

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI



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

**ESCUELA DE COMERCIO EXTERIOR NEGOCIACIÓN COMERCIAL
INTERNACIONAL**

“Oportunidad de Mercado con Chile y la Comercialización de café en bolsitas de infusión desde la parroquia de Maldonado Cantón Tulcán Carchi-Ecuador“

Trabajo de titulación previa a la obtención del título de
Ingeniera en Comercio Exterior y Negociación Comercial
Internacional

AUTORA: Tania Gabriela Herrera Mafla

ASESOR: Msc. Julio López

TULCÁN - ECUADOR

AÑO: 2016

CERTIFICADO

Certifico que la estudiante Tania Gabriela Herrera Mafla con el número de cédula 0401378039 ha elaborado bajo mi dirección la sustentación de grado titulada: “Oportunidad de Mercado con Chile y la Comercialización de café en bolsitas de infusión desde la parroquia de Maldonado Catón Tulcán – Carchi-Ecuador”.

Este trabajo se sujeta a las normas y metodología dispuesta en el reglamento de Grado del Título a Obtener, por lo tanto, autorizo la presentación de la sustentación para la calificación respectiva.

Msc. Julio López

Tulcán, 06 de Enero del 2016

AUTORÍA DE TRABAJO

La presente tesis constituye requisito previo para la obtención del título de Ingeniero en Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional de la Facultad de Comercio Internacional, Integración, Administración y Economía Empresarial

Yo, Tania Gabriela Herrera Mafla con cédula de identidad número 0401378039 declaro: que la investigación es absolutamente original, autentica, personal y los resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.

.....

Tania Gabriela Herrera Mafla

Tulcán, 06 de Enero del 2016

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TESIS DE GRADO

Yo Tania Gabriela Herrera Mafla, 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, 06 de Enero del 2016

Tania Gabriela Herrera Mafla

CI 0401378039

AGRADECIMIENTO

La presente Investigación de tesis está dirigida a mi familia ya que gracias a ellos he tenido el apoyo incondicional para concluir mi carrera.

A mi madre la Sra. Guadalupe Mafla Arcos que con su amor incondicional y ejemplo de valentía y lucha me ayudaron a levantarme de las adversidades y siempre continuar en la lucha por obtener un objetivo programado, y desde ahora sé que en la parte más alta de la tierra siempre me mira y cuida de mi sin fin como siempre lo ha hecho hasta los últimos días de su existencia.

A mi abuelita la Sra. Lidia Esperanza Arcos Caicedo, ejemplo de vida que a pesar de su enfermedad siempre se mantuvo latente por cumplir con sus obligaciones de madre y estar con sus nietas en los momentos que la necesitamos.

A mis hermanas Verónica, Alejandra y Analía amigas incondicionales de juegos, vivencias, experiencias malas y buenas, decirles que siempre estaremos juntas en la lucha por la vida y un futuro mejor.

A mi esposo el Sr. Jhonathan Villarreal e hijo Gabriel Villarreal Herrera personas que me han dado siempre su mano y apoyo incondicional para seguir por el camino de la obtención de mi título.

A mis compañeros y amigos porque con paciencia, constancia, esfuerzo e ímpetu logramos una lucha constante para conseguir lo que un día anhelábamos.

Tania Gabriela Herrera Mafla

DEDICATORIA

A mi madre que hace ocho meses partió de este mundo dejándonos a mí y mis hermanas un legado de humildad, respeto y responsabilidad en cada actividad realizada.

Es a ella madre incondicional que con su cariño y amor siempre me supo guiar por el buen camino dándome ánimo cuando estaba en situaciones difíciles, madre es muy difícil tu partida pero es por ello que dedico este proyecto en mención tuya para agradecerte el esfuerzo que siempre hiciste como madre y padre para mí y mis hermanas.

Tania Gabriela Herrera Mafla

ÍNDICE GENERAL

CERTIFICADO.....	I
AUTORÍA DE TRABAJO	II
ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TESIS DE GRADO	III
AGRADECIMIENTO	IV
DEDICATORIA	V
ÍNDICE DE TABLAS	VIII
ÍNDICE DE CUADROS.....	X
ÍNDICE DE GRÁFICOS	XI
RESUMEN EJECUTIVO	- 1 -
ABSTRACT.....	- 2 -
INTRODUCCIÓN	- 3 -
I.- EL PROBLEMA	- 4 -
1.1.- PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	- 4 -
1.2.- FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	- 5 -
1.3.- DELIMITACIÓN	- 5 -
1.4.- JUSTIFICACIÓN.....	- 5 -
1.5.- OBJETIVOS.....	- 8 -
II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	- 9 -
2.1.- ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS.....	- 9 -
2.2.- FUNDAMENTACIÓN LEGAL	- 10 -
2.3.- FUNDAMENTACIÓN FILOSÓFICA.....	- 12 -
2.4. VOCABULARIO TÉCNICO	- 13 -
2.5. IDEA A DEFENDER	- 15 -
2.6. VARIABLES	- 15 -
III. Metodología	- 16 -
3.1. ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN	- 16 -
3.2. MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN	- 16 -

3.3.-TIPO DE INVESTIGACIÓN	- 17 -
3.4.-POBLACIÓN Y MUESTRA.....	- 18 -
3.5.-OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES.....	- 19 -
3.6. PLAN DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN	- 21 -
3.7. PROCESAMIENTO DE INFORMACIÓN	- 22 -
3.8.- ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS DE LOS PAÍSES SELECCIONADOS	- 23 -
3.9.- MATRIZ POAM.....	- 31 -
3.10.- ANÁLISIS DEL MERCADO INTERNO ECUADOR	- 33 -
3.11.-PRODUCTO A EXPORTAR	- 53 -
3.12.- PROYECCIONES DEL ESTUDIO	- 67 -
3.13.- PROYECCIÓN DEMANDA EFECTIVA O INSATISFECHA.....	- 67 -
3.14.-DEFINICIÓN DEL MERCADO.....	- 70 -
IV. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	- 72 -
4.1. CONCLUSIONES	- 72 -
4.2. RECOMENDACIONES	- 74 -
V. PROPUESTA	- 75 -
5.1.- MODELO OPERATIVO DE LA PROPUESTA	- 76 -
5.2.- ESTRATEGIAS DE MARKETING INTERNACIONAL	- 98 -
5.3.- PLAN LOGÍSTICO	- 101 -
5.4.- ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO	- 109 -
VI. BIBLIOGRAFÍA.....	- 117 -
LINKOGRAFÍA.....	- 118 -
VII. ANEXOS.....	- 120 -

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Delimitación de Proyecto de Investigación.....	- 5 -
Tabla 2: Fundamentación Legal	- 10 -
Tabla 3: Fundamentación filosófica	- 12 -
Tabla 4: Operacionalización de Variable Independiente	- 19 -
Tabla 5: Operacionalización de Variable Dependiente	- 20 -
Tabla 6: Principales países importadores de café en extractos, esencias y concentrados a nivel mundial.....	- 23 -
Tabla 7: producto interno bruto en billones de dólares	- 24 -
Tabla 8: Pib Per Cápite en billones de dólares.....	- 25 -
Tabla 9: Tasa de Inflación	- 26 -
Tabla 10: Balanza Comercial.....	- 27 -
Tabla 11: Población	- 29 -
Tabla 12: Índice de Desempeño logístico	- 30 -
Tabla 13: Perfil de Oportunidades y Amenazas del Medio POAM	- 32 -
Tabla 14: Perfil de Oportunidades y Amenazas del Medio POAM	- 32 -
Tabla 15: PRINCIPALES CONSUMIDORES DE CAFÉ 2014	- 35 -
Tabla 16: BARRERAS NO ARANCELARIAS EN EL ECUADOR.....	- 36 -
Tabla 17: Demografía de Chile.....	- 42 -
Tabla 18: Evaluación Anual PIB Chile (2008-2013)	- 43 -
Tabla 19: Información Técnica y Química del café	- 54 -
Tabla 20: Producción de Café en la Provincia del Carchi	- 60 -
Tabla 21: Matriz para el cálculo del producto terminado	- 61 -
Tabla 22: Calculo de la Demanda Insatisfecha.....	- 69 -
Tabla 23: Población Chilena en las Ciudades Principales	- 70 -
Tabla 24: Localización óptima del Proyecto	- 76 -
Tabla 25: Requerimiento de Espacio Físico	- 77 -
Tabla 26: Presupuesto de Activos Fijos	- 78 -
Tabla 27: Matriz de personal	- 83 -
Tabla 28: Información básica del producto	- 101 -

Tabla 29: Cubicaje	- 102 -
Tabla 30: Documentos de Exportación	- 104 -
Tabla 31: Transporte Interno	- 105 -
Tabla 32: Manipuleo de embarque	- 105 -
Tabla 33: Servicio de Agentes Afianzados de Aduanas	- 105 -
Tabla 34: Costos en País Exportador	- 106 -
Tabla 35: Costos de Tránsito Internacional	- 106 -
Tabla 36: Costos en País Importador	- 106 -
Tabla 37: Términos de Negociación	- 107 -
Tabla 38: Documentos Bancarios	- 108 -
Tabla 39: INVERSIÓN INICIAL	- 109 -
Tabla 40: Gastos de constitución	- 110 -
Tabla 41: Estructura Financiera	- 110 -
Tabla 42: Costos Proyectados	- 111 -
Tabla 43: Proyección de Gastos Administrativos	- 111 -
Tabla 44: Proyección de Gastos de Exportación	- 112 -
Tabla 45: Balance General con Financiamiento	- 112 -
Tabla 46: Estado de Resultados	- 113 -
Tabla 47: Flujo de Efectivo con Financiamiento	- 114 -
Tabla 48: Calculo TIR y VAN	- 115 -
Tabla 49: Punto de Equilibrio	- 116 -

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1: Costos para el Certificado de Comercializador-Exportador..	- 37 -
Cuadro 2: Ciclo Vegetativo y Reproductivo de la Planta	- 40 -
Cuadro 3: Indicadores Económicos de Chile	- 42 -
Cuadro 4: Ficha Técnica del Producto	- 54 -
Cuadro 5: Cultivo de Café en la parroquia de Chical- Carchi	- 59 -
Cuadro 6: Manual de funciones del Administrador	- 83 -
Cuadro 7: Manual de funciones de Secretaria	- 84 -
Cuadro 8: Manual de funciones de una Contadora	- 85 -
Cuadro 9: Manual de un Asistente Comercial	- 86 -
Cuadro 10: Manual de funciones del Jefe Operativo	- 87 -
Cuadro 11: Manual de funciones del Operario de Almacenaje	- 88 -
Cuadro 12: Manual de funciones del Operario de Control de Envase y Etiquetado	- 89 -
Cuadro 13: Manual de funciones del Operario de Despacho.....	- 90 -
Cuadro 14: Mapa de Procesos de la Empresa.....	- 91 -
Cuadro 15: PROCESO DE NEGOCIACIÓN CLIENTE INTERNACIONAL .	- 92 -
Cuadro 16: PROCESO DE COMPRA	- 92 -
Cuadro 17: PROCESO DE ADECUACIÓN DEL PRODUCTO.....	- 93 -
Cuadro 18: PROCESO DE DOCUMENTACIÓN	- 94 -
Cuadro 19: PROCESO DE LA DISTRIBUCIÓN FÍSICA INTERNACIONAL .	- 95

-

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: principales países importadores de café en extractos, esencias y concentrados a nivel mundial.....	- 23 -
Gráfico 2: Producto Interno Bruto en billones de dólares	- 24 -
Gráfico 3: Pib Per Cápita en billones de dólares	- 25 -
Gráfico 4: Tasa de Inflación	- 26 -
Gráfico 5: Balanza Comercial	- 27 -
Gráfico 6: Población	- 30 -
Gráfico 7: Índice de Desempeño logístico.....	- 31 -
Gráfico 8: Principales zonas cafetaleras del Ecuador	- 34 -
Gráfico 9: IPC Alimentos y bebidas no alcohólicas 2014.....	- 45 -
Gráfico 10: POBLACIÓN CHILE (1960-2015).....	- 46 -
Gráfico 11: Tasa de Crecimiento (1961-2015).....	- 47 -
Gráfico 12. Producción Parroquia el Chical	- 59 -
Gráfico 13: Distribución de la Empresa Exportadora	- 77 -
Gráfico 14: Organigrama de la Empresa.....	- 82 -
Gráfico 15: Etiqueta del Empaque.....	- 99 -
Gráfico 16: información Nutricional del producto	- 99 -
Gráfico 17: Etiqueta del Sobre.....	- 100 -

RESUMEN EJECUTIVO

La presente Investigación se realizó con el propósito de determinar la oportunidad de mercado con Chile y la comercialización de café en bolsitas de infusión desde la parroquia de Maldonado Cantón Tulcán Carchi-Ecuador, en donde tomamos en cuenta la situación actual de los productores de la parroquia, la misma que nos introdujo a determinar los requerimientos y necesidades de la localidad, en el proyecto se estableció estrategias en cuanto al precio, producto, promoción, distribución y logística para la comercialización desde la parroquia de Maldonado.

En el desarrollo de la investigación se pudo determinar que en la parroquia de Maldonado no se produce café, por la altura en la que se encuentra ubicada esta parroquia (1100m), no apta para el cultivo de las variedades de café producidas en la zona, es por ello que se realizó un estudio al sector más cercano como lo es la parroquia de Chical.

La oportunidad de negociar o comercializar el Café al mercado de Chile, se realizó mediante la determinación de la demanda, a través de la recolección de información secundaria en cuanto a gustos y preferencias de los chilenos en el consumo del Café, como también mediante procesos logísticos, evaluación económica y financiera del proyecto, ya que nuestra meta es llegar con el Café en bolsitas de infusión a mercados internacionales como es Santiago la capital de Chile.

Determinando que se puede ofertar 43 toneladas de café cada seis meses tiempo que se demora la producción de este producto, que serían 42.615.703,13 bolsitas de infusión de 1.28 gr., llegando a la conclusión de que se podrá cubrir solo el 0.04% de la demanda insatisfecha del mercado objetivo.

En la presente investigación se obtuvo como resultado un valor actual neto de \$ 7.968 y un TIR del 29.12% por lo tanto la investigación es aceptable, un costo beneficio de 0.55 centavos por dólar a recuperar en un lapso de 4 años, por lo que concluiremos que el proyecto es rentable, factible y viable.

ABSTRACT

This investigation was carried out with the purpose to determine whether there exists an opportunity in the Chilean market to commercialize coffee bags from the parish of Maldonado in the canton of Tulcan, province of Carchi, Ecuador. The current situation of the producers of the parish was taken in consideration, the same which induced us to determine the requirements and needs of the locality. Price, product, promotion, distribution and logistics strategies were established for the commercialization of the coffee bags from the parish of Maldonado.

In the development of the investigation it was determined that , in the parish of Maldonado, coffee is not grown because of the altitude in which the parish lies (1100m) which in turn is not adequate for the growing of the varieties of coffee produced in the area. Therefore, a study was done of the closest area to Maldonado which is the parish of Chical.

The study of the possible market opportunity to commercialize coffee to the Chilean market was carried out firstly by determining the demand through the recollection of secondary information about the likes and preferences of the Chileans when it comes to their coffee consumption as well as through logistical, economic and financial processes of the project, since our goal is to introduce these coffee bags to international markets such as the one in Santiago, the capital city of Chile.

