. 5.- facilidades en el intercambio comercial

Elaborado por: Luis Arteaga

## 2.3. MARCO TEÓRICO

### 2.3.1. TEORÍAS A UTILIZAR EN LA INVESTIGACIÓN

**Cuadro 3. Teorías de Investigación**

TEORÍAS	CARACTERÍSTICAS	RELACIÓN CON LA INVESTIGACIÓN
Teoría de la Ventaja Comparativa	Los gustos están dados. Los mapas de indiferencia de los consumidores están determinados y son invariables  Todos los precios son flexibles estos están determinados bajo condiciones de competencia perfecta. Porter, M. (1982)	Las empresas se constituyen en los entes para producción de bienes económicos mediante la transformación de materia prima, las familias son los entes que tienen el poder de decisión individual sobre consumir o no cierto producto, basando en la tendencia de preferencia y gustos; lo que significa que el consumidor (Familias) necesita cubrir su necesidad y pueden hacerlo tomando en cuenta los recursos que disponen.
Teoría de la Base Económica	El desarrollo económico local influye en el crecimiento del producto, ingreso y empleo generados localmente por el sector "exportador". Metzler, et al. (1950)	El aporte de esta teoría da a conocer que las empresas que producen bienes y servicios de la demanda externa son la Base Económica, es decir que la comercialización de café que se realiza en la provincia del Carchi debe necesariamente salir de su área geográfica con el fin de que dicha área pueda desarrollarse económicamente

<p>La Teoría de la Competitividad de las Ciudades Internas y Deprimidas</p>	<p>Considera que los sectores que están marginados, por falta de apoyo económico, social y político no pueden desarrollarse de la mejor manera. Porter, M. (1995).</p>	<p>Pueden generar una oportunidad que pueden ser aprovechadas con la inmersión de nuevas tecnologías, esta situación es muy parecida a la que sucede en el sector productivo de café arábigo de la provincia del Carchi ya que al desconocimiento de métodos, mecanismo y técnicas de comercialización no permiten que dicho sector sea competitivo ante las demás empresas comercializadoras de café.</p>
---	--	--

Elaborado por: Luis Arteaga

### 2.3.2. METODOLOGÍA A UTILIZAR EN LA INVESTIGACIÓN

Un aspecto muy importante en el proceso de investigación es el que tiene relación con la obtención de la información, para esto se realiza el método deductivo, pues de ello depende la confiabilidad y validez del estudio. Obtener información confiable y válida requiere cuidado y dedicación.

La búsqueda de información requerida para la investigación sobre el tema, ya sea escrita o estadística, es tomada de libros, revistas, boletines o en páginas web de organismos afines al tema de investigación, al ser esta fuente de información libre de acceder a ella, se procederá a recolectar información que esté vinculada ya sea directa o indirectamente al tema de investigación, para luego aplicar un plan de procesamiento y seleccionar la información necesaria para su respectivo análisis, (*recopilación documental*).

Se realiza básicamente una investigación de campo por medio de visitas a las áreas de influencia del proyecto y a la aplicación de encuestas, esta recolección requerirá principalmente la utilización del recurso humano, ya que se debe realizar visitas personales con organismos relacionados con la investigación como; productores del café en la provincia del Carchi, MAGAP, MIPRO, SENA, organizaciones y personas que tienen relación directa con el objeto de estudio, esto se dará a través de encuestas, la observación o la entrevista, (*recopilación in situ*).

### 2.3.3.VOCABULARIO TÉCNICO

**Demanda.-** La demanda está determinada en base a la cantidad de bienes y/o servicios que los compradores o consumidores están dispuestos a adquirir para satisfacer sus necesidades o deseos, quienes además, tienen la capacidad de pago para realizar la transacción a un precio determinado y en un lugar establecido.

**Exportación.-** Es el régimen aduanero que permite la salida definitiva de mercancías en libre circulación, fuera del territorio aduanero comunitario o a una Zona Especial de Desarrollo Económico ubicada dentro del territorio aduanero ecuatoriano, sujetas a las disposiciones establecidas por la ley.

**Comercialización.-** Comercialización es la acción y efecto de comercializar es decir poner a la venta un producto o darle las condiciones y vías de distribución para su venta

**Competencia.-** La competencia es una situación donde los agentes económicos son libres de ofrecer bienes y servicios en el mercado, y de elegir a quién comprar otros bienes y servicios. La competencia implica la existencia de una pluralidad de oferentes y de demandantes.

**Incoterms:** Términos internacionales de comercio con el objeto es facilitar la fluidez del comercio global, estos determinan las obligaciones de la transferencia del riesgo de daño y la responsabilidad de entrega de la mercancía entre vendedor y comprador.

**Cadena productiva.-** son todas los actores que participan en el proceso de producción y comercialización de un producto, estos pueden ser directos o indirectos.

**Negociaciones:** es un proceso mediante el cual dos o más partes que tienen intereses tanto comunes como opuestos intercambian información a

lo largo de un período, con miras a lograr un acuerdo para sus relaciones futuras.

**Alianza estratégica.-** Acuerdo de cooperación entre empresas del sector público o privado que les permita compartir el riesgo y recursos para superar las barreras comerciales

## **2.4. IDEA A DEFENDER**

El estudio de factibilidad para la comercialización internacional de café en grano producido en la provincia del Carchi permitirá atender parte de la demanda del sector cafetalero de la ciudad de Hamburgo – Alemania.

## **2.5. VARIABLES**

**Variable Independiente:** Demanda

**Variable Dependiente:** Comercialización internacional.

## **CAPÍTULO III METODOLOGÍA**

### **3.1. MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN**

Se hizo uso de la investigación cuantitativa, ya que una vez conseguido la información de la demanda, oferta y producción se procedió a interpretar mediante cuadros y tablas estadísticas.

Mediante un análisis subjetivo e individual, se realizó una investigación cualitativa, la cual permite determinar las variaciones en los productores y demás personas que están implicadas en la cadena productiva del café tales como: distribuidores, comerciantes, transportistas, exportadores, estibadores, entre otros.

Mediante los análisis cualitativo y cuantitativo se describió las características, formas del problema a estudiar, además permitió apoyarse en instrumentos de investigación para poder cuantificar los resultados en cuanto a la oferta de café de la Provincia del Carchi y la demanda de café en el mercado de Alemania con el fin de interpretarlos de la mejor manera.

### **3.2. TIPOS DE INVESTIGACIÓN**

El tipo de investigación es un estudio correlacional que consiste en ver la relación entre la variable independiente y dependiente

Mediante la utilización de la investigación descriptiva se identificó realidades del hecho y sus características lo cual permitió una interpretación correcta. Esta investigación es adecuada utilizarla, ya que para realizar una investigación eficiente se analizó las situaciones que actualmente tienen la comercialización de café para poder describir cada una de las situaciones de forma clara y precisa.

Una de las investigaciones importantes a utilizar es la documental, esta investigación fue conveniente utilizarla ya que en este problema de investigación se acudió a los libros, revistas, periódicos, registros de la situación en la que se encuentra la economía de la Provincia del Carchi.

La investigación de campo fue necesaria para una investigación directa de la situación actual por la que está pasando el sector productivo de café y la comercialización del mismo, ayudándonos a la búsqueda de información real en base a la problemática que se está investigando, la cual permitió enfocarse directamente con las personas involucradas en el estudio de la investigación, consiguiendo detectar las causas y los efectos.

### 3.3. POBLACIÓN Y MUESTRA DE LA INVESTIGACIÓN

#### 3.3.1. POBLACIÓN

La población de los productores se toma en base a las Unidades de Producción Agropecuaria (UPAs) total de la provincia del Carchi, a partir de este criterio se toma en cuenta las UPAs cafetaleras existentes en la provincia, dato obtenido a través de un Diagnóstico del Sector Cafetalero Ecuatoriano que lo realiza COFENAC cada año, (COFENAC, 2012)

**Tabla 1. Unidad De Producción Agropecuarias Cafetaleras Del Ecuador Por Regiones**

TOTAL	NUMERO DE UPAs		RELACIÓN PORCENTUAL
	TOTALES	CAFETALERAS	
Región Costa	219.809	53.440	24,31
Región Sierra	567.621	29.839	5,26
<b>Carchi</b>	<b>12.860</b>	<b>130</b>	<b>1,01</b>
Región Amazónica	50.351	20.879	41,47
Región Insular	604	256	42,38
Zonas No Asignadas	4.496	723	16,08
<b>Total Nacional</b>	<b>842.882</b>	<b>105.271</b>	<b>12,49</b>

Elaborado por: Luis Arteaga

Fuente: COFENAC, ANECAFE

#### 3.3.2. MUESTRA

El muestreo es una parte muy importante dentro de la investigación, según Sierra Bravo hace hincapié en la generalización de resultados:

“... una parte representativa de un conjunto o población debidamente elegida, que se somete a observación científica en representación del conjunto, con el propósito de obtener resultados válidos, también para el universo total investigado”. (Sierra Bravo, 1988, p. 174).

Para el cálculo de la muestra de los productores de café se utiliza la técnica de muestreo probabilístico, debido a que la selección del agente encuestado es de forma aleatoria o al azar.

La muestra de la investigación se obtuvo a través de la fórmula estadística para población finita utilizando un margen de error del 0.05%.

**Calculo de la Muestra:**

$$n = \frac{(Z^2 P Q N)}{(N - 1)E^2 + Z^2 P Q}$$

En donde:

- n= Tamaño de muestra
- Z= Valor Z curva normal (1.96)
- P= Probabilidad de éxito (0.50)
- Q= Probabilidad de fracaso (0.50)
- N= Población (122)
- E= Error muestral (0.05)

$$n = \frac{(1,96^2 * 0,50 * 0,50 * 130)}{(130 - 1)0,05^2 + 1,96^2 * 0,50 * 0,50}$$

$$n = \frac{3,84 * 0,25 * 130}{(129)0,0025 + 3,84 * 0,25}$$

$$n = \frac{0,96 * 130}{0,3225 + 0,96}$$

$$n = \frac{124,8}{1,2825}$$

$$n = 97$$



### 3.4. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

**IDEA A DEFENDER:** El estudio de factibilidad para la comercialización internacional de café en grano producido en la provincia del Carchi permitirá atender parte de la demanda del sector cafetalero de la ciudad de Hamburgo – Alemania.

VARIABLES	INDICES	INDICADORES	ÍTEMS	TÉCNICA	INSTRUMENTO	INFORMANTE
VI: DEMANDA	ENTORNO (PERFIL DE OPORTUNIDAD ES Y AMENAZAS DEL MEDIO)	Socioeconómicos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Cuál es la situación del PIB en Alemania?</li> <li>• ¿Cuál es el índice inflacionario de Alemania?</li> <li>• ¿Cuál es el índice de riesgo país de Alemania?</li> <li>• ¿Cómo está constituida la población de Alemania (Hamburgo)?</li> <li>• ¿Cuál es el índice de crecimiento de la población de Alemania (Hamburgo)?</li> <li>• ¿Cuál es la distribución de los ingresos de los habitantes?</li> </ul>	Fichaje (Análisis linkográfico, bibliográfico)	Fichas	Internet: archivos, sitios web.  Recolección documental: libros, revistas, catálogos, periódicos, etc.
		Políticos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Cuál es la política comercial frente a las importaciones?</li> <li>• ¿Cuál es la política económica frente a las Importaciones y exportaciones?</li> <li>• ¿Cuál es la balanza comercial?</li> </ul>			
		Legales  Infraestructura	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Existen barreras arancelarias para la importación de café en grano?</li> <li>• ¿Existen barreras no arancelarias para la importación de café en grano?</li> <li>• ¿Cuál es sistema de envase requerido para comercializar el producto?</li> <li>• Etiquetado</li> <li>• Infraestructura física para proceso logístico</li> </ul>			
	MERCADO	<ul style="list-style-type: none"> <li>• DEMANDA</li> <li>• ¿Cuál es el perfil del consumidor?</li> <li>• ¿Cuáles son los potenciales consumidores?</li> <li>• ¿Cuál es el nivel de aceptación de productos importados?</li> <li>• ¿Cuál es el nivel de aceptación de productos ecuatorianos?</li> </ul>				

		<ul style="list-style-type: none"> <li>• OFERTA</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Cuál es la situación actual de las importaciones y exportaciones?</li> <li>• ¿Existe producción nacional / local?</li> <li>• ¿Cuál es la demanda insatisfecha?</li> <li>• ¿Cuál es el precio referencial del producto en el mercado de destino?</li> <li>• ¿Cuál es la competencia internacional?</li> <li>• ¿Cuál es el Canal de distribución?</li> </ul>			
--	--	--	--	--	--	--

VARIABLES	ÍNDICES	INDICADORES	ÍTEMS	TÉCNICA	INSTRUMENTO	INFORMANTE
VD: COMERCIALIZACIÓN	ENTORNO	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Político / legal</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Cuál es la política económica / comercial?</li> <li>• ¿Existen barreras arancelarias para la exportación de café en grano?</li> <li>• ¿Existen barreras no arancelarias para la exportación de café en grano?</li> <li>• ¿Cuál es la balanza comercial?</li> </ul>	Fichaje Observación Entrevista (Análisis linkográfico, bibliográfico)	Fichas cuestionario	Internet: archivos, sitios web.  Recolección documental
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Factores socio económico Grupo ofertante</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Cuál es la situación actual de Ecuador?</li> <li>• ¿Cuál es la situación actual del sector ofertante?</li> <li>• ¿Cuál es el tamaño de la población ofertante?</li> </ul>			
	PRODUCTO / OFERTA	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Características del producto</li> <li>• Oferta exportable</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Cuál son las características del producto?</li> <li>• ¿Cuáles son los proveedores del sector?</li> <li>• ¿Cuál es la oferta del sector productor en unidad de medida y tiempo para la exportación?</li> <li>• ¿Cuál es el nivel de aceptación para la exportación?</li> </ul>	Fichaje Observación Entrevista	Fichas Cuestionario	Productores

Fuente: Escuela ECEYNCI, 2013

Elaborado por: Luis Arteaga

### 3.5. PLAN DE RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN

Según Bernal, 2006, la recolección de información es una parte del proceso de investigación que consiste en procesar los datos dispersos, desordenados e individuales obtenido de la población objeto de estudio y tiene como finalidad generar resultados (datos agrupados y ordenados), a partir de los cuales se realizara el análisis según los objetivos y la hipótesis

Es importante tener un plan de procesamiento de análisis de la información para que la información recolectada se pueda interpretar de mejor manera y de la misma forma dar un excelente entendimiento. Entonces se procederá a realizar diferente trato de procesamiento y análisis a las fuentes primarias de las secundarias, para esto se procederá a realizar dicho plan de la siguiente manera:

**Fuentes Primarias:** Luego de la aplicación de las encuestas se procede a codificar las encuestas y digitar en un programa de ingreso como puede ser programa Excel, este facilita el procesamiento con la utilización de sus herramientas y funciones, ya que permitirá analizar, compartir y administrar los datos con facilidad. Otro programa importante es SPSS, este software es útil para obtener la interpretación de los datos tabulados de manera que sean de fácil entendimiento con la elaboración de tablas y gráficos estadísticos, estos programas proporciona realizar lo siguiente:

- Distribución de Frecuencias y Representaciones Gráficas; según Mason y Lind “la distribución de frecuencias es agrupamiento de datos en categorías que muestran el número de observaciones de cada categoría”. En otras palabras, una distribución de frecuencias indica el número de veces que ocurre cada valor o dato en una tabla de resultados de un trabajo de campo.
- Histogramas; son las representaciones gráficas de una distribución de frecuencias.

**Fuentes Secundarias:** Es tipo de información requiere la elaboración de matrices de impacto o comparativa que permitan dar proyecciones de demanda y oferta del producto, así como también su crecimiento y desarrollo

comercial entre Ecuador y Alemania, importaciones y exportaciones. Estas matrices son clasificadas para realizar síntesis de la información obtenida por cada objetivo de la investigación, dichas matrices serán elaboradas con programa de computadora Excel, el cual permite realizar lo siguiente:

- Medidas de Tendencia Central: la media, moda y mediana
- Medidas de Dispersión: varianza y desviación estándar

### 3.6. PROCESAMIENTO, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

#### 3.6.1. ANÁLISIS SITUACIONAL DEL PAÍS DE DESTINO (ALEMANIA)

##### 3.6.1.1. Factores Socio, Económicos

Es muy importante realizar un estudio social y económico para conocer en qué condiciones se encuentra el país de destino de esta investigación en la actualidad.

**Cuadro 4. Indicadores Socioeconómicos**

Indicadores Básicos	
Indicador	Índice
País	República Federal de Alemania
Capital	Berlín
Producto Interno Bruto (PIB)	3,123 billón dólares (2012 est)
PIB Per - cápita	39,100 dólares (2012 est)
Crecimiento del PIB	0,7% (2012 est)
Composición del PIB por sector	Agricultura 0.8% Industria 28.1% Servicios 71.1% (2012 est)
Inflación	2% (2012 est)
Población	81.147.265 (julio 2013 est)
Fuerza Laboral	44.010.000 (2012 est)
Tasa de Crecimiento Poblacional	-0,2% (2012 est)
Salario Mínimo	8,5 euros la hora trabajada
Nivel de Desempleo	5,30% (enero 2013)

Fuente: CIA The World Factbook, Banco Mundial

Elaboración: Luis Arteaga

Tomando en cuenta el documento *Ficha País Alemania* de la Agencia Andaluza de Comercio Exterior, EXTENDA (2011), la economía alemana es la quinta más grande del mundo en base a la paridad del poder adquisitivo.

Alemania es además la economía más grande de Europa y un miembro clave en las organizaciones económicas, políticas y defensivas del continente europeo.

Según datos del Banco Mundial (2012). El PIB de Alemania en el 2012 fue de USD 3,123.00 billón dólares, el crecimiento del PIB en el año 2011 fue de 0.7% (tasa de crecimiento real), a pesar de que la tasa de crecimiento del PIB es positiva, ha disminuido en 5 puntos porcentuales desde la crisis financiera del 2009. Alemania es un país desarrollado esto hace que este país tenga un PIB per cápita mayor a la media de la Unión Europea, alcanzando un valor de 39,100 dólares y su composición PIB por sector que se da de la siguiente manera:

- Agricultura 0.8%
- Industria 28.1%
- Servicios 71.1% (2012 est)

En la *Guía Comercial de Alemania*, se manifiesta que; la República Federal de Alemania presenta la estructura económica propia de un país altamente desarrollado, donde la agricultura tiene un escaso peso en el PIB. El sector industrial es comparativamente más importante que en otros países, pero también está perdiendo importancia frente al sector servicios, tanto en ocupación, como en generación de valor añadido. Alemania es el principal productor de la Unión Europea de leche, carne de cerdo y aceite de colza, así como el segundo productor de cereales, patatas, remolacha y carne de vacuno. La producción nacional sirve para cubrir aproximadamente el 80% de las necesidades del consumo doméstico, el resto es cubierto con importaciones. (PRO ECUADOR, 2011, p. 15).

La industria alemana se caracteriza por su gran capacidad que posee para aplicar las tecnologías más modernas. La importante participación de este sector está marcada fundamentalmente por la elevada productividad, el predominio de las PYMES y la fuerte orientación hacia los mercados exteriores.

El sector industrial, la minería y el suministro de agua y energía se agrupan en las estadísticas alemanas bajo el nombre de sector productivo. La industria emplea a más de 10 millones de personas, aunque el 99% de las empresas son PYMES que dan empleo al 58% de la población ocupada en el sector y solo generan el 34% de la facturación industrial.

La modificación más importante de la economía alemana en los últimos años ha sido el aumento del sector servicios, frente al descenso en la participación del PIB del sector primario (agrícola) y el sector productivo (industrial). En el año 2008 el sector servicios contabilizó el 69% del PIB, mientras que los otros sectores aportaron sólo el 30% y el 1% respectivamente.

Alemania goza de una gran tradición exportadora desde sus inicios, desde el año 2003 se constituyó como el primer exportador mundial de mercancías, aunque según los datos del 2009, en este año fue superada por China. El principal motivo es la crisis mundial que afectó a todas las economías, incluso a las más fuertes como es la Industria Alemana.

Alemania tiene una población de 81.147.265 habitantes (2012 est). Registra una Tasa de Crecimiento de la Población negativa de -0.2%. La Densidad Demográfica es la más alta de Europa después de Bélgica y Países Bajos, con 230 habitantes por km<sup>2</sup>, en cual se registran las siguientes etnias: Alemanes, 91.5%; Turcos, 2.4%; Otros, 6.1% Conformado por griegos, italianos, polacos, rusos, serbo-cristianos y españoles, (CIA, Agencia de Inteligencia Central, 2012)

La población de las principales ciudades de la República Federal de Alemania según su cantidad de habitantes se encuentra representada de la siguiente manera; En primer lugar se ubica la ciudad de Berlín con 3,442 millones, seguido de Hamburgo con 1,774 millones; el tercer lugar lo ocupa Munich con 1,333 millones y en cuarto lugar con 998,1105 miles de habitantes la ciudad de Cologne (PRO ECUADOR, 2012).

Alemania por edad y género, indica que el mayor número de habitantes fluctúa entre los 15 a 64 años de edad, al alcanzar un 66.10% del total de la

población. La fuerza laboral en Alemania es de 44.01 millones (2012 est) y la tasa de desempleo registrada es de 5.3% (enero 2013) (CIA, The World Fact Book, 2013).

En base al artículo *Alemania fijará su primer salario mínimo en 8,5 euros la hora* de (abril 2013, N° 94), el salario mínimo laboral en Alemania no está regulado legalmente, esto se da porque dicha regulación se deja que los convenios laborales se realicen de forma independiente por cada sector productivo, Pero en el año 2013 se pretende terminar con esta situación y establecer un salario mínimo general para todos los sectores de 8,5 euros por hora trabajada, puesto que se trabaja 8 horas diarias serian 68 euros diarios (párr. 3).

De acuerdo al Consejo de Empleo y Seguridad Social de la embajada de España en Berlín, en la *Nota informativa, Marzo 2013*, manifiesta que:

A diferencia de la mayoría de países europeos, Alemania carece de un salario mínimo interprofesional. No obstante, algunos grupos profesionales establecen las remuneraciones mínimas de sus trabajadores mediante salarios mínimos sectoriales que se revalorizan de forma regular. (párr..1)

### 3.6.1.2. Factores Políticos

Es indispensable desarrollar estos factores, debido a que me permitirán conocer que restricciones y preferencias tiene el producto para lograr entrar en el mercado Alemán.

**Cuadro 5. Acuerdos Comerciales Ecuador – Alemania**

Acuerdos comerciales	Observaciones
Sistema General de Preferencias SPG	Preferencias arancelarias para los países establecidos en el régimen especial de estímulo del desarrollo sostenible y la gobernanza.
Acuerdo Macro de Cooperación Entre UE y la CAN	Facilitación de las operaciones comerciales, es decir agilizar procesos aduaneros y comerciales.
Tratado entre Alemania Ecuador Sobre Fomento Y Reciproca Protección De Inversiones De Capital	Intensificar la colaboración económica entre ambos Estados, con el propósito de crear favorables condiciones para las inversiones de capital de los nacionales o sociedades de un Estado en el territorio del otro Estado

Fuente: Export HelpDesck  
Elaborado por: Luis Arteaga

Según la *Guía Comercial de Alemania*, (2011), la Comunidad Europea a través del Sistema Generalizado de Preferencias, otorga preferencias arancelarias a más de 170 países en vías de desarrollo, contribuyendo a la reducción de la pobreza y la promoción del desarrollo sostenible.

La modalidad en la que se maneja SGP es a través de tres regímenes preferenciales detallados de la siguiente manera; el “Régimen General”, “régimen especial de estímulo del desarrollo sostenible y la gobernanza” (SGP+) y por último la iniciativa "Todo menos armas" otorga a los Países Menos Adelantados (PMA). Ecuador se encuentra dentro del segundo régimen, al igual que 15 países más y goza de los beneficios preferenciales que le dan SGP+ con la Comunidad Europea. (PRO ECUADOR, p. 16).

La clasificación arancelaria me permite identificar de forma adecuada una partida o sub-partida arancelaria de un producto, esto se obtiene con la aplicación de reglas técnicas llamadas Reglas Generales de Clasificación Arancelaria, de las Notas Explicativas del Sistema Armonizado, para de esta manera determinar un arancel, tasas y demás tributos de un producto.

La partida del producto para la comercialización del café en grano se encuentra en la Sección II, correspondiente a “Productos del Reino Vegetal”; Capítulo 9, que comprende “Café, Té, Hierba Mate y especias”; Partida 09.01 que se refiere a “Café, incluso tostado o descafeinado; cascara y cascarilla de café; sucedáneos del café que contengan café en cualquier proporción.” y dentro de esta partida se encuentra la sub-partida 09.01.11.00.00 que corresponde a “Café sin tostar, sin descafeinar”.

**Cuadro 6. Normas de Origen**

<b>Normas de origen</b>	<b>Descripción</b>
Resolución 426 del COMEXI para Certificado de origen de Café	El Consejo Cafetalero Nacional COFENAC, será el encargado de otorgar el certificado de origen de la OIC
Reglamento para la Aplicación del Sistema de Certificados de Origen de la OIC (2011).	Especificaciones técnicas y formato para la elaboración del certificado de origen de la OIC. <b>Anexo 11</b>

Fuente: Consejo Cafetalero Nacional  
Elaborado por: Luis Arteaga



Es importante obtener el certificado de origen para la exportación de café, con el fin de acogerse a las preferencias arancelarias que otorga el Sistema Generalizado de Preferencias de la Unión Europea (SPG)+.

Para la exportación de café hacia Alemania la entidad encargada de emitir el certificado de origen es el Consejo Cafetalero Nacional (COFENAC) a través del MIPRO, el mismo que según la resolución 426 del COMEXI; esta dependencia pública se encarga de emitir los certificados de origen de la OIC (Organización Internacional de Café).

Se debe obtener el Formulario A para acogerse al SPG, este debe estar impreso y firmado por una autoridad particular de gobierno, por lo general esta autoridad debe ser diferente a la autoridad de la Aduana. **Anexo 14**

Para la obtención de la certificación de origen, el MIPRO debe constatar que el centro de acopio del producto a exportar es de origen nacional, además se constata si el exportador es a la vez productor o exportador únicamente, esta declaración de origen la realiza un funcionario del ministerio. El MIPRO emitirá el informe en las próximas 24 horas y previo al pago del certificado.

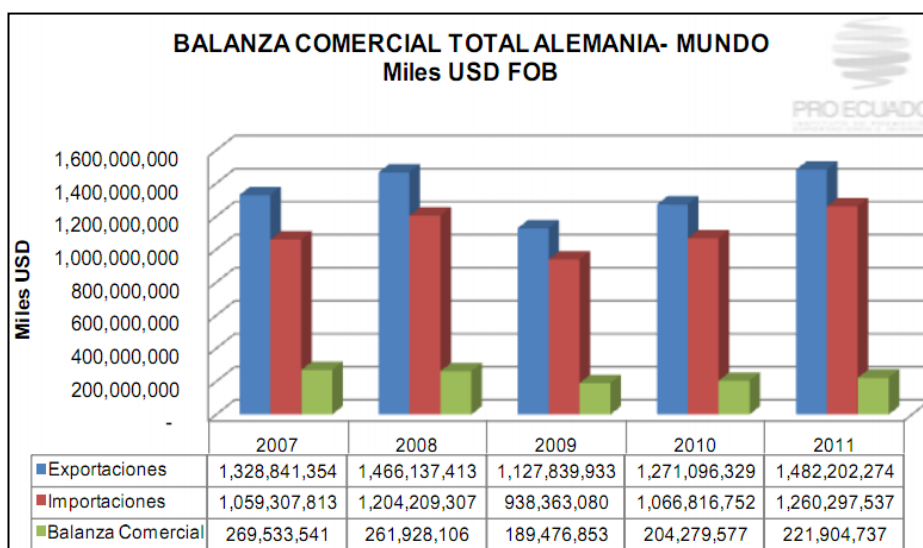
Los requisitos para la obtención del certificado de origen son:

- Factura Comercial
- Declaración Juramentada de Origen (DJO)
- Formulario de origen, lleno, firmado y sellado por el exportador.

El certificado de origen del café posee un costo de 10 dólares y poseen una validez de 180 días, contados a partir de la fecha de la certificación por la autoridad oficial acreditada.

La descripción de la mercancía incluida en el certificado de origen debe coincidir con el producto negociado, con respecto a la clasificación de la nomenclatura arancelaria, y la que refleje en la factura comercial, que debe constar al momento de presentar la documentación exigible para el trámite.

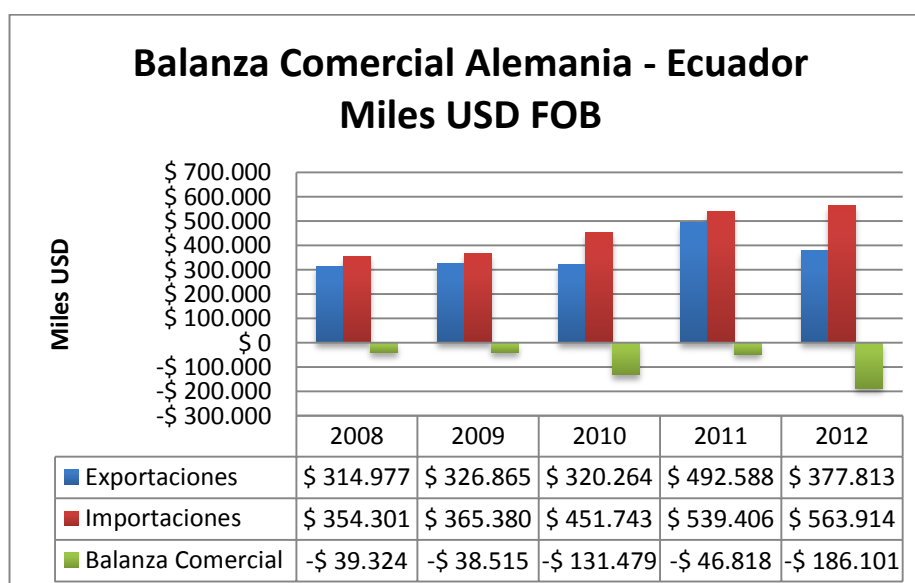
**Gráfico 1. Balanza Comercial Alemania - Mundo**



Fuente: Ficha Técnica Alemania PRO ECUADOR (2013)

El comportamiento de la Balanza Comercial de la República de Alemania durante el periodo 2005 – 2011 ha mantenido un superávit, demostrando que durante estos 5 años las exportación han sido superiores las importaciones, pero a pesar que es positiva la balanza comercial, el comportamiento no ha sido favorable desde el año 2007 al 2009, esto se debió a causa de la crisis financiera mundial, no obstante desde el 2010 se ha recuperado de forma progresiva.

**Gráfico 2. Balanza Comercial Total Alemania – Ecuador**



Fuente: Pro-Ecuador (2013)

Elaborado por: Luis Arteaga

La balanza comercial de Alemania – Ecuador durante el periodo 2008 – 2012 ha sido deficitaria para Alemania. En el grafico se puede observar que en el año 2010 y 2012 tiene un déficit más representativo que los demás años. Las exportaciones tuvieron una tasa de crecimiento promedio del 8%, mientras que las importaciones registraron una tasa de crecimiento del 13%.

### 3.6.1.3. Factores Legales

Según Pro-Ecuador, (2013), las barreras arancelarias son tarifas impuestas legalmente por un estado en aduanas de un país hacia los importadores y exportadores, por la entrada o salida de las mercancías, pero para las exportaciones ecuatorianas no existe ninguna barrera arancelaria, (párr. 1). Pero si embargo debe pagar el derecho del IVA en el país de destino.

Partida Arancelaria	Tributos		
	Ad-valoren	Liberación	IVA
0901110000	0%	0%	7%

Fuente: Trademap  
Elaborado por: Luis Arteaga

Las barreras no arancelarias son mecanismos gubernamentales con fin de proteger la comercialización segura cuando una mercadería ingresa a una país determinado, poniendo requisitos de ingreso a los productos o servicios, estos pueden ser sanitarios o técnicos (Pro-Ecuador, 2013, párr.1).

#### Cuadro 7. Barreras no Arancelarias

<b>BARRERAS NO ARANCELARIAS</b>	Control Sanitario de los productos alimenticios
	Normas de etiquetado para productos alimenticios
	Certificado FAIRTRADE

Fuente: AL - INVEST IV, 2012  
Elaboración: Luis Arteaga

Las barreras no arancelarias para el café en grano o café verde son imprescindibles al momento de ingresar al mercado de la Unión Europea. Esto se debe a que los controles son muy rigurosos.

En base al documento *Feria SIAL*, (2012), una de las barreras arancelarias que debe cumplir el café en grano antes de entrar a la Unión Europea es el Control Sanitario de los Productos Alimenticios, este es un requisito sanitario para seguridad alimenticia, es decir, el producto debe estar en condiciones saludables para la alimentación, información que será necesaria para los importadores. Este control se lo conoce como Trazabilidad, que consta en proporcionar información acerca de la procedencia y destino del producto a los agentes del sector alimentario e importadores, (AL-INVEST, p. 34).

De la misma manera, los mercados de la unión europea son muy exigentes con las normas de envase y etiquetado;

De acuerdo con la Organización internacional de Café, (2012), el café en grano debe ser transportado en sacos de yute de 60 Kg, el cual esté libre de hidrocarburos u otras sustancias contaminantes, estas medidas con el fin de garantizar la conservación adecuada del producto y sus características orgánicas, y debe por lo general pesar un mínimo de 750 gramos para cumplir las normas de la Bolsa de New York.

El saco de yute debe tener las siguientes medidas: largo 90cm; ancho 45cm; alto 30cm. Por lo general los sacos de yute son el único envase que cubren al grano de café, por lo tanto para su transporte no se necesita ninguna clase de embalaje.

Dentro de la distribución internacional es un requisito fundamental el etiquetado del producto para su comercialización, porque brinda información necesaria para seguridad del consumidor.

En el caso del café que es envasado en sacos de yute, es necesario recalcar que dichos sacos se adquieren con información impresa:

- País de Origen
- Nombre del producto
- Peso

No obstante, es necesario incluir adicionalmente en una etiqueta otros datos tales como:

- Número de Registro Sanitario
- Marca comercial
- Número del Lote según lo establecido por la OIC
- Contenido neto en Kilogramos
- Duración del producto
- La leyenda “Hecho en Ecuador”
- Modo apropiado de uso y precauciones a considerar

Los rótulos impresos en el saco, así como la etiqueta deben estar completamente legibles y en un idioma adecuado, al ser el país de destino Alemania se detallará la información señalada en idioma inglés por ser un idioma utilizado tanto por el Importador como por el Exportador.

La certificación FAIRTRADE se refiere al término “Comercio Justo” por lo general se refiere a las alianzas comerciales entre, productores de los países en desarrollo y por otro lado, los socios de mercado de los países consumidores. Se basa en crear condiciones que permitan a los productores mejorar sus medios de subsistencia. Una relación comercial no necesita estar certificada necesariamente con el fin de ser justa, pero la certificación proporciona una independiente tercera parte, lo que asegura la integridad de la relación comercial y también para comunicarlo a los consumidores.

Existen varias normas y etiquetas de Comercio Justo en el mercado. La norma y el sistema de certificación más utilizada para el Comercio Justo es la prevista por la Organización Internacional de Etiquetado de Comercio Justo (FLO). Las normas de FLO abordan aspectos sociales, socioeconómicos y ambientales.

### **Criterios Fairtrade para el café**

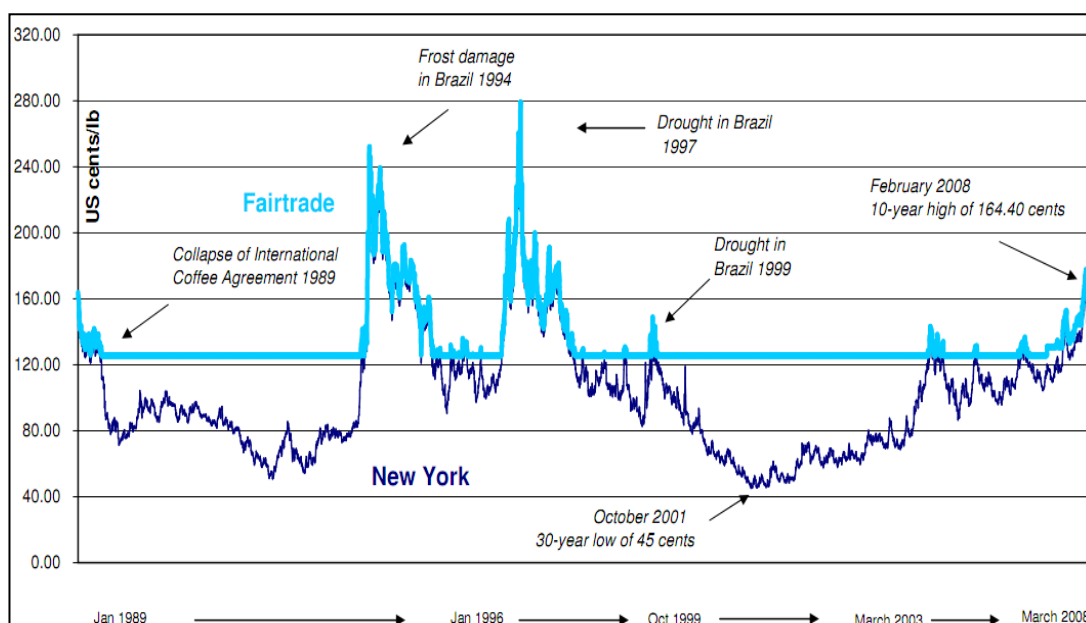
Entre otras cosas los criterios Fairtrade para el café incluyen lo siguiente:

- Las organizaciones de productores tienen un precio mínimo (Precio Mínimo Fairtrade) de 140 céntimos de dólar por libra de café arábica

lavado y 135 céntimos de dólar por libra de café arábica no lavado o el precio del mercado si éste es más alto.

- Por el café Fairtrade certificado orgánico se añade un extra diferencial de 30 céntimos de dólar por libra.
- Una Prima Fairtrade de 20 céntimos de dólar por libra se añade al precio de compra (5 céntimos debe de ser usado por mejoramientos en productividad y calidad). Las organizaciones de productores utilizan la Prima para realizar inversiones de tipo social y económico en sus comunidades y organizaciones.
- La certificación para el café Fairtrade solamente está disponible para las organizaciones de pequeños productores. Los pequeños productores deben formar parte de una organización que les pertenece y que gobiernan.
- Los criterios medioambientales restringen el uso de agroquímicos y fomentan la sostenibilidad
- Se ofrecen líneas de crédito previas a la cosecha a las organizaciones de productores que así lo soliciten hasta un máximo del 60% del precio de compra.

**Gráfico 3. Precios Mínimos FAIRTRADE y los precios del mercado**



Fuente: FLO Cert

### 3.6.1.4. Factores Geográficos

Los factores geográficos es un elemento muy importante al momento de analizar el mercado de destino, debido a que permite conocer la infraestructura y tecnología en la que se encuentran los diferentes accesos físicos en el país de destino.

**Cuadro 8. Factores Geográficos**

<b>Terrestre</b>	<b>Aéreo</b>	<b>Marítimo</b>	<b>Ferrocarril</b>
Las vías de acceso en Alemania son de gran calidad, tienen un total de 644.480 km.	Alemania cuenta con una extensa red de aeropuertos y aproximadamente 18 aeropuertos tienen facilidades aduaneras.	Alemania tiene las mejores infraestructuras portuarias del mundo.	El servicio de Ferrocarriles abarca un total de: 41.981 kilómetros destinados al transporte de carga
Las vías de Alemania son de las mejor conservadas del mundo, amplias y con grandes arceles.	Todos los aeropuertos están dotados con infraestructura para el manejo y almacenamiento de carga, incluido almacenamiento en frío y protección de valores.	Existen más de 60 puertos entre principales y auxiliares y con infraestructura mejorada para el manipuleo de la carga.	Las líneas ferroviarias tienen enlace con la mayoría de las ciudades Alemania y salidas con sus países fronterizos.
Las carreteras de comunicación están muy bien señalizadas en comparación con el mundo ocupa	Desde Ecuador a Alemania vuelan líneas aéreas como LAN y KLM, dedicadas al transporte de carga	Los principales puertos de entrada de las exportaciones ecuatorianas son los de Hamburgo y Bremerhaven	Todos los trenes tienen la misma composición, para de este modo alinear los vagones de primera y segunda clase exactamente

Fuente. Perfil Logístico Alemania - PRO ECUADOR  
Elaborado por: Luis Arteaga

El acceso físico por vía marítima es el más importante y utilizado por las exportaciones de las mercancías ecuatorianas, por lo tanto el puerto de Hamburgo es el idóneo para la entrada de café en grano, debido a que es el más característico centro de transporte para el flujo mundial de carga.

En el puerto de Hamburgo existen cuatro grandes terminales de contenedores, se caracteriza por su eficiencia en las operaciones que realiza. Cerca de 12.000 buques de navegación marítima escala en el puerto de Hamburgo al año, en el cual más de 7.000 son los portacontenedores, estos llegan a una capacidad de carga de más de 8.000 TEUs.

De acuerdo al *Perfil Logístico de la República Federal de Alemania*, (2012), manifiesta que:

Las principales líneas navieras que tienen frecuencia semanal de salidas directas desde Ecuador hacia Alemania, llegando a los puertos de Hamburgo y Bremerhaven son: Hapag Lloyd, Evergreen line, CSAV, Hamburg Sud. Siendo el tiempo de tránsito promedio de 20 días. También existen las rutas con servicio de transbordo, los precios del envío de contenedores a Alemania, varía dependiendo de muchos factores pero como referencial tenemos: Contenedor de 20 seco USD 3,000.00, contenedor de 40 seco, USD 4,000.00 y contenedor refrigerado USD 5,000.00, (Pro-Ecuador, p. 7).

### 3.6.1.5. Perfil de oportunidades y amenazas en el medio (POAM)

La identificación de las oportunidades y amenazas del sector externo es un método necesario para determinar la situación actual del país de destino, para esto se realiza la matriz del POAM.

**Cuadro 9. POAM**

<b>FACTOR SOCIO-ECONÓMICO</b>				
	<b>OPORTUNIDAD</b>		<b>AMENAZA</b>	
	<b>NIVEL</b>	<b>PTS</b>	<b>NIVEL</b>	<b>PTS</b>
Producto Interno Bruto (PIB)	Alto	3		
Crecimiento PIB	Medio	2		
Estabilidad del sector	Medio	2		
Tasa de interés			Medio	2
Tasa de cambio			Bajo	1
Inflación			Bajo	1
Salario Mínimo	Medio	2		
Desempleo			Bajo	1
Crecimiento poblacional	Bajo	1		
	SUMA	10	SUMA	5
	PROMEDIO	2	PROMEDIO	1,3
<b>FACTOR POLÍTICO</b>				
Situación político del país	Alto	2		
Acuerdos comerciales	Alto	3		
Normas de origen			Bajo	2
Balanza Comercial	Medio	2		
	SUMA	7	SUMA	2
	PROMEDIO	2,3	PROMEDIO	2



<b>FACTOR LEGAL</b>				
IVA			Medio	2
Ad-Valoren	Alto	3		
Control Sanitario			Medio	2
Normas de Etiquetado			Medio	2
Envase			Bajo	1
Trazabilidad			Bajo	1
	SUMA	3	SUMA	8
	PROMEDIO	1,5	PROMEDIO	2
<b>FACTOR GEOGRÁFICO</b>				
Infraestructura vial	Alto	3		
Infraestructura tecnológica en puertos	Alto	3		
Transporte Marítimo	Alto	3		
Transporte Aéreo	Media	2		
Transporte terrestre	Alto	3		
Transporte por ferrocarril	Media	2		
	SUMA	16	SUMA	0
	PROMEDIO	2,7	PROMEDIO	

Elaboración: Luis Arteaga

Tomando en cuenta la calificación del perfil de las oportunidades y amenazas del medio, se llega a una conclusión con cada uno de los cuatro factores analizados:

El factor Socio-económico en sus índices investigados presenta una oportunidad, con un promedio de 2 que representa un nivel medio, en el cual resalta como índice más importante el PIB con una calificación de 3.

Los parámetros del factor político muestran un comportamiento mejor al factor anterior ya que presenta una oportunidad con un promedio de 2,3 en el cual se demuestra que el parámetro más significativo son los acuerdos comerciales representados principalmente por SGP+.

Dentro del análisis POAM del factor legal se concluye que existe una amenaza representada con el promedio de 2, esto se da debido a que las barreras de entrada de la Unión Europea son muy exigentes al momento de la recepción de las mercaderías.

El factor geográfico es una de los más favorables dentro del análisis, este presenta una calificación promedio de 2,7 el cual representa una oportunidad con un nivel medio.

### 3.6.2. ANÁLISIS DE MERCADO – PRODUCTO

Es indispensable que dentro del estudio de mercado, se analicen las variables más representativas del país de destino, con el objetivo de conocer si el mercado escogido es el adecuado para ofertar el producto propuesto como lo es el Café en Grano perteneciente a la partida 0901.11.00.00 “café sin tostar, sin descafeinar”.

#### 3.6.2.1. Perfil del Consumidor

Según el Instituto de estudios de mercado GFK, (2010), los consumidores alemanes tienen preferencia de adquirir los productos a través del catálogo de venta y, cada vez crece más a través de tiendas virtuales.

Para los alemanes resulta determinante el factor precio y la calidad. Este consumidor tiene criterios de selección muy estrictos según el tipo de producto que desea comprar. Para los bienes de consumo duraderos los criterios son, por este orden, la seguridad y la calidad, el prestigio, el confort, la comodidad y el precio. Para los productos del día a día, el único criterio determinante es el precio.

En cuanto a las bebidas la tendencia de consumo más representativo en Alemania está el café, la cerveza, el vino y el agua: se muestra que el vino es cada vez más popular en muchas partes de Alemania, pero la bebida nacional es la cerveza, su consumo por persona es de 116 litros por año, (Zurita, 2009, p. 36).

De acuerdo al Instituto Español de Comercio Exterior, (2006), afirma que:

El consumo de café en Alemania sigue con su tendencia decreciente situándose actualmente en 6,4 kilos de café verde al año. (...) A pesar de este continuado descenso en el consumo, el café sigue siendo la bebida más preferida de los alemanes con un consumo anual per cápita de 151 litros a lo que es lo mismo, tres o cuatro tazas diarias, situándose por delante del agua mineral o la cerveza. (p. 31-32).

### 3.6.2.2. Oferta

**Tabla 2. Países Consumidores de Café**

N°	Principales Consumidores
1	Estados Unidos de América
2	Alemania
3	Italia
4	Japón
5	Bélgica
6	Francia
7	España
8	Canadá
9	Reino Unido
10	Suiza

Fuente: TRADEMAP

Elaboración: Luis Arteaga

El café al ser un producto básico en la economía mundial se llega a determinar los potenciales consumidores, según datos estadísticos de TRADEMAP, (2012), El café es uno de los productos básicos más comercializados en el mundo, y se produce en más de 60 países los Estados Unidos de América ha sido por generaciones el mayor consumidor de café a nivel mundial, seguido de la Unión Europea en el que se destaca como principal consumidor Alemania.

En base al *Diagnóstico Cafetalero Nacional*, (2012), muchos países dependen en alto grado del café, que puede representar más del 50% de sus ingresos totales de exportación. El café ofrece un medio de vida a más de 125 millones de personas de todo el mundo y es especialmente importante para los agricultores en pequeña escala que producen la mayor parte del café en el mundo.

Entre los consumidores, el café es una bebida que goza de popularidad universal, y se consumen cada año más de 600 miles de millones de tazas de café. Los tipos de café que se negocian en el mercado son:

**Cuadro 10. Países Productores Según Tipo De Café**

<b>Tipos de Café</b>	<b>Países Productores</b>
Arábigas colombianos suaves	Colombia, Kenia y Tanzania.
Otros arábigas suaves	Bolivia, Burundi, Costa Rica, Cuba, <b>Ecuador</b> , El Salvador, Guatemala, Haití, Honduras, India, Jamaica, Malawi, México, Nicaragua, Panamá, Papúa Nueva Guinea, Perú, República Dominicana, Rwanda, Venezuela, Zambia y Zimbawe.
Arábigas brasileños	Brasil, Etiopia y Paraguay.
Robustas	Angola, Benín, Camerún, Congo, Costa de Marfil, <b>Ecuador</b> , Filipinas, Gabón, Ghana, Guinea, Guinea Ecuatorial, Indonesia, Liberia, Madagascar, Nigeria, República Centro africana República democrática del Congo, Sierra Leona, Sri Lanka, Tailandia, Togo, Trinidad y Tobago, Uganda y Vietnam.

Fuente: COFENAC

Elaboración: Luis Arteaga

El Ecuador se incluye entre los productores de “otros arábigas suaves” y “café robusta”

La producción mundial de café durante los últimos tres años para la subpartida 090111 ha tenido un crecimiento positivo, para el año 2010 la cantidad exportada en toneladas fue de 6.310.521 mayor a la registrada en el 2009 que fue de 6.165.562 toneladas, mientras que en el año 2011 tuvo un incremento con respecto al año 2010 que alcanzo 6.365.926 toneladas; según TRADEMAP, (2012).

**Gráfico 4 Exportaciones Mundiales de café en grano**



Fuente: TRADEMAP  
Elaboración: Luis Arteaga

Dentro de la oferta mundial la mayor parte de café del mundo se encuentra en América Latina, donde especialmente sobresalen los países de Brasil, Colombia, Perú y Ecuador que consta con la posición número 23 en las exportaciones mundiales.

**Tabla 3. Principales Exportadores Mundiales De Café**  
**Bajo La Sub-Partida: 090111 “Café sin tostar, sin descafeinar”**

Posición como Exportador	Exportadores	2009	2010	2011
		cantidad exportada, Toneladas	cantidad exportada, Toneladas	cantidad exportada, Toneladas
	Mundo	6.165.562	6.310.521	6.365.926
1	Brasil	1.639.274	1.790.962	1.791.148
2	Vietnam	1.175.122	1.181.011	1.132.540
3	Colombia	454.755	408.959	431.206
4	Indonesia	510.030	432.721	346.063
5	Perú	197.470	229.408	293.638
23	Ecuador	26.222	21.275	35.145

Fuente: TRADEMAP  
 Elaboración: Luis Arteaga

El precio referencial del café se fija a nivel de la bolsa de valores; en el caso del café arábigo, en la Bolsa de New York y en el caso del café robusta en la Bolsa de Londres.

De acuerdo a las estadísticas de la Organización Internacional de Café, 2011, en lo referente a los precios de bolsa de New York para café arábigo. En el periodo 2000- 2004, llego a un precio de 76,12 dólares/quintal. A partir del 2005, los precios de bolsa del café arábigo han ido incrementándose de 108,73 dólares a 164,55 dólares por quintal en el año 2010. En el 2011, los precios referenciales del café arábigo, en la bolsa de Nueva York, han tenido un crecimiento acelerado, alcanzando un promedio de USD\$253,44 dólares/quintal.

La situación de los precios de bolsa de Londres para café robusta, se presentó más crítica. En 1999 el precio promedio anual fue de 66,5 dólares/quintal, cayendo a 23,81 y 24,86 dólares/quintal en el 2001 y 2002, respectivamente. El repunte de precios es perceptible a partir del 2007. En el 2010 el precio promedio llegó a 69,8 dólares/quintal, mientras que el 2011

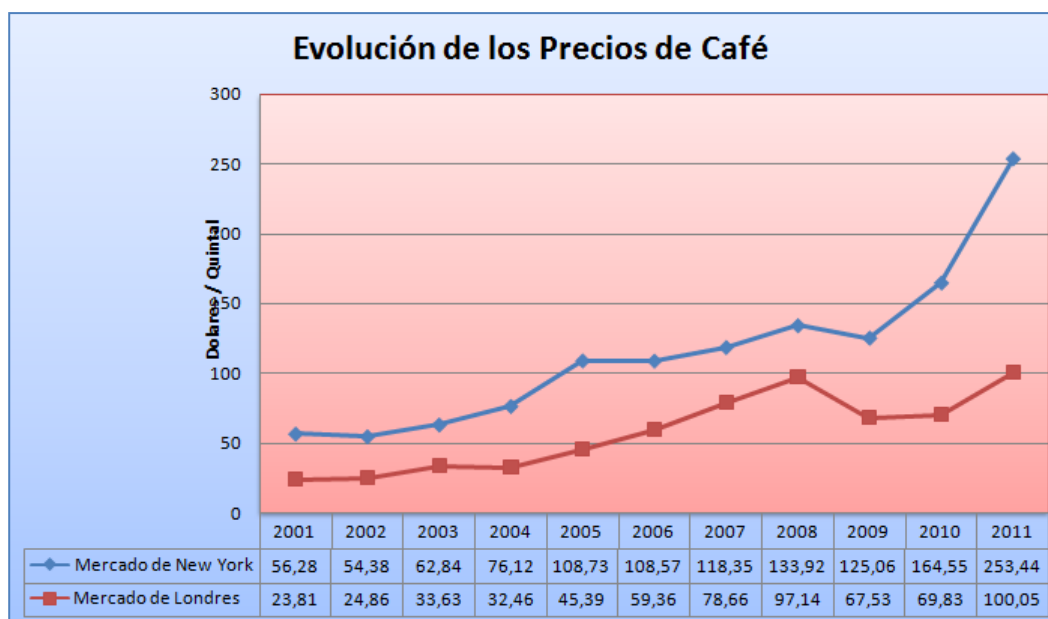
se incrementó a 100,05 dólares/quintal. Los precios promedios mensuales en el mercado de New York para café arábigo y del mercado de Londres para café robusta, entre el 2001 al 2011.

**Tabla 4. Precios Promedio Internacionales**

Años	Café	
	Arábigo	Robusta
	Bolsa de New York	Bolsa de Londres
2001	56,28	23,81
2002	54,38	24,86
2003	62,84	33,63
2004	76,12	32,46
2005	108,73	45,39
2006	108,57	59,36
2007	118,35	78,66
2008	133,92	97,14
2009	125,06	67,53
2010	164,55	69,83
2011	253,44	100,05

Fuente: COFENAC  
Elaboración: Luis Arteaga

**Gráfico 5. Evolución de los Precios Internacionales**



Elaborado por: Luis Arteaga

Según la Organización Internacional de Café la producción de café en Alemania de acuerdo a las investigaciones realizadas Alemania no produce ninguna clase o tipo de café. Es decir, Alemania es un país netamente

consumidor de café. Dentro de la lista de miembros de la Organización Internacional de Café consta como importador y re-exportador.

Se conoce que casi la totalidad de la producción mundial de café es obtenida en zonas tropicales y subtropicales, en su mayoría países en vías de desarrollo o subdesarrollados.

**Tabla 5. Importaciones Alemanas De Café**  
**Para La Sub-Partida: 090111 “Café sin tostar, sin descafeinar”**

<b>X</b>	<b>Años</b>	<b>Importaciones TM</b>
<b>1</b>	2007	1.040.125
<b>2</b>	2008	1.067.446
<b>3</b>	2009	1.063.596
<b>4</b>	2010	1.089.173
<b>5</b>	2011	1.102.249

Fuente: TRADEMAP  
 Elaboración: Luis Arteaga

En la tabla anterior se presenta las cantidades importadas por Alemania de café bajo la sub-partida 090111, en esta muestra el comportamiento de las cantidades adquiridas durante el periodo 2007-2011 el cual representa un crecimiento de 1% durante los cinco años. Se puede observar que en el 2007 se han importado 1.040.125 toneladas y se ha ido incrementado de forma paulatina hasta el 2012, llegando a una cantidad de 1.102.249 toneladas.

**Tabla 6. Re-Exportaciones Alemanas De Café**

<b>X</b>	<b>Año</b>	<b>Re-exportaciones TM</b>
1	2007	641.820
2	2008	628.260
3	2009	649.140
4	2010	692.520
5	2011	700.980

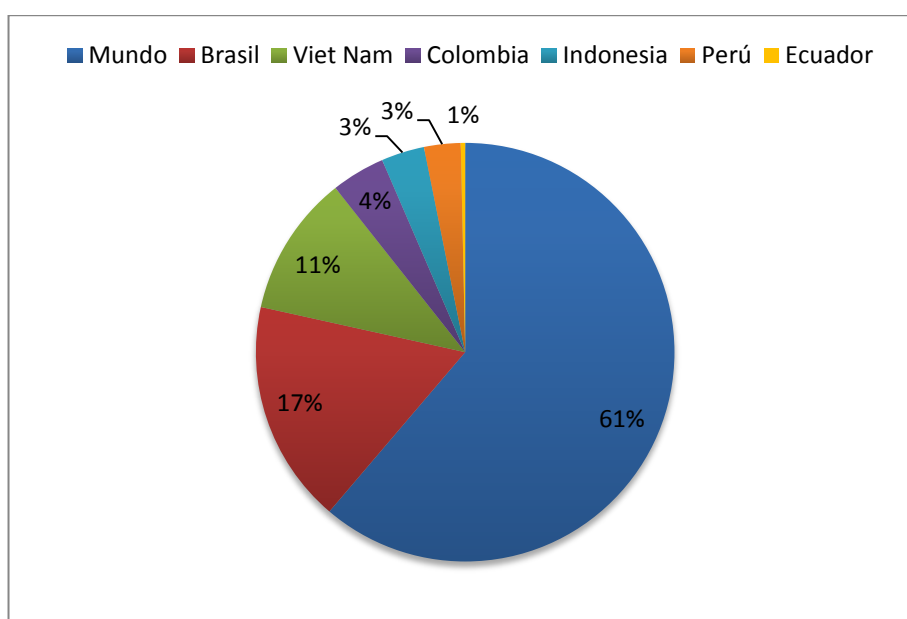
Fuente: TRADEMAP  
 Elaboración: Luis Arteaga

Alemania se ha caracterizado por ser el segundo importador más importante del mundo, y el primer re-exportador en toda la Unión Europea. Durante el lapso desde 2007 al 2011 ha registrado un incremento en las cantidades re-

exportadas de café bajo la sub-partida 090111 con un crecimiento de 2% durante el periodo de cinco años, empezando de 641.820 toneladas a 7000.980 toneladas al 2011.

América Latina es el continente donde mayor producción de café existe, este constituye un 62% de la producción mundial. El continente africano viene en segundo lugar con un 20%, y mucho más atrás Asia que representa un 16%.

**Gráfico 6. Competencia Internacional**



Fuente: Trademap  
Elaboración: Luis Felipe Arteaga

De todos los productores a nivel mundial el país que más exporta café es Brasil con 17% del total de las exportaciones mundiales, seguido del país asiático Vietnam con 11%, donde estos dos países vienen a ser los más representativos. Los demás países tienen una participación por debajo del 4%, Ecuador alcanza 1% dentro de las exportaciones.

Los canales de distribución más populares para la exportación de productos procedentes de cultivos agrícolas como el café, son los Bróker y distribuidores, agentes que actúan entre compradores y vendedores para facilitar la negociación, otorgando la información al consumidor acerca de las propiedades del producto, su origen, formas de utilización y factores de calidad, requerimientos indispensables para promocionar al café en el exterior.



### 3.6.3. ANÁLISIS SITUACIONAL DEL ECUADOR

#### 3.6.3.1. Factores Político y legal

Las políticas comerciales de Ecuador hacia las exportaciones de mercancías de origen ecuatorianas es muy favorable para los exportadores, por que fomentan las exportaciones, de esta manera lo manifiesta el Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones (COPCI), 2010, en el ámbito de aplicación hace referencia al aprovechamiento de los factores de producción y el intercambio comercial, lo cual busca que la actividad productiva nacional se impulse y de esta manera poder orientar a la realización del Buen Vivir. De igual manera dentro los literales del artículo 4 del COPCI, (2010) manifiesta que dentro de los fines el código debe:

- o. Fomentar y diversificar las exportaciones;
- p. Facilitar las operaciones de comercio exterior;
- q. Promover las actividades de la economía popular, solidaria y comunitaria, así como la inserción y pro-moción de su oferta productiva estratégicamente en el mundo, de conformidad con la Constitución y la ley.

**Cuadro 11. Barreras no Arancelarias Ecuador**

<b>Barreras no Arancelarias</b>	<b>Descripción</b>
Certificado de Calidad	Bajo normas del Instituto Nacional Ecuatoriano de Normalización (INEN)
Certificado Fitosanitario	Documento necesario para acreditar al producto la no infección de plagas.
Certificado de origen	Documento que permite la liberación de arancelaria al producto
Cuota COFENAC	Todo exportador deberá pagar al COFENAC el 2% del valor FOB de la mercadería.

Elaborado por: Luis Arteaga  
Fuente: PRO-ECUADOR

#### **Certificado de Calidad**

El establecimiento de las políticas relativas a la normalización, metrología, certificación y verificación corresponde al organismo Consejo Ecuatoriano de

Acreditación, organismo encargado de coordinar las actividades con las siguientes entidades:

- INEN, Instituto Ecuatoriano de Normalización
- MAGAP, Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca.

Estas dos entidades encargadas de expedir normas técnicas que regulan a todos los ámbitos de producción. Para cumplir estas funciones las actividades del INEN se apoyan en los laboratorios de:

- Verificación Física
- Verificación Analítica
- Recipientes a Presión
- Envase y Embalaje

El café en Grano está sujeto a las siguientes normas técnicas:

- NTE INEN 1111: café en grano, determinación de la masa de 1000 gramos
- NTE INEN 0289: café en grano, determinación de los defectos del grano y de la materia extraña.
- NTE INEN 0286: café en grano, determinación de pérdida por calentamiento (método de rutina)
- NTE INEN 0290: café en grano, determinación del tamaño
- NTE INEN 0288: café en grano, exámenes olfativos y visual
- NTE INEN 0284: café en grano, muestreo.
- NTE INEN 0285: café verde en grano, clasificación y requisitos.

Para que un exportador pueda tramitar el certificado de café en grano y café elaborado destinados a la exportación, el exportador debe solicitar la inspección a AGROCALIDAD a través de un formulario de "Solicitud de Inspección", especificando que si se trata de un lote de café en grano o elaborado. La inspección tendrá la duración máxima de 2 días laborales, desde la recepción de la solicitud hasta la ejecución de la inspección, de acuerdo al procedimiento establecido por AGROCALIDAD.