It was determined that the offer for every six months, which is the time needed to produce the coffee bags, would be of 43 tons. This would mean a total of 42615703.13 coffee bags of 1.28gr each. This would mean that only 0.04% of the demand of the aforementioned market would be met.

In the current investigation, an actual net value of \$7968 was obtained with a TIR of 29.12%, therefore the investigation is acceptable, with a beneficial cost of 0.55 cents per dollar with a turn over period of four years. We therefore conclude that the project is profitable, feasible and variable.

INTRODUCCIÓN

La demanda de café está creciendo notablemente en el mercado monopolista de Santiago de Chile, esto se debe a que en esta ciudad vive una sociedad ocupada y con mucho movimiento en el trabajo, en la actualidad el café es reconocido a nivel mundial, apetecido por los grandes consumidores de café, esto se lo puede explicar a continuación en el desarrollo de la investigación.

El siguiente proyecto de investigación inicia con la recolección de información primaria de campo, obtenida de los productores de Maldonado, complementándose con la información secundaria recolectada de páginas web de instituciones públicas acordes al tema de investigación, tanto del país de origen como del de destino.

La presente investigación consta de 5 capítulos que se encuentran distribuidos de la siguiente manera:

En el Primer capítulo se desarrolló y determino el problema a resolver y los objetivos determinados para el desarrollo de la misma. En el Segundo capítulo se encuentran las fuentes filosóficas que nos ayudan a la sustentación de la idea a defender.

En el Tercer capítulo damos a conocer los métodos de investigación a utilizar para la recolección de información tanto primaria como secundaria. El cuarto capítulo son las conclusiones y recomendaciones obtenidas del análisis de la información obtenida anteriormente.

En el Quinto capítulo se desarrolla la propuesta que se planteó para la solución del problema de la presente investigación, con un estudio logístico, y financiero, que nos ayudará a determinar si la propuesta a plantearse es rentable.

I.- EL PROBLEMA

1.1.- PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La Parroquia de Maldonado, es una zona que se encuentra ubicada al noroccidente de la provincia del Carchi, alrededor de 90 Km., cerca de la ciudad de Tulcán, su extensión es de 500 hectáreas aproximadamente. Es una zona agrícola y ganadera, siendo uno de los productos agrícolas importantes el café, materia prima que se utilizará para la comercialización de café en bolsitas de infusión. (GAD parroquial de Maldonado ,2011)

La producción de café existente en la zona es escasa para la demanda requerida por el país Chile, por lo cual es necesario realizar una investigación, que permita conocer la cantidad demandada y así crear proyectos para incrementar el rendimiento en la zona y poder ofertar al exterior.

Otro punto importante es el desconocimiento y la falta de capacitación a los productores de Café en la parroquia de Maldonado, lo que ha provocado que no oferten su producto a grandes volúmenes perdiendo oportunidades de negocios, por lo cual únicamente vendan su producción internamente y no exista diversificación de mercado.

En la presente investigación se puede mencionar que el café se obtiene de los lugares cercanos a la parroquia de Maldonado, a un precio muy bajo dejando a los productores sin rentabilidad ni ganancias limitando sus ingresos para la cosecha de la nueva producción, el precio de comercialización de este producto actualmente oscila entre los 70\$ el quintal, dejando a los productores desconformes porque el café que se produce en estas tierras es de muy buena calidad el mismo que debería alcanzar un precio de 200\$ el quintal.

Otra de las falencias importantes dentro del sector productivo es la falta de conocimiento técnico en lo referente a transformación de la materia prima a

diversos derivados dentro de los cuales se encuentra las bolsitas de café para infusión, es por ello que nuestros productores solo realizan un comercio interno del producto en bruto.

Además, es necesario mencionar que el limitado acceso de nuestros productores a créditos, hace que no amplíen el cultivo y obtengan volúmenes de producción suficiente para poder realizar una exportación a gran escala, lo cual no permite el desarrollo de estas pequeñas empresas, afectando así su estabilidad económica.

Con los antecedentes mencionados se pretende conocer; ¿La producción de Maldonado será suficiente para satisfacer parte de la demanda en Chile?, ¿Nuestro producto agradara al mercado Chileno?, ¿Qué se necesita para la fabricación de bolsitas de café en infusión?, ¿Contamos con los recursos necesarios para realizar este proyecto?

1.2.- FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿El desconocimiento de la demanda requerida de Café en bolsitas de infusión en Santiago de Chile no permite la Comercialización desde la parroquia de Maldonado?

1.3.- DELIMITACIÓN

Tabla 1: Delimitación de Proyecto de Investigación

Objeto de Estudio	Comercialización
Sujeto de Estudio	Demanda
Área geográfica	Provincia de Carchi- parroquia de Maldonado; Santiago de Chile
Tiempo	Agosto 2014 – Agosto 2015
Grupo social	Productores de café

Elaborado por: Tania Herrera

1.4.- JUSTIFICACIÓN

La presente Investigación se desarrollará en la provincia del Carchi, zona rica en recursos naturales y agrícolas, productos que con ayuda financiera

incrementarán los volúmenes de producción obteniendo producto de calidad que podrá ser exportado.

Esta investigación tiene como objetivo generar mejorías en los sectores que se encuentren involucrados con la producción del café, cultivo que se produce a 1 200 metros sobre el nivel del mar, a mayor altura es mejor el sabor. Según Montalvo reportero del diario La Hora, puede argumentar que: “Además la variedad de café que se produce en la provincia del Carchi es más resistente a los plagas y es muy fructífera”.

Constituyendo el café uno de los productos más importantes de la exportación ecuatoriana y de la economía mundial, Ecuador posee una gran capacidad como productor de café, convirtiéndose en uno de los pocos países en el mundo que exporta todas las variedades de café: arábigo lavado, arábigo natural y robusta. Los diferentes ecosistemas existentes en el Ecuador permiten que los cultivos de café se den a lo largo y ancho del país, en la Costa, Sierra, Amazonía, llegando a cultivarse en las Islas Galápagos. (Pro ecuador, 2013).

El ecuador en los últimos años ha sido reconocido por la calidad de café que se produce , es por ello que se debe priorizar este tipo cultivos para poder en realizar exportaciones ya no como una materia prima si no más como un producto industrializado.

Según Meneses, M. (2013), en el Carchi tenemos el mejor café, gracias al apoyo brindando por la Prefectura, así decidieron introducir una alternativa de producción en la parroquia de Maldonado, cantón Tulcán, actualmente son alrededor de 250 hectáreas que se destinaran para las plantaciones de café con la variedad Caturra Castilla, la idea es poder aumentar la producción de café, en la parroquia de Maldonado.

Es por ello que la presente investigación se realizará en la parroquia de Maldonado, debido a que el Café, que se pretende producir en esta zona no requiere de agroquímicos empleados en la producción, como se lo realiza en las diferentes zonas cafetaleras del Ecuador.

El café de nuestra provincia al ser evaluado por el reconocido catador internacional Carlos Oliva, de la Federación de Caficultores de Nariño, Colombia, en una feria desarrollada el 2013 en el Carchi, el producto nacional logró una puntuación de 88,5 en una escala de 100, catalogándolo como especial. En el 2011 en la organización de compradores de Pasto, Colombia, le calificaron con 89 puntos, lo que le permite estar incluido dentro de los cafés gourmet. (Montalvo, 2013).

Con estos antecedentes se busca contribuir a la ampliación de exportaciones de productos con un valor agregado hacia nuevos mercados como es Chile, cuya población es de 17973061, habitantes, estimado al 16 de junio del 2015 según el Instituto Nacional de Estadísticas. Cabe mencionar que en Chile el café es muy acogido por las particularidades y valores nutricionales que este posee.

La presente investigación académicamente se justifica, porque busca contribuir a dar continuidad a proyectos realizados en anteriores años, contribuyendo con ideas innovadoras para que los productores de café de la zona parroquial de Maldonado puedan dar solución a los inconvenientes que tiene en cuanto a industrializar el producto dando un valor agregado y poder apertura nuevos mercados.

Los beneficiarios directos serán los productores agrícolas de la parroquia de Maldonado mejorando su economía, permitiendo tener una alternativa de industrializar sus productos otorgándoles así un valor agregado, siendo más atractivo al mercado objetivo, obteniendo factibilidad económica.

Los beneficiarios Indirectos tenemos a los habitantes de la provincia y país beneficiándose de la alternativa nueva e innovadora de la producción y transformación de café en un sector pequeño al norte del país.

Al realizar la exportación se generarán fuentes de trabajo en toda la cadena agro productiva y de exportación desarrollo el comercio internacional y aportando al cambio de la matriz productiva.

1.5.- OBJETIVOS.

Objetivo General

Determinar las oportunidades de mercados internacionales para la comercialización de café en bolsitas de infusión desde la parroquia de Maldonado.

Objetivos Específicos

Fundamentar documentalmente las oportunidades de mercados internacionales y la comercialización de Café en bolsitas de infusión desde la parroquia de Maldonado, provincia de Carchi.

Realizar un estudio de mercado para la Comercialización de Café en bolsitas de infusión desde la parroquia de Maldonado.

Desarrollar un estudio de factibilidad para la exportación de Café en bolsitas de infusión desde Maldonado hacia el Mercado Chileno, para que nos permita tener parte de la demanda de este producto en la ciudad de Santiago de Chile.

II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.1.- ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

Amen y Ponce (2009) manifiestan que el café orgánico es una alternativa para el mejoramiento de las actividades comerciales, relacionadas con la capacidad de respuesta de los negocios locales para obtener crecimiento y desarrollo, por ser un producto de calidad que contribuye al mejoramiento en la producción de los productos sino también al bienestar del planeta y de la salud de las personas.

Galarza y Peñaherrera (2011) mencionan que es rentable la exportación de café Zarumeño orgánico gourmet con destino a Alemania analizando el desarrollo de la industria del café en el Ecuador, estableciendo los procesos productivos para la elaboración del café en el Cantón Zaruma, concluyendo que este plan de investigación, permite aportar al desarrollo del sector agrícola ecuatoriano recalcando a la vez la tradición cafetera del país, también menciona que Ecuador posee todas las condiciones para producir un café especial de sabor único que lo hace altamente demandado a nivel internacional, como lo es el caso del cantón Zaruma, provincia de El Oro, en donde crecen amplios cultivos de café arábigo debido a las suaves brisas, el abundante sol, las lluvias copiosas y la agradable temperatura, características propias de este sector.

En nuestro caso podemos mencionar que una de las ventajas que tiene el café del Carchi es el nivel de concentración del aroma de un 86%, catalogándose como uno de los mejores cafés, ventaja que nos puede ayudar al ingreso a mercados internacionales como lo es el caso del país de Chile.

Jiménez , Martínez D., Martínez L. y Montes, quienes desarrollaron el proyecto de exportación para el café orgánico producido en México (Chiapas) hacia Italia, analizaron, diseñaron y establecieron lineamientos, procesos y acciones que se necesitaban para poder distribuir y comercializar el café en grano, a través de la descripción del producto, definiendo las características del mercado italiano para la exportación de café orgánico, especificando las características de calidad, para la satisfacción del cliente, llegando a determinar

que a través de una guía básica para el desarrollo de la comercialización del café orgánico de Chiapas, este producto puede ser exportado hacia el país de Italia.

García K. quienes desarrollarán el proyecto de “Programa de Desarrollo de Proveedores café bajo el sistema de Comercio Justo”, la cafeticultora en el estado presentan muchas ventajas competitivas que puede explotar para posicionarse y competir a nivel nacional e internacional; sin embargo, es necesario que haya organización en los productores y unión entre las comercializadoras existentes, para vender cafés de especialidad los cuales le permiten al productor recuperar los costos de producción y obtener una ganancia, entre ellos se tienen los siguientes: café orgánico, mercado justo, cafés bajo sombra, café sustentable, café de origen y café amigable con las aves; estos cafés son comercializados en segmentos de mercado más rentables y menos inestables que el convencional, al cual actualmente se le destina la mayor parte de la producción del café oaxaqueño.

Este es un claro ejemplo de que en nuestra investigación debemos definir y establecer las características de los consumidores del mercado chileno para poder realizar la comercialización de café en bolsitas de infusión.

2.2.- FUNDAMENTACIÓN LEGAL

Dentro de lo que concierne a nuestro tema de investigación consideramos pertinente analizar diversas normativas que se ven de alguna manera inmiscuidas en el proceso de la comercialización del café así como también parámetros por la ley que deben cumplirse.

Tabla 2: Fundamentación Legal

DOCUMENTO	DESCRIPCIÓN
Constitución de la República del Ecuador 2008	Art. 254. Procurar promover la producción nacional, asegurar la soberanía alimentaria y la investigación regional.
	Art. 304.- Promueve las exportaciones ambientales responsables, empleo, con énfasis en los pequeños y medianos productores.
	Art. 306.- Dispone la obligación de promover las exportaciones responsables, que generen empleo y valor agregado en P y MP.
	Art. 320.- establece que la producción se sujetara a principios y normas de calidad, productividad y eficiencia económica.

Plan del Buen Vivir 2013-2017	Objetivo 8.- Exportaciones.- con el fin de apoyar a los productores locales a expandirse a nuevos mercados (además de proveer a la demanda interna), el gobierno ha modernizado y articulado diferentes entidades como el Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones (Pro Ecuador, s/f). Adicionalmente, se ha modernizado y agilizado el Servicio Nacional de Aduana con el fin de minimizar los tiempos y los costos de los procesos comerciales con la Ventanilla Única de Comercio Exterior (Comercio Exterior, 2013)
Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones	Art. 93.- Fomento a la exportación.- El Estado fomentará la producción orientada a las exportaciones y las promoverá mediante los siguientes mecanismos de orden general y de aplicación directa, sin perjuicio de los contemplados en otras normas legales o programas del Gobierno: a) Acceso a los programas de preferencias arancelarias, u otro tipo de ventajas derivadas de acuerdos comerciales de mutuo beneficio para los países signatarios, regionales, bilaterales o multilaterales para los productos o servicios que cumplen con los requisitos de origen aplicables.
	Art. 95.- Promoción no financiera de Exportaciones.- El Instituto de promoción de exportaciones e Inversiones extranjeras, adscrito al ministerio de comercio exterior, que funcionara según lo que se establezca en el Reglamento.
	Art. 154.- Exportación Definitiva.- Régimen aduanero que permite la salida definitiva de mercancías, fuera del territorio aduanero comunitario o una sede ubicada dentro del territorio aduanero ecuatoriano.
Reglamento- Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones	Art. 70.- Declaración Aduanera Simplificada.- La Dirección General del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador establecerá los casos en que, por razones de agilidad o simplificación, se admitirá la presentación de declaraciones aduaneras simplificadas.
	Art. 71.- Documentos que acompañan a la declaración.- Se consideran documentos que acompañan a la Declaración Aduanera los siguientes: a) Documentos de acompañamiento; y, b) Documentos de soporte.
	Art. 72.- Documentos de acompañamiento.- Constituyen documentos de acompañamiento aquellos que denominados de control previo deben tramitarse y aprobarse antes del embarque de la mercancía de importación. Esta exigencia deberá constar en las disposiciones legales que el organismo regulador del comercio exterior establezca para el efecto.

Elaborado por: Tania Herrera

Fuentes: COPCI, Plan del Buen Vivir 2013-2017, Constitución del Ecuador, Ley de Compañías.