El exportador debe asegurar que el lote de café en grano para el cual se ha solicitado la verificación esté “listo” es decir, los sacos sobre pallets, identificados (INEN 285), con nombre del producto, grado del café, el número del lote, marca comercial registrada, contenido neto nominal en gramos, nombre o razón social de la entidad comercial, bajo cuya marca se expende el producto y la leyenda “Producto Ecuatoriano”.

El inspector lleva 4 muestras de café en grano de mínimo 500 gramos cada una, siguiendo el procedimiento establecido en la norma NTE INEN 284 de las cuales, una será para el análisis a realizar por el inspector, otra para el exportador, otra para la verificadora y otra para AGROCALIDAD

Una vez finalizado el análisis la verificadora envía los resultados a AGROCALIDAD para que este informe si esta “Dentro de la Norma” o “Fuera de la Norma”.

### **Certificado Fitosanitario**

Todo tipo de producto agrícola fresco requiere de un Registro de Comercializador / Exportador, y éste tiene una vigencia de 2 años.

**Cuadro 12. Costo Para El Registro De Comercializador - Exportador**

<b>Categoría</b>	<b>Valor</b>
<b>Registro de Comercializador – Exportador</b>	USD 80,00

Fuente: PRO-ECUADOR  
Elaboración: Luis Arteaga

Posterior a la obtención del registro, cuando el exportador desee realizar un embarque, por cada embarque debe solicitar la emisión de un Certificado Fitosanitario, el cual requiere de una inspección del producto a embarcar. El certificado tiene una vigencia máxima de 90 días calendarios, contados desde su aprobación y con validez para ése único embarque.

El certificado es emitido en la Dirección de Sanidad Vegetal en la Agencia de Aseguramiento de la Calidad del Agro – AGROCALIDAD, institución adscrita al Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP).

Por cada embarque que el exportador realice, AGROCALIDAD debe hacer una inspección previa del producto para la emisión de un Certificado de Inspección que luego se canjea por el Certificado Fitosanitario en puertos, aeropuertos y puestos fronterizos. **Anexo 12**

**Cuadro 13. Costo Del Certificado Fitosanitario**

Cobertura	Valor
Por la inspección entre el 1 al 2% en el sitio de embarque de: <b>Café, cacao, granos en general y fibras de origen vegetal hasta 100 Tm</b>	USD 20,00
<b>Por cada Tm adicional a las 100 Tm</b>	USD 0.025

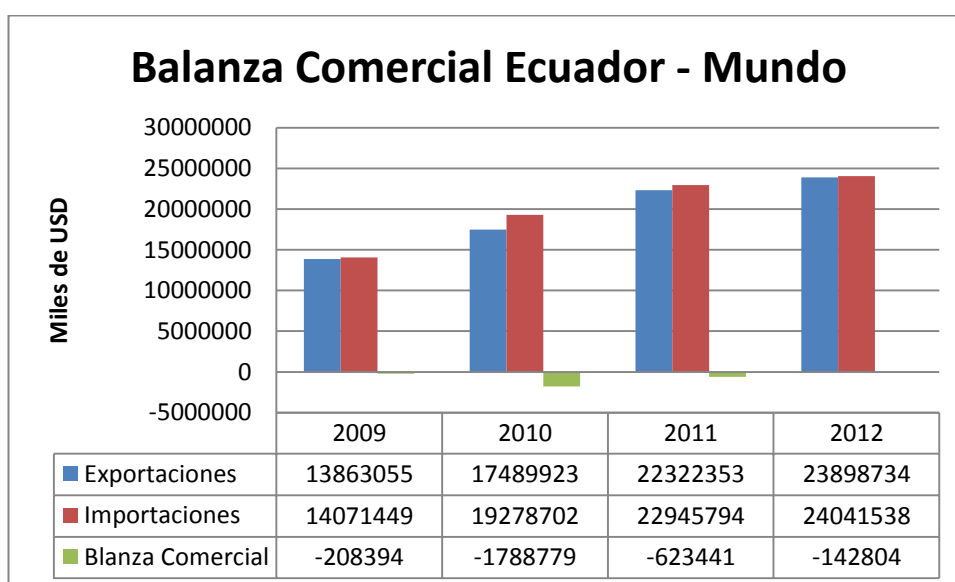
Fuete: Registro Oficial No. 331, lunes 10 de mayo de 2004 (tarifario de servicios de AGROCALIDAD).

Elaboración: Luis Arteaga

### Cuota COFENAC

En base a las políticas de la Consejo Cafetalero Nacional (COFENAC), (2011), todo exportador ecuatoriano de café en todas sus formas debe estar registrado en COFENAC y además por cada exportación de café deberá pagar a COFENAC un porcentaje del 2% del valor FOB de la mercancía, el valor pagado será para fortalecer el sector cafetalero del Ecuador.

**Gráfico 7. Balanza Comercial Ecuador - Mundo**

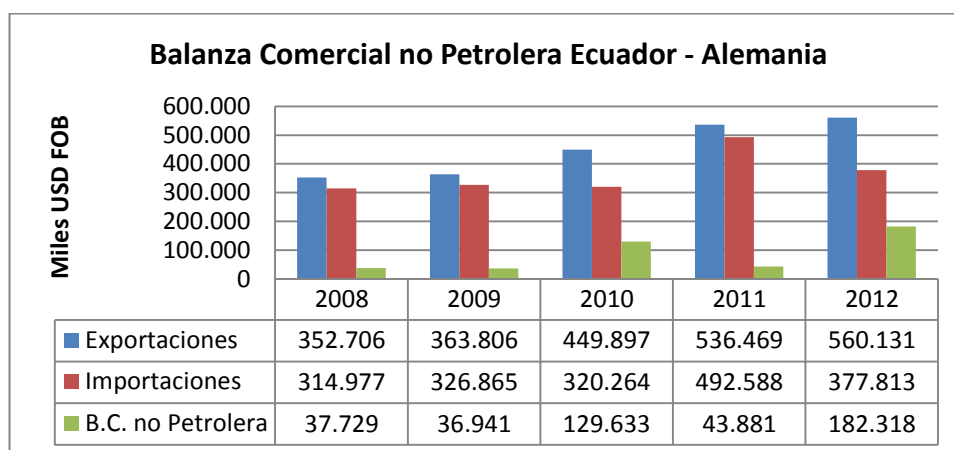


Fuente: Banco Central del Ecuador (2013)

Elaboración: Luis Arteaga

La balanza comercial de Ecuador con el mundo ha tenido un crecimiento importante, pero tiene un comportamiento deficitario en el periodo 2009 – 2012, pero desde el año 2010 ha reducido su déficit en un 92% al 2012, esto se debe al crecimiento de las exportaciones de una forma positiva donde principalmente la exportación de petróleo crudo, el banano y el camarón tienen mejor representación.

**Gráfico 8. Balanza comercial no Petrolera Ecuador – Alemania**

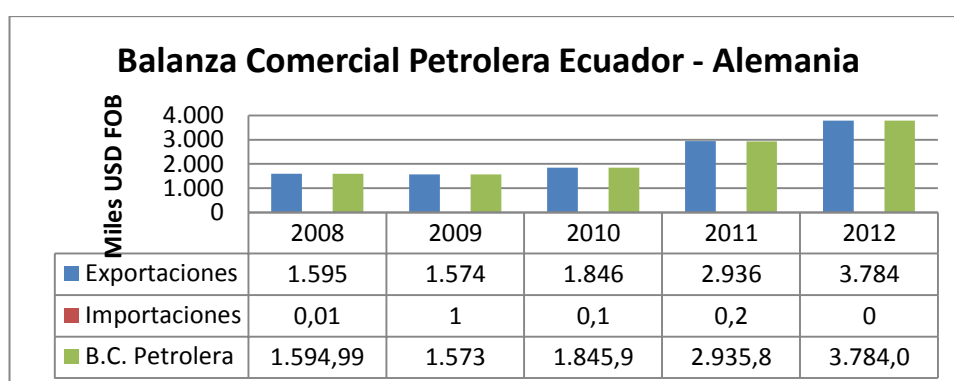


Fuente: Pro-Ecuador, (2013)

Elaborador por: Luis Arteaga

El comportamiento de la balanza comercial no petrolera de Ecuador y Alemania conserva un superávit para el Ecuador durante el periodo 2008 – 2012, siendo el año 2012 el más representativo durante el periodo mencionado, esto se debe al crecimiento de las exportaciones de banano, café industrializado, atún y el cacao y también a la disminución de las importaciones de los medicamentos, el acero y el hierro.

**Gráfico 9. Balanza Comercial Petrolera Ecuador – Alemania**



Fuente: Pro-Ecuador, (2013)

Elaborado por: Luis Arteaga

El la tasa crecimiento promedio anual de las exportaciones de petróleo alcanza el 26%, donde Ecuador es absolutamente exportador de petróleo ya que las importaciones de este producto es casi nula, por lo tanto la balanza comercial petrolera de Ecuador y Alemania registra un superávit absoluto en relación al as exportaciones.

### 3.6.3.2. Factores socioeconómicos

Según *el Diagnostico Cafetalero Nacional*, (2012), Ecuador es un pequeño país productor de los café; arábigo y robusta, en el cual se presentan varios factores que afectan la producción nacional y por ende a la comercialización del mismo, dentro de estos factores esta las repercusiones por las caídas de precios en el mercado mundial, fenómenos naturales como “El Niño”, reducción del área cultivada y edad avanzada de los cafetales. Todo esto incide en las condiciones de vida de los cafetaleros y además el sector cafetalero para los ecuatorianos tiene relevante importancia en los órdenes económico, social y ecológico, (COFENAC, p.1).

En el Ecuador se produce las especies de café arábigo y robusta, distribuidas en las cuatro regiones geográficas. El café arábigo tiene una amplia adaptabilidad a los distintos ecosistemas de las cuatro regiones del Ecuador (Costa, Sierra, Amazonía e Islas Galápagos). Se cultiva desde altitudes cercanas al nivel del mar hasta los 2.000 metros. Las principales variedades arábigas cultivadas en el Ecuador son: Típica, Caturra, Bourbon, Pacas, Catuaí, Catimor y Sarchimor. En términos generales se distinguen cuatro zonas de producción de café arábigo:

1. Manabí-Guayas, de 300 a 700 msnm (las partes altas del sistema montañosos Chongón Colonche);
2. la zona sur, de 500 a 2.000 msnm (El Oro-Loja);
3. las colinas occidentales, de 500 a 1.750 msnm (vertiente occidental de Los Andes);
4. las colinas orientales, de 500 a 1.500 metros de altura, en la parte centro-norte, y de 1.000 a 1.800 msnm, en la parte suroriental.

La provincia del Carchi es una de las nuevas productoras de café, es así que el 2010 por primera vez fue registrada por la Asociación Nacional de Café ANECAFE como una provincia que produce café de tipo arábigo.

La producción de café en la provincia del Carchi se da en las zonas subtropicales. Según la página del Diario el Telégrafo, (2012), “Las poblaciones donde están las plantaciones son Maldonado, Jacinto Jijón y Caamaño, Juan Montalvo, Goaltal y Chical” (párr. 4)

En la misma página web de diario el Telégrafo afirma que en la provincia del Carchi:

Caficultores de la población de Maldonado (norte andino) quieren colocar 13.000 quintales anuales de café en el mercado. Actualmente, los agricultores de Café Golondrina comercian cerca de 1.000 quintales anuales en el departamento de Nariño (sur de Colombia), además de Imbabura y Carchi, provincias del norte del Ecuador.

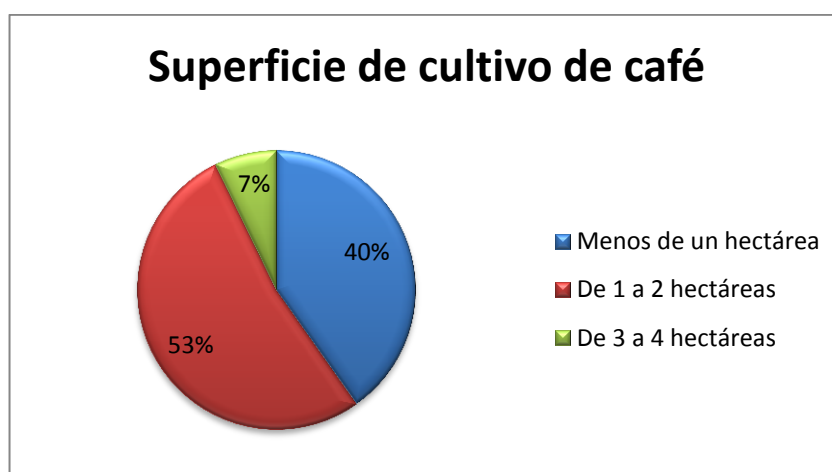
Su cultivo se lo realiza a 1.200 metros sobre el nivel del mar. Tradicionalmente se lo cosecha a 800 o 900 metros.

Actualmente son 250 hectáreas en las que 375 caficultores producen este café de altura.

El tipo de café que se cultivará es el café arábigo de la variedad caturra castilla. Las previsiones para este primer año y su comercialización serán de cerca de 2.000 quintales, para el 2014 unos 8.000 y desde el 2015 en adelante se espera que sean 13.500 quintales anuales con los que se espera recaudar cerca de \$ 2'835.000.

De acuerdo a la encuesta realizada a los 97 productores de café en la provincia del Carchi presenta la siguiente superficie cultivada de café:


**Gráfico 10. Superficie de cultivo de café, productores del Carchi**



Fuente: Investigación Campo, Encuesta 2012  
Elaborado por: Luis Arteaga

### 3.6.4. ANÁLISIS PRODUCTO – OFERTA

**Cuadro 14. Ficha Técnica Café**

	<p><b>Nombre Común:</b> Café  <b>Varietades:</b> Arábica y Robustas  <b>Nombre científico:</b>          Arábicas - Coffee Arabica.          Robustas - Coffea Canephora  <b>Familia:</b> Caturra</p>
<p><b>Clasificación internacional:</b>  <b>Producto:</b> Café (grano verde sin descafeinar)  <b>Nombre en Inglés:</b> Coffee (beans green not decaffeinated)  <b>Partida Arancelaria:</b> 0901.11.00.00</p>	
<p><b>Usos Principales:</b>          Bebida: Grano tostado y soluble (en polvo)          Pastelería y heladería          Abono orgánico (pulpa de los rutos)          Alimento para ganado (pulpa seca o fresca)          Curtiembre (taninos)          Perfumería</p>	
<p><b>Cosecha:</b> comprendida entre Marzo a Septiembre</p>	
<p><b>Zonas Cafetaleras en el Ecuador: van de 600 a 1800 m.s.n.m</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Zona Baja: 600 a 900 m.s.n.m.</li> <li>• Zona Media: 900 a 1 200 m.s.n.m.</li> <li>• Zona Alta: 1 200 a 1 800 m.s.n.m.</li> </ul>	

Fuente: FAO

Elaboración: Luis Arteaga

**Tabla 7. Producción de Café de la Provincia del Carchi**

X	Año	TM
1	2007	40
2	2008	19
3	2009	110
4	2010	113
5	2011	99

Fuente: MAGAP, SIGAGRO

Elaborado por: Luis Arteaga



La producción de café en la Provincia del Carchi ha venido desarrollando de forma impredecible ya que registra datos crecientes y decrecientes, pero desde el año 2009 registra una cantidad de 110 toneladas, la cual es más representativa que los demás años anteriores, en el 2010 aumenta la cantidad pero para el año 2011 reduce su cantidad de producción, Esta situación es dada a los cambios repentinos en precio de comercialización del café y por lo tanto los productores dejan producir, (MAGAP; SIGAGRO, 2011).

### 3.6.5. FODA

#### 3.6.5.1. Análisis FODA

##### FORTALEZAS

- Producción local de café con crecimiento constante
- Excelente calidad del producto y presentación apta para su transportación
- Fuerza laboral comprometida con la actividad cafetalera
- El café en grano reconocido a nivel mundial por su calidad
- El tratamiento del producto no produce contaminación con sus residuos.
- Personal con constante capacitación en el manejo de sus cafetos
- Capacitación de entidades específicas con la producción y comercialización de café como ANECAFE, COFENAC.

##### OPORTUNIDADES

- Aprovechamiento de los precios internacionales a través de los precios referenciales de la bolsa de New York.
- Se acoge a las preferencias arancelarias que le ofrece el SGP Plus.
- Existe gran demanda del producto a nivel mundial.
- Mercados internacionales interesados en el valor de los productos agrícolas.
- Alemania tiene una estabilidad económica favorable catalogada como una las mejores de la Unión Europea.

- Poder adquisitivo en aumento de los consumidores de productos orgánicos
- Bajo índice de inflación en el mercado de destino.

## DEBILIDADES

- Comercialización interna ineficiente, que no estimula al productor.
- Barrera de entrada iguales para todos los países que se benefician del SGP+ plus, que permite la entrada de nuevos competidores con más reconocimiento internacional.
- Falta de promoción del café ecuatoriano.
- Recolección del producto se realiza estacionariamente.

## AMENAZAS

- Mejor experiencia de la competencia local en los mercados internacionales.
- Condiciones climáticas desfavorables. (fenómeno del niño)
- Estrictas barreras no arancelarias por la entrada de productos agrícolas a la Unión Europea.
- Elevados costos de transporte internacional.
- Competencia mundial muy alta y de gran prestigio internacional

### 3.6.5.2. Cinco Fuerzas Porter

**Gráfico 11. Fuerzas Porter**



El análisis de las Cinco Fuerzas Porter es una herramienta económica importante establecido por el economista Michael Porter en 1980, el cual es necesario para el estudio del microambiente y determinar la rentabilidad del mercado a largo plazo.

### **PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS CLIENTES**

El poder de negociación de los clientes es moderado ya que existe un alto grado de exigencia de certificaciones que acrediten el origen y calidad del producto, siendo esto necesario para mantener una fidelidad segura con los principales clientes y poder seguir realizando las transacciones del producto a largo plazo.

Además se debe tener en cuenta que el precio de negociación internacional del café es considerado como un producto básico y se lo realiza a través de la bolsa de valores, en el caso del café arábigo, en la Bolsa de New York y en el caso del café robusta en la Bolsa de Londres, por lo tanto se debe acoger a ciertos parámetros y estándares obligatorios para poder tener éxito en la transacción con los compradores o clientes.

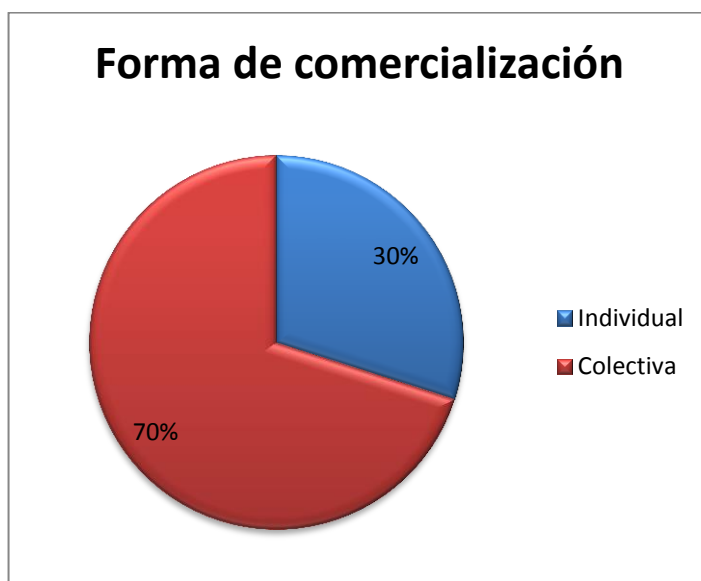
De la misma manera existe un alto grado de dependencia de los canales de distribución para tener éxito en la transacción, debido a que ellos tienen más conocimientos en el mercado que se pretende operar.

### **PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS PROVEEDORES**

En la provincia del Carchi existen algunas zonas de producción de café en las cuales se encuentran: Maldonado, Chical, Goaltal, Jacinto Jijón y Caamaño, Concepción y Juan Montalvo, consideradas estos como los principales proveedores del producto.

Debido a que el café es un cultivo agropecuario nuevo en la provincia del Carchi con buenas perspectivas de crecimiento, para fortalecer su cultivo, los productores de las zonas se encuentran asociados, según la investigación de campo y mediante la encuesta realizada a los productores se determina que en base a la pregunta *¿Comercializa su producto de manera individual o colectiva?*, lograron responde de la siguiente manera:

**Gráfico 12. Forma de comercialización de café, proveedores Carchi**



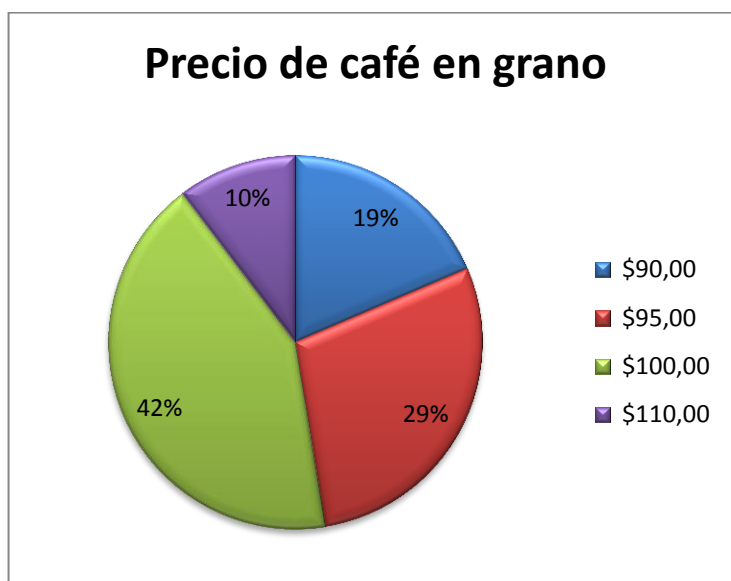
Fuente: Investigación de Campo  
Elaboración: Luis Arteaga

Se muestra que el 70% de los proveedores se encuentran asociados para la comercialización de café mientras que el 30% restante lo hacen de manera individual.

Ante esta situación el poder de negociación de los proveedores existe una cierta amenaza ya que parte de la producción se la está procesado, es decir están transformando el café. Se puede influir con los proveedores ya que la otra parte de la producción que no está destinada a la transformación debe encontrar un mercado o consumidor.

Los productores proveedores al estar asociados tienen cierto nivel de negociación sobre un sector ya que pueden usar diferentes herramientas como el aumento de precios o la reducción de calidad, pero del mismo modo se pueden hacer que los precios bajen o exigir mayor calidad en los productos. A través de la aplicación de la encuesta a los productores se determinó que aproximadamente el 71% de los productores de café vende su producto de entre 95 y 100 dólares por un quintal de café en grano

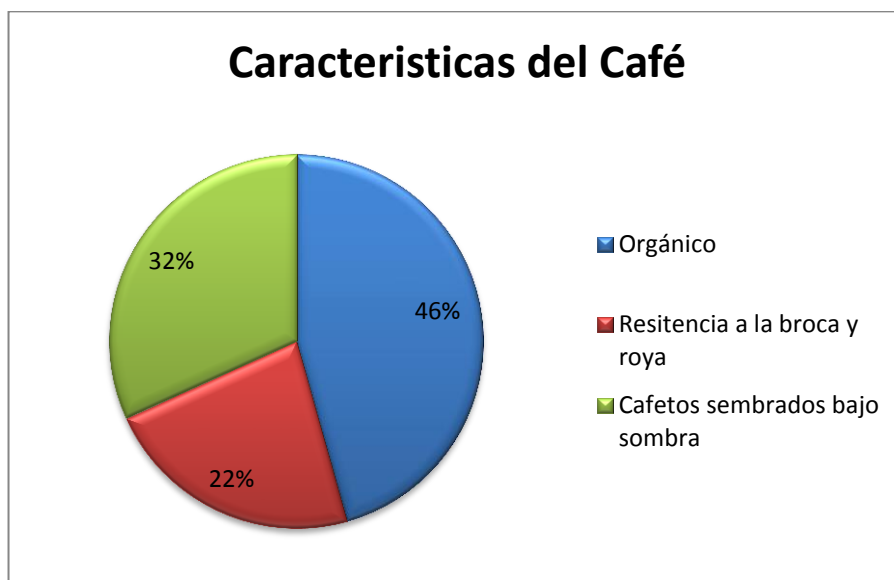
**Gráfico 13. Precio de café, Proveedores Carchi**



Fuente: Investigación de Campo  
Elaboración: Luis Arteaga

Mediante la pregunta *¿Cuál es la característica más importante de su producto?*, realizada a población encuestada se obtuvo que:

**Gráfico 14. Característica más importante del café, proveedores Carchi**



Fuente: Investigación de Campo  
Elaboración: Luis Arteaga

Mediante el gráfico anterior se puede determinar que la característica de más importancia del café producido en el Carchi es; *Orgánico*, por lo tanto se toma como una fortaleza para la comercialización del producto.

## **AMENAZA DE NUEVOS COMPETIDORES**

Ecuador es un país que de sus 24 provincias, 23 producen café de tipo arábigo y robusta, por lo tanto cualquiera de las provincias puede incursionar en la búsqueda de nuevos mercados de acuerdo con su capacidad de producción y los siguientes factores:

**Economías de Escala:** estas economías obligan a que las empresas entren al sector con instalaciones a gran escala para poder estar al nivel de sus competidores en cuanto a costos. La provincia del Carchi debe aprovechar la superficie total cafetalera con el fin de extender su producción efectiva, de esta manera se estaría aumentando la cantidad de café y por ende su comercialización, por lo tanto se incrementará los ingresos de los productores.

**Diferenciación del producto:** la creación de una marca es un obstáculo, debido a que esto obliga a quien pretende entrar a un sector a gastar mucho dinero para poder vencer la lealtad de los clientes hacia una marca que ya se encuentra en el mercado. Es necesario que el café producido en Carchi tenga participación en ferias nacionales como internacionales para dar a conocer el producto ya que no solo se necesita conocer una marca, sino que también se debe tener conocimiento de sus características, aroma y sabor. En Ecuador hay el concurso de la Tasa Dorada realizado por el COFENAC, concurso muy importante para atraer clientes o compradores internacionales.

**Necesidades de capital:** la necesidad de invertir un volumen elevado de recursos financieros es un gran obstáculo, ya que hay gastos no recuperables de publicidad inicial o de investigación y desarrollo.

**Pericia:** esta es una desventaja que se basan en la experiencia adquirida por la empresa a través de los años sobre los distintos procesos, la tecnología aplicada, el acceso a mejores proveedores y las diferentes subvenciones oficiales que favorecen a las empresas ya existentes en un sector.

Acceso a los canales de distribución: en cuanto más limitados sean los canales minoristas o mayoristas es mucho más difícil que una empresa nueva pueda participar en diferentes canales de un sector.

**Tabla 8. Provincias Productoras De Café**

PROVINCIAS	ÁREA CAFETALERA	
	NACIONAL (Hectáreas)	
	Superficie total	Área en producción
Esmeraldas	8145	6109
Manabí	70050	52538
Santa Elena	1800	1350
Guayas	11620	8715
Los Ríos	11380	8536
El Oro	9730	7298
Carchi	195	146
Imbabura	300	225
Pichincha	2600	1950
Santo Domingo	5300	3975
Cotopaxi	3600	2700
Bolívar	7190	5393
Chimborazo	880	660
Cañar	370	278
Azuay	420	315
Loja	29345	22009
Sucumbíos	17320	12990
Orellana	20000	15000
Napo	4920	3690
Pastaza	150	113
Morona Santiago	410	308
Zamora Chinchipe	6350	4763
Galápagos	1100	825
<b>TOTAL (Hectáreas)</b>	<b>213175</b>	<b>159886</b>

Elaborado por: Luis Felipe Arteaga

Fuente: COFENAC 2010

## AMENAZA DE PRODUCTOS SUSTITUTOS

El café tiene como principales productos sustitutos el té y el chocolate, bebidas que han tenido una tendencia de consumo creciente.

El chocolate como bebida tiene gran preferencia a nivel mundial, donde los países europeos son los consumidores más grandes de chocolate. El chocolate es obtenido a base del procesamiento del cacao y ha tenido gran demanda en todo el mundo, incluso se ha incrementado su consumo en Países Bajos, los Estados Unidos, Alemania, Reino unido y Brasil, estos considerados como los principales consumidores respectivamente.

Otra de las bebidas que ha tenido un gran crecimiento en los últimos años es el té, llegando a ser una bebida muy demanda debido a los beneficios que aporta el té y la preferencia de las personas que llevan un estilo de vida saludable, según datos del mercado británico, (2012), “el té sigue siendo la bebida favorita de los británicos, a pesar de la competencia del café y los refrescos. No obstante, su consumo está experimentando un ligero descenso” (párr. 6)

## **RIVALIDAD ENTRE COMPETIDORES**

En el país se encuentran establecidas algunas empresas que operan nacional e internacionalmente en el mercado de café, como es en café lavado, café natural, café lavado orgánico, robustas, solubles, extractos de café, extra superior, café tostado y molido.

**Tabla 9. Lista De Exportadores De Café Del Ecuador**

<b>EXPORTADOR</b>
EL CAFÉ C.A.
MERCAFE S.A.
PANTOJA PANTOJA PEDRO ANTONIO
LIOTTA S.A.
SOLUBLES INSTANTÁNEOS C.A.
CAFECOM S.A.
LAMA BARZOLA JULIO WINGMIN
GUSNOBE S.A.
BELCET S.A.
LUIS ALDEMAR INAGAN ARIAS
ULTRAMARES CORP.
CEBALLOS NEDICIS HUGO MARTIN
COLEIMCAFE S.A.
AGROSREXMIN CIA. LTDA.
FAPECAFES
JOHNNY JAVIER MERCHAN PIN
CEZAMO S.A.
CRISTIAN RENÉ ESPINOZA ENRÍQUEZ
JOFFRE RENÉ RUIZ JIMÉNEZ -COMERCIAL RUIZ
EXP. HIDROVO MUÑOZ S.A. EXPHIMUSA



MARCO AUGUSTO MONCADA MORA/EXP.CAFEMON
IGNACIO VICENTE HIDROVO SOLÓRZANO
GOTHYSERVICIOS CIA. LTDA.
KAVE CAFÉ ECUATORIANA S.A.
EXP.IMP.IND.EXPORCAFE CIA.LTDA
COLIMEXPORT CIA. LTDA.
ARMANDO JESÚS PINCAY GONZÁLEZ
JUAN CARLOS BUSTAMANTE QUEZADA
MERCHAN PIN JOHNNY JAVIER
ASKLEY DELGADO FLOR
FECAFEM
LOMBANA GUERRON HUGO HERNANDO
LEE JIN HO
CORPORACION GRUPO SALINAS
NESTLE ECUADOR S.A.
LARA PAGUAY GALO HERMOGENES
TERÁN PINEDA NANCY PIEDAD
AGUILAR ANRANGO JOSÉ REMIGIO
JOSÉ BENJAMÍN MEZA ONEIL
VÉLEZ MANTILLA JOSÉ NICOLÁS

Elaborado por: Luis Arteaga  
Fuente: COFENAC

### 3.6.6. PROYECCIONES DEL ESTUDIO

Las proyecciones son un factor determinante dentro de una investigación. Para realizar el cálculo de las proyecciones se ha procedido a utilizar la fórmula de mínimos cuadrados:

$$y = a \pm bx$$

**PENDIENTE:**

$$b = \frac{n(\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{n(\sum x^2) - (\sum x)^2}$$

**CONSTANTE:**

$$a = \frac{\sum y - b(\sum x)}{n}$$

A partir del modelo de mínimos cuadrados se obtiene la proyección de las importaciones de café de Alemania basándose en los datos históricos considerando el periodo 2007- 2011, datos tomados a través de fuentes secundarias.

**Tabla 10. Mínimos Cuadrados Importaciones Alemanas de Café**

X	Año (n)	"M" (Y)	X <sup>2</sup>	X.Y	
1	2007	1.040.125	1	1040125	
2	2008	1.067.446	4	2134892	
3	2009	1.063.596	9	3190788	
4	2010	1.089.173	16	4356692	
5	2011	1.102.249	25	5511245	
<b>∑</b>	<b>15</b>	<b>5</b>	<b>5.362.589</b>	<b>55</b>	<b>16233742</b>

Fuente: Trademap

Elaborado por: Luis Arteaga

Tomando en cuenta la fórmula de la pendiente y constante se llega a determinar los siguientes valores:

$$b = 14598$$

$$a = 1028725$$

Entonces:

$$y = 1028725 + 14598(X)$$

**Tabla 11. Proyección de las Importaciones Alemanas de Café  
Para La Sub-Partida: 090111 “Café sin tostar, sin descafeinar”**

X	Año	Importaciones
6	2012	1.116.310
7	2013	1.130.908
8	2014	1.145.505
9	2015	1.160.103
10	2016	1.174.700
11	2017	1.189.298

Elaboración: Luis Arteaga

La proyección de las importaciones para el periodo 2012-2016 tiene un crecimiento promedio de 1,27% anual, el cual es favorable para el Ecuador en las oportunidades con el país de Alemania. Por lo que indica que en los cinco años proyectados aumentará la cantidad de 58.392 toneladas.

Por otra parte, mediante los datos históricos (2007 - 2011) de las re-exportaciones de Alemania, se procede a calcular la proyección de la misma con la utilización del modelo de mínimos cuadrados.

**Tabla 12. Mínimos Cuadrados de las Re-exportaciones Alemanas de Café**

X	Año (n)	"X" (Y)	X <sup>2</sup>	XY	
1	2007	641.820	1	641820	
2	2008	628.260	4	1256520	
3	2009	649.140	9	1947420	
4	2010	692.520	16	2770080	
5	2011	700.980	25	3504900	
<b>∑</b>	<b>15</b>	<b>5</b>	<b>3.312.720</b>	<b>55</b>	<b>10120740</b>

Fuente: Trademap

Elaborado por: Luis Arteaga

De acuerdo a la fórmula de la pendiente y constante se llega a determinar los siguientes valores:

$$b = 18258$$

$$a = 607770$$

Entonces:

$$y = 607770 + 18258(X)$$

**Tabla 13. Proyección de las Re-Exportaciones Alemanas de Café**

X	Año	Re-exportaciones
6	2012	717.318
7	2013	735.576
8	2014	753.834
9	2015	772.092
10	2016	790.350
11	2017	808.608

Elaboración: Luis Arteaga

Se puede observar que las re-exportaciones proyectadas para los cinco años siguientes tiene un crecimiento continuo, para el 2012 se pronostica que Alemania re-exportara 717.318 toneladas mayor a la cantidad del 2011, consiguiendo llegar hasta 808.608 toneladas para el año 2017.

La proyección de la producción de café en el Carchi se realizara en base a los datos históricos obtenidos de los estudios realizados por el MAGAP y SIGAGRO en el periodo del 2007 al 2011, por lo tanto se procede a utilizar la fórmula de mínimos cuadrados.

**Tabla 14. Mínimos Cuadrados de la Producción de Café en el Carchi**

X	Año (n)	"Tn" (Y)	X <sup>2</sup>	XY	
1	2007	40	1	40	
2	2008	19	4	38	
3	2009	110	9	330	
4	2010	113	16	452	
5	2011	99	25	494	
<b>Σ</b>	<b>15</b>	<b>5</b>	<b>381</b>	<b>55</b>	<b>1354</b>

Fuente: MAGAP; SIGAGRO (2011)

Elaborado por: Luis Arteaga

Conforme al análisis de la tabla 14 se procede al cálculo las formulas de la pendiente y constante determinadas a continuación:

$$b = 21,167$$

$$a = 12,665$$

Entonces:

$$y = 12,67 + 21,17(X)$$

**Tabla 15. Proyección de la Producción de Café de la Provincia del Carchi**

X	Año	Producción TM
<b>6</b>	2012	140
<b>7</b>	2013	161
<b>8</b>	2014	182
<b>9</b>	2015	203
<b>10</b>	2016	224
<b>11</b>	2017	246

Elaboración: Luis Arteaga

La proyección de la producción de café de la provincia del Carchi tiene un comportamiento positivo, porque su tendencia es creciente lo cual es favorable para la comercialización del producto que se pretende exportar.

### 3.6.6.1. Consumo Nacional Aparente

Es muy importante calcular el consumo nacional aparente ya que permite conocer la cantidad que Alemania dispone para el consumo, para lograr el

cálculo se debe conocer la Producción Nacional, Importaciones y las Exportaciones.

$$CN = PN + X - M$$

Dónde:

- CN = Consumo Nacional
- PN = Producción Nacional
- X = Exportaciones
- M = Importaciones

**Tabla 16. Consumo Aparente de Alemania en Toneladas**

<b>Año</b>	<b>Producción Nacional</b>	<b>Importaciones</b>	<b>Exportaciones</b>	<b>Consumo Aparente</b>
<b>2012</b>	0	1116310	717318	398992
<b>2013</b>	0	1130908	735576	395332
<b>2014</b>	0	1145505	753834	391671
<b>2015</b>	0	1160103	772092	388011
<b>2016</b>	0	1174700	790350	384350
<b>2017</b>	0	1189298	808608	380690

Elaboración: Luis Arteaga

Según la Organización Internacional de café, (2012), Alemania no produce ninguna clase de café, solamente cuenta como importador y re-exportador del café en grano, por lo tanto la producción nacional se registra como cero. De esta manera la tabla del consumo aparente tiene una tendencia crecimiento, basándose en las Importaciones y Re-exportaciones proyectadas anteriormente.

#### 3.6.6.2. Definición de Mercado

Una vez que se conoce los aspectos fundamentales del mercado acerca de la competencia, perfil y comportamiento de los clientes, rango de precios óptimo para poder fijar el precio internacional de café, requerimientos necesarios de los clientes. Todos estos factores han hecho conocer el mercado objetivo para la comercialización de café desde el Carchi.

## Determinación de la población

Alemania es uno de los países más poblados de la Unión Europea, pero su porcentaje de crecimiento poblacional es negativo, en el año 2012 presentó una población de 81.305.856 y un crecimiento de 0,20%.

En vista de que la población objetivo de la investigación es Hamburgo, se ha procedido a proyectar la población con la aplicación de una discriminante a esta ciudad alemana, esto se realiza disminuyendo la población menor de 15 años debido a que las personas que están en este rango de edad, no pueden consumir café como alimento que estimule su crecimiento.

**Tabla 17. Población Objetivo**

Año	Población nacional Alemania	Población de Hamburgo mayor de 15 años (87%)
2012	81305856	1567740
2013	81143244	1564605
2014	80980958	1561475
2015	80818996	1558352
2016	80657358	1555236
2017	80496043	1552125

Fuente: PRO ECUADOR, CIA 2013

Elaborado por: Luis Arteaga

La proyección de estas poblaciones permitirá conocer la demanda efectiva en base a un consumo real y un consumo aparente.

## Determinación de la demanda efectiva

**Tabla 18. Demanda Efectiva**

Año	CNA	Población Alemania	Consumo Per cápita		Déficit (KG)	Población Hamburgo 87%	Demanda Efectiva (KG)
			Real (KG)	Recomendado (KG)			
2012	398992	81305856	4,72	9,80	5,08	1567740	7670480
2013	395332	81143244	4,74	9,80	5,06	1564605	7710334
2014	391671	80980958	4,70	9,80	5,10	1561475	7750250
2015	388011	80818996	4,66	9,80	5,14	1558352	7790227
2016	384350	80657358	4,63	9,80	5,17	1555236	7830265
2017	380690	80496043	4,59	9,80	5,21	1552125	7870364

Elaborado por: Luis Arteaga

Luego de un análisis estadístico social y económico se ha determinado la demanda efectiva del proyecto, la cual ha sido calculada bajo discriminantes anteriormente detalladas.

De acuerdo a la tabla 16 la demanda efectiva tiene un comportamiento ascendente, lo cual es beneficioso para la comercialización de café ya que la demanda está en continuo crecimiento.

### **Determinación de la oferta exportable**

Tomando en cuenta las proyecciones de la producción de café en la provincia del Carchi se llega a determinar la oferta exportable, para lo cual se ha aplicado algunas discriminantes necesarias para conseguir datos de la oferta más precisos, las discriminantes aplicadas fueron el consumo de café per-cápita de las personas mayores de 15 años.

**Tabla 19. Oferta Exportable**

<b>Año</b>	<b>Población*</b>	<b>menores de 15 años</b>	<b>Consumo Per-cápita**</b>	<b>Kg</b>	<b>TM</b>	<b>Producción</b>	<b>Oferta exportable</b>
<b>2012</b>	155.427	47.094	0,60	64.999	65,00	140	75
<b>2013</b>	156.686	47.476	0,50	54.605	54,60	161	106
<b>2014</b>	157.955	47.860	0,50	55.047	55,05	182	127
<b>2015</b>	159.234	48.248	0,50	55.493	55,49	203	148
<b>2016</b>	160.524	48.639	0,50	55.943	55,94	224	168
<b>2017</b>	161.824	49.033	0,50	56.396	56,40	246	189

Elaborado por: Luis Arteaga

\* Censo 2010 de Población y Vivienda

\*\* ICO

En la tabla anterior se puede observar que la oferta exportable tiene un comportamiento creciente, esta situación presenta beneficio para la comercializadora de café debido a que cada año se puede cubrir mas parte de la demanda de Hamburgo.

En base a esta oferta exportable se procede a determinar el porcentaje de cobertura en la demanda insatisfecha de la ciudad de Hamburgo, es decir obtener la demanda efectiva del proyecto.

**Tabla 20. Cobertura de la Oferta**

Año	Demanda Efectiva	Cobertura		
		(KG)	(TM)	% de cobertura
<b>2012</b>	7670480	74670	75	0,97
<b>2013</b>	7710334	106231	106	1,38
<b>2014</b>	7750250	126956	127	1,64
<b>2015</b>	7790227	147678	148	1,90
<b>2016</b>	7830265	168395	168	2,15
<b>2017</b>	7870364	189110	189	2,40

En la tabla anterior se puede apreciar que durante el periodo de 2013 -2017, el porcentaje de cobertura crecerá en 1% aproximadamente, lo que indica que duplicara su cantidad de producción durante este periodo.



## **CAPÍTULO IV CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

### **4.1. CONCLUSIONES**

Es indispensable la creación de un centro de acopio para la comercialización internacional de café en grano producido en la provincia del Carchi para cubrir parte de la demanda insatisfecha en el mercado de Alemania.

Hamburgo es la ciudad donde principalmente se concentra las empresas de que operan en el mercado alemán de café tales como; de café verde, importadores de café verde, almacenistas, empresas descafeinadoras, fabricantes de extractos de café y tostadores.

Alemania es el segundo importador mundial de café bajo la sub-partida 090111 “café sin tostar, sin descafeinar” después de los Estados Unidos y el principal proveedor de la Unión Europea del mismo a través de su re-exportación.

La producción de café en la provincia del Carchi es relativamente nueva y tiene gran aceptación en las zonas de cultivo, debido a la reducción de costos ya que no le permite el uso de químicos.

El proceso de exportación del café en grano de la provincia del Carchi es fundamental para el desarrollo empresarial, ya que esto guía a la promoción del producto y el reconocimiento de la comercializadora a nivel internacional.

El alto crecimiento del consumo de café de la república Federal de Alemania le permite a la empresa participar entre el 1 y 2% de la cobertura de su demanda insatisfecha de la ciudad de Hamburgo.

La exportación de café en grano se encuentra vinculada a varias instituciones nacionales de apoyo por la importancia del mismo dentro de la economía del país; por tal razón las empresas contribuyen con el 2% del valor FOB de sus exportaciones apoyando al gremio cafetalero.

## **4.2. RECOMENDACIONES**

Buscar una certificación orgánica o de comercio justo para poder ingresar a los mercados internacionales y mejorar el margen de ganancia.

Aprovechar la ventaja competitiva a nivel internacional e incursionar en la producción café orgánico que contribuye de manera positiva al medio ambiente y el cuidado de la salud humana.

Buscar alianzas estratégicas con entidades de apoyo de la localidad y con entidades involucradas con la actividad cafetalera para fortalecer y ser mejor competitivos.

Es primordial establecer relaciones comerciales a largo plazo con los clientes que se obtengan para asegurar mercado y tratar de ampliar el mismo; para lo cual es necesario enfatizar en la fuerza de ventas, publicidad y promoción del producto.

La provincia del Carchi debe aprovechar la superficie total cafetalera con el fin de extender su producción efectiva a través de la aplicación de las economías de escala.

Se debe poner énfasis en promover la marca en el mercado internacional por sus características de sabor, consistencia, color y exótica aroma, estas cualidades del producto harán la distinción ya que este proyecto no se basa en la cantidad que se propone exportar porque representa un mercado muy pequeño en el país de destino, sino en calidad y distinción.

Elegir el mejor canal de distribución del producto, el cual facilite la negociación, otorgando la información al consumidor acerca de las propiedades del producto, su origen, formas de utilización y factores de calidad, requerimientos indispensables para promocionar al café en el exterior.

Ejecutar acuerdos comerciales con los proveedores de la materia prima para asegurar la comercialización internacional de café en grano y cumplir con la demanda de Hamburgo.

## **CAPÍTULO V PROPUESTA**

### **5.1. TÍTULO**

Estudio de factibilidad para la comercialización internacional de café en grano producido en la provincia del Carchi para atender parte de la demanda del sector cafetalero de la ciudad de Hamburgo – Alemania.

### **5.2. JUSTIFICACIÓN**

El desarrollo de un centro de acopio de café en grano que realice las operaciones en la ciudad e Tulcán requiere necesariamente un estudio técnico, éste permite conocer la determinación del tamaño óptimo del centro de acopio para la realización de las actividades comerciales y de transporte, además es indispensable contar con una organización con el fin de agilizar procesos y disminuir costos.

En base al desarrollo de la Distribución Física Internacional del producto se obtiene los datos específicos que incurren en cada una de las etapas de esta distribución como lo son; datos del producto y embarque, costos en el país exportador, costos del tránsito internacional y costos en país importador. Datos que son importantes al momento de determinar el precio idóneo en el país de destino en el cual no incurra en pérdidas económicas.

El desarrollo de la Investigación tiene como consecuencia mejorar la comercialización de café en grano y por otra parte la calidad de vida del agro de la provincia del Carchi, por lo cual se elimina intermediarios y se genera un canal directo de comercialización, esta situación genera mayores beneficios a las partes que intervienen dentro de la cadena productiva del café.

En base a datos históricos de las negociaciones realizadas de café en grano entre Ecuador y Alemania presentan posibilidades altas para la comercialización de este producto. El dar un buen valor agregado al producto es primordial para competir en el mercado con fuerza, contar con una buena presentación, gran calidad, excelente precio, con el propósito de

llenar las expectativas del mercado que se ha establecido como meta. Un proyecto de investigación sobre las posibilidades de incrementar el comercio en este sector puede crear conciencia en los grupos e instituciones relacionados y su implementación con éxito puede tener consecuencias positivas en el desarrollo económico del país.

### **5.3. OBJETIVOS**

#### **5.3.1. OBJETIVO GENERAL**

Determinar la factibilidad para la comercialización internacional de café en grano producido en la provincia del Carchi que permita satisfacer parte de la demanda insatisfecha de Alemania.

#### **5.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Determinar el estudio técnico para la comercialización internacional de café en grano producido en la provincia del Carchi y la demanda insatisfecha del sector cafetalero en la ciudad de Hamburgo – Alemania.
- Diseñar el proceso de la Distribución Física Internacional (DFI) de café en grano hacia Alemania en las fases de pre-embarque y post-embarque.
- Conocer los costos y tiempo que componen la cadena logística de comercio internacional.
- Elabora un estudio económico y evaluación financiera para conocer la rentabilidad de la comercialización internacional de café en grano hacia Alemania.

## **5.4. MODELO OPERATIVO DE LA PROPUESTA**

### **5.4.1. ESTUDIO TÉCNICO**

Es necesario realizar un estudio técnico para establecer la localización del proyecto, realizando el respectivo análisis de factores macro y micro de los posibles lugares en donde se pueda constituir la empresa. Además se debe determinar el tamaño del proyecto, mediante el estudio de factores y recursos que permitirán puntualizar el porcentaje de producto que se exportará al país de destino.

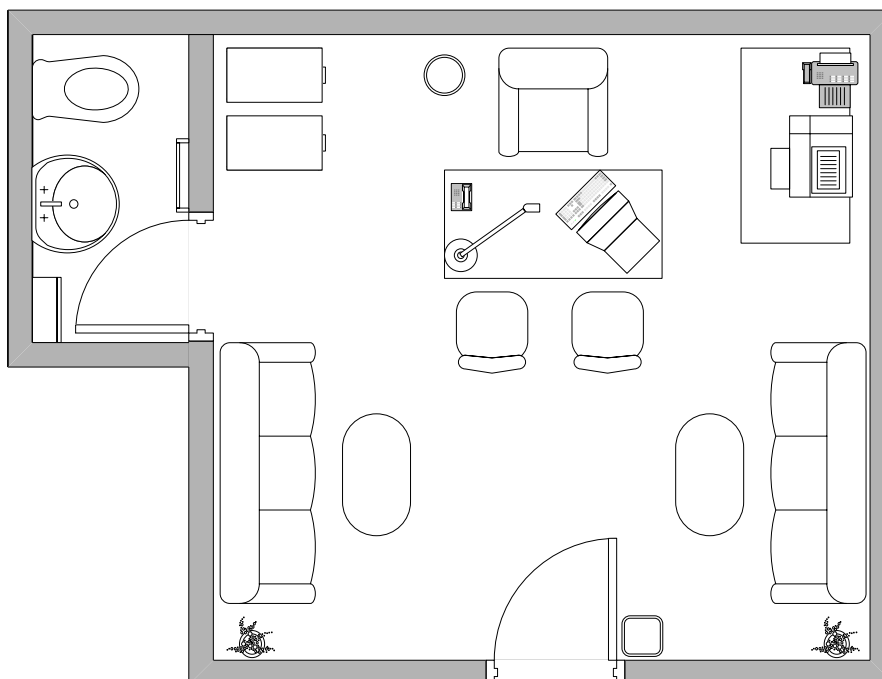
Es preciso realizar el organigrama de la empresa comercializadora de café en donde se representará estructuras departamentales y las obligaciones de cada uno de estos.

#### **5.4.1.1. Determinación del Tamaño Óptimo**

El presente proyecto tiene como finalidad la creación de una comercializadora de exportación café verde en grano. Para esto se debe determinar la infraestructura necesaria para la aplicación de las actividades comerciales del mismo. Se contará con una bodega alquilada para el acopio del café la cual constará con áreas de envase y almacenaje, además un espacio específico donde se pueda cargar el producto a los vehículos, el cual se conecte con la bodega de modo que optimizamos tiempo en esta operación.

Sabiendo que lo más importante para el funcionamiento de la comercializadora es el control del producto dentro del centro de acopio, no se debe olvidar el área administrativa de la empresa que por facilidades de accesos al sector bancario y servicios básicos e indispensables como es el internet las oficinas necesariamente deben estar en la ciudad, para esto se pretende arrendar oficinas en lugar estratégico.

**Gráfico 15. Tamaño Óptimo De la Comercializadora**



Elaborado por: Luis Arteaga

**Tabla 21. Requerimiento de Espacio Físico**

#	Actividad	Requerimiento m <sup>2</sup>
1	Departamento Administrativo	12
2	Sanitario	3
<b>Total</b>		<b>15</b>

Elaborado por: Luis Arteaga

### **Presupuesto de activos fijos**

Se denomina activos fijos a los bienes de larga vida adquiridos para usarlos en la operación de la empresa y que su destino no es la venta.

Los activos fijos conservan su vida útil por un tiempo prolongado, generalmente más de un año y transfieren gradualmente su valor al producto o servicio que prestan, conservando su forma física original según su naturaleza y ubicación, sin embargo se someten a depreciaciones.

**Tabla 22. Presupuesto de Activos Fijos**

Activos Fijos			2012
Concepto	Cantidad	Valor Un.	Total
<b>Maquinaria y Equipo</b>			<b>360</b>
Etiquetadora	1	139,75	140
Cosedora de Sacos	1	220,00	220
<b>Muebles y Enseres</b>			<b>919</b>
Escritorio	1	150,00	150
Sillón ejecutivo	1	80,00	80
Sillas	3	25,00	75
Mesas	2	20,00	40
Archivadores	2	90,00	180
Estantería metálica	1	120,00	120
Teléfono	1	30,00	30
Página Web (Domino y Hosting)	1	224,00	224
Calculadoras	2	10,00	20
<b>Equipo de Computo</b>			<b>820</b>
Computadora	1	650,00	650
Impresora	1	170,00	170
<b>Total Activos Fijos</b>			<b>2.099</b>

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Luis Arteaga

#### 5.4.1.2. Localización Óptima del Proyecto

Para determinar un lugar adecuado y estratégico de ubicación del centro de acopio del café, se debe considerar que presente las características favorables según con todas las actividades que se van a realizar, se procede a evaluar los factores que se indican a continuación:

**Tabla 23. Localización**

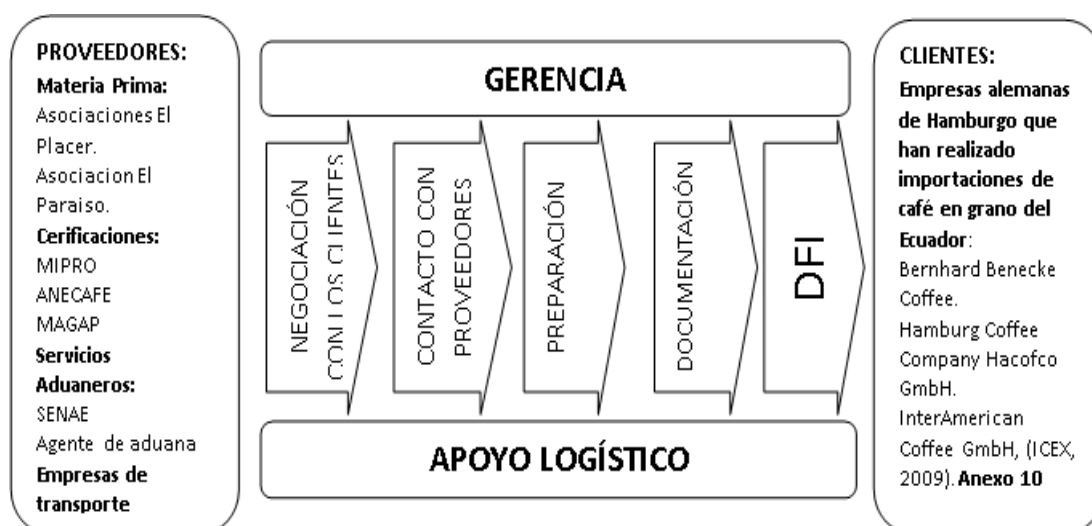
Factores	Peso	Chical		Maldonado		Tulcán	
		Calificación	Ponderación	Calificación	Ponderación	Calificación	Ponderación
Fácil abastecimiento de materia prima	0,21	8,00	1,68	9,50	2,00	2,00	0,42
Fácil acceso de mano de obra	0,16	7,50	1,58	8,50	1,79	4,00	0,84
Infraestructura	0,13	4,00	0,84	4,00	0,84	5,00	1,05
Aspectos Fiscales	0,11	5,00	1,05	5,50	1,16	6,00	1,26
Transporte	0,15	4,25	0,89	5,50	1,16	7,00	1,47
Acceso a la carretera	0,14	6,00	1,26	4,00	0,84	7,00	1,47
Insumos	0,10	5,00	1,05	5,00	1,05	6,00	1,26
<b>SUMA</b>	<b>1,00</b>		<b>8,35</b>		<b>8,82</b>		<b>7,77</b>

De acuerdo con el análisis y la ponderación de los factores se ha determinado que el sitio óptimo para establecer el centro de acopio es en la parroquia de Maldonado de la ciudad de Tulcán, por presentar mayor valor cuantitativo según este método, en relación a los otros sectores analizados dentro del estudio.

El centro de acopio de café en grano se ubicará en la noroccidente de Provincia del Carchi, Cantón Tulcán, Parroquia de Maldonado; el sector es estratégico para el abastecimiento de materia prima debido a que los proveedores se encuentran cerca del sector.

#### 5.4.1.3. Ingeniería Del Proyecto

**Cuadro 15. Cadena de procesos**




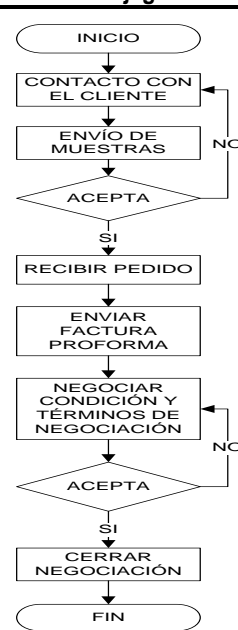
Elaborado por: Luis Arteaga

La presente cadena de procesos describe las actividades operativas de la comercializadora de café en grano, donde nos indica un nivel de supervisión presidido por la gerencia, un nivel operativo en el cual se establecen cinco importantes procesos, y un nivel de apoyo indispensable para la ejecución de la comercialización.




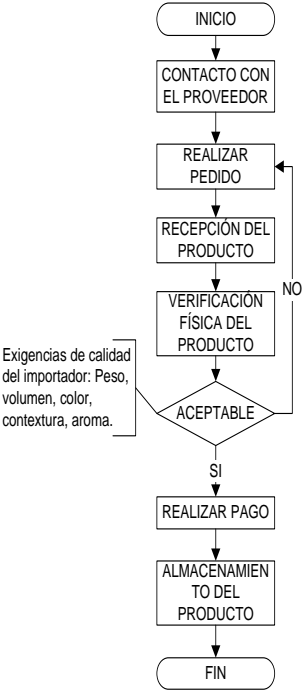
## Fichas de procesos

**Cuadro 16. Ficha de Negociación con el Cliente**

		<b>Negociación con el Cliente</b>		<b>Código:</b>	P-NC-01
				<b>Versión:</b>	001
				<b>Página:</b>	1-1
<b>Responsable:</b>		Administrador			
<b>Objetivo:</b>		Contrato de venta			
<b>Alcance:</b>		Contacto con el cliente hasta cerrar la negociación			
<b>1. Detalle</b>					
<b>Responsable</b>	<b>Detalle</b>			<b>Documento</b>	
Administrador	1. Hacer contacto con el cliente internacional.			Página Web (Internet)	
Administrador	2. Envío de muestras			Ficha técnica Café	
Administrador/Cliente	3. Recibir nota de pedido			Página Web (Internet)	
Administrador	4. Enviar factura proforma.			Factura Proforma	
Administrador/Cliente	5. Negociar condiciones.			Página Web (Internet)	
Administrador/Cliente	6. Establecer términos de negociación			Página Web (Internet)	
Administrador/Cliente	7. Cerrar negociación			Contrato de venta	
<b>2. Flujoograma</b>					
 <pre> graph TD     INICIO([INICIO]) --&gt; CONTACTO[CONTACTO CON EL CLIENTE]     CONTACTO --&gt; ENVIO[ENVÍO DE MUESTRAS]     ENVIO --&gt; ACEPTA1{ACEPTA}     ACEPTA1 -- NO --&gt; CONTACTO     ACEPTA1 -- SI --&gt; RECIBIR[RECIBIR PEDIDO]     RECIBIR --&gt; ENVIAR[ENVIAR FACTURA PROFORMA]     ENVIAR --&gt; NEGOCIAR[NEGOCIAR CONDICIÓN Y TÉRMINOS DE NEGOCIACIÓN]     NEGOCIAR --&gt; ACEPTA2{ACEPTA}     ACEPTA2 -- NO --&gt; NEGOCIAR     ACEPTA2 -- SI --&gt; CERRAR[CERRAR NEGOCIACIÓN]     CERRAR --&gt; FIN([FIN])     </pre>					
<b>MEDICIÓN Y SEGUIMIENTO DEL PROCESO</b>					
<b>INDICADOR</b>		<b>ESTÁNDAR/META</b>	<b>PERIODICIDAD DE CÁLCULO</b>	<b>RESPONSABLE</b>	
Tiempo de cierre de la negociación	Hora de contacto con cliente (-) hora de cierre de negociación	4 horas	Trimestral	Administrador	
<b>DETERMINACIÓN DE RECURSOS RELACIONADA CON EL PROCESO</b>					
<b>RECURSO HUMANO</b>		<b>INFRAESTRUCTURA</b>	<b>AMBIENTE DE TRABAJO</b>		
Administrador Cliente		Paquetes Informáticos Internet	NINGUNO		
<b>REVISADO</b>		<b>APROBADO</b>	<b>FECHA</b>		
Administrador		Administrador	DÍA. MES. AÑO		


Elaborado por: Luis Arteaga

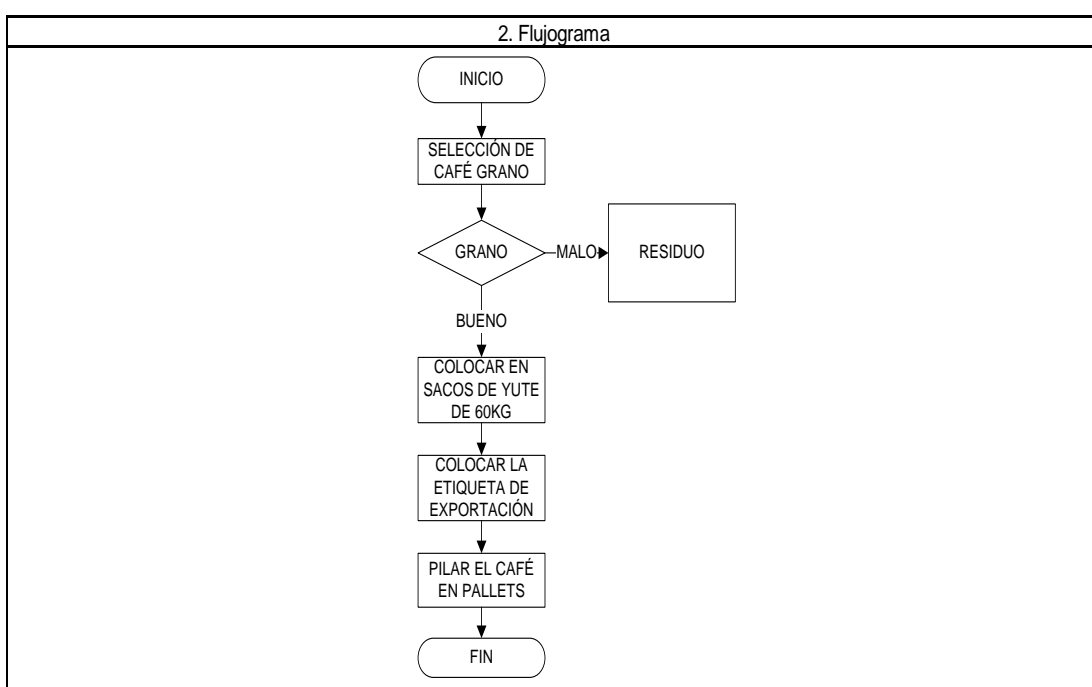
### Cuadro 17. Ficha de Compra a Proveedores