2.3.- FUNDAMENTACIÓN FILOSÓFICA

Tabla 3: Fundamentación filosófica

TEORÍAS	AUTOR	CARACTERÍSTICAS	RELACIÓN CON EL TEMA
Teoría de la Ventaja Competitiva	Michael Porter	El objetivo del Comercio Internacional es la que crea incentivos para que las empresas produzcan productos que tengan un valor agregado y diferencien de los otros para su posicionamiento en el mercado. (Mendoza L. 2011)	La teoría de la ventaja competitiva se basa en la especialización de un país, por ejemplo en el Ecuador sería producir bienes con un alto grado de valor agregado pero a costos mínimos, permitiendo competir con mercados internacionales.
Teoría de la Sustitución de Importaciones	Raúl Prebisch	Esta teoría enfatiza la industrialización por sustitución de importaciones (ISI) a través de una política comercial de proteccionismo selectivo, la planificación y el intervencionismo del Estado, la regionalización y la integración regional. (Prebisch R., 2004)	Ecuador, enfocándose a lo que nos dice la teoría de la sustitución podemos decir que claro ejemplo, de que los países desarrollados superan a los países en desarrollo como lo es nuestro país, que se ha especializado en productos primarios , empezando con los alimentos frescos, enfocándose hacia el futuro de la industrialización a través de la matriz productiva.
Teoría del Nuevo Comercio Exterior	Paúl Krugman	Esta teoría se creó a partir del concepto de las economías de escala, mediante el cual a mayores volúmenes de producción, menores costos, que a su vez	Esta teoría nos da el reflejo de lo que está sucediendo en la actualidad en nuestro país como es el caso de la industria automotriz y el intercambio bilateral Ecuador – Colombia, se realiza un intercambio de bienes y se realiza un comercio interno

		facilitan la oferta de productos, beneficiando a los consumidores. (Mayorga J., & Martínez C., 2008)	de fabricación o especialización en esta rama.
--	--	---	--

Elaborado por: Tania Herrera

Fuente: Michael Porter, Paúl Krugman, Raúl Prebisch

2.4. VOCABULARIO TÉCNICO

Aduanas: son lugares donde se realiza la administración fiscal para el control y recaudación de impuestos ejecutados por el ingreso de productos a un país, esto se lo realiza en puertos, aeropuertos y terminales. (Glosario de términos Aduaneros, Comercio Exterior y términos marítimo portuarios, 2014).

Dentro de nuestro contexto de investigación creemos conveniente el conocer lo que la aduana está encargada de realizar en proceso fiscalización, control y recaudación de los impuestos al entrar y salir un producto del país.

Barrera comercial: es un impedimento o barrera como su nombre mismo lo dice a la entrada de productos a l mercado nacional de un país. (Glosario de términos Aduaneros, Comercio Exterior y términos marítimo portuarios, 2014).

Dentro del proyecto es necesario y fundamental conocer las barreras que existen para la entrada de nuestro producto a Chile cual será una desventaja para el país a seleccionar en esta investigación.

Ciclo de Vida de un Producto: Es una herramienta de marketing que se la utiliza para conocer la etapa en la que se encuentra un producto dentro del mercado. (Glosario de términos Aduaneros, Comercio Exterior y términos marítimo portuarios, 2014).

En la presente investigación puedo decir que el ciclo de vida del café es el proceso que tomará para su transformación, cumpliendo las medidas necesarias para su elaboración y posterior legalización.

Comercialización: es la acción de realizar la actividad de comercializar, para poner a la venta un producto y poder darle las condiciones de y factibilidad de vías de distribución para su venta. (Definición de comercialización, Qué es, Significado y Concepto, 2014).

La comercialización en esta investigación dependerá de la cantidad existente de materia prima en la parroquia de Maldonado- Chical para la elaboración de café en bolsitas de infusión, y así poder ejecutar su respectiva comercialización.

Demanda: Son las personas o cantidad de personas que se encuentran en las posibilidades o están dispuestas a adquirir en producto ofertado. (Glosario de términos Aduaneros, Comercio Exterior y términos marítimo portuarios, 2014).

La demanda que actualmente tiene el café a nivel mundial por el ajetreado modo de vida que se vive actualmente, es importante ya que será uno de los determinantes para que sea factible la exportación, determinando la cantidad de personas que adquirirán el producto.

Mercado: Es el lugar en donde se realiza un conjunto de transacciones e intercambio de productos, (Glosario de términos Aduaneros, Comercio Exterior y términos marítimo portuarios, 2014).

En la investigación que se está realizando se determinara el mercado más conveniente para la ejecución de la exportación de café en bolsitas de Infusión, dejando claro que mercado son todos los compradores reales y potenciales en la adquisición del producto.

Partida arancelaria: Es una serie de códigos numéricos en donde se define en el arancel de aduanas una determinada mercancía con sus respectivas características. (Glosario de términos Aduaneros, Comercio Exterior y términos marítimo portuarios, 2014).

Necesario para la especificación y clasificación correcta del producto a comercializar en este caso el café en bolsitas de infusión clasificado en el arancel ecuatoriano con la partida arancelaria 2110110000.

Producto: es una opción elegible, viable y repetible que la oferta pone a disposición de la demanda, para satisfacer una necesidad o atender un deseo a través de su uso o consumo. (Glosario de términos Aduaneros, Comercio Exterior y términos marítimo portuarios, 2014).

2.5. IDEA A DEFENDER

El estudio de las oportunidades de ingreso de café en bolsitas de infusión al mercado de Santiago de Chile permitirá la comercialización desde la parroquia de Maldonado.

2.6. VARIABLES

Variable Dependiente

- Comercialización Internacional

(Efecto) La comercialización a mercados internacionales de Café en bolsitas de infusión desde la parroquia de Maldonado Cantón Tulcán- Carchi Ecuador.

Variable Independiente

- Oportunidades de Mercados Internacionales

(Causa) La Oportunidad de poder ingresar a un mercado Internacional y poder a dar a conocer un producto nuevo como es el Café en bolsitas de infusión producido en la parroquia de Maldonado Cantón Tulcán- Carchi Ecuador.

III. METODOLOGÍA

3.1. ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN

Enfoque de Investigación Cualitativa

La presente investigación se tomó en cuenta el enfoque cualitativo ya que se estudió y analizó el comportamiento de las variables, del sector demandante del país de Chile, por medio de conocer los gustos y preferencias, del sector ofertante, se elaboró un estudio de caso para conocer la situación actual productiva de la parroquia de Maldonado.

En este proyecto también se determinó las cualidades de la realización de la cadena logística, proveedores, distribuidores, exportaciones, agentes de aduanas y todos los implicados en la comercialización en el tema de “Oportunidad de mercado con Chile y la comercialización de café en bolsitas de infusión desde la parroquia de Maldonado Cantón Tulcán Carchi- Ecuador”.

3.2. MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

Investigación Documental

La investigación documental parte fundamental en un proceso de investigación, constituyéndose en la estrategia sistemática donde se observa y analiza las realidades teóricas del café en la actualidad.

Es por ello que en la presente investigación hemos utilizado a la investigación documental como una herramienta importante que nos permitió estructurar el marco teórico y conceptual, a través de información encontrada en revistas, periódicos, libros, páginas web, etc., que nos sirvieron para interpretar, presentar datos e información sobre el café, en la actualidad, al igual que la situación del café en los mercados internacionales.

Investigación de Campo

En la presente investigación en el análisis de campo se trató de determinar de manera directa el contexto actual de los miembros y familias que pertenecen a parroquia de Maldonado con la intención de dar soluciones a la problemática que enfrentan estas familias, se quiere emprender un estudio sobre la “Oportunidad de mercado con Chile y la comercialización de café en bolsitas

de infusión desde la parroquia de Maldonado cantón Tulcán Carchi- Ecuador”, con el resultado de fomentar empleo y fuentes de trabajo de esta manera mejorar la situación socio económica de cada uno de los participantes.

Se realizó la investigación con el objetivo de determinar el hecho de que las oportunidades de mercados Internacionales, para los comercializadores de café en bolsitas de infusión desde la parroquia de Maldonado, permitirán atender parte de la demanda solicitada.

3.3.-TIPO DE INVESTIGACIÓN

Investigación Exploratoria

Dentro de este proyecto es importante utilizar la investigación exploratoria por medio de la cual podemos darnos una visión general, del tipo de aproximaciones respecto a una determinada realidad.

Este tipo de investigación se realiza especialmente cuando el tema elegido ha sido poco explorado y reconocido, como es el caso del estudio de factibilidad de la comercialización de café en bolsitas de infusión hacia mercados internacionales.

La determinación de la factibilidad de comercializar el café en bolsitas de infusión desde la parroquia de Maldonado hacia mercados internacionales, teniendo como problemas la falta de financiamiento a los productores de esta zona, teniendo como objetivo investigar y determinar si se puede realizar una posible comercialización.

Investigación Descriptiva

Dentro de este proyecto de investigación, el modo descriptivo se lo utilizó dentro del desarrollo del proyecto ya que se analizó de manera correcta y puntual la conducta de las variables mediante herramientas necesarias como la entrevista, como procesos de recolección de información primaria, también se maneja estos procesos para la comprobación de la hipótesis planteada, sometiéndose a un proceso de análisis e interpretación de los datos obtenidos.

Este proyecto de investigación se realizó con el fin de analizar la situación socioeconómica de la parroquia de Maldonado en la determinación de la

oportunidad de mercado hacia el país de Chile y detallar la realidad que viven las familias productoras de café de la parroquia de Maldonado.

3.4.-POBLACIÓN Y MUESTRA

Dentro de la presente investigación se toma como muestra y población a todos los lugares, elementos, personas, objetos que participan, para la determinación de las oportunidades de mercados internacionales para la comercialización de café en bolsitas de infusión desde la parroquia de Maldonado.

La población de la cual se va obtener la información acerca de la cantidad de producción existente en la parroquia de Maldonado, y la población del mercado al cual vamos a comercializar nuestro producto.

En la presente investigación se aplicará un muestreo no probabilístico ya que la información a recolectar se centra en una persona especializada y conocedora del tema de café que se produce en la parroquia de Maldonado y sus alrededores, por lo cual realizamos la entrevista al Sr. Oswaldo Espinoza presidente de la Asociación Caficultura “El Paraíso”, de la parroquia de Chical.

3.5.-OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Tabla 4: Operacionalización de Variable Independiente

IDEA A DEFENDER: Elaborar un Plan de Negociación para la Comercialización de Café en bolsitas de infusión desde Maldonado Carchi hacia el Mercado Chileno.						
variables	Índices	Indicadores	Ítems	Técnica	Instrumento	Informante
VI. Oportunidad de Mercados Internacionales	Entorno (Perfil de oportunidades y Amenazas del medio)	Socioeconómicos	¿Cuál es la situación del PIB en Chile? ¿Cuál es el índice inflacionario de Chile? ¿Cuál es el índice de crecimiento de la población (Santiago)?	Técnicas de Fichaje	Fichas técnicas	SENAE; Banco Central del Ecuador; Pro ecuador; Trade Map, inc.
		Políticos	¿Cuál es la política comercial frente a las importaciones (Acuerdos comerciales)? ¿Cuál es la Balanza comercial?	Documental	Internet, Páginas web, acuerdos comerciales Chile- Ecuador	SENAE; Banco Central del Ecuador; Pro ecuador; Trade Map, inc.
	Mercado	Legales (Medias Arancelarias, no Arancelarias).	¿Existen barreras arancelarias para la importación del café? ¿Existen barreras no arancelarias para la importación del café? ¿Cuál es el sistema de envase, empaque y embalaje requerido para comercializar el producto?	Documental	Internet, Páginas web, acuerdos comerciales Chile- Ecuador	SENAE; Banco Central del Ecuador; Pro ecuador; Trade Map, inc.
		Geográficos	¿Determinar las primordiales características de las condiciones de acceso físico al mercado destino Chile?	Documental	Internet, Páginas web, acuerdos comerciales Chile- Ecuador	SENAE; Banco Central del Ecuador; Pro ecuador; Trade Map, inc.
		Demanda	¿Cuál es el perfil del consumidor? ¿Cuáles son los potenciales consumidores?	Documental	Internet, Páginas web, acuerdos comerciales Chile- Ecuador	SENAE; Banco Central del Ecuador; Pro ecuador; Trade Map, inc.
		Oferta		Documental		

Tabla 5: Operacionalización de Variable Dependiente

IDEA A DEFENDER: Elaborar un Plan de Negociación para la Comercialización de Café en bolsitas de infusión desde Maldonado Carchi hacia el Mercado Chileno.						
variables	Índices	Indicadores	Ítems	Técnica	Instrumento	Informante
VI. Comercialización	Entorno	Político / legal (medidas arancelarias, no arancelarias)	¿Cuál es la política comercial del país de Chile? ¿Existen barreras arancelarias para la exportación de Café? ¿Existen barreras no arancelarias para la exportación de alcachofa?	Documental	Internet painas web	SENAE; Banco Central del Ecuador; Pro ecuador; Trade Map, inc.
		Factores socio económicos (oferantes)	¿Cuál es la situación actual del Ecuador? ¿Cuál es la situación actual del sector ofertante? ¿Cuál es el tamaño de la población ofertante?	Documental	Internet painas web	SENAE; Banco Central del Ecuador; Pro ecuador; Trade Map, inc.
	Producto/Oferata	Características del producto Oferta exportable	¿Cuáles son las características del producto? ¿Cuáles son los proveedores del sector? ¿Cuál es la oferta del sector productor en unidad de medida y tiempo para la exportación?	Entrevista	Estudio de caso	Gobierno Provincial, Presidente de la Asociación "El Paraíso".
	Logística	Canal de Distribución red de transporte proceso logístico	¿Cuál es la red de transporte adecuada para llegar a Chile – Santiago? ¿Cuáles son los costos en origen mediante incoterms? ¿Cuáles son los costos de transporte? ¿Cuáles son los costos de destino?	Documental	Internet painas web	Pro ecuador
	Plan de Negociación		Estudio técnico Estudio Financiero Proceso Logístico	PROPUESTA		

3.6. PLAN DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

En plan de recolección de información es la obtención de los datos serios y de primera mano, utilizando la información primaria y secundaria, que nos ayudará para determinar si el estudio de factibilidad a desarrollar rentable.

Información Primaria

En la presente investigación la información primaria se considera a la documentación original que tenemos para la ejecución de un determinado trabajo, en este proyecto de investigación hemos tomado como información primaria la entrevista que se realizó al presidente y productores que forman parte de la parroquia de Maldonado, al Sr. Oswaldo Espinosa presidente de la Asociación “El Paraíso” de la parroquia del Chical,

Para después realizar un minucioso análisis de la información obtenida, para la interpretación de datos.

Información Secundaria

En la presente investigación la información secundaria se recogió de fuentes de investigación bibliográficas importantes documentos, libros y revistas, acuerdos como: Constitución de la república del Ecuador 2008; Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones; Plan del Buen Vivir 2013-2017; Ley de compañías Sección VI. Y también información de exterior la Ley de Aduanas de Chile 2013; Instituto Nacional de Estadísticas Chile 2015; Constitución de Chile 2010, acuerdos Comerciales Ecuador-Chile.

En el presente trabajo también se utilizó fuentes de la web: Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (SENAE), Banco Central del Ecuador, Pro Ecuador 2013, 2014 y 2015 , TRADE MAP, Instituto Nacional de Censos, MAGAP.

La información recolectada ya sea primaria y secundaria fue de gran ayuda ya que ayudaron al eficiente desarrollo del proyecto de investigación, procediendo al análisis e interpretación de la información que se la ha plasmado en tablas, y con la información secundaria se procedió a su respectivo análisis de los indicadores o datos recolectados de las páginas web.

Para la recolección de información en la presente investigación hemos utilizado diferentes textos, libros, artículos, páginas web, en donde nos han brindado la suficiente información sobre lo que es el café, en las que podemos mencionar a continuación Servicio Nacional de Aduna del Ecuador (SENAE), Banco Central del Ecuador, Pro Ecuador 2013, 2014 y 2015, TRADE MAP, Instituto Nacional de Censos, MAGAP, entre otras que nos ayudaron mucho para desarrollar el presente proyecto.

También se ha tomado como instrumento para la recolección de información a la entrevista que se realizó dirigida a una persona específica, especializada y conocedora del área a investigar.

En donde se pretende determinar las siguientes incógnitas:

¿El café que se pretende comercializar es bueno para la comercialización en mercados internacionales?

¿A qué país es recomendable envía este producto del mercado internacional oferente en la actualidad?

3.7. PROCESAMIENTO DE INFORMACIÓN

La entrevista es una estrategia útil y necesaria en investigaciones sociales, educativas, culturales, periodísticas y científicas manteniendo una conversación con criterios y un guion de preguntas que respondan a las cuestiones fundamentales de la investigación. (Lepeley, 2001).

Entendemos que las preguntas tienen colores y sabores que responden a un diseño, por lo tanto hay que saber preguntar y también responder, según la pertinencia de la investigación que se realiza. En materia de educación, la entrevista es un recurso efectivo en todas las organizaciones por lo tanto, "... el efecto de la educación es determinante en desarrollo de las organizaciones, en el crecimiento del país y en el progreso de la sociedad. (Lepeley, 2001).

El presente proyecto se utilizará como instrumento de investigación a la entrevista dirigida a una persona especializada en los que es cultivo de café, para esto tenemos al Sr. Oswaldo Espinoza presidente de la asociación de caficultores "El paraíso".

Después de haber realizado el levantamiento de información se procederá a un análisis de información, que nos ayude a la determinación de la Oportunidad de la mejor alternativa de mercado para identificar la oportunidad de negocios para la comercialización de café en bolsitas de infusión desde la parroquia de Maldonado.

Otra herramienta para el análisis de la información se utilizará al Excel como programa de apoyo para los cuadros estadísticos, gráficos, e ilustraciones en donde se procesa la información encontrada.

3.8.- ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS DE LOS PAÍSES SELECCIONADOS

En la presente Investigación para la determinación de los mejores mercados internacionales que se usarán para la comercialización de café en bolsitas de infusión se ha seleccionado a los tres mejores a continuación detallamos la información encontrada:

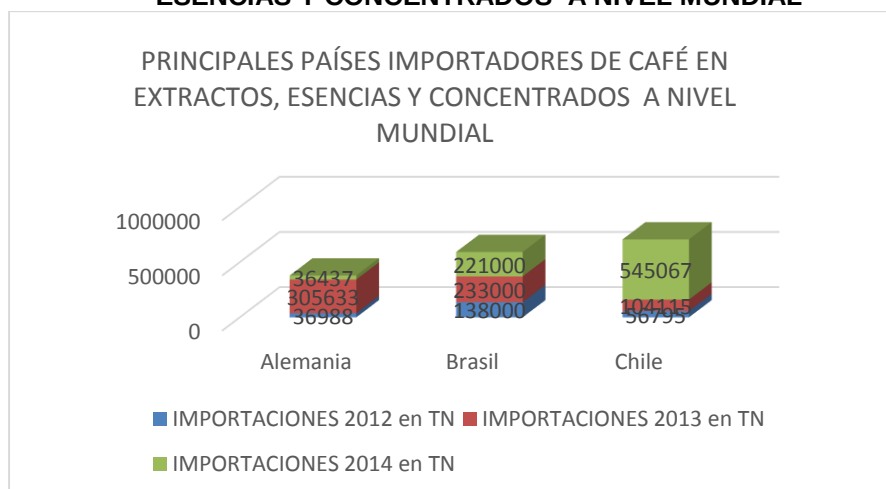
Tabla 6: Principales países importadores de café en extractos, esencias y concentrados a nivel mundial

PAÍS	IMPORTACIONES 2012 en TN	IMPORTACIONES 2013 en TN	IMPORTACIONES 2014 en TN
Alemania	36988	305633	36437
Brasil	138000	233000	221000
Chile	56795	104115	545067

Fuente: Trademap

Elaborado por: Tania Herrera

Gráfico 1: PRINCIPALES PAÍSES IMPORTADORES DE CAFÉ EN EXTRACTOS, ESENCIAS Y CONCENTRADOS A NIVEL MUNDIAL



Fuente: Trademap

Elaborado por: Tania Herrera

De acuerdo a los datos obtenidos de la Estadísticas del Comercio para el Desarrollo Internacional de las empresas TRADEMAP, se puede observar en el Gráfico anterior, que los principales países importadores de café en extractos, esencias y concentrados de café a nivel mundial son Alemania, Brasil y Chile, por lo tanto se los ha tomado en cuenta para el análisis del mejor mercado demandante para la comercialización de nuestro producto.

3.8.1.- FACTORES EXTERNOS

FACTORES SOCIOS ECONÓMICOS

- **Producto interno bruto**

El PIB a precio de comprador es la suma del valor agregado bruto de todos los productores residentes en la economía más todo impuesto a los productos, menos todo subsidio no incluido en el valor de los productos. (Banco Mundial, 2014).

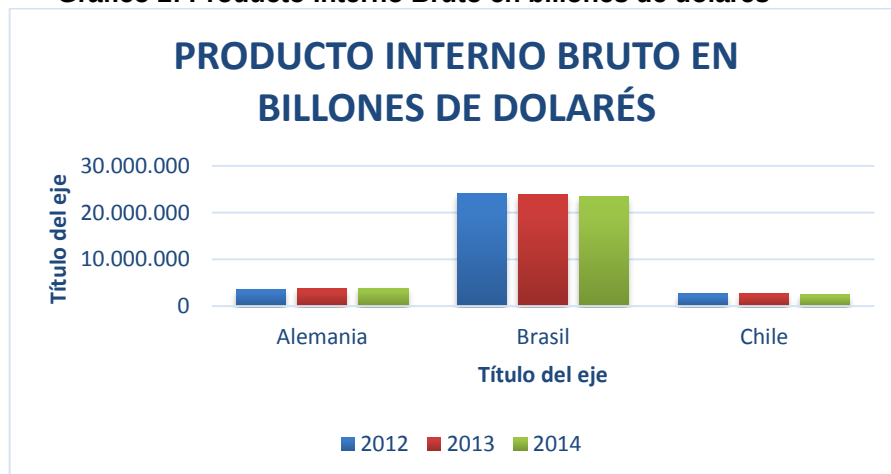
Tabla 7: PRODUCTO INTERNO BRUTO EN BILLONES DE DÓLARES

	2012	2013	2014
Alemania	3.533.242	3.730.261	3.852.556
Brasil	24.131.743	23.920.945	23.461.182
Chile	2.652.316	2.766.737	2.580.615

Fuente: (Banco Mundial, 2014)

Elaborado por: Tania Herrera

Gráfico 2: Producto Interno Bruto en billones de dólares



Fuente: Banco mundial, 2014

Elaborado por: Tania Herrera

De la información recolectada de fuente del Banco Mundial comprendida entre los años 2012 al 2014 podemos interpretar que en el país de Alemania ha mantenido una economía estable al igual que Brasil, que mantiene un incremento más alto en comparación a Alemania y Chile a pesar de sufrir en los últimos años diferentes desastres naturales se ha mantenido estable en lo que es infraestructura y tecnología.

- **PIB Per Cápita**

Este indicador que no es más que el producto interno bruto de cada país, este se encuentra dividido para el número de población existente en cada país la mitad del año, dejando que dentro de este indicador se encuentra todos los productos que residen en un país para la comercialización. (Banco Muncial, 2014)

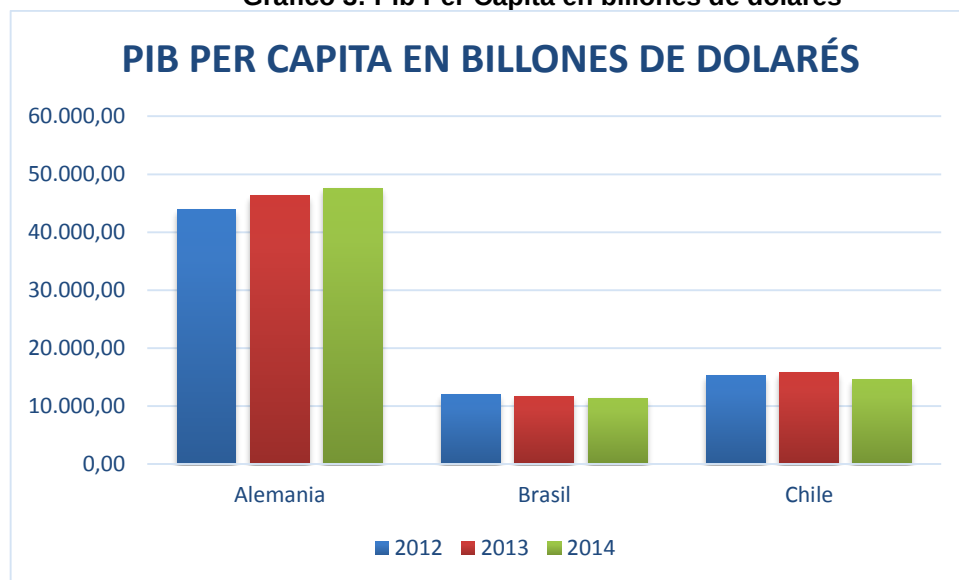
Tabla 8: Pib Per Cápita en billones de dólares

	2012	2013	2014
Alemania	43.931,70	46.255,00	47.627,40
Brasil	11.922,70	11.711,10	11.384,60
Chile	15.253,30	15.741,70	14.528,30

Fuente:(Banco Mundial, 2014)

Elaborado por: Tania Herrera

Gráfico 3: Pib Per Cápita en billones de dólares



Fuente:(Banco Mundial, 2014)

Elaborado por: Tania Herrera

De acuerdo a la información obtenida podemos determinar en los gráficos a través de gráficos de barras realizados, que Alemania tiene un gran poder adquisitivo dentro de su población existente, pero cabe mencionar que a pesar de que Brasil y Chile al ser países más pequeños potencialmente se encuentran estables económicamente como es el caso de Chile que se ha venido manteniendo estos tres últimos años.

- **Tasa de inflación**

Es una medida que nos ayuda a calcular la tasa de crecimiento anual del deflactor implícito del PIB, mostrando la tasa de variación de precios en la economía en general. El deflactor implícito del es el PIB en precios corrientes y precios constantes, indicadores que nos ayudan a la determinación de la tasa de inflación en un país. (Banco Mundial, 2014).

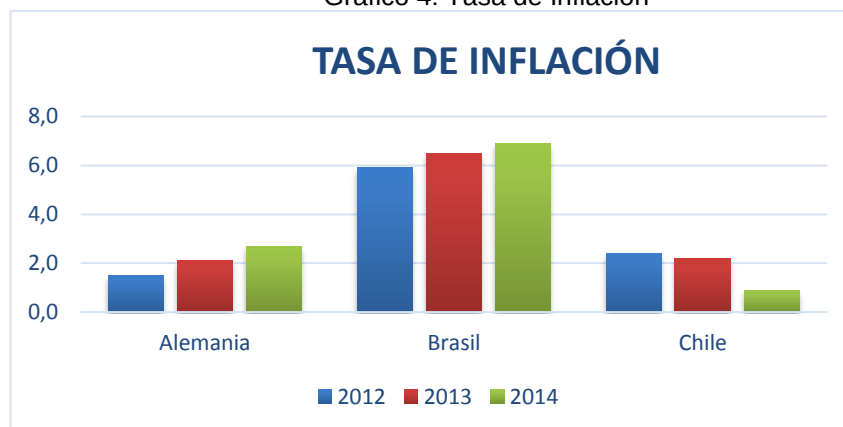
Tabla 9: Tasa de Inflación

	2012	2013	2014
Alemania	1,5	2,1	2,7
Brasil	5,90	6,50	6,90
Chile	2,40	2,20	0,90

Fuente: Banco Mundial, 2014

Elaborado por: Tania Herrera

Gráfico 4: Tasa de Inflación



Fuente: Banco Mundial, 2014

Elaborado por: Tania Herrera

De acuerdo a información recolectada podemos darnos cuenta que el país de Chile ha venido mejorando y creciendo notablemente en la parte económica, como lo había mencionado antes ayudando a mejorar el ingreso salarial de los Chilenos, deduciendo que la ventaja que tenemos en el país de destino para la entrada de un producto nuevo no es tan solo el consumo de café, sino el poder adquisitivo que tienen los chilenos actualmente especialmente en la ciudad de Santiago donde se encuentra la población de mayor nivel económico respecto de Chile, superando en lo que es Alemania y Brasil.

3.8.2.- FACTORES POLÍTICOS Y LEGALES:

- **Balanza comercial**

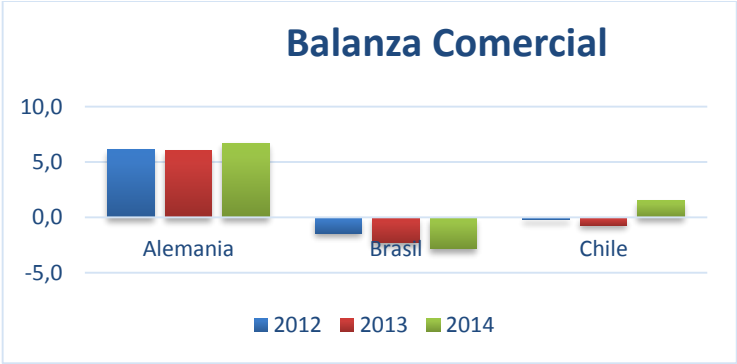
Es un registro de todas las transacciones monetarias de un país y el resto del mundo dentro de un determinado periodo normalmente de forma anual, que es igual a las exportaciones de bienes y servicios de un país y las importaciones de bienes y servicios de un país. (Banco Muncial, 2014).

Tabla 10: Balanza Comercial

	2012	2013	2014
Alemania	6,1	6,0	6,7
Brasil	-1,40	-2,30	-2,80
Chile	-0,20	-0,70	1,50

Fuente: Banco Mundial, 2014
 Elaborado por: Tania Herrera

Gráfico 5: Balanza Comercial



Fuente: Banco Mundial, 2014
 Elaborado por: Tania Herrera

Como podemos analizar de la información procesada en el caso de la Balanza Comercial de nuestros mercados internacionales seleccionados podemos determinar que Alemania es un gran potenciador en las exportaciones por lo cual sería muy difícil entrar al mercado alemana dependiendo del producto a comercializar ya que por las estadísticas nos muestran que la industria es potencial en el país en los últimos años.

En el caso del país de Brasil en los últimos años se ha hecho conocer que necesita de los mercados externos porque su registro en importaciones es alto, por lo que no existe industria competitiva en este país.

Chile es un país que ha ido creciendo notablemente a pesar de los desastres naturales que ha sufrido en los dos periodos anteriores se ha registrado mayormente las importaciones como es el caso del 2013, teniendo un incremento en su industrialización al 2014, pasando a incrementar sus exportaciones, nuestra ventaja en este caso en el país de Chile es que la industria y producción de café no existe en este país por lo cual nosotros nos encontraríamos como posibles importadores de este país.