	<b>Compra a Proveedores</b>	Código:	P-CP-02
		Versión:	001
		Página:	1-1
<b>Responsable:</b>	Jefe Operativo y Operario de Almacenaje		
<b>Objetivo:</b>	Recibir Pedido		
<b>Alcance:</b>	Contacto con el proveedor hasta almacenamiento del producto		
<b>1. Detalle</b>			
<b>Responsable</b>	<b>Detalle</b>	<b>Documento</b>	
Jefe Operativo	1. Contacto con el proveedor		
Jefe Operativo	2. Realizar el pedido de la oferta negociada.	Nota de pedido	
Operario Almacenaje	3. Recepción de la materia prima	Comprobante	
Operario Almacenaje	4. Verificación física del producto	de ingreso	
Jefe Operativo	5. Realizar pago a proveedores.	Cheque	
Operario Almacenaje	6. Almacenamiento del producto	Inventario	
<b>2. Flujograma</b>			
 <pre> graph TD     INICIO([INICIO]) --&gt; CONTACTO[CONTACTO CON EL PROVEEDOR]     CONTACTO --&gt; REALIZAR[REALIZAR PEDIDO]     REALIZAR --&gt; RECEPCION[RECEPCIÓN DEL PRODUCTO]     RECEPCION --&gt; VERIFICACION[VERIFICACIÓN FÍSICA DEL PRODUCTO]     VERIFICACION --&gt; ACEPTABLE{ACEPTABLE}     ACEPTABLE -- SI --&gt; PAGO[REALIZAR PAGO]     ACEPTABLE -- NO --&gt; REALIZAR     PAGO --&gt; ALMACENAMIENTO[ALMACENAMIENTO DEL PRODUCTO]     ALMACENAMIENTO --&gt; FIN([FIN])     </pre>			
<b>MEDICIÓN Y SEGUIMIENTO DEL PROCESO</b>			
<b>INDICADOR</b>	<b>FORMA DE CÁLCULO</b>	<b>ESTÁNDAR/META</b>	<b>RESPONSABLE</b>
Tiempo de compra del producto	Contacto con el Proveedor(-) hora de recepción de unidades	4 horas	Trimestral Jefe Operativo
<b>DETERMINACIÓN DE RECURSOS RELACIONADA CON EL PROCESO</b>			
<b>RECURSO HUMANO</b>	<b>INFRAESTRUCTURA</b>	<b>AMBIENTE DE TRABAJO</b>	
Jefe Operativo Proveedor	Paquetes Informáticos Vehículo - Transporte	NINGUNO	
<b>REVISADO</b>		<b>APROBADO</b>	<b>FECHA</b>
Jefe Operativo		Administrador	DÍA. MES. AÑO

Elaborado por: Luis Arteaga

### Cuadro 18. Ficha de Preparación del producto

	<b>Preparación del producto</b>	<b>Código:</b> P-PP-03 <b>Versión:</b> 001 <b>Página:</b> 1-1
<b>Responsable:</b>	Operario de Control de Envase y Etiquetado	
<b>Objetivo:</b>	Adecuar los sacos de café para exportación	
<b>Alcance:</b>	Selección de café en grano hasta contrato empresa de transporte	
<b>1. Detalle</b>		
<b>Responsable</b>	<b>Detalle</b>	<b>Documento</b>
Operario Almacenaje	1. Selección del café en grano	Kárdex
Operario Etiquetado y Marcado.	2. Realizar el control de envase en sacos de yute de 60 KG.	Kárdex
Operario Etiquetado y Marcado.	3. Etiquetar los sacos conforme a las normas internacionales.	Kárdex
Operario Almacenaje	4. Pilar los sacos de café.	Kárdex
Jefe Operativo	5. Contratar empresa de transporte.	Guía de Movilización



MEDICIÓN Y SEGUIMIENTO DEL PROCESO				
INDICADOR	FORMA DE CÁLCULO	ESTÁNDAR/META	PERIODICIDAD DE CÁLCULO	RESPONSABLE
Tiempo de Envase y Etiquetado	Hora de Recepción de café (-) hora final de Envase y Etiqueta	5 horas	Trimestral	Operario de Almacenaje y Operario de Envase y Etiquetado
Tiempo en Pilar los sacos de café en Bodega	hora final de Envase y Etiqueta (-) Hora final de apilamiento de los sacos de café	3 horas	Trimestral	Operario de Almacenaje y Operario de Envase y Etiquetado


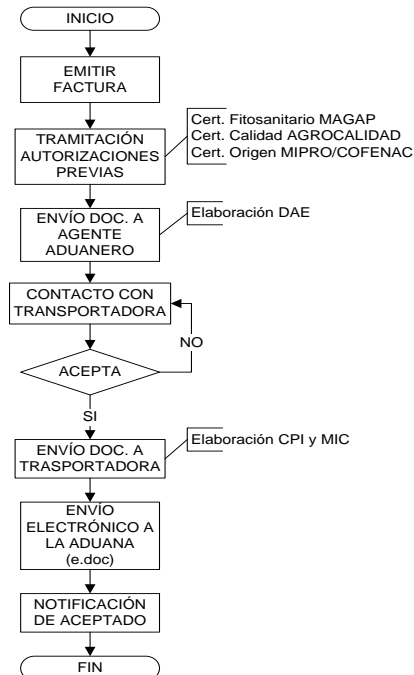
**DETERMINACIÓN DE RECURSOS RELACIONADA CON EL PROCESO**

RECURSO HUMANO	INFRAESTRUCTURA	AMBIENTE DE TRABAJO
Jefe Operativo Operario de Almacenaje Operario de Envase y Etiquetado	Cosedora de Sacos Etiquetadora	NINGUNO

REVISADO		APROBADO	FECHA
Jefe Operativo		Administrador	DÍA. MES. AÑO



Elaborado por: Luis Arteaga

### Cuadro 19. Ficha de Documentación

	<b>Documentación</b>	<b>Código:</b> <b>Versión:</b> <b>Página:</b>	P-D-04 001 1-1	
<b>Responsable:</b>	Jefe Operativo			
<b>Objetivo:</b>	Obtener todas las autorizaciones previas para la exportación			
<b>Alcance:</b>	Elaboración de la factura hasta coordinación de embarque			
<b>1. Detalle</b>				
<b>Responsable</b>	<b>Detalle</b>	<b>Documento</b>		
Jefe Operativo	1. Elaborar la factura.	Factura		
Jefe Operativo	2. Obtener el certificado fitosanitario	Cert. Fitosanitario		
Jefe Operativo	3. Obtener el certificado de calidad	Cert. Calidad		
Jefe Operativo	4. Obtener el certificado de origen	Cert. Origen		
Jefe Operativo	5. Elaborar lista de empaque.	Lista de empaque		
Administrador	6. Envío de documentos agente de aduana para elaboración de DAE	DAE		
Administrador/Agencia de carga	7. Contacto y envío de documentos a la transportadora para elaboración de CPI MIC	CPI y MIC		
Administrador	8. Envío electrónico a la aduana	Correo electrónico		
Administrador/Agencia de carga	9. Coordinación del Embarque	Guía de Movilización		
<b>2. Flujoograma</b>				
				
<b>MEDICIÓN Y SEGUIMIENTO DEL PROCESO</b>				
<b>INDICADOR</b>	<b>FORMA DE CÁLCULO</b>	<b>ESTÁNDAR/META</b>	<b>PERIODICIDAD DE CÁLCULO</b>	<b>RESPONSABLE</b>
Obtención de las Autorizaciones Previas	Tramite de autorizaciones previas (-) entrega de certificaciones	2 días	Trimestral	Jefe Operativo
Elaboración de documentos para la exportación	Elaboración factura(-) hora de cierre de la exportación	4 horas	Trimestral	Jefe Operativo
<b>DETERMINACIÓN DE RECURSOS RELACIONADA CON EL PROCESO</b>				
<b>RECURSO HUMANO</b>	<b>INFRAESTRUCTURA</b>	<b>AMBIENTE DE TRABAJO</b>		
Jefe Operativo Administrador Agencia de Carga	Paquetes Informáticos Internet	NINGUNO		
<b>REVISADO</b>		<b>APROBADO</b>	<b>FECHA</b>	
Jefe Operativo		Administrador	DÍA. MES. AÑO	

Elaborado por: Luis Arteaga

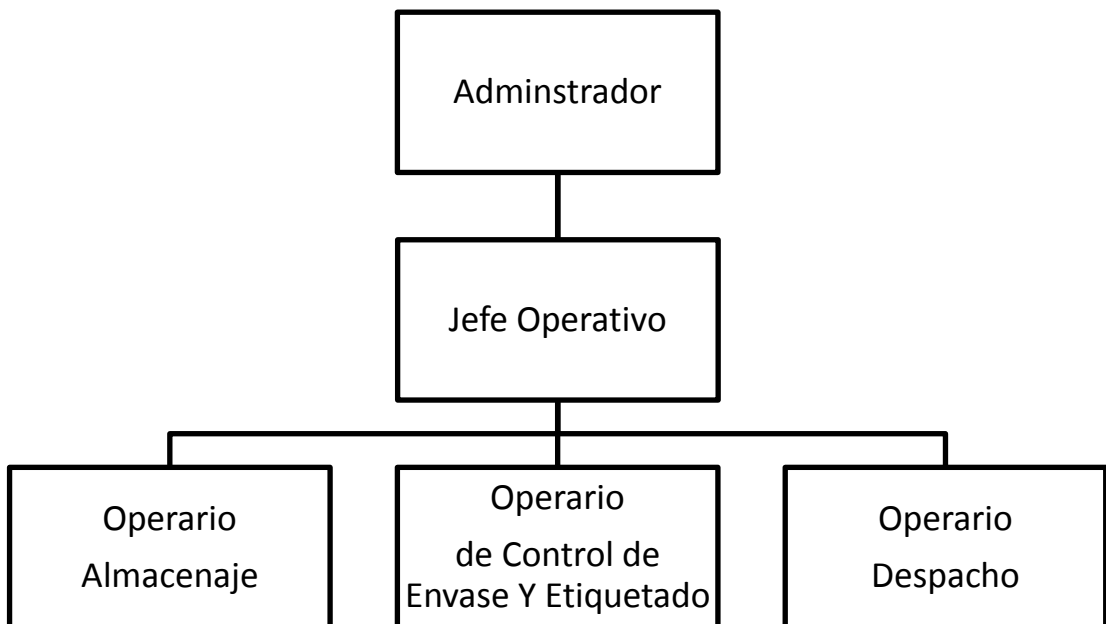
## Cuadro 20. Ficha de Distribución Física Internacional

	<b>Distribución Física Internacional</b> <b>DFI</b>	<b>Código:</b> <b>Versión:</b> <b>Página:</b>	P-DFI-05 001 1-1	
<b>Responsable:</b>	Administrador			
<b>Objetivo:</b>	Coordinar la llegada de la mercadería al lugar de destino			
<b>Alcance:</b>	Desde Unitarización hasta des consolidación del producto			
<b>1. Detalle</b>				
<b>Responsable</b>	<b>Detalle</b>	<b>Documento</b>		
Operario Almacenaje Operario Despacho Agencia de carga Agencia de carga Administrador/Agente Administrador/Aseguradora Administrador/Banco	<b>PAÍS DE ORIGEN:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Unitarizar los sacos de café en</li> <li>• Manipuleo de embarque</li> <li>• Transporte interno</li> <li>• Almacenaje</li> <li>• Costos de agentes.</li> <li>• Costos de Seguro</li> <li>• Costos bancarios</li> </ul>	Inventario Kárdex Guía de Movilización  Factura Póliza de Seguro Carta de Crédito		
Administrador/Línea Naviera Administrador/Aseguradora Administrador/Línea Naviera	<b>TRÁNSITO INTERNACIONAL</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Flete</li> <li>• Seguro internacional.</li> <li>• Desembarque</li> </ul>	Conocimiento de embarque Póliza de seguro Plano de contenedores		
Administrador/importador Administrador/importador Importador/Agente Importador/línea Naviera	<b>PAÍS DE DESTINO:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Transporte local</li> <li>• Almacenamiento</li> <li>• Nacionalización de la mercadería</li> <li>• Des consolidación.</li> </ul>	Doc. De Transporte Lista de empaque Doc. de importación Solicitud de des consolidación		
<b>2. Flujograma</b>				
				
<b>MEDICIÓN Y SEGUIMIENTO DEL PROCESO</b>				
<b>INDICADOR</b>	<b>FORMA DE CÁLCULO</b>	<b>ESTÁNDAR/META</b>	<b>PERIODICIDAD DE CÁLCULO</b>	<b>RESPONSABLE</b>
Transporte Interno (Origen)	Hora de salida de Bodega (-) Hora de llegada al puerto de Origen	3,5 días	Trimestral	Administrador
Trasporte Internacional	Hora de Embarque (-) Hora de desembarque Destino	30 días	Trimestral	Administrador
Transporte local (Destino)	Hora de nacionalización (-) Hora llegada a bodega del cliente	3 días	Trimestral	Administrador
<b>DETERMINACIÓN DE RECURSOS RELACIONADA CON EL PROCESO</b>				
<b>RECURSO HUMANO</b>	<b>INFRAESTRUCTURA</b>	<b>AMBIENTE DE TRABAJO</b>		
Administrador Operario de Despacho Jefe Operativo Línea Naviera	Paquetes Informáticos Internet Transporte Marítimo	NINGUNO		
<b>REVISADO</b>		<b>APROBADO</b>	<b>FECHA</b>	
Jefe Operativo		Administrador	DÍA. MES. AÑO	

Elaborado por: Luis Arteaga

#### 5.4.1.4. Organización

**Gráfico 16. Organización**



Elaborado por: Luis Arteaga

La comercializadora de café en grano para la exportación requiere del siguiente personal administrativo y operativo:

Personal Administrativo:

- 1 Administrador
- 1 Jefe Operativo

Personal Operativo:

- 1 Operario de Almacenaje
- 1 Operario de Control de Envase y Etiquetado
- 1 Operario de Despacho

#### **Manual de funciones**

El manual de funciones dentro de una empresa es importante ya que identifica de forma específica las funciones y responsabilidades de las personas operantes de la empresa.

**Cuadro 21. Manual de funciones del Administrador**

<b>I. IDENTIFICACIÓN</b>	
<b>Nombre del puesto:</b>	Administrador
<b>Unidad:</b>	Administración
<b>Supervisa:</b>	Jefe Operativo
<b>Reporta:</b>	No aplica
<b>Coordina con:</b>	Jefe Operativo
<b>II. PROPÓSITO PRINCIPAL</b>	
Representar y dirigir la empresa en el cumplimiento de las funciones comerciales y legales.	
No	<b>III. ATRIBUCIONES Y RESPONSABILIDADES</b>
1.	Establecer contactos comerciales internacionales
2.	Contribuir con mayor eficiencia en la gestión comercial.
3.	Planear, dirigir y controlar la ejecución de los objetivos y estrategias planteadas.
4.	Dirigir o aprobar estudios de investigación para optimizar la operatividad de los servicios
5.	Realizar reuniones trimestrales con todos los trabajadores para recibir sugerencias
6.	Negociar con compradores internacionales
7.	Elaborar informes, cuadros estadísticos y documentos de soporte, que permitan la toma de decisiones para el mejoramiento comercial.
8.	Establecer acuerdos de negociación con los clientes
<b>IV. PERFIL Y REQUERIMIENTOS MÍNIMOS</b>	
<p><b>Educación:</b> Ingeniero en Comercio Exterior, Administración, Economista o Afines.  <b>Conocimientos:</b> Comercio exterior, informática, estadística, ingles básico, relaciones humanas.  <b>Experiencia:</b> 2 años</p>	
<b>V. HABILIDADES Y COMPETENCIAS</b>	
Trabajar en equipo, flexible, valores éticos, positivo, visionario	

Elaborado por: Luis Arteaga

**Cuadro 22. Manual de funciones del Jefe Operativo**

<b>I. IDENTIFICACIÓN</b>	
<b>Nombre del puesto:</b>	Jefe Operativo
<b>Unidad:</b>	Supervisión
<b>Supervisa:</b>	Operarios Almacenaje, de Control de Envase y Etiquetado y Despacho
<b>Reporta:</b>	Administrador
<b>Coordina con:</b>	Todas las Áreas
<b>II. PROPÓSITO PRINCIPAL</b>	
Controlar y coordinar con todas las áreas operativas de la comercializadora.	
<b>III. ATRIBUCIONES Y RESPONSABILIDADES</b>	
No	
1.	Elaborar informes de las áreas operativas.
2.	Organizar y controlar que las operaciones se realicen correctamente
3.	Llevar registro de los proveedores del producto
4.	Requerir los servicios de un Agente Afianzado.
<b>IV. PERFIL Y REQUERIMIENTOS MÍNIMOS</b>	
<p><b>Educación:</b> Aprobación de Dos (2) años de Educación superior en áreas relacionadas con el cargo</p> <p><b>Conocimientos:</b> Servicio al cliente, Sistemas operativos, bases de datos, Técnicas de Archivo.</p> <p><b>Experiencia:</b> 2 años</p>	
<b>V. HABILIDADES Y COMPETENCIAS</b>	
Responsable, creativo, dinámico, puntual, honesto, tolerante. Persona con facilidad de palabra y buenas relaciones personales.	

Elaborado por: Luis Arteaga



**Cuadro 23. Manual de funciones del Operario de Almacenaje**

<b>I. IDENTIFICACIÓN</b>	
<b>Nombre del puesto:</b>	Operario de Almacenaje
<b>Unidad:</b>	Operativa
<b>Supervisa:</b>	No aplica
<b>Reporta:</b>	Jefe Operativo
<b>Coordina con:</b>	Todas las Áreas
<b>II. PROPÓSITO PRINCIPAL</b>	
Recibir las solicitudes de los pedidos de café de los proveedores para su almacenamiento.	
<b>III. ATRIBUCIONES Y RESPONSABILIDADES</b>	
No	
1.	Coordinar la operación permanente y mantenimiento de la planta de almacenaje
2.	Cuantificar el número de sacos de café que ingresan
3.	Llevar un registro sistematizado de las solicitudes de pedido de café.
4.	Tener en buen estado los pallets para pilar los sacos de café
5.	Informar fallos en la recepción de la mercadería.
6.	Recibe, revisa y organiza las materias primas
<b>IV. PERFIL Y REQUERIMIENTOS MÍNIMOS</b>	
<p><b>Educación:</b> Título de Bachiller en cualquier modalidad.</p> <p><b>Conocimientos:</b> Manejo de paquetes informáticos</p> <p><b>Experiencia:</b> 6 meses</p>	
<b>V. HABILIDADES Y COMPETENCIAS</b>	
Organizado, cálculos numéricos, estratégico, honesto, responsable, respetuoso, tolerante, innovador, discreción. Resistencia a largas jornadas de pie y caminata continúa.	

Elaborado por: Luis Arteaga

**Cuadro 24. Manual de funciones del Operario de Envase y Etiquetado**

<b>I. IDENTIFICACIÓN</b>	
<b>Nombre del puesto:</b>	Operario de Control de Envase y Etiquetado
<b>Unidad:</b>	Operativa
<b>Supervisa:</b>	No aplica
<b>Reporta:</b>	Jefe Operativo
<b>Coordina con:</b>	Todas las Áreas
<b>II. PROPÓSITO PRINCIPAL</b>	
Mantener un adecuado control y mantenimiento de los envases y las etiquetas para el producto.	
No	<b>III. ATRIBUCIONES Y RESPONSABILIDADES</b>
1.	Operar adecuadamente las instalaciones y equipos a su cargo.
2.	Adquirir los sacos de yute para el envase del producto.
3.	Colocar las etiquetas de exportación en cada uno de los sacos de café.
4.	Codificar las etiquetas de exportación.
5.	Elaborar informes de las actividades que desempeña.
6.	Verificar el peso de los sacos de café (60 Kg).
<b>IV. PERFIL Y REQUERIMIENTOS MÍNIMOS</b>	
<p><b>Educación:</b> Título de Bachiller en cualquier modalidad</p> <p><b>Conocimientos:</b> Manejo de paquetes informáticos</p> <p><b>Experiencia:</b> 6 meses</p>	
<b>V. HABILIDADES Y COMPETENCIAS</b>	
Mantener lo que se necesita utilizar rápido y limpio. Resistencia a largas jornadas de pie y caminata continúa.	

Elaborado por: Luis Arteaga

**Cuadro 25. Manual de funciones del Operario de Despacho**

<b>I. IDENTIFICACIÓN</b>	
<b>Nombre del puesto:</b>	Operario de Despacho
<b>Unidad:</b>	Operativa
<b>Supervisa:</b>	No aplica
<b>Reporta:</b>	Jefe Operativo
<b>Coordina con:</b>	Todas las Áreas
<b>II. PROPÓSITO PRINCIPAL</b>	
Organizar, clasificar y codificar de acuerdo con los procedimientos previamente establecidos la documentación y archivo de las operaciones.	
No	<b>III. ATRIBUCIONES Y RESPONSABILIDADES</b>
1.	Llevar un registro de la salida de cada pedido (cantidad, peso)
2.	Mantener actualizado el área de proceso con la nueva información
3.	Planear soluciones a problemas repentinas en área de proceso
4.	Elaborar guías de despacho
5.	Hacer seguimiento del despacho hasta su llegada al destino
<b>IV. PERFIL Y REQUERIMIENTOS MÍNIMOS</b>	
<p><b>Educación:</b> Título de Bachiller en cualquier modalidad</p> <p><b>Conocimientos:</b> Manejo de paquetes informáticos</p> <p><b>Experiencia:</b> 6 meses</p>	
<b>V. HABILIDADES Y COMPETENCIAS</b>	
Agilidad, destreza, control, puntualidad, agilidad mental. Resistencia a largas jornadas de pie y caminata continúa	

Elaborado por: Luis Arteaga

## 5.4.2. DISTRIBUCIÓN FÍSICA INTERNACIONAL

Los componentes del costo de la DFI se clasifican en directos e indirectos y tienen una ponderación distinta en la cadena de distribución. Dependiendo del valor agregado del producto, pueden representar un porcentaje importante en su costo total en bodegas del cliente.

Según sitio web del Centro de Comercio Internacional, *Guía del café*, (2007);

Un aspecto muy importante en el transporte de café es pedir un contenedor que debe ser adecuado para el transporte de granos de café, es decir de alimentos, y que se reserva el derecho de rechazar el contenedor que no lo fuera y que además se exigirá una indemnización por las pérdidas habidas debido al uso de contenedores no adecuados.

Los sacos de café en grano son estibados en contenedores secos (Dry Container) y forrados con papel kraft de suficiente resistencia para que ningún saco entre en contacto con el metal del contenedor.

**Gráfico 17. Estibado de café en contenedor**



**Gráfico 18. Forrado del contenedor**



**Tabla 24. Cubicaje Contenedor DRYVAN 40''**

<b>CALCULO DE CUBICAJE</b>	<b>ENVASE (sacos)</b>	<b>UNIDAD DE CARGA contenedor</b>	<b>Estimación del espacio</b>
<b>Nº de unidades</b>	60	312	
<b>Largo mts</b>	0,9	12,03	13
<b>Alto mts</b>	0,35	2,35	6
<b>Ancho mts</b>	0,5	2,39	4
<b>volumen total del embarque m3</b>	0,1575	67,71	430
<b>Peso por unidad kg</b>	60	18720	312
<b>Peso total del embarque ton</b>	0,060	18,720	312

Elaborado por: Luis Arteaga

Luego del análisis del cubicaje, un contenedor seco de 40 pies contendrá 312 sacos de café de 60kg.

**Tabla 25. Cubicaje Contenedor DRYVAN 20''**

<b>CALCULO DE CUBICAJE</b>	<b>EMVASE sacos</b>	<b>UNIDAD DE CARGA contenedor</b>	<b>Estimación del espacio</b>
<b>Nº de unidades</b>	60	120	
<b>Largo mts</b>	0,9	5,09	5
<b>Alto mts</b>	0,35	2,35	6
<b>Ancho mts</b>	0,5	2,39	4
<b>volumen total del embarque m3</b>	0,1575	28,65	182
<b>Peso por unidad kg</b>	60	7200	120
<b>Peso total del embarque ton</b>	0,060	7,200	120

Elaborado por: Luis Arteaga

El cubicaje de un contenedor de 20 pies llega a embarcar 120 sacos de café de 60kg.

Para realizar el análisis de tiempos y costos se debe tener información detallada del embarque del producto, por lo tanto para conocer los envíos se debe tener en cuenta la estimación de ventas del proyecto ya que por su importancia dentro del modelo operativo de un negocio, es importante conocer el comportamiento o variación de las ventas para poder hacer un estimación de las mismas y poder evaluar la situación económica de un negocio.

**Tabla 26. Estimación de Ventas**

DATOS	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Numero de envíos al año	4	4	4	4	4	4
Tamaño del embarque (Tm)	18,75	26,50	31,75	37,00	42,00	47,25
Nº de envases (sacos 60Kg)	312	441	529	616	700	787
Nº contenedores de 40"	1	1	2	2	2	2
Nº contenedores de 20"	0	1	0	0	1	1
Estimación de ventas según envases por envío	312	432	529	616	700	744
Estimación de ventas según envases al año	1248	1728	2116	2464	2800	2976

Elaborado por: Luis Arteaga

#### 5.4.2.1. Información Básica Del Producto y El Embarque

Coffea Arábica (café arábigo).- Son considerados como los granos de más alta calidad, y por eso son generalmente más caros. Su contenido en cafeína es relativamente bajo (0.9% y un 1.5%). Crece en alturas entre 900 y 2.000 metros, su cultivo es más delicado y requiere mayores cuidados, sus frutos son redondos, suaves, levemente agrios, de corteza lisa, e intenso perfume. Representa aproximadamente el 70% de la producción mundial Coffea.

Los productores las asociaciones El Placer y El Paraíso de Maldonado y Chical respectivamente venden su producto un precio dentro del rango de 90 a 110 dólares el saco de café. Según la encuesta realizada a los productores en la pregunta “¿A qué precio vende un saco de café?” manifiesta lo siguiente:

**Tabla 27. Precio de café de los productores del Carchi**

USD	Frecuencia	Porcentaje
90	18	18.6
95	28	28.9
100	41	42.3
110	10	10.3
Total	97	100.0

Fuente: Investigación de campo, Encuesta ,2012

Elaborado por: Luis Arteaga

Tomando en cuenta que el 42% de los productores venden su producto a 100 dólares el saco de café, se suma un 15% más al precio de venta de los productores, con el fin de mantener una relación comercial estable entre las dos parte. Por lo tanto el precio de compra de un saco de café en el centro de acopio es de USD 115.

**Tabla 28. Información Básica del Producto**

<b>INFORMACIÓN DEL PRODUCTO</b>	
Nombre técnico o comercial del producto	Café sin tostar, sin descafeinar
posición arancelaria en el país exportador	0901.11.00.00
posición arancelaria en el país importador	0901.11.00.00
unidad comercial de venta	Sacos de 60 Kg
Moneda de transacción.	Usd
Valor ex-work de la unidad comercial.	146,57

Elaborado por: Luis Arteaga

Es necesario tener la información básica del embarque para su futura coordinación ya que me permitirá conocer la identificación del producto, características de la carga, las condiciones de venta y los lugares de paso, en base a estos indicadores se presenta la siguiente matriz.

**Tabla 29. Información Básica del Embarque**

<b>EMBARQUE</b>	
País de origen	Ecuador
Ciudad de punto de embarque	Tulcán
País de destino	Alemania
Ciudad de punto de destino	Hamburgo
Nº de unidades comerciales por embarque	312
Valor inicial del embarque (EXW)	45729
tipo de unidad de carga	CONTENEDOR
Nº total de embalajes	312
Nº total de unidades de carga	1

Elaborado por: Luis Arteaga

#### 5.4.2.2. Matriz del País Exportador

Las operaciones que se realizan en país exportador tienen gran representación en la DFI, estas operaciones incurren en costos los cuales me permite conocer el precio de venta del producto de los siguientes

INCOTERMS: ExWork, FCA y FOB, valores correspondientes a cada envío que se realice en al año.

### **Envase**

El café en grano debe ser transportado en sacos de yute de 60 Kg, el cual esté libre de hidrocarburos u otras sustancias contaminantes, estas medidas con el fin de garantizar la conservación adecuada del producto y sus características orgánicas, y debe por lo general pesar un mínimo de 750 gramos para cumplir las normas de la Bolsa de New York.

Peso de cada saco de café: 60 Kg.

Medias del saco: Largo: 90 cm, Ancho: 50 cm, Altura: 35 cm

**Gráfico 19. Envase**



Fuente: KaséCafé

Por lo general los sacos de yute son el único envase que cubren al grano de café, por lo tanto para su transporte no se necesita ninguna clase de embalaje.

**Tabla 30. Envase**

<b>Descripción</b>	<b>Costo unitario USD</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo total USD</b>
<b>Sacos de yute</b>	1,00	312	312

Elaborado por: Luis Arteaga



## Etiquetado

Dentro de la distribución internacional es un requisito fundamental el etiquetado del producto para su comercialización, porque brinda información necesaria para seguridad del consumidor.

En el caso del café que es envasado en sacos de yute, es necesario recalcar que dichos sacos se adquieren con información impresa:

- País de Origen
- Nombre del producto
- Peso

No obstante, es necesario incluir adicionalmente en una etiqueta otros datos tales como:

- Número de Registro Sanitario
- Marca comercial
- Número del Lote según lo establecido por la OIC
- Contenido neto en Kilogramos
- Duración del producto
- La leyenda “Hecho en Ecuador”
- Modo apropiado de uso y precauciones a considerar

Los rótulos impresos en el saco, así como la etiqueta deben estar completamente legibles y en un idioma adecuado, al ser el país de destino Alemania se detallará la información señalada en idioma inglés por ser un idioma utilizado tanto por el Importador como por el Exportador.

**Tabla 31. Etiquetas de Exportación**

Descripción	Costo unitario USD	Cantidad	Costo total USD
<b>Etiquetado</b>	0,05	312	15,6

Elaborado por: Luis Arteaga

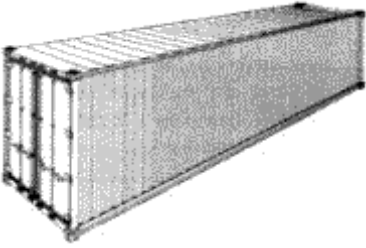
## Unitarización

La unitarización consiste en el agrupamiento de la mercadería en una unidad de carga con el fin facilitar su manipulación en el transporte internacional. Para el caso de café en grano se utilizará como unidad de carga el contenedor de 40 pies.