- **Acuerdos Comerciales**

ECUADOR-BRASIL

Brasil actualmente es el segundo mercado más importante de la región, siendo sus principales lugares comerciales las ciudades de San Paulo y Rio de Janeiro, su auge económico se lo ha otorgado por el fortalecimiento en su actividad comercial, siendo actualmente según estadísticas del Banco Mundial la principal economía a nivel de Latinoamérica.

En el ámbito comercial la relación entre Ecuador y Brasil es de cabo bajo las ventajas que ofrece el Acuerdo de Complementación Económica N° 59, de facilitar el intercambio de productos entre otros países no ha favorecido a nuestro país, dejando como margen para el movimiento comercial de 77 partidas arancelarias en las que se encuentran bombones, caramelos, conservas de

pescado, semillas, madera aceite de palma. (Camara de Comercio de Guayaquil, 2014)

ECUADOR - CHILE

Chile ubicado en el extremo suroeste del continente americano, es uno de los países con mayor crecimiento en la región en la última década, la relación comercial entre Ecuador y Chile se ha desarrollado principalmente en la industria de la bebida, alimentos, metales, derivados del petróleo y papel, actualmente se exportan 371 partidas arancelarias distintas, en las que se encuentran los extractos, esencias y concentrados de café. (Camara de Comercio de Guayaquil, 2014)

Ecuador actualmente dentro de los acuerdos comerciales que tiene Chile, según información obtenida, Ecuador y Chile han profundizado acuerdos comerciales durante los últimos años, uno de los acuerdos que mantienen es el de Complementación ACE N° 65, este acuerdo fue aprobado el 26 de Julio del 2010 teniendo como objetivo la mejora y facilitación de las operaciones comerciales entre los país involucrados en el mismo, cuya finalidad es obtener una disminución en la carga arancelaria, tanto para productos que se exportan como para los que se importan. (Trade map, 2014).

3.8.3.- FACTORES GEOGRÁFICOS:

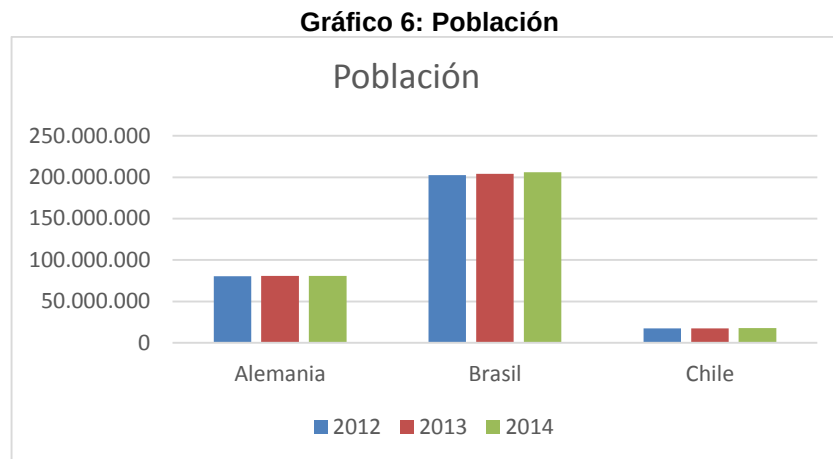
- **Población**

Que la concentración de la población incluyendo a los residentes independientemente de su estado legal o de ciudadanía. Con excepción de los refugiados no asentados permanentemente.

Tabla 11: Población

	2012	2013	2014
Alemania	80.425.823	80.645.605	80.889.505
Brasil	202.401.584	204.259.377	206.077.898
Chile	17.388.437	17.575.833	17.973.061

Fuente: Banco Mundial, 2014
Elaborado por: Tania Herrera



Fuente: Banco Mundial, 2014
Elaborado por: Tania Herrera

De la información anteriormente podemos determinar que la población existente en Alemania se ha mantenido durante los tres años, dando como resultado que la población de este país es vieja, en cambio Brasil con una población muy grande en el último año ha tenido un incremento alrededor del 1% de su población establecida en el 2014, por lo cual el mercado es muy extenso. En el caso de Chile es un país pequeño pero que en la actualidad ha tenido mucho potencial a nivel comercial con Ecuador por los acuerdos establecida entre ellos dando la facilidad de entrada este mercado.

- **Índice de Desempeño Logístico**

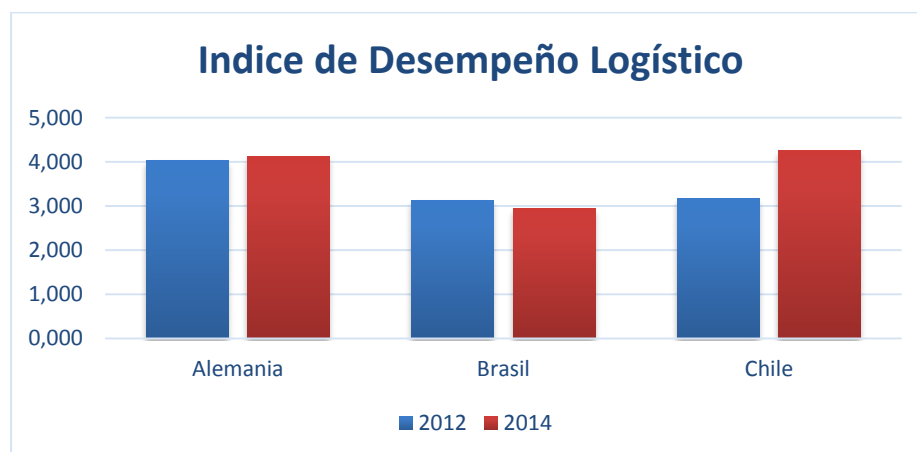
Este indicador es el que nos refleja las percepciones de la logística de un país basado en la eficiencia del proceso de despacho de aduana, la calidad de los servicios logísticos, la capacidad de seguir y rastrear los envíos y la frecuencia con la cual llegan los embarques a su destino final.

Tabla 12: Índice de Desempeño logístico

	2012	2014
Alemania	4,030	4,120
Brasil	3,130	2,940
Chile	3,170	4,260

Fuente: Banco Mundial, 2014
Elaborado por: Tania Herrera

Gráfico 7: Índice de Desempeño logístico



Fuente: Banco Mundial, 2014
Elaborado por: Tania Herrera

En lo que respecta al desempeño logística de un país basado en la eficiencia del proceso de despacho de aduana, Alemania se ubica entre los mejores país que tiene un eficiente control al momento de despacho de las mercancías y control de llegada, pero no supera al país de Chile que en el último año ha incrementado este porcentaje por encima con 0.10% de Alemania. En el caso de Brasil aunque su desempeño no es malo se lo determina de carácter medio ya que en la escala de calificación del 1 al 5 Alemania y Chile se encuentra alrededor del 4%, en cambio Brasil se queda a la mitad con el 3%.

3.9.- MATRIZ POAM

Despues de haber Analizado los aspectos relevantes de los mercados internacionales seleccionados anteriormente en el presente trabajo se ha procedido al análisis POAM, por el cual determinaremos cuál de los tres países es la mejor opción para la posible comercialización de café en bolsitas de infusión desde la parroquia de Maldonado

A continuación mostraremos la tabla de ponderación de la Matriz POAM:

Tabla 13: Perfil de Oportunidades y Amenazas del Medio POAM

	ALEMANIA				BRASIL				CHILE			
	OPORTUNIDAD		AMENAZA		OPORTUNIDAD		AMENAZA		OPORTUNIDAD		AMENAZA	
FACTORES SOCIOECONÓMICOS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS
Crecimiento del PIB	MEDIO	2			BAJA	1			ALTO	3		
PIB per capital	BAJO	3			MEDIO	2			ALTO	2		
Tasa de inflación anual	BAJO	1			MEDIO	2			ALTO	2		
	SUMA	6	SUMA	0	SUMA	5	SUMA	0	SUMA	7	SUMA	0
	PROMEDIO	1,2	PROMEDIO	0	PROMEDIO	1	PROMEDIO	0	PROMEDIO	1,4	PROMEDIO	0
FACTORES POLÍTICOS / LEGALES	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS
Balanza Comercial	MEDIO	1			BAJA	2			ALTO	3		
Acuerdos comerciales	MEDIO	1			BAJA	2			ALTO	3		
	SUMA	2	SUMA	0	SUMA	4	SUMA	0	SUMA	6	SUMA	0
	PROMEDIO	0,67	PROMEDIO	0	PROMEDIO	1,33	PROMEDIO	0	PROMEDIO	2	PROMEDIO	0
FACTORES GEOGRÁFICOS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS
Población	MEDIO	3			BAJA	2			ALTO	1		
Índice de desempeño logístico	BAJO	2			MEDIO	1			ALTO	3		
	SUMA	5	SUMA	0	SUMA	3	SUMA	0	SUMA	4	SUMA	0
	PROMEDIO	1	PROMEDIO	0	PROMEDIO	0,6	PROMEDIO	0	PROMEDIO	0,8	PROMEDIO	0
Ponderación	ALTO=3				MEDIO=2				BAJA=1			

Elaborado por: Tania Herrera

Tabla 14: Perfil de Oportunidades y Amenazas del Medio POAM

Resumen POAM	ALEMANIA		BRASIL		CHILE	
	OPORTUNIDADES	AMENAZAS	OPORTUNIDADES	AMENAZAS	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
FACTORES SOCIOECONÓMICOS	0,67	0,00	1,00	0,00	1,40	0,00
FACTORES POLÍTICOS/ LEGALES	0,67	0,00	1,33	0,00	2,00	0,00

FACTORES GEOGRÁFICOS	1,00	0,00	0,60	0,00	0,80	0,00
SUMA	2,33	0,00	2,93	0,00	4,20	0,00
PROMEDIO	0,58	0,00	0,73	0,00	1,05	0,00
	0,58		0,73		1,05	

Elaborado por: Tania Herrera

Es así que se ha podido determinar que la mejor opción para la comercialización de café en bolsitas de infusión es el país de Chile.

Como primer factor económico que actualmente Chile es un país que tiene gran poder adquisitivo, por lo cual su estabilidad económica es favorable para el consumo, en la parte política es favorable con este país porque existen acuerdos de complementación económica en donde nos facilita el acceso al mercado Chile especialmente con la partida de esencias, extractos y concentrados de café, que es una de las partidas que actualmente se comercializa con este país.

Otro factor importante es la geográfica Chile en la parte logística a nivel mundial se encuentra como uno de los mejores en su desempeño logístico dándonos confianza al momento de exportar nuestro producto.

3.10.- ANÁLISIS DEL MERCADO INTERNO ECUADOR

Otro caso importante a analizar para el desarrollo de la presente investigación es el conocer la situación actual del Ecuador en lo que respecta al sector cafetalero, es por ello que mencionaremos que el sector cafetalero tiene relevante importancia en los órdenes económico, social y ecológico en nuestro país.

La importancia económica del cultivo de café radica en su aporte de divisas al Estado y la generación de ingresos para las familias cafetaleras y otros actores de la cadena productiva como: transportistas, comerciantes, exportadores, industriales, obreros vinculados a los procesos productivos y de procesamiento, entre otros, que dependen de las contingencias de producción y precios del café, en el mercado internacional. (Cofenac, 2015).

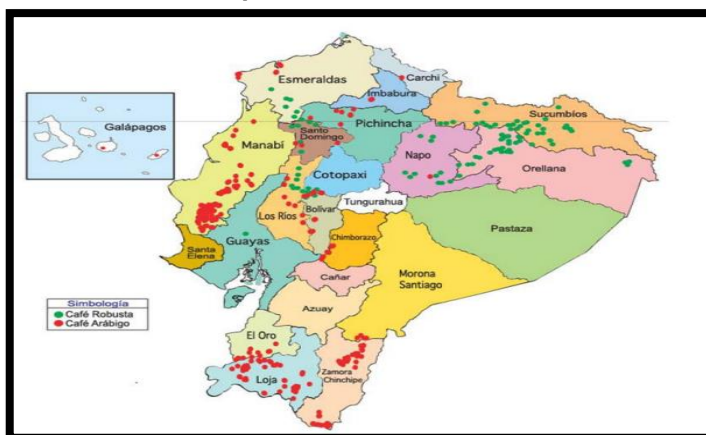
Las especies que se producen en el Ecuador son arábigo y robusta, distribuidas en las cuatro regiones geográficas, el café tipo arábigo es adaptable a los diferentes tipos de ecosistemas existentes en el Ecuador.

El cultivo se lo puede realizar desde los 1200m hasta los 2.000m sobre el nivel del mar, un factor importante que en la actualidad es revisado por las principales empresas es en el orden ecológico, la actividad cafetalera en el Ecuador se relaciona con la amplia adaptabilidad de los cafetales a los distintos agro ecosistemas de las cuatro regiones del país: Costa, Sierra, Amazonía e Islas Galápagos.

Los cafetales, en su mayor parte, están cultivados bajo árboles de alto valor ecológico y económico, en diversos arreglos agroforestales, que constituyen un hábitat apropiado para muchas especies de la fauna y flora nativas. Además, las tecnologías de producción cafetalera, no involucran una alta dependencia de agroquímicos. (Cofenac, 2015).

En la presente investigación como propósito principal es la necesidad de fortalecer los gremios de productores, con el objetivo de construir alternativas de desarrollo sostenible, capacitando a los productores para tecnificar las plantaciones, mejorar la calidad el grano y gestionar la comercialización asociativa, en la actualidad se tornan en acciones primordiales a ser implementadas para avanzar en el cumplimiento del desarrollo del presente proyecto.

Gráfico 8: Principales zonas cafetaleras del Ecuador



Fuente: COFENAC 2014
Elaborado por: Tania Herrera

En la actualidad al café se lo considera un producto básico en la economía mundial y de los ecuatorianos llegando a determinar los potenciales consumidores, según datos estadísticos, el café es uno de los productos básicos más comercializados en el mundo, y se produce en más de 60 países.

Tabla 15: PRINCIPALES CONSUMIDORES DE CAFÉ 2014

N°	CONSUMIDORES
1	Alemania
2	Chile
3	Colombia
4	Francia
5	Georgia
6	Holanda
7	Inglaterra
8	Japón
9	México
10	Perú

Fuente: COFENAC

Elaborado por: Tania Herrera

De la información obtenida podemos determinar que los países más importantes en consumo a nivel del continente americano tenemos a Estados Unidos en el norte de América y al sur de América a Brasil y Chile países potenciales en consumo de café, por lo cual es favorable la dirección de nuestro producto de café hacia el país de Chile por su importante valor en consumo.

De acuerdo al diagnóstico Cafetalero Nacional, (2012), muchos países dependen de la calidad del café, que puede representar más del 50% de sus ingresos totales de exportación. El café un producto que 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 (Pro Ecuador, 2014).

En la presente investigación la producción de café es el ingreso total para las familias de la parroquia de Maldonado y sectores vecinos en donde se produce café en la provincia del Carchi, es por esto que la propuesta de esta investigación es comercializar café en bolsitas de hacia mercados internacionales, ayudando a la economía de estas familias.

Factores políticos

Dentro de los factores políticos legales podemos mencionar que las políticas comerciales del Ecuador hacia las exportaciones de mercancías de origen ecuatorianas, que según estudios actuales realizados son de carácter muy favorables para los exportadores cafetaleros, como se lo estipula en el Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones (COPCI, 2010), en el ámbito de aplicación que 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.

Tabla 16: BARRERAS NO ARANCELARIAS EN EL ECUADOR

Barreras no Arancelarias	Descripciones
Certificado de Calidad	Bajo normas del Instituto nacional Ecuatoriano de Normalización (INEN)
Certificado de Origen	Documento que permite la liberación arancelaria del producto.
Cuota COFENAC	Todo exportador deberá pagar al COFENAC el 2% del valor FOB de la mercadería.

Fuente: Pro – Ecuador, 2013

Elaborado por: Tania Herrera

Certificado de Calidad

De acuerdo a las políticas en el cumplimiento de las normas de normalización, metrología, certificación y verificación correspondientes 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 instituciones ecuatorianas son encargadas de remitir normas técnicas que regulan a todos los ámbitos de producción, las empresas productoras deben cumplir con todos los registros de verificación del producto, el del INEN para realizar dicho control se apoya en los laboratorios de:

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

Cuadro 1: Costos para el Certificado de Comercializador-Exportador

Categoría	Valor
Certificado	80,00 USD.

Elaborado por: Tania Herrera

Cuota COFENAC

De acuerdo a las políticas establecidas por el 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, (Cofenac, 2011).

3.10.2.- Factores Socio Económicos

De acuerdo al análisis sectorial del Café, (2013), Ecuador es un pequeño país productor en donde se produce los cafés tipo: arábigo y robusta, de acuerdo a la información encontrada se presentan varios factores que afectan a la producción nacional y por ende a la comercialización del mismo, dentro de estos factores para los productos del Carchi esta la falta de recursos económicos.

Factores que intervienen en las condiciones de vida de los cafetaleros, además el sector cafetalero ecuatoriano, estos factores tienen relevante importancia en los órdenes económico, social y ecológico.

De acuerdo a información encontrada en páginas web del diario el Telégrafo afirman que la producción de café en la provincia del Carchi se da en las zonas subtropicales en las poblaciones de Maldonado, Jacinto Jijón y Caamaño, Juan Montalvo, Goaltal y Chical. A continuación detallo 3 párrafos de la información donde afirman 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. (Telégrafo, 2012).

SECTORES OFERTANTES

En la presente Investigación se realiza en análisis del mercado oferente como lo es la parroquia de Maldonado que se encuentra ubicada al noroccidente a 98 Km. del cantón Tulcán provincia Carchi, a una altura cerca de los 1100 m de altura sobre el nivel del mar.

Maldonado es una parroquia distintiva por su paisaje natural y su clima es templado ya que se encuentra en un valle cubierto de vegetación abundante, con una extensión de 170 kilómetros cuadrados con una población no mayor a 1266 habitantes, es una región subtropical del Cantón Tulcán provincia Carchi, se encuentra entre Tufiño y Chical.

Esta parroquia por estar ubicada en un valle su temperatura máxima es de promedio es de 20°C.

En el desarrollo del presente proyecto se pretende ayudar a los productores cafetaleros de la parroquia de Maldonado a incursionar en mercados internacionales con un producto nuevo e innovador.

Después de recolectar información primaria y secundaria hemos podido determinar que por algunos factores como pueden ser climáticos y de altitud la producción de café en Maldonado no existe, es por ello que hemos visto la necesidad de analizar cuáles son las condiciones y características agrícolas para el cultivo de café.

Condiciones agrícolas del cultivo de café

El café es una planta que se debe cultivar en un lugar donde el clima tenga las condiciones de una selva tropical, debido a la combinación de factores, entre los cuales podemos mencionar:

- Altitud.- el cultivo de café debe encontrarse a una altura entre los 1200 m. y 1700 m. sobre el nivel del mar.
- Temperatura- el cultivo de café debe encontrarse en área donde la temperatura este entre los 15 y 24°C.
- Precipitación.- el rango óptimo de precipitación para el cultivo de café de ser en un rango entre los 100 a 3000mm.

Para las plantaciones de café uno de los factores determinantes para que este cultivo llega a su proceso final sin que se realice pérdida de cosechas es el clima y temperatura.

Características óptimas para el desarrollo de un cafetal

Para un desarrollo óptimo de cafetales debe cumplir con las siguientes características, el lugar donde se realiza la plantación debe tener una altitud óptima entre los 1200 y 1700 m., por encima del nivel del mar.

La temperatura para que una plantación de café se desarrolle de manera óptima debe ser entre los 15 y 24°C, de temperatura, con un mínimo de 22° C, si no esto no ocurre la planta de café no enflorara por lo cual no obtendremos frutos.

Cuadro 2: Ciclo Vegetativo y Reproductivo de la Planta

Ciclo Vegetativo y Reproductivo, Var. Típica													
Meses		Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Enero
Estados Fenológicos	Ciclo Vegetativo	Crecimiento vegetativo					Crecimiento vegetativo						
		Crecimiento de hojas				Reposo - Poda		Formación de yemas foliares					
	Ciclo Reproductivo	Crecimiento de los órganos reproductivos					Crecimiento de los órganos reproductivos						
		Llenado de granos	Maduración de frutos			Inducción		Botones florales y Floración			Llenado de granos		
Cosecha comercial													
Temperatura Óptima (°C)		18 - 22	18 - 22		18 - 22		18 - 22		18 - 22		18 - 22		18 - 22
Temperatura Crítica (°C)		< 15 a 28 >	< 15 a 28 >		< 15 a 28 >		< 15 a 28 >		< 15 a 28 >		< 15 a 28 >		< 15 a 28 >
Humedad óptima (%)		> 85	> 85		> 85		> 85		> 85		> 85		> 85
Déficit hídrico		Tolerante	Tolerante		Sensible		Sensible		Sensible		Sensible		Tolerante
Periodo Vegetativo		182	243		304		365		62		123		154
Periodo x Fase (días)		28	61		61		61		62		61		31

Fuente: (www.senamhi.gob.pe)

Ciclo Fenológico del café

En la presente investigación es importante conocer cuál es proceso de desarrollo del café, para poder determinar por qué el café no se produce en la parroquia de Maldonado.

Este ciclo está compuesto de cinco etapas que a continuación se explican:

1. **Hinchazón de Yemas.-** es el proceso en que las yemas florales, ubicadas en las ramas de la planta empiezan a hincharse y alargarse llegando a la forma de estaquillas, tomando un color verde y blanco.
2. **Botón Floral.-** es el proceso en donde los botones empiezan a florecer formándose de cada uno de cuatro flores por botón.
3. **Floración.-** es el proceso cuando los botones florales se abren y forman una flor de color blanco.

4. Fructificación.- es cuando se empieza a obtener los primeros frutos con un diámetro de 3 a 5 mm. , estos se tornan duros y de color verde.

5. Maduración.- es cuando el fruto ha cambiado de color verde a verde amarillento, después pasando a un color rojo vinoso.

De las etapas necesarias para el ciclo de producción del café, podemos analizar que los cultivos de café que se realizan en la parroquia de Maldonado no cumplen su ciclo reproductivo, estos cultivos solo llegan a la tercera etapa que es la floración, sin poder culminar este proceso, la fructificación y maduración son las dos etapas importantes para que se pueda afirmar que en la parroquia de Maldonado existe producción de café.

La parroquia de Maldonado es un lugar que no cuenta con las características necesarias para la producción de café antes especificadas en este proyecto de investigación.

De acuerdo a información obtenida de la investigación de campo al Sr. Oswaldo Espinoza presidente de la Asociación “El Paraíso” de la Parroquia de Chical, Maldonado no es una zona productora de café, la empresa privada “**Golondrinas**”, ubicada en la parroquia de Maldonado para la producción de café no cuenta con sus propias plantaciones, esta empresa se provee de la materia prima que les suministra la parroquia de Chical, Jijón y Caamaño, etc., situadas a los alrededores del sector.

Es por ello que para el desarrollo de este proyecto de investigación se ha visto necesario realizar un estudio de caso y levantamiento de información en la parroquia de Chical para ver la posibilidad de producción existente en este sector.

3.9.- ANÁLISIS DEL PAÍS DE CHILE - SANTIAGO

Para el proceso de desarrollo de la presente investigación es preciso analizar el entorno económico, político, legal, geográfico y tecnológico del mercado destino que en nuestro caso es el país de Chile, conocer cuáles son

las medidas o estrategias que hay que considerar al momento de realizar la comercialización de Café con este país.

Tabla 17: Demografía de Chile

País	Chile
Capital	Santiago
Moneda	Pesos Chilenos
Localización	América del Sur
Superficie	456.096 Km ²
Población	17973061 h.

Elaborado por: Tania Herrera

Fuente: <http://www.datosmacro.com/paises/chile>

Chile su capital Santiago, la moneda de transacción de este país es el peso chileno, está localizado en américa del sur teniendo una superficie de 456.096 Km², la población de actual de Chile es de 17973061 habitantes.

Factores Económicos

En la presente investigación es necesario conocer los indicadores económicos, los cuales nos muestra la realidad del país de Chile al cual queremos exportar nuestro producto.

**Cuadro 3: Indicadores Económicos de Chile
(2013-2014-2015)**

INDICADOR	AÑO	TOTAL
PIB	2013	208.710
PIB Per Cápita	2013	11845
Déficit	2013	-980
Índice de Corrupción	2014	73%
Ranking de Competitividad	2014	34º
Ranking de Trans.	2013	37º
Precios		
IPC General	2015	4%

Elaborado por: Tania Herrera

Fuente: <http://www.datosmacro.com/paises/chile>

Entre los principales indicadores económico a mencionar del país de Chile entre los años 2013-2014-2015 se encuentran, el Índice de Precios al Consumidor al 2015 se encuentra en el 4% de lo que demuestra que los chilenos

tienen un buen poder adquisitivo, la competitividad al 2014 es de 34% ya que como mercado para la entrada de nuevos productos es buena y estable, otro indicador importante es el PIB per cápita de cada habitante de Chile que oscila entre los 11845 millones al año 2013 por cabeza.

- **Producto Interno Bruto de Chile PIB**

Chile, es un país del sur de América que lidera el PIB per cápita, en estos años el PIB presentó una expansión de 6% llegando a sumar un total de \$120.232.603.000 (millones de pesos) lo que representara un PIB per cápita de USD \$14.992. (Pro Ecuador, 2013).

Antes habíamos mencionado el PIB de Chile en el 2013 con un valor de 11845, con esto podemos analizar o deducir que en los últimos años el incremento ha sido favorable y proyectándose en años futuros a un porcentaje mejor.

Es necesario mencionar que Chile, desde el año 2009 se encuentra liderando el PIB de la región, en los siguientes 5 años se esperaba un crecimiento del PIB per cápita hasta 20,000 \$USD/hab, lo que convertiría a Chile en el primer país latinoamericano en ser llamado “desarrollado”, actualmente se ha confirmado que esta proyección se ha realizado favorablemente confirmando el bienestar material de la sociedad chilena, según resultados obtenidos por el Instituto Nacional de Estadísticas de Chile 2014, cabe mencionar que si bien este indicador es un promedio sobre el total de habitantes del país, este valor para Chile implica un aumento en la disposición a gastar por parte de un grupo de considerable de consumidores, favorable para nuestro proyecto de investigación.

Tabla 18: Evaluación Anual PIB Chile (2008-2013)

Fecha	PIB Mill. €	Var. Anual
2013	208.710€	4,3%
2012	207.113€	5,5%
2011	180.509€	5,8%
2010	163.918€	5,7%

2009	123.724€	1,0%
2008	122.210€	3,2%

Fuente: Pro- Ecuador 2013
Elaborado por: Tania Herrera

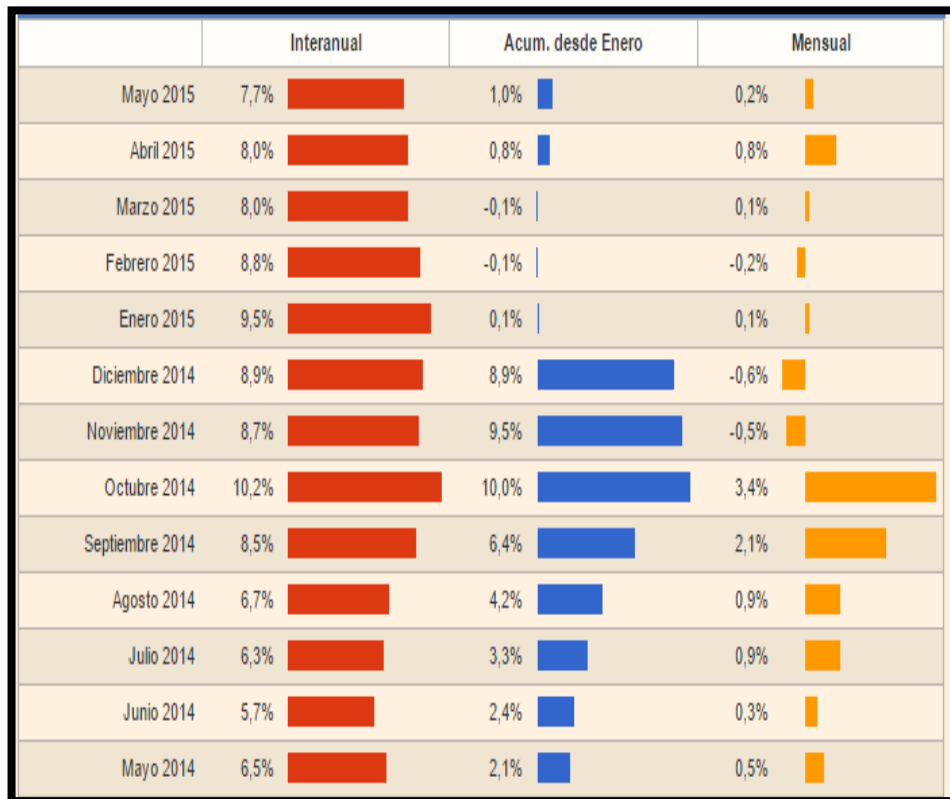
- **Inflación en Chile**

Según la guía Comercial de Chile Ecuador 2014, en el año 2012 la inflación de Chile fue del 4.4% y para el 2013 se ubicó con una tasa de inflación de 2.7%. Otro indicador importante a mencionar es el Índice de Precios al Consumo de Chile que en el mes de marzo de 2015, con un porcentaje del 4,2% obteniendo una variación mensual del 0,6%, la inflación acumulada para el año 2015 es del 1,1%, destacando que esta variación ocurrió debido al aumento de los precios en el sector educativo situándose con una tasa del 5,5 % al año (Pro Ecuador, 2015).

De acuerdo a información recolectada podemos darnos cuenta que el país de Chile ha venido mejorando y creciendo notablemente en la parte económica, como lo había mencionado antes ayudando a mejorar el ingreso salarial de los Chilenos.

Deduciendo que la ventaja que tenemos en el país de destino para la entrada de un producto nuevo no es tan solo el consumo de café, sino el poder adquisitivo que tienen los chilenos actualmente especialmente en la ciudad de Santiago donde se encuentra la población de mayor nivel económico respecto de Chile.