Los sacos de café en grano serán transportados en un contenedor de 40 pies con las siguientes dimensiones:

**Cuadro 26. Dimensiones del contenedor**

40 Pies Standard 40' x 8' x 8'6"			Descripción
Tara	3750 kg / 8265 lb		Disponible para cualquier carga seca normal. Ejemplos: bolsas, pallets, cajas, tambores, etc.
Carga Max.	28750 kg / 63385 lb		
Max. P. B.	32500 kg / 71650 lb		
Medidas:	Internas	Apertura puerta	
Largo:	12032 mm / 39'6"	-	
Ancho:	2352 mm / 7'9"	2340 mm / 7'8"	
Altura:	2393 mm / 7'10"	2280 mm / 7'6"	
Capacidad Cub.	67,7 m <sup>3</sup> / 2390 ft <sup>3</sup>		



Fuente: Servicios AffariGroup

## Volumen de cada saco de 60Kg

El volumen de cada saco de café en grano de 60Kg se calcula basándose en las medidas del saco:

$$90 \times 50 \times 35 = 0,1575 \text{ m}^3$$

Por lo tanto cada contenedor de 40 pies contendrá 312 sacos de café de 60Kg con un volumen total de 67.7 m<sup>3</sup>, volumen máximo para un contenedor de 40 pies.

El costo del manipuleo en el local del exportador corresponde al cargue del producto a la unidad de carga correspondiente para su posterior transporte, lo cual dependerá de la cantidad a ser cargada y forro de papel kraft que se utilice en el contenedor.

**Tabla 32. Manipuleo en el local del Exportador**

Descripción	Costo por vehículo	Cantidad
<b>Contenedor DRYVAN 40"</b>	100,00	1

Elaborado por: Luis Arteaga

La obtención de la documentación es necesaria para avalar la legalidad del proceso de exportación y por lo tanto también incurre en costos, entre estos esta los valores detallados a continuación.

**Tabla 33. Documentación**

DESCRIPCIÓN	Costo unitario USD	Cantidad	Costo total de operación USD
Factura Comercial	0,1	5	0,5
Lista de empaque	0,02	5	0,1
Certificado de Origen	12,5	1	12,5
Certificados Fitosanitario	20	1	20
INEN	82	1	82
Registro de exportador	80	1	80
Otros	50	1	50
<b>TOTALES</b>			245,1

Elaborado por: Luis Arteaga

El transporte interno se lo realizará desde la ciudad de Tulcán hasta el puerto de Guayaquil en un contenedor de 40 pies.

**Tabla 34. Transporte Interno**

DESCRIPCIÓN	Costo unitario por vehículo	Cantidad de vehículos	Costo total
Flete interno contenedor de 40"	850	1	850

Elaborado por: Luis Arteaga

El costo del manipuleo del embarque en el puerto de Guayaquil será cotizado con la empresa de transporte.

**Tabla 35. Manipuleo de Embarque**

Descripción	Costo por Embarque	Cantidad	Costo Total
Manipuleo del Embarque	140	1	140
Otros	30	1	30
<b>TOTAL</b>			<b>170</b>

Elaborado por: Luis Arteaga

Los servicios aduaneros a utilizar serán los de Valero & Valero Servicios Logísticos debido a que esta empresa cuenta con servicio integrado de logística de transporte marítimo, aéreo y terrestre, cuya sede está en Guayaquil con sucursales en las ciudades de Quito, Tulcán, Esmeraldas y Huaquillas.

**Tabla 36. Agentes**

Descripción	Honorarios Profesionales	Costo Total
Agente de carga	100	100
Agente de aduana	120	120
OTROS	30	30
<b>TOTAL</b>		<b>250</b>

Elaborado por: Luis Arteaga

El medio de pago de comercialización internacional de café en grano es a través de una carta de crédito realizada con el Banco del Pichincha, con tasa del 2% del valor FCA.

**Tabla 37. Bancarios**

Descripción	Valor FCA	Tasa del banco	Costo Final USD
<b>Costo Carta De Crédito</b>	46229,84	2,00%	924,60

Elaborado por: Luis Arteaga

Luego de del análisis de costos en el lugar del país exportador se presenta la siguiente matriz en la cual se presentan los costos analizados anteriormente con sus respectivos tiempos en cada una de las operaciones realizadas.

**Tabla 38. Costos país de Exportación**

<b>ANÁLISIS DE COSTOS EN PAÍS DE EXPORTACIÓN</b>		
<b>COSTOS DIRECTOS</b>	<b>COSTO</b>	<b>TIEMPO DÍAS</b>
Envase	312,0	0,6
Etiquetado	15,6	0,3
Unitarización	400,0	0,3
Manipuleo en el local del exportador	100,0	0,3
Documentación	245,1	0,0
Transporte interno	850,0	1,0
Manipuleo Embarque	170,0	0,2
Agentes	250,0	1,1
<b>COSTOS INDIRECTOS</b>		
Bancarios	924,6	0,3
capital e inventario país de origen	46,6	3,9
<b>TOTAL COSTO - TIEMPO DE LA DFI PAÍS EXPORTADOR</b>	<b>3313,9</b>	<b>3,9</b>
VALOR ExWORK	45729,84	0,9
VALOR FCA	46229,84	1,8
VALOR FOB	48716,13	3,9

Elaborado por: Luis Arteaga

#### 5.4.2.3. Matriz de Transito Internacional

El transporte internacional de carga es el núcleo alrededor del cual se ha desarrollado la DFI, este constituye la actividad fundamental del comercio exterior, ya que sin el transporte no se lograría concretar el objeto de la venta internacional.

El contrato de transporte marítimo establece el costo del flete y lo que este incluye, la duración del tránsito internacional es aproximadamente 30 días desde el puerto de Guayaquil hasta el puerto de destino Hamburgo.

**Tabla 39. Flete Internacional**

<b>Descripción</b>	<b>Costo unitario por embarque</b>	<b>Cantidad de vehículos</b>	<b>Costo Total</b>
flete internacional contenedor de 40 pies	4000	1	4000

Elaborado por: Luis Arteaga

Dentro de la operación de tránsito internacional es obligatoria y necesaria la contratación de una póliza de seguro de las mercancías, esta debe atender las características del viaje y el producto con el fin de cubrir los costos en caso de algún tipo de riesgo. El valor del seguro es calculado teniendo como base el INCOTERM CFR.

**Tabla 40. Seguro Internacional**

Descripción	Valor asegurado (CFR)	Prima	costo de operación
Cobertura contra de todo riesgo	52716,13	2%	1054,32

Elaborado por: Luis Arteaga

Las operaciones de desembarque en el lugar de importador consisten en la descarga del producto del medio del modo de transporte internacional en el cual también se incluyen mano de obra y la utilización del equipo de carga.

**Tabla 41. Manipuleo de desembarque**

Descripción	Costo por Embarque	Cantidad	Costo total de operación USD
Desembarque	90	1	90
OTROS	20	1	20
<b>TOTALES</b>			<b>110</b>

Elaborado por: Luis Arteaga

En análisis de los costos de que incurren en el tránsito internacional permiten determinar los INCOTERMS: CFR, CIF y DAT.

**Tabla 42. Costos Tránsito Internacional**

<b>ANÁLISIS DE COSTOS EN EL TRÁNSITO INTERNACIONAL</b>		
<b>COSTOS DIRECTOS</b>	<b>COSTO</b>	<b>TIEMPO EN DÍAS</b>
Flete Internacional	4000,00	30,0
Valor CFR	52716,13	33,9
Seguro Internacional	1054,32	0,3
Valor CIF	53770,46	34,2
Manipuleo de Desembarque	110,00	0,3
<b>COSTOS INDIRECTOS</b>		
Capital e Inventario	400,89	30,5
<b>COSTO DE LA DFI EN EL TRÁNSITO INTERNACIONAL</b>	<b>5465,21</b>	<b>30,5</b>
Valor DAT	54281,34	34,4

Elaborado por: Luis Arteaga

#### 5.4.2.4. Matriz del País Importador

Los costos en el país importador son similares a los que se realizan en el país exportador, pero al momento de determinar el término de negociación son indispensables para su cálculo.

Aunque las tendencias en los negocios internacionales se orientan a evitar, en lo posible, el almacenamiento durante las fases anteriores al embarque y en las que preceden a la entrega de la carga en el destino final, es probable que se presenten situaciones que obliguen a almacenar el producto tales como: demoras en el cargue del buque o en la recolección del contenedor en el puerto destino, o trámites adicionales en el puerto. Estas situaciones incidirán en la tarifa por contenedor por mayores costos de generador y combustible durante el tiempo de conexión a las unidades eléctricas.

**Tabla 43. Almacenaje**

Descripción	Tiempo de almacenaje en Días	Costo Total USD
Almacenamiento temporal	1	200

Elaborado por. Luis Arteaga

La documentación es un componente del costo que incluye los gastos correspondientes a la documentación requerida para la importación del producto (país de destino) e incluye: formularios para declaraciones de exportación, de importación y de cambios; permisos o licencias y certificados fitosanitarios, de origen y calidad.

**Tabla 44. Documentación País de Destino**

DESCRIPCIÓN	Costo unitario USD
Documento De Recepción De Carga	120
Certificado Fitosanitario En Destino	40
OTROS	20
<b>TOTAL</b>	<b>180</b>

Elaborado por. Luis Arteaga

Entre los agentes que intervienen en una operación de distribución física se encuentran los agentes marítimos, agentes portuarios, agentes de aduana,

comisionistas de transporte, agentes de seguros y operadores logísticos. De acuerdo con las características de su actividad, cada agente cobra una comisión. Para efectos del cálculo del costo de los agentes en este estudio sólo se tiene en cuenta los honorarios.

**Tabla 45. Agentes País de Destino**

Descripción	Honorarios Profesionales
Agente de carga	120
Agente de aduana	150
OTROS	30
<b>TOTAL</b>	<b>300</b>

Elaborado por. Luis Arteaga

Una vez que se realiza el desembarque en el puerto de destino la carga debe ser transportada a las bodegas del cliente, esta operación incurre en un costo llamando flete interno en el país de destino.

**Tabla 46. Flete interno en el país de destino**

DESCRIPCIÓN	Costo unitario por vehículo	Cantidad de vehículos	Costo Total
flete interno Contenedor de 40"	300	1	300

Elaborado por. Luis Arteaga

Los costos aduaneros se refieren al cobro de derechos de aduana. Las barreras arancelarias se aplican a los productos de importación pero debido que el producto a exportar se acoge al SGP+ se libera de pagar el derecho de Ad-valorem. Sin embargo, se debe pagar el IVA, este calculado del valor CIF.

**Tabla 47. Aduaneros**

Descripción	% de impuesto	Base imponible	Costo total USD
IVA	7%	53770,46	3763,93

Elaborado por. Luis Arteaga

Los costos que incurren en las operaciones logísticas en lugar destino me permiten determinar los INCOTERMS DAP y DDP, los cuales representan el máximo de costos en el que se puede realizar una negociación.



**Tabla 48. Costos en el País Importador**

<b>ANÁLISIS DE COSTOS EN EL PAÍS IMPORTADOR</b>		
<b>COSTOS DIRECTOS IMPORTACIÓN</b>	<b>COSTO</b>	<b>DÍAS</b>
Almacenamiento temporal	200,00	1,0
Manipuleo desembarque	110,00	0,3
Documentación	180,00	0,4
Agentes	300,00	1,1
Transporte interno	300,00	0,4
VALOR DAP	55261,34	37,6
Aduaneros	3763,93	incluido en agentes
<b>COSTOS INDIRECTOS IMPORTACIÓN</b>		
CAPITAL E INVENTARIO	43,06	3,2
<b>COSTO DFI PAÍS IMPORTADOR</b>	<b>4896,99</b>	<b>3,2</b>
VALOR DDP	59068,33	37,6

Elaborado por. Luis Arteaga

El tiempo representa un parámetro crucial en la DFI y está estrechamente asociado con el costo. Cada operación de DFI requiere un periodo de tiempo para su ejecución. El tiempo total invertido para llevar a cabo la DFI es de 37,6 días, este debe coordinarse con las estipulaciones del contrato de venta internacional en lo que concierne a los términos de entrega (fecha acordada) y pago cuando se usa Carta de Crédito.

Luego de un análisis de costos y tiempos de DFI se determina el precio de venta en el país de destino de una unidad comercial, para el caso los sacos de café verde de 60Kg, a este valor se aumentan el margen de utilidad establecido por el exportador luego de un análisis del precio interno, de la competencia y el de la Bolsa de New York para el café arábigo, donde se determina que la utilidad adecuada para la venta del café en grano es de 15%.

**Tabla 49. Precios de café en el mercado internacional**

<b>Descripción</b>	<b>Precio USD (lb) Café verde FOB</b>
Mercado New York	1,3509
Fairtrade (Comercio Justo)	1,40
Proyecto	1,18

Al ser el precio de mercado más alto que el del proyecto se determina un margen de utilidad de 15% llegando a USD 1,36 por libra de café verde (valor FOB).

**Tabla 50. Precio de Venta**

Descripción	Valor
Precio (c/u) en país de destino	189,3
Margen De Ventas	28,4
Precio De Venta	217,72

Elaborado por. Luis Arteaga

Una vez que se ha realizado el análisis de la DFI por envío se procede proyectar los costos del valor del embarque de cada uno de los INCOTERM para los siguientes 5 años tomando en cuenta la tasa promedio de inflación anual de 4,44% para la proyección de los costos que incurren en la Matriz del país Exportador y en la Matriz de Transito Internacional, mientras que para la Matriz del país Exportador se utiliza la inflación anual del país de destino que es del 2%.

INCOTERM	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Valor del embarque	45.730	63.778	76.605	88.334	99.827	106.598
<b>EXW</b>	<b>45.730</b>	<b>63.778</b>	<b>76.605</b>	<b>88.334</b>	<b>99.827</b>	<b>106.598</b>
Manipulación local X	100	397	414	433	678	708
Unitarización	400	835	873	911	1.428	1.491
<b>FCA/FAS</b>	<b>46.230</b>	<b>65.010</b>	<b>77.892</b>	<b>89.678</b>	<b>101.933</b>	<b>108.798</b>
Transporte interno	850,0	1.619	1.854	1.936	2.855	2.982
Manipuleo Embarque	170,0	324	338	353	535	559
Agentes	250,0	261	285	324	386	479
Documentación	245,1	256	279	318	378	470
Capital e inventario país de origen	46,6	66	79	90	104	111
Bancarios	924,6	1.300	1.558	1.794	2.039	2.176
<b>FOB</b>	<b>48.716</b>	<b>68.836</b>	<b>82.285</b>	<b>94.494</b>	<b>108.230</b>	<b>115.575</b>
Flete Internacional	4.000	7.311	8.726	9.113	13.086	13.667
<b>CFR</b>	<b>52.716</b>	<b>76.147</b>	<b>91.011</b>	<b>103.607</b>	<b>121.316</b>	<b>129.242</b>
Seguro Internacional	1.054	1.523	1.820	2.072	2.426	2.585
<b>CIF</b>	<b>53.770</b>	<b>77.670</b>	<b>92.831</b>	<b>105.679</b>	<b>123.743</b>	<b>131.826</b>
Capital e inventario tránsito internacional	401	579	692	788	923	983
Manipuleo desembarque	110	115	196	205	238	248

<b>DAT</b>	<b>54.281</b>	<b>78.364</b>	<b>93.719</b>	<b>106.672</b>	<b>124.903</b>	<b>133.058</b>
Almacenamiento temporal	200	204	208	212	216	221
Documentación	180	184	187	191	195	199
Agentes	300	313	342	389	463	575
Transporte interno	300	595	654	683	1.071	1.118
<b>DAP</b>	<b>55.261</b>	<b>79.660</b>	<b>95.111</b>	<b>108.148</b>	<b>126.848</b>	<b>135.171</b>
Aduaneros	3.764	5.437	6.498	7.398	8.662	9.228
Capital e inventario país de destino	43	62	74	84	99	105
<b>DDP</b>	<b>59.068</b>	<b>85.159</b>	<b>101.683</b>	<b>115.630</b>	<b>135.609</b>	<b>144.504</b>

Elaborado por: Luis Arteaga

### 5.4.3. ESTUDIO ECONÓMICO Y EVALUACIÓN FINANCIERA

#### 5.4.3.1. Inversión Inicial

En este apartado se va a proceder al cálculo de la inversión inicial para el arranque de la iniciativa comercial. De esta forma se podrán conocer las necesidades de financiación externa para completar los recursos propios.

**Tabla 51. Activos Fijos**

Concepto	Valor
Maquinaria y Equipo	360
Muebles y Enseres	919
Equipo de Computo	820
<b>Total Activos Fijos</b>	<b>2.099</b>

Elaborado por: Luis Arteaga

**Tabla 52. Capital de Operación**

Concepto	Valor
Costos de Producción	165.212
Gastos Administrativos	17.702
Gastos de Exportación	54.622
<b>Total Costo Anual</b>	<b>237.536</b>
<b>Total Costo Diario</b>	<b>660</b>
Ciclo de caja	120
<b>Capital de Operación</b>	<b>79.179</b>

Elaborado por: Luis Arteaga

**Tabla 53. Gastos de Constitución**

Concepto	Valor
Investigación	600
Abogado	700
Permisos	150
Licencias	730
Certificación Comercio Justo (FAIRTRADE)	4.630
<b>Total Gastos de Constitución</b>	<b>6.810</b>

Elaborado por: Luis Arteaga

**Tabla 54. Inversión Inicial**

Concepto	Valor
Inversión Fija	2.099
Capital de Operación	79.178
Gastos de Constitución	6.810
<b>Total Inversión Inicial</b>	<b>88.087</b>

Elaborado por: Luis Arteaga

Con base a las operaciones de cálculo para la inversión inicial, la comercializadora de café en grano necesita un valor inicial de 88.087 dólares americanos, donde el 70% del valor total será financiado, mientras que el 30% restante será aportación de capital propio.

**Tabla 55. Estructura de Financiamiento**

Concepto	Participación	Valor
Capital Propio	30%	26.426
Capital Ajeno	70%	61.661
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>88.087</b>

Elaborado por: Luis Arteaga

El valor financiado es por un monto de USD 61.661, el cual será obtenido a través de un crédito realizado en el Banco del Pichincha con una tasa de interés anual de 10,94%, donde el plazo será de 3 años y el valor de las cuotas mensual es de USD 2016,96.

#### 5.4.3.2. Proyección De Costos Y Gastos

La proyección de los costos es referente a la materia prima, mano de obra, costos indirectos de fabricación necesarios para realizar las actividades de la comercializadora de café.

**Tabla 56. Costos de Producción Proyectados**

Concepto	2013	2014	2015	2016	2017
<b>Materia Prima</b>	<b>207.538</b>	<b>254.138</b>	<b>295.933</b>	<b>336.288</b>	<b>357.426</b>
<b>Mano de Obra</b>	<b>19.445</b>	<b>21.459</b>	<b>23.682</b>	<b>26.135</b>	<b>28.841</b>
<b>Costos Indirectos de Fabricación:</b>	<b>5.900</b>	<b>6.604</b>	<b>7.312</b>	<b>8.054</b>	<b>8.640</b>
Envases	1805	2308	2807	3331	3698
Etiquetas	90	115	140	167	185
Agua	125	131	137	143	149
Energía	251	262	273	286	298
Suministros	251	262	273	286	298
Arriendo Bodega (Centro de Acopio)	3342	3490	3645	3807	3976
Depreciaciones	36	36	36	36	36
<b>Total Costo de Producción</b>	<b>232.883</b>	<b>282.201</b>	<b>326.927</b>	<b>370.477</b>	<b>394.907</b>

Elaborado por: Luis Arteaga

En cuanto a los gastos administrativos es indispensable calcular su proyección con el fin de obtener el valor real del producto.

**Tabla 57. Gastos Administrativos Proyectados**

Concepto	2013	2014	2015	2016	2017
Sueldos	18.247	20.137	22.222	24.524	27.064
Servicios Básicos	125	131	137	143	149
Suministros de Oficina	125	131	137	143	149
Suministros de Limpieza	125	131	137	143	149
Arriendo Oficina	1880	1963	2050	2141	2236
Depreciaciones	365	365	365	377	377
Amortizaciones	1362	1362	1362	1362	1362
<b>Total Gastos Administrativos</b>	<b>22.230</b>	<b>24220</b>	<b>26410</b>	<b>28833</b>	<b>31487</b>

Elaborado por: Luis Arteaga

Otros gastos a tomar en cuenta dentro de la comercialización internacional de café son los de exportación, un rubro importante para el establecimiento del precio de negociación, tomando en cuenta que se realizará 4 envíos al año.

**Tabla 58. Gastos de Exportación Proyectados**

<b>Concepto</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>
Unitarización	3.342	3.490	3.645	5.710	5.964
Manipuleo en el local de exportador	1.587	1.658	1.731	2.712	2.833
Documentación	1.024	1.117	1.272	1.513	1.880
Transporte interno	6.475	7.417	7.746	11.421	11.927
Manipuleo de embarque	1.295	1.352	1.412	2.141	2.236
Agentes	1.044	1.139	1.298	1.544	1.918
Costos bancarios	5.201	6.231	7.174	8.155	8.704
Capital e inventario - país de origen	263	315	362	414	442
Flete internacional	29.242	34.903	36.452	52.345	54.668
Seguro internacional	6.092	7.281	8.289	9.705	10.339
Capital e inventario - tránsito internacional	2.316	2.768	3.152	3.690	3.931
Almacenamiento	816	832	849	866	883
Manipuleo de desembarque	460	785	820	952	994
Documentación	734	749	764	779	795
Agentes	1.253	1.367	1.557	1.852	2.302
Transporte interno	2.381	2.618	2.734	4.283	4.473
Aduaneros	21.748	25.993	29.590	34.648	36.911
Capital e inventario en el país de destino	248	296	337	395	421
<b>Total Gastos de Exportación (Ventas)</b>	<b>85.523</b>	<b>100.312</b>	<b>109.184</b>	<b>143.127</b>	<b>151.622</b>

Elaborado por: Luis Arteaga

#### 5.4.3.3. Estados Financieros

Los estados financieros de una organización permiten conocer el estado económico en el que se encuentra dicha organización.

El Balance General también llamado estado de situación, presenta un detalle de los activos, pasivos y patrimonio, de tal manera que refleja la situación financiera de la empresa en un momento determinado.

**Tabla 59. Balance General - Con Financiamiento**

<b>Activos Corrientes</b>		<b>Pasivos Corto Plazo</b>	
Bancos	79.179	Deudas <1 Año	0
<b>Total Activos Corrientes</b>	<b>79.179</b>	<b>Total Pasivos Corto Plazo</b>	<b>0</b>
<b>Activos Fijos</b>		<b>Pasivos Largo Plazo</b>	
Maquinaria y Equipo	360	Préstamos Bancarios	61.661
Muebles y Enseres	919	<b>Total Pasivos Largo Plazo</b>	<b>61.661</b>
Equipo de Computo	820		
<b>Total Activos Fijos</b>	<b>2.099</b>	<b>Total Pasivos</b>	<b>61.661</b>
<b>Activos Diferidos</b>		<b>Patrimonio</b>	
Gastos de Constitución	6.810	Capital Social	26.426
<b>Total Activos Diferidos</b>	<b>6.810</b>	<b>Total Patrimonio</b>	<b>26.426</b>
<b>Total Activos</b>	<b>88.087</b>	<b>Total Pasivo + Patrimonio</b>	<b>88.087</b>

Elaborado por: Luis Arteaga

El estado de resultados permite conocer la utilidad neta luego de análisis de ingresos y gastos durante el periodo contable. A continuación se presenta el Estado de Resultados proyectados a 5 años.

**Tabla 60. Estado de Resultados – Con Financiamiento**

Detalle	Año 2013	Año 2014	Año 2015	Año 2016	Año 2017
<b>Ventas</b>	<b>398.450</b>	<b>472.033</b>	<b>533.480</b>	<b>623.802</b>	<b>664.718</b>
Cantidad	1.728	2.116	2.464	2.800	2.976
Precio	230,58	223,08	216,51	222,79	223,36
<b>- Costo de Ventas</b>	<b>232.883</b>	<b>282.201</b>	<b>326.927</b>	<b>370.477</b>	<b>394.907</b>
<b>Utilidad Bruta en Ventas</b>	<b>165.567</b>	<b>189.832</b>	<b>206.553</b>	<b>253.325</b>	<b>269.811</b>
<b>- Gastos Operacionales</b>	<b>107.752</b>	<b>124.532</b>	<b>135.594</b>	<b>171.959</b>	<b>183.109</b>
Gastos Administrativos	22.230	24.220	26.410	28.833	31.487
Gastos de Exportación	85.523	100.312	109.184	143.127	151.622
<b>Utilidad Operacional</b>	<b>57.815</b>	<b>65.300</b>	<b>70.960</b>	<b>81.365</b>	<b>86.702</b>
<b>- Gastos Financieros</b>	<b>5.843</b>	<b>3.731</b>	<b>1.375</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Interés Bancario	5.843	3.731	1.375		
<b>U.A.T.I</b>	<b>51.972</b>	<b>61.570</b>	<b>69.584</b>	<b>81.365</b>	<b>86.702</b>
- 15% Part. Trabajadores	7.796	9.235	10.438	12.205	13.005
<b>Utilidad Antes de Impuestos</b>	<b>44.176</b>	<b>52.334</b>	<b>59.147</b>	<b>69.161</b>	<b>73.697</b>
- 23% Imp. a la Renta	10.160	12.037	13.604	15.907	16.950
<b>Utilidad Neta</b>	<b>34.016</b>	<b>40.297</b>	<b>45.543</b>	<b>53.254</b>	<b>56.747</b>

Elaborado por: Luis Arteaga

#### 5.4.3.4. Flujos De Efectivo, VAN y TIR

El flujo de efectivo es uno de los estados financieros más importantes, debido a que me permite conocer el cálculo tanto del VAN con del TIR, índices indispensables para determinar la factibilidad del proyecto. Este estado presenta información acerca de la habilidad de la empresa para generar efectivo y equivalentes con oportunidad.

**Tabla 61. Flujo de Efectivo - Con Financiamiento**

<b>Entradas de efectivo</b>	<b>Año 2012</b>	<b>Año 2013</b>	<b>Año 2014</b>	<b>Año 2015</b>	<b>Año 2016</b>	<b>Año 2017</b>
Utilidad Neta		34.016	40.297	45.543	53.254	56.747
+ Depreciaciones		401	401	401	413	413
+ Amortizaciones		1.362	1.362	1.362	1.362	1.362
Liquidación del Proyecto						925
Recu. Capital de Opera.						79.179
<b>Total Entradas</b>	<b>0</b>	<b>35.779</b>	<b>42.060</b>	<b>47.306</b>	<b>55.029</b>	<b>138.626</b>
<b>Salidas de Efectivo</b>	<b>Año 2012</b>	<b>Año 2013</b>	<b>Año 2014</b>	<b>Año 2015</b>	<b>Año 2016</b>	<b>Año 2017</b>
Inversión Inicial	88.087					
Amortización de la Deuda		18.360	20.473	22.828		
Reposición de Activos				856		
<b>Total Salidas</b>	<b>88.087</b>	<b>18.360</b>	<b>20.473</b>	<b>23.685</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>= Flujo de efectivo Neto</b>	<b>-88.087</b>	<b>17.418</b>	<b>21.588</b>	<b>23.622</b>	<b>55.029</b>	<b>138.626</b>

Elaborado por: Luis Arteaga

**Tabla 62. VAN Y TIR – con financiamiento**

<b>Año</b>	<b>FE</b>	<b>Factor de Actualización</b>	<b>FE Descontado</b>
<b>0</b>	- 88.087,43		
<b>1</b>	17.418,45	0,9066	15.792,17
<b>2</b>	21.587,77	0,8220	17.744,86
<b>3</b>	23.621,59	0,7452	17.603,79
<b>4</b>	55.029,02	0,6757	37.181,01
<b>5</b>	138.625,56	0,6126	84.919,05
		<b>∑FE</b>	<b>173.240,88</b>
		- Inv. Inicial	88.087,43
<b>CCP 10,30 %</b>		<b>VAN</b>	<b>85.153,45</b>
		TIR	32,20%
		Periodo de Recuperación	3,46 (Años)
		Costo/Beneficio	1,67



Este análisis se lo realiza tomando en cuenta una tasa de descuento de 10,30%, con el cual genera un VAN positivo, es decir que el proyecto es aceptable. Además otro factor favorable es el TIR debido a que es mayor a la tasa de descuento, por lo tanto genera mayor rentabilidad, mientras que la relación costo beneficio da como resultado mayor a 1. Mientras que el periodo de recuperación de la inversión se lo realizara en 3 ½ años.

#### 5.4.3.5. Punto De Equilibrio

El análisis del punto de equilibrio es necesario ya que permite conocer las unidades mínimas a producir dentro de un periodo de tiempo determinado, esto con el objetivo de no generar pérdidas en las ventas del producto.

**Tabla 63. Punto de Equilibrio – Con Financiamiento**

Costo de Producción	Año 2013	
	Fijos	VARIABLES
Materia Prima		207.538
Mano de Obra Directa		19.445
<b>Costos Indirectos Fabricación:</b>		
Envases		1.805
Etiquetas		90
Agua	125	
Energía	251	
Suministros	251	
Arriendo Bodega (Centro de acopio)	3.342	
Depreciaciones	36	
<b>Total Costo de Producción</b>	<b>4.005</b>	<b>228.878</b>
<b>Gastos Operacionales</b>	<b>22.230</b>	<b>85.523</b>
Gastos Administrativos	22.230	
Gastos de Exportación		85.523
<b>Gastos Financieros</b>	<b>5.843</b>	
Interés Bancario	5.843	
<b>Costos y Gastos Totales</b>	<b>32.078</b>	<b>314.401</b>
<b>Unidades</b>		<b>1.728</b>
<b>Costos y Gastos Unitarios</b>	<b>18,56</b>	<b>181,94</b>
<b>Total Costos y Gastos Unitarios</b>		<b>200,51</b>
<b>% Utilidad</b>		<b>15%</b>
<b>Precio de venta Unitario</b>		<b>230,20</b>
<b>P. Eq. Unid. = Costos Fijos / (P - CV)</b>		<b>659</b>

Elaborado Por: Luis Arteaga

En cuanto al análisis de punto de equilibrio, se puede observar que las unidades mínimas a producir para el año 2013 son la cantidad de 659 sacos de 60Kg y las cantidades producidas son de 1728 unidades, por lo tanto en proyecto genera un margen de seguridad de 1069 unidades.

#### 5.4.4. CONCLUSIONES DE LA PROPUESTA

Las acciones realizadas en el centro de acopio de café en grano ubicado en la parroquia de Maldonado, deben coordinar actividades con la oficina administrativa en la ciudad de Tulcán con el fin optimizar costos y tiempos.

La creación de un sitio web de la comercializadora de café permite el contacto más cercano con los clientes, además de que es un medio de promoción para los mercados operantes en el sector cafetalero.

El transporte internacional por vía marítima del café en grano debe utilizar contenedores secos (Dry Container) forrados internamente con papel kraft para que los sacos de café no tengan contacto directo con el acero.

Los proveedores de café en la provincia del Carchi reciben un 15% adicional al precio de venta en el centro de acopio.

Se realizan 4 envíos al año de café en grano, es decir cada trimestre se realiza el proceso de exportación.