Gráfico 9: IPC Alimentos y bebidas no alcohólicas 2014



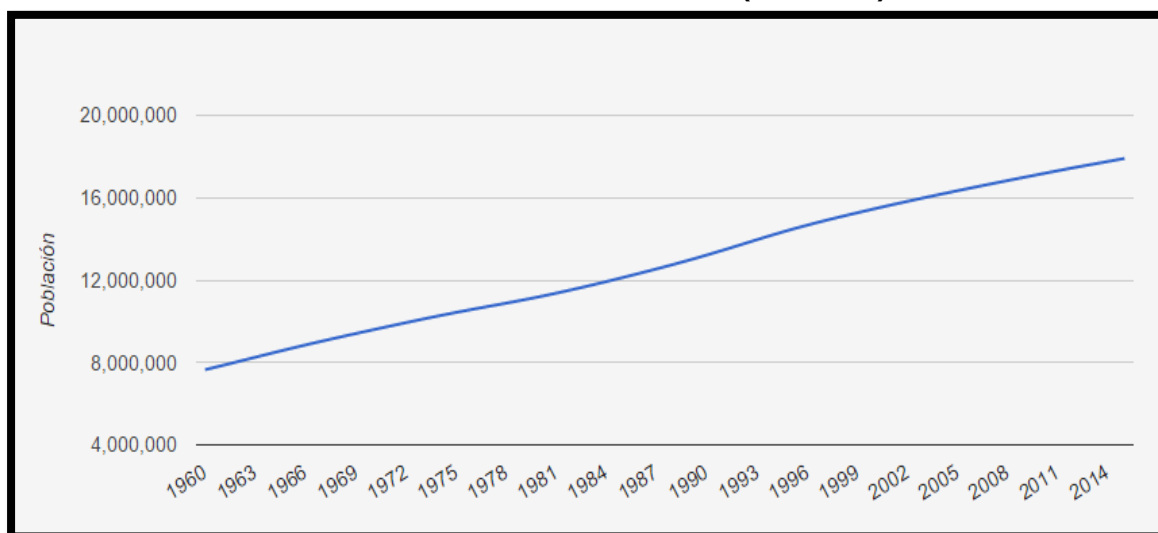
Fuente: <http://www.datosmacro.com/ipc-paises/chile>

Como podemos ver en el gráfico anterior el Índice de Precios al consumo de bebidas no alcohólicas para este año ha disminuido en un 1.8% entre los meses de Enero a Mayo del 2014, dentro de estas bebidas debemos mencionar que se encuentran jugos, té, la hierba de mate, el café, etc.

- **Factor Social de Chile**

Dentro de la presente Investigación es importante conocer el aspecto social de cómo ha ido evolucionado al transcurso de estos años en beneficio de sus habitantes Chilenos.

Gráfico 10: POBLACIÓN CHILE (1960-2015)



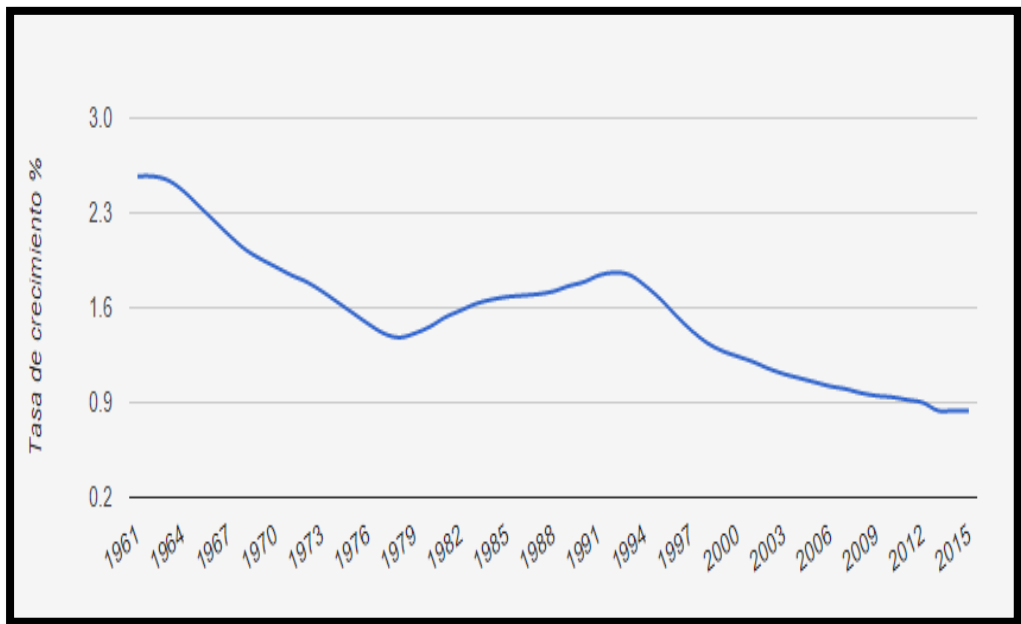
Fuente: <http://countrymeters.info/es/Chile>

Chile actualmente con una población de 17 973 061 h. año 2014, los cuales se encuentran distribuidos en regiones, sectores urbanos y rurales, la mayor concentración de población se encuentra en la capital metropolitana de Santiago.

Desde la década de los sesenta la tasa de natalidad de Chile ha tenido una baja enorme, llegando al año 2011 a obtener un índice de natalidad del 14,28 nacimientos por cada mil habitantes, características iguales a las que suceden en los países europeos, esta situación es reflejo de los controles familiares que se realiza actualmente en Chile (INE, 2015).

Como podemos ver en el gráfico siguiente la disminución de población que ha tendió Chile entre los años 1961-2015, ha sido notable llegando a menos del 1%, en la actualidad las familias chilenas, se han concentrado en la superación continua para poder impulsar su país para un desarrollo a nivel mundial.

Gráfico 11: Tasa de Crecimiento (1961-2015)



Fuente: <http://countrymeters.info/es/Chile>

Después de conocer el nivel de reducción de población joven en Chile es importante mencionar el bienestar de vida que ha aumentado considerablemente en los habitantes Chilenos, llegando actualmente a los 82,2 años para las mujeres y 76,1 años para los hombres, es así que la población chilena se encuentra en una transición de carácter mayor, ya que la población urbana, y el nivel de escolaridad están orientadas a una homogenización global, teniendo cada vez un país con una población más capacitada para enfrentar los desafíos futuros (INE, 2015).

- **Factores Políticos de Chile**

En la presente investigación los factores políticos es uno de indicadores más importantes que debemos conocer de nuestro mercado destino, ya que nos permitirá conocer cómo se encuentra la estabilidad política y cuál es la forma de entrada , si existen barreras o acuerdos comerciales que ayuden a la entrada de nuestro producto industrializados a este mercado.

De acuerdo a información obtenida podemos afirmar que Chile es un país que ha mantenido su estabilidad política desde los años noventa, fortaleciendo su democracia, además de contar con un arraigado poder judicial y legislativo que disminuye la posibilidad de explosiones sociales e inestabilidad política, situación que ha servido como incentivo a la inversión extranjera, es así como lo coloca en el top de rankings internacionales respecto a estabilidad política, seguridad de inversión, niveles de baja corrupción y competitividad.

Dentro de los acuerdos comerciales que tiene Chile, según información obtenida, Ecuador y Chile han profundizado acuerdos comerciales durante los últimos años, uno de los acuerdos que mantienen es el de Complementación ACE N° 65, este acuerdo fue aprobado el 26 de Julio del 2010 teniendo como objetivo la mejora y facilitación de las operaciones comerciales entre los país involucrados en el mismo, cuya finalidad es obtener una disminución en la carga arancelaria, tanto para productos que se exportan como para los que se importan. (Trade map, 2014).

Es importante conocer cuáles son las condiciones para el ingreso de nuestro producto en este caso el café en bolsitas de infusión hacia el país de Chile, el café es considerado un producto alimenticio de origen vegetal, y este tipo de productos están controlados por el SGA (Servicio Agrícola y Ganadero) del Ministerios de Agricultura y la Seremi de Salud), según la guía comercial Ecuador –Chile 2014, para su posterior comercialización.

- **Aspecto Tecnológico de Chile**

Según el Instituto de Censos y Población en el país de Chile 2014, este es un país que se está desarrollando actualmente en todos los sentidos, social, económico, político y tecnológicamente, por esto es importante mencionar la parte tecnológica, Chile actualmente realiza una agregación de elementos tecnológicos a nivel del sur de américa, el gobierno chileno se ha propuesto en incorporar la tecnología desde el sector educativo.

Este sector de acuerdo a mi opinión es uno de los más importantes a tratar ya que como todos conocemos la tecnología en la actualidad es una herramienta

importante que ayuda a los ciudadanos de un país en la innovación y creación de productos nuevos, es por ello que se debe tomar de forma importante este sector.

La tecnología en Chile se ha desarrollado impresionantemente debido al gobierno y la empresa privada, comenzó generando una política relativa a la transmisión de televisión digital a nivel nacional, la que pretende abarcar a la totalidad de la nación con una señal televisiva de calidad, luego, desde los años 80 han desplegado redes e infraestructura que han permitido un desarrollo exponencial en cuanto a la disponibilidad de tecnología en el país, lo anterior supervisado y regulado por entidades del gobierno. Los procesos anteriores se reflejan en que el 37% de los hogares en el país se encuentran conectados a la red internet, además, la penetración de la telefonía celular es amplia, llegando a 1,5 celulares por persona (SUBTEL 2012).

Acceso al Mercado de Chile

Para el desarrollo de la presente investigación es importante conocer la normativa necesaria para el acceso a los mercados chilenos es por ello que a continuación detallo los requisitos necesarios.

Requisitos generales de acceso al mercado de Chile

Según la Guía Comercial de Ecuador- Chile 2014, el Servicio Nacional de Aduanas de Chile cumple un papel destacado en materia de comercio exterior, especialmente en las operaciones de importación y exportación, la fiscalización de las operaciones y la recaudación de los derechos arancelarios e impuestos correspondientes, es por ello que es importante conocer los requisitos necesarios para el acceso del café en bolsitas de infusión hacia el país de Chile

Tratamiento de las importaciones (despacho de aduanas, documentación necesaria)

Para las exportaciones realizadas hacia Chile se debe tomar en cuenta que algunos productos tienen representantes o distribuidores en Chile, por lo que se debería iniciar el contacto a este nivel. (Pro Ecuador, 2014).

- Factura Proforma en donde se especifica un aproximado de los siguientes rubros como son: valores de la mercancía, el valor aproximado del flete (terrestre, marítimo o aéreo) y el seguro de las mismas.
- El producto que entre al mercado Chileno debe tener los permisos emitidos por las siguientes instituciones: el Servicio Agrícola Ganadero (SAG), la Seremi de Salud, Servicio Nacional de Pesca (Sernapesca), el Instituto de Salud Pública de Chile (ISP).
- Debemos solicitar una orden de compra debidamente notariada, a los compradores en nuestro caso Chile.

En resumen podemos decir que todo el procedimiento para la exportación se lo debe realizar a través de un Agente de Aduana, profesional encargado de gestionar el despacho de mercancías.

Documentación a presentar

Para el desarrollo de la comercialización de café en bolsitas de infusión es necesario conocer los documentos a presentar al mercado Chileno, que son de carácter obligatorio para la entrada de nuestro producto al país de destino, es por ello que se los detalla a continuación:

- **Declaración de Ingreso.-** Es un formulario único en donde se especifica el comprobante de pago en donde se hace constar los derechos aduaneros e impuesto a pagar como son (derecho ad valorem, IVA, impuestos indirectos), este formulario puede ser presentado por vía internet.
- **Conocimiento de embarque.-** Es un documento en donde su finalidad es acreditar la recepción de las mercancías, declaración que nos servirá para el despacho aduanero.
- **Factura comercial.-** Es el documento original que acredita el valor de la mercancía objeto de compra y venta.

A continuación se detalla algunos documentos que son necesarios en cierto tipo de operaciones de exportación:

- “Packing List” cuando proceda, siendo obligatorio en todo caso para mercancías agrupadas o en contenedores.
- Certificado sanitario para productos agropecuarios y alimentarios.
- Autorización de importación, en su caso.
- Certificado de Origen, en caso de que la importación se acoja a alguna
- Preferencia o rebaja arancelaria en virtud de un acuerdo comercial, como en el caso de Ecuador y Chile.

Productos de prohibida importación

Otra información importante a conocer es cuales son los productos de prohibida importación en el caso del país de Chile, ya que puede ser el caso que nuestro producto se encuentra en esta lista, a continuación detallaremos los siguientes productos:

- Vehículos usados (sin perjuicio de las franquicias establecidas en la normas vigentes); motos usadas; neumáticos usados y recauchados; asbesto en cualquiera de sus formas; pornografía; desechos industriales tóxicos. (Pro Ecuador, 2014).
- Mercancías que sean peligrosas para los animales, para la agricultura o la salud humana (por ejemplo; algunos plaguicidas de uso agrícola, juguetes y artículos de uso infantil que contengan tolueno, adhesivos fabricados en base a solventes volátiles), las que se encuentran prohibidas por Decreto del Ministerio de Salud, del Ministerio de Agricultura y otros organismos del Estado. (Pro Ecuador, 2014).

Dentro de una de las estrategias importantes para el desarrollo del presente proyecto es realizar un estudio de mercado al país al cual nosotros enviaremos nuestro producto, con el objetivo de conocer si el mercado escogido

es el correcto para ofertar el producto propuesto como lo es el Café en bolsitas de infusión perteneciente a la partida “2101.11.00 Extractos, esencias y concentrados”

Perfil del Consumidor

Para el desarrollo de la presente investigación es importante conocer el perfil del consumidor es por ello que empezaremos mencionando desde donde nace la cultura chilena.

Chile es un país que está ubicado en el extremo suroeste de América del Sur, el nombre oficial es República de Chile y su capital es la ciudad de Santiago, los países del sur son conocidos como productores de café por encontrarse en una ubicación estratégica, a excepción de Uruguay y Chile, por lo que importan grandes cantidades de café de los demás países para satisfacer las necesidades del mercado (Pro Ecuador, 2013).

La ubicación de Chile dentro del mapa geográfico y la no existencia de producción de café es una de las ventajas de entrada para nuestro producto, café en bolsitas de infusión.

El perfil del consumidor chileno es transversal, el comercio de este producto se ha convertido en un exitoso negocio que día a día logra captar más asociados entre los chilenos. Según las personas especializadas en el sector, la categoría café ha tenido un crecimiento, pero más importante que es como se han movido las distintas categorías de café. Por ejemplo: el café instantáneo sigue gobernando la categoría, mientras que los cafés especiales saborizados, han crecido considerablemente, pasaron del 3% al 9% en esta categoría. (Pro Ecuador, 2014).

Los consumidores chilenos de acuerdo a la información obtenida les gustan la versatilidad e innovación en preparaciones y formas de presentación del café es por ello que nosotros hemos visto la necesidad de hacer una presentación diferente de café.

Por esto cafés especiales en actualidad ocupan en espacio cada vez mayor e importante por la variedad que exigen los consumidores chilenos y los productos competidores que se encuentran establecidos actualmente en este país, un cambio que ha surgido de la mano de las grandes cadenas que ven un amplio margen para crecer a los niveles de consumo de otras latitudes. (Pro Ecuador, 2014).

Hace algunos años el café era considerado como perjudicial para la salud del ser humanos, en la actualidad son una novedad muchos estudios hablan que el consumo del café es bueno por sus propiedades y beneficios de esta bebida.

Según Ramírez, 2015, propietario de De'Longhi, empresa distribuidora de cafeteras en la ciudad de Santiago - Chile en los últimos años el consumo de café promedio es del 2.5 tazas de café al día, convirtiéndose en la actualidad una de las bebidas calientes más apetecidas por los consumidores chilenos, también menciona que el 22% de los chilenos toma café por goteo al menos una vez al día, el 16% toma café tipo expreso y el 11% toma capuchino una vez al día.