Los costos más elevados dentro de la matriz de país exportador son: el transporte interno y los bancarios que llegan a un valor de USD 850 y 925 respectivamente, mientras que los demás están por debajo de lo USD 400.

El tiempo de tránsito internacional desde el puerto de Guayaquil al puerto de Hamburgo, tiene un máximo de 30 días. Este es la operación más larga dentro de la Distribución Física Internacional.

El medio de pago de la transacción es a través de una carta de crédito emitida por el Banco del Pichincha a una tasa del 2% del valor FCA.

La inversión inicial de la comercializadora de café tiene un valor de USD 88.087, donde 70% es financiado por el Banco del Pichincha a una tasa de

interés de 10,94% anual y cuotas mensuales de USD 2.017 y 30% restante son aportes propios.

El estado de resultados presenta una utilidad neta positiva con crecimiento anual de 20%, el cual demuestra que el proyecto es rentable.

El flujo de efectivo neto demuestra que la recuperación de la inversión total se realizara en un periodo de tres años y seis meses aproximadamente.

El proyecto es factible ya que presenta una Tasa Interna de Retorno de 32,20%, la cual es mayor a la tasa de descuento, demostrando que rentable invertir en el proyecto. Además el Valor Actual Neto presenta un valor positivo lo que se interpreta como que el proyecto es viable.

## 6. BIBLIOGRAFÍA

Alvizo, J. (2012). *Ferial SIAL, Café*. AL-INVEST, Coordinación y Servicios, (p. 34)

ANECAFE. (2010). *Proyección de cosecha de café Ecuador 2010*. Ecuador, Carchi.

Asamblea Constituyente. (2008). *Constitución 2008*, Ecuador

Asamblea Constituyente. (2010). *Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones (COPCI)*. Ecuador.

Aza, W. (2013) *Estrategias de Comercialización de Maíz suave amarillo en el Carchi – Ecuador y la Demanda Efectiva en el Valle del Cauca – Colombia*, trabajo de grado para la obtención del título de *Ingeniero en Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional*. En la Universidad Politécnica Estatal del Carchi, (03/06/2013)

Carbaugh, R. J. (2009). *Economía Internacional, 12va edición*. México: Editorial Latinoamericana.

Consejo de Empleo y Seguridad Social de la embajada de España en Berlín. *Nota Informativa, Marzo 2013*, Berlín, Alemania.

De la Fuente, F. (2005). *Aspectos del Comercio Exterior*. México: Editorial Universitaria.

Diario Oficial de la Unión Europea. (2005). *Reglamento relativo a la aplicación de un sistema de preferencias arancelarias generalizadas*. Alemania, Luxemburgo.

Ellwood, W. (2007). *Globalización*. Barcelona: Gyersa.

Escuela ECEYNCI. (2013). *Clase de Operacionalización de Variables*. Ecuador, Carchi. UPEC.

Gobierno Provincial del Carchi (2012). *Rendición de Cuentas 2011*. Ecuador, Carchi.

Hernández Muños, L. (2003). *Los Riesgos y su Cobertura en el Comercio Internacional*. Madrid: Fundación Confemetal.

Herrera, E. M. (2011). *Apuntes de clase "Formas de Integración"*. Ecuador, Carchi, UPEC

Liske, E. L. (2006). *El Mercado de Café en Alemania*. Oficina Económica y Comercial de España en Düsseldorf.

Mankiw, G. (2007). *Principios de la Economía*. México: Mc Graw Hill.

Metzler, Chipman (Comp.) (1950). *Teoría de Multiplicadores o Teoría de la Base Económica*, Perú.

Montalvo, D. (2012). *En Carchi también está el buen café*, Ecuador, Diario El Comercio.

Paillacho, J. (2013) *Demanda de Panela en Canadá y las estrategias de Comercialización desde la Parroquia de Maldonado*, trabajo de grado para la obtención del título de *Ingeniero en Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional*. En la Universidad Politécnica Estatal del Carchi, (15/06/2013).

Porter Michael E. (1982). *La ventaja Competitiva de las Naciones*. México, Edit. Javier Vergara

Porter, M. (1995). *Teoría de la competitividad de las "ciudades internas y deprimidas"*, México

Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo. (2009). *Plan General de Desarrollo del Buen Vivir 2009 – 2013*, Ecuador.

## **LINKOGRAFÍA**

Agencia Central de Inteligencia (CIA). (2012). *Perfil Socioeconómico de Alemania* en <http://www.cia.com>

Aguirre, E. (30/03/2011). *Red de productores Agropecuarios del Carchi*. MAGAP en <http://www.caders.gob.ec/files/BoletIn%20Red%20Productores>

ANECAFE. (2010). *Exportaciones de café del Ecuador por país de destino*. ECUADOR. En <http://www.cofenac.org/exportaciones>

COFENAC. (2013). *Sector Cafetalero Ecuatoriano (Diagnostico)*. Ecuador en <http://www.cofenac.org/wp-content/uploads/2012/09/Diagnostico>

Columbus, M. (2002) *Proyecto de producción de café orgánico para exportación como una nueva alternativa comercial para el Ecuador*, trabajo de grado para la obtención del título de *Economista con mención en Gestión Empresarial, Especialización Finanzas*. En la Escuela Superior Politécnica del Litoral (SPOL), inédito en <http://www.dspace.espol.edu.ec/handle/123456789/3807>, (23/10/2011).

Diario el Hoy. (22/04/2011). *Carchi quiere ser el eje cafetero del país* en <http://www.comercioexterior.com.ec/qs/content>

El Telégrafo. (04/10/2012). *Carchi se abre paso a una nueva clase de cultivos para el mercado local e internacional* en <http://www.telegrafo.com.ec/economia.html>

FLO-CERT. (2011). *Sistema de Cuotas para Organizaciones de Pequeños Productores*, Fairtrade, en [www.flo-cert.net](http://www.flo-cert.net)

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC). (2010). *Fascículo Provincial Carchi*, Ecuador, en <http://www.ecuadorencifras.com>

La Hora. (09/11/2011). *Noticias Carchi: “Dan impulso a la producción de café”* en <http://www.lahora.com.ec/index.php/noticias>

La Hora. (21/01/2013). *Noticias Carchi: “Incentivan cultivo de café en parroquia”* en <http://www.lahora.com.ec/index.php/noticias>

MAGAP. (10/02/2012). *Provincia del Carchi incursiona en cultivo de café arábigo* en <http://www.magap.gob.ec/mag01/index.php/prensa-boletines>

Programa de Desarrollo Económico Local (PRODEL), (2012). *Café de las Golondrinas* en <http://www.acdivoca-prodel.org/historias-de-exito>

Quezada, R. (2005) *Diagnostico y propuesta de mejoramiento en la producción y comercialización de café en la provincia de Orellana, cantón Francisco de Orellana*, trabajo de grado para la obtención del título de *Ingeniero en Empresas*. En la Escuela Politécnica Equinoccial, inédito en <http://repositorio.ute.edu.ec/handle/123456789/6363>, (15/10/2011).

Solano, M. (2011). *Alianza para producir más café* en [www.lahora.com](http://www.lahora.com)

Solano, M. (2011/04/11). *La Red de Productores del Carchi detecta falencias* en [www.lahora.com](http://www.lahora.com)

Zeitung, L. (2009). *El café es la bebida más consumida en Alemania, España*. Instituto Español de Comercio Exterior en <http://www.icex.es/icex/cda>

Zurita, H. (2010) *Proyecto de factibilidad para La creación de una empresa exportadora de café verde al mercado de Hamburgo – Alemania*, trabajo de grado para la obtención del título de *Ingeniera en Comercio Exterior E Integración*. En la Escuela Politécnica Equinoccial, inédito en <http://repositorio.ute.edu.ec/handle/123456789/7142>, (20/09/2011).

## 7. ANEXOS

### ANEXO 1. Encuesta (Productor)



#### ENCUESTA

Reciba un cordial saludo de parte de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi, Escuela de Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional la cual se permite llegar a usted a través de esta encuesta que tiene como objetivo; “Realizar un estudio de factibilidad para la comercialización internacional de café en grano producido en la provincia del Carchi para atender parte de la demanda insatisfecha de Alemania”

Agente encuestado: Productor

#### P1. ¿Usted tiene cultivos de café?

Si	1	No	2
----	---	----	---

#### P2. ¿Qué cantidad de tierras posee?

Menos de una hectárea	1
De 1 a 2 hectáreas	2
De 3 a 4 hectáreas	3
De 5 a 6 hectáreas	4
Más de 6 hectáreas	5

#### P3. ¿Qué superficie esta cultivada con café?

Menos de una hectárea	1
De 1 a 2 hectáreas	2
De 3 a 4 hectáreas	3
De 5 a 6 hectáreas	4
Más de 6 hectáreas	5

#### P4. ¿Cuántos sacos de café produce por hectárea?

.....

#### P5. ¿A qué precio vende un saco de café?

.....

#### P6. ¿Cuál es la característica más importante del producto? (LEER OPCIONES)

Orgánico	1
Resistencia a la broca y roya	2
Sembrados bajo sombra	3

#### P7. ¿Su producto tiene certificación orgánica?

Si	1	No	2
----	---	----	---



**P8. ¿Comercializa su producto de manera individual o colectiva?**

Individual	1	Colectiva	2
------------	---	-----------	---

Si **P8** fue colectiva contestar **P9** de lo contrario continuar con **P10**

**P9. ¿Qué entidades o personas los apoyan?**

Gobierno Provincial del Carchi	1
MAGAP	2
Empresa Galleti	3

**P10. ¿Dónde vende su producto? (RESPUESTA DE SELECCIÓN MÚLTIPLE)**

Mayoristas	1
Negociantes	2
Transformadores locales	3
Empresa asociada	4

**P11. ¿Tiene clientes fijos?**

Si	1	No	2
----	---	----	---

Si **P11** fue Si contestar **P12**, de lo contrario continuar con **P13**

**P12. ¿Cuáles son sus clientes fijos?**

Mayoristas	1
Negociantes	2
Transformadores locales	3
Empresa asociada	4

**P13. ¿Ha buscado nuevos mercados?**

Si	1	No	2
----	---	----	---

**P14. ¿Estaría dispuesto a asociarse, con el propósito de mejorar la cosecha, postcosecha, posicionamiento y lograr la exportación de café en grano a Alemania para poder internacionalizar el producto bajo normas internacionales?**

Definitivamente si	5
Probablemente si	4
Tal vez	3
Probablemente no	2
Definitivamente no	1

## ANEXO 2. Calculo de Costos de Producción

Los costos de producción, también llamados costos de operación son los gastos necesarios para mantener un proyecto en funcionamiento, por lo tanto es necesario llevar un presupuesto de los costos de producción ya que están estrechamente relacionado con el factor tecnológico de la comercialización de café en grano, es decir obtener el producto final. Estos costos de producción están clasificados en directos (materia prima y mano de obra) e indirectos (envase, etiquetas, servicios básicos y los suministros) que son los que complementan el producto final.

<b>Costos de Producción</b>			
<b>Concepto</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Un.</b>	<b>Total</b>
<b>Materia Prima</b>			<b>143.520</b>
Café	1.248	115,00	143.520
<b>Mano de Obra</b>			<b>16.582</b>
Obreros	3	5.527	16.582
<b>Costos Indirectos de Fabricación:</b>			<b>1.910</b>
Envases	1.248	1,00	1.248
Etiquetas	1.248	0,05	62
Agua	12	10,00	120
Energía	12	20,00	240
Suministros	12	20,00	240
Arriendo Bodega (centro de acopio)	4	800,00	3.200
<b>Total Costo de Producción</b>			<b>165.212</b>

### ANEXO 3. Calculo de los Gastos Administrativos

Los gastos administrativos estan directamente relacionados con la gestión organizativa encaminada a la dirección, planeación de las actividades operativas del ente económico incluyendo básicamente las incurridas en las áreas financiera, comercial legal y administrativa.

<b>Gastos Administrativos</b>			
<b>Concepto</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Un.</b>	<b>Total</b>
Sueldos	2	7.771	15.542
Servicios Básicos	12	10,00	120
Suministros de Oficina	12	10,00	120
Suministros de Limpieza	12	10,00	120
Arriendo Oficina	12	150,00	1.800
<b>Total Gastos Administrativos</b>			<b>17.702</b>

#### ANEXO 4. Calculo de Gastos de Exportacion

Comprende los gastos ocasionados en el desarrollo principal del objeto de la comercializadora de café en grano, directamente relacionados con la gestión de ventas, básicamente las incurridas en las áreas de distribución, mercadeo y comercialización.

<b>Gastos de Exportación (Ventas)</b>			
<b>Concepto</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Un.</b>	<b>Total</b>
UNITARIZACIÓN	4	400,00	1.600
MANIPULEO EN EL LOCAL DE EXPORTADOR	4	100,00	400
DOCUMENTACIÓN	4	245,10	980
TRANSPORTE INTERNO	4	850,00	3.400
MANIPULEO DE EMBARQUE	4	170,00	680
AGENTES	4	250,00	1.000
COSTOS BANCARIOS	4	924,57	3.698
CAPITAL E INVENTARIO-PAÍS DE ORIGEN	4	34,42	138
FLETE INTERNACIONAL	4	4.000,00	16.000
SEGURO INTERNACIONAL	4	1.054,05	4.216
CAPITAL E INVENTARIO-TRANSITO INTERNACIONAL	4	296,04	1.184
ALMACENAMIENTO	4	200,00	800
MANIPULEO DE DESEMBARQUE	4	110,00	440
DOCUMENTACIÓN	4	180,00	720
AGENTES	4	300,00	1.200
TRANSPORTE INTERNO	4	300,00	1.200
ADUANEROS	4	3.762,97	15.052
CAPITAL E INVENTARIO EN EL PAÍS DE DESTINO	4	360,00	1.440
<b>Total Gastos de Exportación (Ventas)</b>			<b>54.149</b>

## ANEXO 5. Análisis de Fuentes de Financiamiento

Considerando que las instituciones financieras tiene una importancia para el financiamiento de las empresas, es importante analizar diferentes instituciones financieras para obtener mejor beneficio al evaluar el proyecto. Por lo tanto por ofrecer una tasa activa menor se recurre al Banco del Pichincha (10,94%), mientras que para la tasa pasiva se considera la tasa maxima de 8,80% otorgada por la Coop. Pablo Muñoz Vega a un plazo de 360 días.

Institución Financiera	Tasa Activa	Tasa Pasiva
Banco del Pichincha	10,94%	5,33%
Banco de Guayaquil	11,48%	4,81%
Banco Procredit	11,76%	5,97%
Banco de Fomento	11,20%	6,50%
Coop. Pablo Muñoz Vega	15,68%	8,80%
Coop. Tulcán	15,71%	8,10%

Fuente: Banco Central del Ecuador, (01/2013)

Elaborado por: Luis Arteaga

Tomando en cuenta el análisis del financiamiento anterior se presenta la siguiente tabla de amortización de la deuda a tres años:

$$R = \frac{M(1+i)^{n.i}}{(1+i)^n - 1}$$

Amortización de la Deuda	
Monto	61.661
Tasa Anual	10,94%
Tasa Mensual	0,0091
Plazo	36
Cuota	2016,95

No.	Capital	Interés	Cuota	Saldo
0				61.661
1	1454,81	562,14	2016,95	60.206
2	1468,07	548,88	2016,95	58.738
3	1481,46	535,50	2016,95	57.257
4	1494,96	521,99	2016,95	55.762
5	1508,59	508,36	2016,95	54.253
6	1522,34	494,61	2016,95	52.731
7	1536,22	480,73	2016,95	51.195
8	1550,23	466,72	2016,95	49.644
9	1564,36	452,59	2016,95	48.080
10	1578,62	438,33	2016,95	46.501
11	1593,01	423,94	2016,95	44.908
12	1607,54	409,41	2016,95	43.301
13	1622,19	394,76	2016,95	41.679
14	1636,98	379,97	2016,95	40.042
15	1651,91	365,05	2016,95	38.390
16	1666,97	349,99	2016,95	36.723
17	1682,16	334,79	2016,95	35.041
18	1697,50	319,45	2016,95	33.343
19	1712,97	303,98	2016,95	31.630
20	1728,59	288,36	2016,95	29.902
21	1744,35	272,60	2016,95	28.157
22	1760,25	256,70	2016,95	26.397
23	1776,30	240,65	2016,95	24.621
24	1792,49	224,46	2016,95	22.828
25	1808,84	208,12	2016,95	21.019
26	1825,33	191,63	2016,95	19.194
27	1841,97	174,99	2016,95	17.352
28	1858,76	158,19	2016,95	15.493
29	1875,71	141,25	2016,95	13.618
30	1892,81	124,15	2016,95	11.725
31	1910,06	106,89	2016,95	9.815
32	1927,47	89,48	2016,95	7.887
33	1945,05	71,91	2016,95	5.942
34	1962,78	54,17	2016,95	3.979
35	1980,67	36,28	2016,95	1.999
36	1998,73	18,22	2016,95	0

## ANEXO 6. Depreciaciones y Amortización de Activos

Las depreciaciones son un ajuste que se hace a los activos fijos para reconocer su pérdida de valor en razón de su uso. Este ajuste genera un gasto que se acumula y se resta del costo de adquisición del activo para dar como resultado el costo residual

<b>Depreciación de Maquinaria</b>			
<b>Año</b>	<b>Valor Depreciado</b>	<b>% de Depreciación</b>	<b>Valor Residual</b>
0			<b>360</b>
1	36	0,10	324
2	36	0,10	288
3	36	0,10	252
4	36	0,10	216
5	36	0,10	180
6	36	0,10	144
7	36	0,10	108
8	36	0,10	72
9	36	0,10	36
10	36	0,10	0

<b>Depreciación de Muebles y Enseres</b>			
<b>Año</b>	<b>Valor Depreciado</b>	<b>% de Depreciación</b>	<b>Valor Residual</b>
0			<b>919</b>
1	92	0,10	827
2	92	0,10	735
3	92	0,10	643
4	92	0,10	551
5	92	0,10	460
6	92	0,10	368
7	92	0,10	276
8	92	0,10	184
9	92	0,10	92
10	92	0,10	0

<b>Depreciación de Equipo de Cómputo</b>			
<b>Año</b>	<b>Valor Depreciado</b>	<b>% de Depreciación</b>	<b>Valor Residual</b>
0			<b>820</b>
1	273	0,33	547
2	273	0,33	273
3	273	0,33	0

Las amortizaciones de los activos diferidos es el ajuste que se les hace a los activos fijos intangibles para reconocer su pérdida de valor en razón del tiempo transcurrido. La vida útil se debe determinar tomando el lapso que producirá beneficios económicos y la duración de su amparo legal. Los activos amortizados no son susceptibles de ser depreciados y por lo general no tienen valor de rescate.

<b>Amortización Gastos de Constitución</b>			
<b>Año</b>	<b>Valor Depreciado</b>	<b>% de Depreciación</b>	<b>Valor Residual</b>
0			<b>6810</b>
1	1362	0,20	5448
2	1362	0,20	4086
3	1362	0,20	2724
4	1362	0,20	1362
5	1362	0,20	0




## ANEXO 7. Rol de Pagos

Base 10º cuarto	Año 2012	Año 2013	Año 2014	Año 2015	Año 2016	Año 2017			Base Cálculo IESS		
	292	318	351	387	427	472			9,35%	12,15%	
<b>Año 2012</b>	<b>Nº Empleados</b>	<b>S.B.U</b>	<b>S.B.U. Total</b>	<b>Sueldo Anual</b>	<b>10º Cuarto</b>	<b>10º Tercero</b>	<b>Vacaciones</b>	<b>Fondos de Reserva</b>	<b>Aporte Personal (9,35%)</b>	<b>Aporte Patronal (12,15%)</b>	<b>Total Anual</b>
<b>ADMINISTRATIVOS</b>	2	2.240	1.000	12.000	584	1.000	500	0	1.122	1.458	15.542
Administrador	1	500	500	6.000	292	500	250	0	561	729	7.771
Jefe Operativo	1	500	500	6.000	292	500	250	0	561	729	7.771
<b>PRODUCCIÓN</b>	3	1.900	1.050	12.600	876	1.050	525	0	1.178	1.531	16.582
Obreros	3	350	1.050	12.600	876	1.050	525	0	1.178	1.531	16.582
<b>Año 2013</b>	<b>Nº Empleados</b>	<b>S.B.U</b>	<b>S.B.U. Total</b>	<b>Sueldo Anual</b>	<b>10º Cuarto</b>	<b>10º Tercero</b>	<b>Vacaciones</b>	<b>Fondos de Reserva</b>	<b>Aporte Personal (9,35%)</b>	<b>Aporte Patronal (12,15%)</b>	<b>Total Anual</b>
<b>ADMINISTRATIVOS</b>	2	2.472	1.104	13.243	636	1.104	552	1.104	1.238	1.609	18.247
Administrador	1	552	552	6.621	318	552	276	552	619	805	9.123
Jefe Operativo	1	552	552	6.621	318	552	276	552	619	805	9.123
<b>PRODUCCIÓN</b>	3	2.097	1.159	13.905	954	1.159	579	1.159	1.300	1.689	19.445
Obreros	3	386	1.159	13.905	954	1.159	579	1.159	1.300	1.689	19.445
<b>Año 2014</b>	<b>Nº Empleados</b>	<b>S.B.U</b>	<b>S.B.U. Total</b>	<b>Sueldo Anual</b>	<b>10º Cuarto</b>	<b>10º Tercero</b>	<b>Vacaciones</b>	<b>Fondos de Reserva</b>	<b>Aporte Personal (9,35%)</b>	<b>Aporte Patronal (12,15%)</b>	<b>Total Anual</b>
<b>ADMINISTRATIVOS</b>	2	2.728	1.218	14.614	702	1.218	609	1.218	1.366	1.776	20.137
Administrador	1	609	609	7.307	351	609	304	609	683	888	10.068
Jefe Operativo	1	609	609	7.307	351	609	304	609	683	888	10.068
<b>PRODUCCIÓN</b>	3	2.314	1.279	15.345	1.053	1.279	639	1.279	1.435	1.864	21.459
Obreros	3	426	1.279	15.345	1.053	1.279	639	1.279	1.435	1.864	21.459
<b>Año 2015</b>	<b>Nº Empleados</b>	<b>S.B.U</b>	<b>S.B.U. Total</b>	<b>Sueldo Anual</b>	<b>10º Cuarto</b>	<b>10º Tercero</b>	<b>Vacaciones</b>	<b>Fondos de Reserva</b>	<b>Aporte Personal (9,35%)</b>	<b>Aporte Patronal (12,15%)</b>	<b>Total Anual</b>
<b>ADMINISTRATIVOS</b>	2	3.011	1.344	16.128	775	1.344	672	1.344	1.508	1.960	22.222
Administrador	1	672	672	8.064	387	672	336	672	754	980	11.111
Jefe Operativo	1	672	672	8.064	387	672	336	672	754	980	11.111
<b>PRODUCCIÓN</b>	3	2.554	1.411	16.934	1.162	1.411	706	1.411	1.583	2.058	23.682
Obrero 1	3	470	1.411	16.934	1.162	1.411	706	1.411	1.583	2.058	23.682
<b>Año 2016</b>	<b>Nº Empleados</b>	<b>S.B.U</b>	<b>S.B.U. Total</b>	<b>Sueldo Anual</b>	<b>10º Cuarto</b>	<b>10º Tercero</b>	<b>Vacaciones</b>	<b>Fondos de Reserva</b>	<b>Aporte Personal (9,35%)</b>	<b>Aporte Patronal (12,15%)</b>	<b>Total Anual</b>
<b>ADMINISTRATIVOS</b>	2	3.322	1.483	17.798	855	1.483	742	1.483	1.664	2.163	24.524
Administrador	1	742	742	8.899	427	742	371	742	832	1.081	12.262
Jefe Operativo	1	742	742	8.899	427	742	371	742	832	1.081	12.262
<b>PRODUCCIÓN</b>	3	2.818	1.557	18.688	1.282	1.557	779	1.557	1.747	2.271	26.135
Obreros	3	519	1.557	18.688	1.282	1.557	779	1.557	1.747	2.271	26.135
<b>Año 2017</b>	<b>Nº Empleados</b>	<b>S.B.U</b>	<b>S.B.U. Total</b>	<b>Sueldo Anual</b>	<b>10º Cuarto</b>	<b>10º Tercero</b>	<b>Vacaciones</b>	<b>Fondos de Reserva</b>	<b>Aporte Personal (9,35%)</b>	<b>Aporte Patronal (12,15%)</b>	<b>Total Anual</b>
<b>ADMINISTRATIVOS</b>	2	3.666	1.637	19.642	943	1.637	818	1.637	1.837	2.386	27.064
Administrador	1	818	818	9.821	472	818	409	818	918	1.193	13.532
Jefe Operativo	1	818	818	9.821	472	818	409	818	918	1.193	13.532
<b>PRODUCCIÓN</b>	3	3.110	1.719	20.624	1.415	1.719	859	1.719	1.928	2.506	28.841
Obreros	3	573	1.719	20.624	1.415	1.719	859	1.719	1.928	2.506	28.841

## ANEXO 8. Exportaciones de café del Ecuador 2011

PAIS	LAVADO		LAVADO ORGANICO		NATURAL		ROBUSTA	
	SCS 60 KG.	US\$	SCS 60 KG.	US\$	SCS 60 KG.	US\$	SCS 60 KG.	US\$
ALEMANIA	25.995,75	8.945.522,88	1.265,00	420.832,02			48,30	7.041,88
BELGICA			2.484,00	822.687,64				
CANADA	174,80	59.314,47						
CHILE			1,67	715,00	208,71	66.308,31	333,50	51.449,91
CHINA								
COLOMBIA					91.509,71	27.232.351,83	407.401,40	57.405.051,26
COREA					6,82	1.750,00		
CUBA	2.035,00	677.048,92						
EGIPTO								
ESPAÑA	977,50	305.074,50						
FINLANDIA								
FRANCIA	21,39	6.975,23	462,94	156.809,22				
GREECE								
HOLANDA								
INDONESIA								
INGLATERRA								
IRAN								
ITALIA								
JAPON	1.162,50	375.249,05	1.829,00	696.302,42	0,35	37,58	0,35	18,72
KOREA	114,16	52.392,00						
LETONIA								
MALASIA								
MEXICO								
PANAMA								
PERU								
POLONIA								
REP. CHECA					0,95	506,85		
RUSIA								
SINGAPUR								
SIRIA								
TAIWAN								
TURQUIA								
U.S.A.			12.771,55	3.787.067,91	58.419,69	17.423.126,90	1,72	331,08
UCRANIA								
<b>TOTAL</b>	<b>30.481,10</b>	<b>10.421.577,05</b>	<b>18.814,16</b>	<b>5.884.414,21</b>	<b>150.146,23</b>	<b>44.724.081,47</b>	<b>407.785,27</b>	<b>57.463.892,85</b>

FUENTE: Certificados de Origen

		EXPORTACIONES CAFÉ DEL ECUADOR				
		Enero a Diciembre/2012				
		Sacos de 60 Kg. - US\$ mill.				
MESES	VOLUMEN					VALOR
	Arábigo	Robusta	Sub-Total	Indust.	Total	TOTAL
Ene./2012	6.218,34	21.322,93	27.541,27	66.422,71	93.963,98	16.097.195,43
Feb./2012	8.009,21	35.062,35	43.071,56	77.298,65	120.370,21	21.448.118,80
Mar./2012	8.508,18	22.135,76	30.643,94	81.663,91	112.307,85	19.709.058,71
Abr./2012	3.201,59	37.848,99	41.050,58	80.831,41	121.881,99	20.342.449,40
May./2012	2.192,58	36.688,14	38.880,72	68.467,57	107.348,29	18.367.635,23
Jun./2012	6.764,16	33.705,12	40.469,28	104.318,69	144.787,97	24.836.981,79
Jul./2012	9.519,89	38.685,09	48.204,98	90.590,05	138.795,03	22.767.470,85
Ago./2012	9.840,21	42.474,55	52.314,76	121.312,84	173.627,60	30.964.104,79
Sep./2012	21.578,53	30.843,43	52.421,96	97.131,78	149.553,74	26.960.854,61
Oct./2012	8.968,14	22.136,70	31.104,84	91.544,71	122.649,55	22.210.908,20
Nov./2012	17.624,59	16.973,14	34.597,73	97.789,68	132.387,41	23.630.201,77
Dic./2012	11.755,13	21.435,43	33.190,56	120.080,18	153.270,74	26.564.811,41

FUENTE: Certificados de Origen.-

ELABORACION: Asociación Nacional de Exportadores de Café (ANECAFE)

## ANEXO 9. Empresas del sector cafetalero en Alemania

### EMPRESAS OPERANTES EN EL MERCADO ALEMÁN DE CAFÉ

<b>Categoría</b>	<b>#Establecimientos</b>
Agentes de Café verde	15
Importadores de Café Verde	14
Almacenistas	5
Empresas Descafeinadoras	4
Fabricantes de Extractos de café	6
Tostadores	49
<b>TOTAL</b>	<b>93</b>

Elaborado por: Luis Arteaga

Fuente: Instituto Español de Comercio Exterior.

### EMPRESAS OPERANTES EN EL MERCADO DE CAFÉ EN HAMBURGO

<b>Categoría</b>	<b>#Establecimientos</b>
Agentes de Café verde	12
Importadores de Café Verde	10
Almacenistas	3
Empresas Descafeinadoras	1
Fabricantes de Extractos de café	2
Tostadores	9
<b>TOTAL</b>	<b>37</b>

Elaborado por: Luis Arteaga

Fuente: Instituto Español de Comercio Exterior.



## Anexo 10. Empresas en operantes en el mercado de café de Hamburgo


<b>Agentes de Café Verde</b>	<b>Ciudad</b>	<b>Dirección</b>	<b>Telf</b>	<b>Fax</b>	<b>email</b>
Eugen Atté GmbH	Hamburgo	Am Sandtorkai 4-5	040/378620-0	040/8620-22	<a href="mailto:eugenatte@coffeeagents.com">eugenatte@coffeeagents.com</a>
J. G. Paul Bockmann	Hamburgo	Pickhuben 6	040/366374	040/366644	
Heinrich Christen GmbH	Hamburgo	Am Sandtorkai 5	040/365489	040/366537	<a href="mailto:cafechrist@t-online.de">cafechrist@t-online.de</a>
EUROCA(Rohkaffee-Import-Agentur GmbH)	Hamburgo	Am Sandtorkai 4	040/374375-5-6	040/374375-7	<a href="mailto:info@euroca.de">info@euroca.de</a>
Joh. Gottshalck & Co.	Hamburgo	Pickhuben 5	040/481989	040/484666	
Hamburger Rohkaffee-Agentur (Wernicke GmbH)	Hamburgo	Am Sandtorkai 4	040/362316	040/372594	<a href="mailto:coffee@hra-wernicke.de">coffee@hra-wernicke.de</a>
InterAmerican Coffee GmbH (The Gourmet Coffee People)	Hamburgo	Am Sandtorkai 4	040/373367	040/373123	<a href="mailto:drews@aiccoffee.de">drews@aiccoffee.de</a>
Hans P. Kramer (Agencia de café)	Hamburgo	Swinemunder Str. 26	040/365753	040/372735	<a href="mailto:Hpk-coff-agency@t-online.de">Hpk-coff-agency@t-online.de</a>
Friedr. Mau KG	Hamburgo	Pickhuben 6	040/369857-0	040/369857-57	<a href="mailto:maukg@t-online.de">maukg@t-online.de</a>
Dieter Nagel Coffee & Consulting	Hamburgo	Pickhuben 6	040/378514-0	040/37500860	
Sievers & Sohn GmbH	Hamburgo	Pickhuben 6	040/367151	040/365314	<a href="mailto:coffee@sieverscoffee.de">coffee@sieverscoffee.de</a>
UNICAFE Import-Agentur GmbH	Hamburgo	Pickhuben 5	040/366442	040/366606	<a href="mailto:sekretariat@unicafe-hamburg.de">sekretariat@unicafe-hamburg.de</a>
<b>Importadores de Café Verde</b>	<b>Ciudad</b>	<b>Dirección</b>	<b>Telf</b>	<b>Fax</b>	<b>email</b>
Bernhard Benecke Coffee (GmbH & Co. KG)	Hamburgo	Pickhuben 6	040/378514-0	040/37500880	<a href="mailto:bjbenecke@benecke-coffee.de">bjbenecke@benecke-coffee.de</a>
Efico, Albrecht & Dill GmbH	Hamburgo	Brandstucken 23	040/80091172	040/80091135	<a href="mailto:thammersen@albrecht-dill.de">thammersen@albrecht-dill.de</a>
EUROCA(Rohkaffee-Import-Agentur GmbH)	Hamburgo	Am Sandtorkai 4	040/374375-5-6	040/374375-7	<a href="mailto:info@euroca.de">info@euroca.de</a>
Hamburg Coffee Company Hacofco GmbH	Hamburgo	Zippelhaus 5	040/309616-0	040/338200	<a href="mailto:email@hacofco.de">email@hacofco.de</a>
Hanseatische Kaffeerosterei Schluter & Maack GmbH	Hamburgo	Ost-West, Str. 49	040/32811047	040/32811044	<a href="mailto:coffee@schlueter-maack.de">coffee@schlueter-maack.de</a>
InterAmerican Coffee GmbH (The Gourmet Coffee People)	Hamburgo	Am Sandtorkai 4	040/373367	040/373123	<a href="mailto:drews@aiccoffee.de">drews@aiccoffee.de</a>
Kaffee-Import-Compagnie GmbH	Hamburgo	Am Sandtorkai 4	040/374116-0	040/374116-22	<a href="mailto:info@kic-hh.de">info@kic-hh.de</a>
LIST & BEISLER GmbH	Hamburgo	Am Sandtorkai 4	040/371344	040/363765	<a href="mailto:info@list-beiser.de">info@list-beiser.de</a>
Rehm & Co. (GmbH & Co.)	Hamburgo	Pickhuben 6	040/378615-0	040/363503	<a href="mailto:info@rehmcoffee.de">info@rehmcoffee.de</a>
Bernhard Rothfos GmbH	Hamburgo	Am Sandtorkai 5	040/37001-0	040/37001-338	<a href="mailto:director@rothfos.de">director@rothfos.de</a>
<b>Almacenista</b>	<b>Ciudad</b>	<b>Dirección</b>	<b>Telf</b>	<b>Fax</b>	<b>email</b>
CHT Coffee Terminal Hamburg GmbH	Hamburgo	Rosseweg 20	040/741168-0	040/741168-68	
CTH Getreide Terminal Hamburg (GmbH & Co.)	Hamburgo	Eversween 11	040/75106-0	040/75106-33	<a href="mailto:zentrale@getreide-terminal.de">zentrale@getreide-terminal.de</a>
Kaffee-Lagerei N.H.L. Hinsch & Cons. GmbH	Hamburgo	Sandtorkai 5	040/361206-0	0421/361206-17	<a href="mailto:info@kaffeelagerei.com">info@kaffeelagerei.com</a>
<b>Empresas Descafeinadoras</b>	<b>Ciudad</b>	<b>Dirección</b>	<b>Telf</b>	<b>Fax</b>	<b>email</b>
Kaffee-Veredelungs-Werk (Koffeinfrei Kaffee GmbH & Co. KG)	Hamburgo	Wener-Siemens-Str	040/731038-0	040/7331785	<a href="mailto:sales@kaffee-veredelungs-werk.de">sales@kaffee-veredelungs-werk.de</a>
<b>Fabricantes de Extracto de Café</b>	<b>Ciudad</b>	<b>Dirección</b>	<b>Telf</b>	<b>Fax</b>	<b>email</b>
DEK - Deutsche Extrakt Kaffee GmbH	Hamburgo	Busshwerder Hauptdeich	040/75304-0	040/75304-417	<a href="mailto:dek@dek.de">dek@dek.de</a>
Grandos Qualitas GmbH	Hamburgo	Busshwerder Hauptdeich	040/75304-0	040/75304-417	
<b>Tostadores</b>	<b>Ciudad</b>	<b>Dirección</b>	<b>Telf</b>	<b>Fax</b>	<b>email</b>
Kaffeerosterei Burg	Hamburgo	Eppendorfer Weg 252	040/4221172	040/4205708	<a href="mailto:info@kaffeerosterei-burg.de">info@kaffeerosterei-burg.de</a>
Café Katelbach (E. Hasanbeyoglu)	Hamburgo	Grobe Brunnestr. 60	040/3906767	040/3906717	<a href="mailto:e.hasanbeyoglu@gmx.de">e.hasanbeyoglu@gmx.de</a>
Cellini Deutschland GmbH	Hamburgo	Blankeneser Hauptstr. 46	040/819602-96/9	040/819602-98	<a href="mailto:info@cellini.de">info@cellini.de</a>
J. J. Darboven GmbH & Co	Hamburgo	Pinkertweg 13	040/73335/0	040/73335.116	<a href="mailto:info@darboven.com">info@darboven.com</a>
Dethlefsen & Balk GmbH	Hamburgo	Hermann-Wusthof-Ring 1	040/731073-0	040/731073-20	<a href="mailto:office@db-hh.de">office@db-hh.de</a>
Hacienda San Nicolas	Hamburgo	Mundsburger Damm 29	040/37518683	040/37518682	<a href="mailto:hacienda@t-online.de">hacienda@t-online.de</a>
Hanseatische Kaffeerosterei Schuler & Maack GmbH	Hamburgo	Ost-West-str. 49	040/32811047	040/32811044	<a href="mailto:coffee@schlueter-maack.de">coffee@schlueter-maack.de</a>
Tchibo GmbH	Hamburgo	Überseering 18	040/6387-0		<a href="mailto:info@tchibo.de">info@tchibo.de</a>
Kaffeeroster Timm GmbH	Hamburgo	Sachsentor 15	040/7212436	040/72541853	<a href="mailto:info@Kaffee-timm.de">info@Kaffee-timm.de</a>

## ANEXO 11. CERTIFICADO DE ORIGEN DEL CAFÉ (ICO)


1. Exportador/Expedidor (nombre/clave) Exporter/consignor (name/code) <div style="text-align: center; margin-top: 10px;"> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> </div>	<div style="text-align: center;"> <b>Certificado de origen</b> </div> <div style="text-align: center; font-size: small;">                 INTERNATIONAL COFFEE ORGANIZATION                  ORGANIZACIÓN INTERNACIONAL DEL CAFÉ                  ORGANIZAÇÃO INTERNACIONAL DO CAFÉ                  ORGANISATION INTERNATIONALE DU CAFÉ             </div>
2. Dirección para notificaciones Notify address	3. Número de referencia interno Internal reference No.
6. País de destino (nombre/clave) Country of destination (name/code) <div style="text-align: right; margin-top: 5px;"> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> </div>	4a. Clave de país: Country code: <div style="text-align: right; margin-top: 5px;"> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> </div> 4b. Clave de puerto de embarque: Port of shipment code: <div style="text-align: right; margin-top: 5px;"> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> </div> 4c. No. de serie: Serial No.: <div style="text-align: right; margin-top: 5px;"> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> </div> 5. País productor (nombre/clave) Producing country (name/code) <div style="text-align: right; margin-top: 5px;"> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> </div>
8. País de transbordo (nombre/clave) Country of trans-shipment (name/code) <div style="text-align: right; margin-top: 5px;"> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> </div>	7. Fecha de exportación (DD/MM/AA) Date of export (DD/MM/YY) <div style="text-align: right; margin-top: 5px;"> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> </div> 9. Nombre del medio de transporte (nombre/clave) Name of carrier (name/code) <div style="text-align: right; margin-top: 5px;"> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> </div>
10. Marca de identificación de la OIC / ICO identification mark  Otras marcas: Other marks:	11. Cargados / shipped in: En sacos <input type="checkbox"/> A granel <input type="checkbox"/> En contenedores <input type="checkbox"/> Otros <input type="checkbox"/> Bags Bulk Containers Other
14. Descripción del café (forma, tipo, si procede) / Description of coffee (form/type, where relevant)  Arábica verde <input type="checkbox"/> Robusta verde <input type="checkbox"/> Tostado <input type="checkbox"/> Soluble <input type="checkbox"/> Líquido <input type="checkbox"/> Otros <input type="checkbox"/> Green Arabica Green Robusta Roasted Soluble Liquid Other	12. Peso neto de la partida Net weight of shipment  13. Unidad de peso Unit of weight kg <input type="checkbox"/> lb <input type="checkbox"/>
15. Método de elaboración / Method of processing Descafeinado / Decaffeinated <input type="checkbox"/> Orgánico / Organic <input type="checkbox"/> Certificado / Certified <input type="checkbox"/> No certificado / Uncertified <input type="checkbox"/> Café verde / Green coffee: Via seca / Dry <input type="checkbox"/> Via húmeda / Wet <input type="checkbox"/> Café soluble / Soluble coffee: Centrífugo / Spray-dried <input type="checkbox"/> Liofilizado / Freeze-dried <input type="checkbox"/>	
16. POR EL PRESENTE SE CERTIFICA QUE EL CAFÉ ARRIBA DESCRITO FUE PRODUCIDO/BENEFICIADO EN EL PAÍS QUE SE INDICA EN LA CASILLA 5 Y EXPORTADO EN LA FECHA QUE SEGUIDAMENTE SE HACE CONSTAR. ESTE CERTIFICADO SE EXPIDE EXCLUSIVAMENTE PARA FINES ESTADÍSTICOS DE LA OIC Y NO CONFIERE ORIGEN AL CAFÉ. / IT IS HEREBY CERTIFIED THAT THE COFFEE DESCRIBED ABOVE WAS PRODUCED/PROCESSED IN THE COUNTRY NAMED IN BOX 5 ABOVE AND HAS BEEN EXPORTED ON THE DATE SHOWN BELOW. THIS CERTIFICATE IS INTENDED SOLELY FOR THE STATISTICAL PURPOSES OF THE ICO AND DOES NOT CONFER ORIGIN ON COFFEE.  Fecha / date: _____ Localidad / Place: _____  a. Firma del funcionario de Aduanas autorizado y refrendo de la Aduana Signature of authorized Customs Officer and Catchet of Customs Authority  b. Firma del funcionario autorizado del Organismo Certificante y refrendo del Organismo Certificante Signature of authorized Certifying Officer and Catchet of Certifying Agency	
17. Otra información pertinente: ICC Resolución Número 420; Características especiales; Código del SA; Valor del embarque (Información voluntaria) Other relevant information: ICC Resolution 420; Special characteristics; HS code; Value of the shipment (Voluntary information)	
a. Normas óptimas de calidad del café verde (ICC Resolución Número 420): Quality standards for green coffee (ICC Resolution 420): *S*: Plena observancia de las normas óptimas sobre defectos y humedad <input type="checkbox"/> *SD*: El café no responde a las normas óptimas sobre defectos <input type="checkbox"/> *S*: Full compliance with the target defect and moisture standards <input type="checkbox"/> *SD*: Coffee does not conform to the target defect standard <input type="checkbox"/> *XM*: El café no responde a las normas óptimas sobre humedad <input type="checkbox"/> *XDM*: El café no responde a ninguna de las normas óptimas (ni la referente a defectos ni la referente a humedad) <input type="checkbox"/> *XM*: Coffee does not conform to the target moisture standard <input type="checkbox"/> *XDM*: Coffee does not conform to either standard (target defect and moisture) <input type="checkbox"/>	
b. Características especiales (especifique el nombre o el código): Special characteristics (please specify name or code):	
c. Código del Sistema Armonizado (SA): Harmonized System (HS) code:  Código del SA / HS code: <input style="width: 150px; height: 20px;" type="text"/>	d. Valor (FOB) del embarque: Value (FOB) of the shipment: <input type="checkbox"/> Moneda nacional <input type="checkbox"/> Dólares EE.UU. <input type="checkbox"/> Euros National currency US dollars Euros
e. Información adicional / Additional information	

## ANEXO 12. Certificado Fitosanitario

 <b>REPÚBLICA DEL ECUADOR</b> <b>SERVICIO ECUATORIANO DE SANIDAD AGROPECUARIA</b> <b>CERTIFICADO FITOSANITARIO DE EXPORTACIÓN</b> Phytosanitary Certificate for Export		 <b>P No 100041</b>
Organización de Protección Fitosanitaria de Ecuador Plant Protection Organization of Ecuador		A: Organización(es) de Protección Fitosanitaria de TO: Plant Protection Organization(s)
<b>I. Descripción del Envío / Description of Consignment</b>		
1. Nombre y dirección del exportador Name and address of exporter		2. Nombre y dirección declarados del destinatario Declared name and address of consignee
3. Lugar de origen / Place of origin	4. Medios de transporte declarados / Declared means of conveyance	
5. Punto de entrada declarado / Declared point of entry	6. Marcas distintivas / Distinguishing marks LAS DEL EXPORTADOR	
7. Número y descripción de los bultos Number and description of packages	8. Cantidad declarada y nombre del producto Name of produce and quantity declared	
9. Nombre botánico de las plantas Botanical name of plants <p style="text-align: right;">Rose spp</p>		
<p>Por la presente se certifica que las plantas, productos vegetales u otros artículos reglamentados descritos aquí se han inspeccionado y/o sometido a ensayo de acuerdo con los procedimientos oficiales adecuados y se considera que están libres de las plagas cuarentenarias especificadas por la parte contratante importadora y que cumplen los requisitos fitosanitarios vigentes de la parte contratante importadora, incluidos los relativos a las plagas no cuarentenarias reglamentadas.</p> <p>This is to certify that the plants, plant products or other regulated articles described herein have been inspected and/or tested according to appropriate official procedures and are considered to be free from the quarantine pests specified by the importing contracting party and to conform with the current phytosanitary requirements of the importing contracting party, including those for regulated non-quarantine pests.</p>		
<b>II. Declaración Adicional / Additional Declaration</b>		
***** NINGUNO *****		
<b>III. Tratamiento de Desinfestación y/o Desinfección / Desinfestation and/or Desinfection Treatment</b>		
10. Fecha / Date Ninguna	11. Tratamiento / Treatment Ninguna	
12. Producto químico (ingrediente activo) Chemical (active ingredient) Ninguna	13. Duración y temperatura Duration and temperature Ninguna	14. Concentración Concentration Ninguna
15. Información adicional / Additional information		15. Nombre del funcionario autorizado / Name of authorized officer
Lugar de expedición / Place of issue SESA Aeropuerto Quito		
Fecha / Date		
		Firma / Signature




## ANEXO 13. Solicitud de registro de Comercializador Exportador



**REPÚBLICA DEL ECUADOR**  
**MINISTERIO DE AGRICULTURA, GANADERÍA,**  
**ACUACULTURA Y PESCA - MAGAP**

**AGENCIA ECUATORIANA DE ASEGURAMIENTO DE**  
**LA CALIDAD DEL AGRO - AGROCALIDAD**



---

**SOLICITUD DE REGISTRO DE COMERCIALIZADOR - EXPORTADOR**

**DATOS GENERALES:**

Razón social:  RUC:

Nombre del representante legal:  Cargo:

Teléfono:  Fax:

E-mail/  
Web:

**DATOS DE LA FINCA :**

Posee lugar de almacenamiento y/o empaque: SI  NO  Superficie del lugar de acopio (m2)

Marcas comerciales utilizadas en los envíos:

Dirección del lugar de almacenamiento y/o empaque:

Provincia:  Cantón:

Parroquia  Sector

**DATOS DEL PROVEEDOR:**

CÓDIGO DE REGISTRO	Nombre Vulgar	Número Científico

En caso de requerir espacio llenar la Solicitud de Listado de Proveedores

Número de proveedores:

Fecha de la solicitud \_\_\_\_\_ Firma y sello \_\_\_\_\_

## ANEXO 14. Formulario A para Certificado de Origen del SGP

<b>1. Goods consigned from (Exporter's business name, address, country)</b>		Reference No  <p style="text-align: center;"><b>GENERALIZED SYSTEM OF PREFERENCES CERTIFICATE OF ORIGIN (Combined declaration and certificate) FORM A</b></p> Issued in _____ <div style="text-align: right; margin-right: 50px;">(country)</div> <div style="text-align: right; margin-right: 20px;">See Notes overleaf</div>			
<b>2. Goods consigned to (Consignee's name, address, country)</b>		<b>4. For official use</b>			
<b>3. Means of transport and route (as far as known)</b>					
<b>5. Item number</b>	<b>6. Marks and numbers of packages</b>	<b>7. Number and kind of packages; description of goods</b>	<b>8. Origin criterion (see Notes overleaf)</b>	<b>9. Gross weight or other quantity</b>	<b>10. Number and date of invoices</b>
<b>11. Certification</b>  It is hereby certified, on the basis of control carried out, that the declaration by the exporter is correct.    <hr/> Place and date, signature and stamp of certifying authority		<b>12. Declaration by the exporter</b>  The undersigned hereby declares that the above details and statements are correct; that all the goods were produced in  <div style="text-align: center;">_____</div> <div style="text-align: center; margin-left: 100px;">(country)</div> and that they comply with the origin requirements specified for those goods in the Generalized System of Preferences for goods exported to  <div style="text-align: center;">_____</div> <div style="text-align: center; margin-left: 100px;">(importing country)</div> <hr/> Place and date, signature of authorized signatory			



## ANEXO 15. Artículo Científico



### **LUIS FELIPE ARTEAGA QUETAMÁ**

Ingeniero en Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional por la Universidad Politécnica Estatal del Carchi. Participación en: Foro Binacional de Desarrollo, Integración Fronteriza y Transporte; IV y V Encuentro Binacional de Integración Fronteriza Colombo – Ecuatoriana por la ESAP; Estructura de Planes de Negocio y Manejo de Datos y III Jornada de Comercio Exterior (Procedimientos Aduaneros) por la UPEC.

### **Comercialización de café verde en grano producido en la provincia del Carchi y la demanda del mercado de Alemania**

Escuela de Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional  
Universidad Politécnica Estatal del Carchi (UPEC)  
Nuevo Campus, Av. Universitaria y Antisana  
Tulcán – Ecuador  
luis.arteaga@upec.edu.ec

#### **RESUMEN**

*El centro de acopio de café en grano se establecerá al noroccidente de la Provincia del Carchi, parroquia de Maldonado en la ciudad de Tulcán, con el propósito de exportar café en grano al país de Alemania, ciudad de Hamburgo, en unidades comerciales formadas por sacos de 60kg de café. Luego de que se ha logrado identificar los clientes en el país de destino (Alemania), los cuales se enfoca específicamente en las empresas operantes en el mercado alemán de café como; agentes de café verde, importadores de café verde, almacenistas, empresas descafeinadoras, fabricantes de extractos de café y tostadores.*

*Por otra parte luego del análisis de la Distribución Física Internacional del producto, el precio de venta en el país de destino de un saco de café en grano verde de 60kg es de USD 217,72 en el cual ya se toma en cuenta el margen de utilidad de 15% establecido por el exportador.*

*La inversión inicial que se necesitará para la creación del centro de acopio de café para exportación es de USD 88.087, de los cuales el 70% serán financiados por el Banco del Pichincha y será pagado a tres años. El punto de equilibrio en ventas para que el negocio marche sin pérdidas indica que para el año uno sea de 659 sacos de café de 60Kg; con lo cual se podrá pagar el préstamo y obtener rentabilidad.*

*El centro de acopio busca cubrir un mercado del 1.37% durante el primer año. Esto representa un promedio de 106 Tn de café en grano de un total de 7710 Tn del mercado. A partir del segundo año se buscará incrementar el segmento en 15% anual de un mercado que se estima que tenga un crecimiento del 1%.*

*La tasa interna de retorno de la inversión (TIR) del proyecto estará en el 32.20%, con un VAN de USD 85.154 descontados en un período de 5 años.*

## **ABSTRACT**

*The collection center bean of coffee will be established in the city of Tulcan on Maldonado parish, Province of Carchi, in order to export coffee beans to the country of Germany, city of Hamburg in commercial units formed by 60kg bags of coffee. In addition, customer has identified in the destination country (Germany), which focuses specifically on companies operating in the German market for coffee as, agents of green coffee, green coffee importers, wholesalers, descafeinadoras companies, manufacturers of extracts coffee and Roasters.*

*Moreover after the International Physical Distribution analysis product selling price in the country of destination of a bags of green coffee beans 60kg is \$ 217,72 in which already takes into account the sales margin 15% imposed by the exporter.*

*The initial investment will be needed to create the storage facility to export coffee is \$ 88.087, of which 70% will be financed by the National Development Bank and will be paid to three years. The breakeven point in sales for the business leave without loss for the year indicates that one is of 659 60Kg bags of coffee, with which they will repay the loan and profitability.*

*The collection center aims to cover a market of 1.37% during the first year. This represents an average of 106 tons of coffee beans from a total of 7710 tons the market. From the second year will seek to increase the segment by 15% per year in a market that is estimated to have increased by 1%.*

*The Internal Rate of Return on investment (IRR) of the project will be 32.20%, with a Net Present Value (NPV) of USD 85.154 discounted over a period of five years.*

## **1. Introducción**

El café constituye un importante producto básico de la economía mundial que ha experimentado variaciones amplias en los precios, en los que se han observado ciclos de auge y depresión que han caracterizado al mercado del café.

La producción cafetalera ecuatoriana tiene amplia adaptabilidad de sus cafetales en los distintos agro-ecosistemas, en donde la provincia del Carchi ha logrado desarrollarse de manera positiva como una nueva provincia productora de café.

Debido a la gran importancia de la producción de café en el Ecuador y su demanda alrededor del mundo, se hace necesario establecer una propuesta a los pequeños y medianos empresarios cafetaleros para facilitar sus exportaciones dentro de un mercado específico (Alemania), mediante un centro de acopio exportador que permita relacionar a este sector con compradores en el exterior, y que garantice el aumento de exportaciones de este producto mejorando la calidad del producto, procesos de comercialización y logística.

Con respecto a la competencia mundial, Brasil se posiciona como el principal productor, seguido por Vietnam y Colombia, países donde el café es considerado como Premium en el mercado internacional, otros países americanos como México, Guatemala, Honduras y Perú también poseen una trascendental posición dentro de los principales exportadores.

## **2. Materiales y Métodos**

Mediante los análisis cualitativo y cuantitativo se describirá las características, formas, cualidades, del problema a estudiar, además permitirá apoyarse de instrumentos de investigación para poder cuantificar los resultados en cuanto a la oferta de café de la Provincia del Carchi y la demanda de café en el mercado de Alemania con el fin de interpretarlos de la mejor manera. Mientras que mediante la utilización de la investigación descriptiva se buscara identificar realidades del hecho y sus características para una interpretación correcta. Una de las investigaciones importantes a utilizar es la documental, esta investigación es conveniente utilizarla ya que en este problema de investigación se recurre a los libros, a revistas, periódicos, registros de la situación en la que se encuentra la economía de la Provincia del Carchi.

La investigación de campo será necesaria para una investigación directa de la situación actual por la que está pasando el sector productivo de café y la comercialización del mismo.

## **3. Resultados y Discusión**

Para la realización de la investigación se tomó en cuenta, como población objetivo los productores de café de la Provincia del Carchi y las empresas operantes en el mercado de café del mercado alemán, por lo tanto se logró

identificar que la provincia del Carchi produce una cantidad de 100 toneladas de café arábigo aproximadamente con crecimiento anual promedio del 15%.

**Tabla N° 1. Proyección de la producción de café en el Carchi**

<b>Año</b>	<b>Producción (Tm)</b>
<b>2013</b>	106
<b>2014</b>	127
<b>2015</b>	148
<b>2016</b>	168
<b>2017</b>	189

Elaborado por: Luis Arteaga

Por otro lado el PIB de Alemania tiene un crecimiento de 0,7% con un PIB per-cápita de USD 39.100, teniendo en cuenta una inflación de 2%, estos índices permitieron identificar que Alemania es un país económicamente estable.

**Tabla N° 2. Índices Socioeconómicos de Alemania**

<b>Indicadores Básicos</b>	
<b>Indicador</b>	<b>Índice</b>
País	República Federal de Alemania
Capital	Berlín
Producto Interno Bruto (PIB)	3,123 billón dólares (2012 est)
PIB Per - cápita	39,100 dólares (2012 est)
Crecimiento del PIB	0,7% (2012 est)
Inflación	2% (2012 est)
Población	81.147.265 (julio 2013 est)
Tasa de Crecimiento Poblacional	-0,2% (2012 est)
Nivel de Desempleo	5,30% (enero 2013)

Fuente: CIA The World Factbook, Banco Mundial

Elaboración: Luis Arteaga

Alemania ha sido identificada por la Asociación Nacional de Café del Ecuador (ANECAFE) como el segundo destino de las exportaciones ecuatorianas de café y Según la Organización Internacional de Café (ICO) Alemania no produce ninguna clase o tipo de café, es decir, Alemania es un país netamente consumidor de café y dentro de la lista de miembros de la ICO consta como importador y re-exportador. De acuerdo la Asociación de Café en Alemania alrededor del 31% del café verde importado de Alemania está destinado directamente a ser re-exportado.

Se conoce que casi la totalidad de la producción mundial de café es obtenida en zonas tropicales y subtropicales, en su mayoría países en vías de desarrollo o sub-desarrollados.

Una de las ventajas que se presenta en la comercialización internacional de café hacia Alemania, es que las exportaciones originarias de Ecuador se acogen al Sistema Generalizado de Preferencias Plus (SGP+), acuerdo que otorga preferencias arancelarias, dentro del cual está incluido la partida arancelaria del “café sin tostar, sin descafeinar” 0901.11.00.00 objeto de estudio.

En base al estudio de mercado, se pudo conocer que la demanda insatisfecha de café en grano del mercado de Hamburgo – Alemania tiene una tendencia creciente para los próximos 5 años (2013 – 2017), mientras que, la oferta exportable de café de la provincia del Carchi cubrirá de 1% a 2% de la demanda insatisfecha durante el periodo entes mencionado.

**Tabla N° 3. Tamaño del Proyecto**

Año	Demanda Insatisfecha	Cobertura		
		(KG)	(TM)	% de cobertura
2012	7670480	74670	75	0,97
2013	7710334	106231	106	1,38
2014	7750250	126956	127	1,64
2015	7790227	147678	148	1,90
2016	7830265	168395	168	2,15
2017	7870364	189110	189	2,40

Elaborado por: Luis Arteaga

El precio del café arábigo se fija a través de la bolsa de valores de New York y durante los últimos diez años ha tenido grandes fluctuaciones. En el año 2001 registro un precio de USD 60 por quintal de café en grano, mientras que para el 2011 alcanzó un valor de USD 250, cabe tomar en cuenta que estos precios son referenciales bajo el INCOTERM FOB.

Mediante el análisis de la distribución física internacional realizada, el precio de café en grano en las bodegas del cliente (INCOTERM DDP) alcanza el valor de USD 217,24 por un saco 60kg.

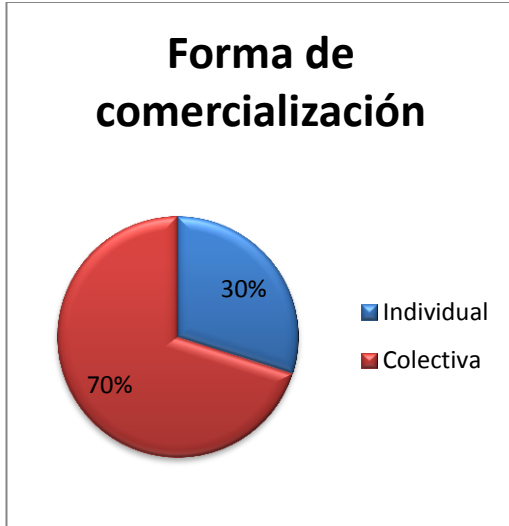
**Tabla N° 4. Precio de Venta**

Descripción	Valor
Precio (c/u) en país de destino	188,9
Margen De Ventas (15%)	28,3
<b>Precio De Venta</b>	<b>217,72</b>

Elaborado por. Luis Arteaga

#### 4. Figuras

**Gráfico 1. Forma de comercialización de café, proveedores Carchi**



Fuente: Investigación de Campo  
Elaboración: Luis Arteaga

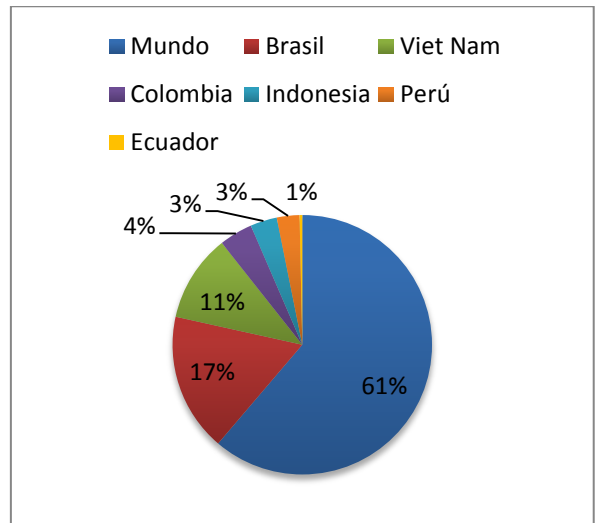
La mayor parte de los productores se encuentran asociados y vende el producto de forma conjunta.

**Gráfico 2. Precio de café, Proveedores Carchi**



Fuente: Investigación de Campo  
Elaboración: Luis Arteaga

**Gráfico 3. Competencia Internacional**



Fuente: Trademap  
Elaboración: Luis Felipe Arteaga

De todos los productores a nivel mundial el país que más exporta café es Brasil con 17% del total de las exportaciones mundiales.

**Gráfico 4. Flujo de la Distribución Física Internacional**



## 5. Bibliografía

Carbaugh, R. J. (2009). *Economía Internacional, 12va edición*. México: Editorial Latinoamericana.

Liske, E. L. (2006). *El Mercado de Café en Alemania*. Oficina Económica y Comercial de España en Düsseldorf.

Mankiw, G. (2007). *Principios de la Economía* (Tercera Edición ed.). Colombia: Mc Graw Hill.

Solano, M. (01 de Abril de 2011). *La Red de Productores del Carchi detecta falencias*. Diario El Norte.

Pro-Ecuador, (2012). *Guía Comercial de Alemania*, en [www.proecuador.gob.ec](http://www.proecuador.gob.ec), pág. 17-22

Junta de Andalucía (05/2011). *Ficha país Alemania*, Agencia Andaluza de Comercio Exterior (EXTTENDA). pág. 3-6.

Anaya, H. O. (2011). *Análisis Financiero Aplicado y Principios de Administración Financiera*. Colombia: Tercera Edición