3.11.-PRODUCTO A EXPORTAR

Dentro de la presente investigación se pretende realizar un estudio de factibilidad de la comercialización de café en bolsitas de infusión hacia el país de Chile, desde la parroquia de Maldonado cantón Tulcán-Ecuador.

Clasificación arancelaria

El café en bolsitas de infusión se encuentra clasificado, en la partida arancelaria partida “2101.11.00 Extractos, esencias y concentrados”.

Descripción del Producto

En la presente investigación se pretende realizar un estudio de factibilidad en la comercialización de café en bolsitas de infusión desde la parroquia de Maldonado, hacia la ciudad de Santiago país de Chile.

Este producto consiste en la concentración de café molida dentro de bolsita que contendrá 1,28gr., del mejor café que se produce en esta región, distribuidas dentro de la cajas en 25 bolsitas de delicioso café, caja que está compuesta por 32gr., de café listo para ser degustado por el más fino paladar chileno.

Información técnica y química del café

El café como todos conocemos tiene grandes beneficios dentro del cuerpo humano, en los últimos años se ha comprobado que el café ayuda a la estimulación hormonal de las personas. Es por ello que a continuación detallare cual es la composición del producto que se pretende exportar:

Tabla 19: Información Técnica y Química del café

COMPONENTES	%
Carbohidratos	2%
Fibra	4%
Proteínas	2%
Calcio y Hierro	1%

Elaborado por: Tania Herrera

Cuadro 4: Ficha Técnica del Producto

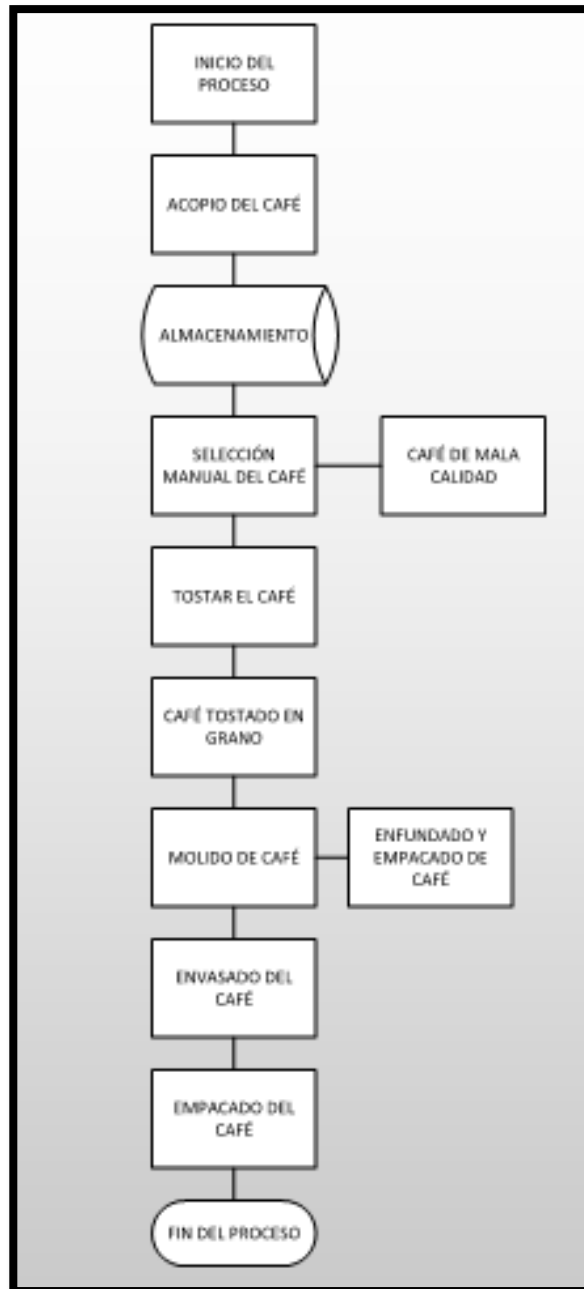
	
NOMBRE DEL PRODUCTO:	<i>"Cefee Tea"</i>
NOMBRE TÉCNICO:	Café en funditas de infusión.
PARTIDA ARANCELARIA:	2101.11.00

ENVASE Y EMBALAJE	
Medidas exactas de cada sobre y caja del producto.	
Peso x sobre:	8g
Peso x Caja:	110.5gr
Tamaño de c/sobre:	6cm x 6cm
Tamaño de c/caja:	7cm x 15cm
CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO	
“<i>Cefee Tea</i>” es una caja con bolsitas de infusión que contiene una cantidad medida de café, esta al ser introducida en una taza de agua caliente empezará a filtrar la esencia emanando un aroma en su estado natural a café listo para servirse, siendo esta una manera distinta y práctica de preparar café pasado. Se piensa que en este producto venga inicialmente 20 sobres de “<i>Cefee Tea</i>” en una caja, cada sobre.	

Elaborado por: Tania Herrera

Proceso de producción

En la presente investigación se pretende establecer el flujograma del proceso de producción, donde se determina las actividades que se deben realizar para la elaboración del café en bolsitas de infusión, para su respectiva comercialización hacia el país de Chile.



Descripción del Proceso

- El proceso de la elaboración del café en bolsitas de infusión se la realiza iniciando con el acopio del café, para posteriormente se procederá a que este repose y seque a una temperatura del 12% de humedad

- Des pues que se ha secado el producto se procede al apilamiento en costales, después de haber paso con la selección del grano que este sano y entero, sin ningún tipo de imperfección.
- Des pues de que el café ha pasado por el proceso de secado le corresponde el proceso de tostado y posteriormente de molido.
- Para el envasado del café en las bolsitas de infusión procedemos a poner el café molido en la maquina envasadora, la cual nos ahorra en tiempo y recursos.
- Des pues de haber realizado el proceso de envasado podemos finalizar el proceso con la comercialización hacia el país de Chile.

Estudio de la Oferta

En la presente investigación para la recolección de la información hemos hecho útil como herramienta de recolección de datos a la entrevista, realizada al presidente de la Asociación “El Paraíso” de la parroquia de Chical, de la cual obtuvimos la siguiente información:

FORMULARIO DE LA ENTREVISTA

Nº	PREGUNTA	RESPUESTA	ANÁLISIS
1	¿La asociación a la que pertenece está legalmente constituida?	si	Es importante conocer que la asociación “El Paraíso”, se encuentra legalmente constituida por lo cual ese no sería uno de los factores de impedimento para la organización de los productores.
2	¿Cuál es el número de socios dentro de la asociación?	32 socios	El número de socios pertenecientes a esta asociación es importante ya que nos da la idea que existe gente que quiere producir café en sus terrenos.
3	¿Dónde se encuentra ubicada la asociación, sector y dirección?	En la parroquia de Chical	Es bueno y conveniente porque se encuentra en el mismo lugar de donde residen los socios de la Asociación “El Paraíso”.
4	¿Cuál es el volumen de producción en kilos?	70 quintales por hectárea	Si los socios contaran con el apoyo económico, su proyección de quintales que saldrían de estas tierras cultivadas es un estimado de 70 quintales.
5	¿La recolección de la producción se la realiza?	semestralmente	Es bueno conocer que el café se lo puede cosechar dos veces al año y no como se comentaba que solo se lo puede realizar una vez, por lo cual nuestra comercialización sería más frecuente.
6	¿Qué variedad de café produce la Asociación?	Tipo caturra-castilla	La especie la cual se ha implementado en esta zona es la de tipo caturra-castilla pero ellos, no desechan la oportunidad de implementar un nuevo tipo de café como lo es el café etiofia

7	¿Cuántas hectáreas de café produce la asociación actualmente?	64 hectáreas	Las hectáreas con las que cuenta actualmente los socios de "El Paraíso", en las que las utilizan para la producción de café.
8	¿Conoce si existen asociaciones o productores independientes que producen café en el sector, y como se llama?	No existen más asociaciones en la parroquia del Chical	Es por ello que escogemos a la asociación "El Paraíso", para el desarrollo del estudio de factibilidad.
9	¿Cuáles son los meses de mayor y menos cosecha?	Mayor cosecha entre Junio y Julio y de menor cosecha entre Agosto y Noviembre	Por la cantidad que se produce en los meses de julio y junio, para los envíos se podría guardar un poco para poder completar al otro envío que se lo podría hacer en los meses de agosto y noviembre.
10	¿Cómo usted califica la calidad del café que la asociación produce?	Muy buena calidad	La calidad ha sido reconocida en el concurso que organizó la prefectura en la semilla de oro en donde el café chircaleño ocupó el quinto lugar siendo calificado como uno de los mejores cafés por su aroma.
11	¿Cuál es la herramienta de recolección que usted utiliza?	No utilizamos maquinaria	No cuentan con maquinaria especializada por la falta de financiamiento económico.
12	¿Cuáles son las empresas a las que usted distribuye el café actualmente?	A la empresa privada "Golondrinas", ubicada en la parroquia de Maldonado.	Empresa Golondrinas ubicada en la parroquia Maldonado, es aquí que podemos verificar que la producción de café en la parroquia antes mencionada no existe, por lo cual ellos compran de los productores de la parroquia vecina.
13	¿A qué precios usted vende su producto a los distribuidores?	A 175 USD.	Es importante analizar la explotación que hace hacia los productores de café en Chical ya que comentaban que el precio que compran su café es muy bajo, por lo genera el valor real es de 30 dólares por quintal y estos lo están vendiendo a mitad de precio por lo cual no es rentable.
14	¿Cuál es el costo de producción del producto desde la cosecha hasta el lugar de almacenamiento?	80 USD.	Entre los costos debemos mencionar que se encuentran el transporte manipuleo, etc., los cuales nos ayudan a darnos cuenta de la realidad de los productores carchenses
15	¿Cuál es la principal causa de la pérdida de la cosecha y pos cosecha del café?	Si existiese en gran volumen la producción de café sería una plaga llamada la broca, la cual actualmente no existe en nuestros cultivos	Los productores de esta zona comentaban que lo bueno de producir café en Chical es que no han existido plagas que hagan dañar el producto, a ellos el impedimento es la falta de financiamiento económico para elevar el volumen de producción entre sus socios.
16	¿Con cuántos quintales de café y con qué humedad necesitan para producir un quintal de café molido?	Con cinco quintales de cereza tenemos un quintal de molido que debe estar a una humedad entre los 10° y 12°.	La pérdida que existe entre el café cereza y ya procesado, es grande por lo cual de cada cinco quintales obtendríamos uno para la elaboración de nuestro producto.

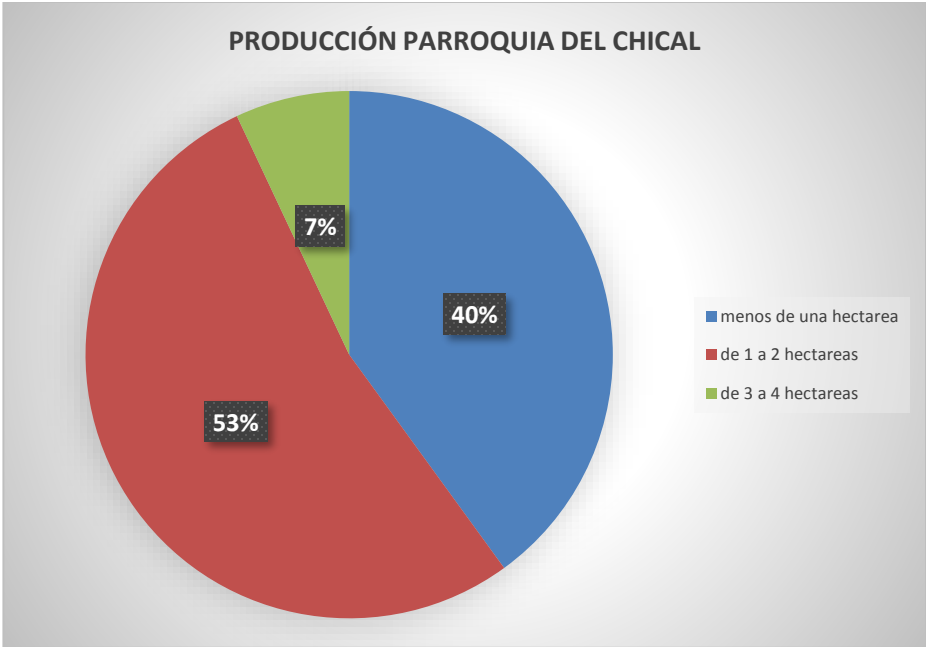
De acuerdo a información obtenida en la provincia del Carchi parroquia del Chical, Asociación el paraíso, la hemos representado a través de cuadros y gráficos estadísticos, obteniendo que la producción de café ha venido desarrollándose de forma importante ya que registra datos de crecimiento así como también de decrecimiento.

Cuadro 5: Cultivo de Café en la parroquia de Chical- Carchi

HECTÁREAS	PRODUCCIÓN
menos de una hectárea	40%
de 1 a 2 hectáreas	53%
de 3 a 4 hectáreas	7%
TOTAL	100%

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Tania Herrera

Gráfico 12. Producción Parroquia el Chical



Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Tania Herrera

Tabla 20: Producción de Café en la Provincia del Carchi

N°	Año	TN
1	2009	110
2	2010	113
3	2011	99
4	2012	100
5	2013	180
6	2014	200

Fuente: MAGAP

Elaborado por: Tania Herrera

De acuerdo a la información de la tabla anterior se puede determinar que la producción de café en la parroquia de Chical ha tenido cambios considerables, como el año 2009 en donde se registra una cantidad de 110 toneladas, cantidad que es representativa a diferencia de los años anteriores, en cambio en el 2010 la producción de café disminuye a 113 toneladas, al 2011 reduce en un valor mayor llegando a 99 toneladas, deduciendo que esto sucede por la falta de financiamiento en ese año, por lo contrario en el 2012 se visualiza un incremento mínimo llegando a 100 toneladas, y en el año 2014 obteniendo un volumen de 200 toneladas.

Podemos mencionar que esta situación se debe a los cambios repentinos del precio del café también en el caso de la provincia del Carchi a la falta de financiamiento para que puedan comprar la materia prima, por lo cual los productores dejan de producir.

Oferta de materia prima

Después de haber obtenido la información primaria podemos determinar que la oferta de materia prima que contamos para la elaboración de nuestro producto es de 1212 quintales de café al año.

Matriz de Cálculo del Producto Determinado

Tabla 21: Matriz para el cálculo del producto terminado

Materia prima	Café
Cantidad cosecha en Kg	60609
Desperdicio (10%)	6060,9
Cantidad utilizada	54548,1
Cantidad utilizada en gramos	54548100
Cantidad en gramos por sobre de café	1,28
Cantidad en bolsitas de café	42615703,13
toneladas	43

Elaborado por: Tania Herrera

En la tabla anterior podemos determinar que necesitaremos para la producción de café en bolsitas de infusión, 60609 kilos de café molido, el desperdicio del mismo lo hemos valorado en un 10%, obteniendo un total de 54548.10 de café para la elaboración, encada bolsita de café contendrá un aproximado de 1.28 gr., de lo cual obtendremos un aproximado 42615703 bolsitas.

Análisis FODA

FORTALEZAS

- Producción de café en la parroquia de Chical con incremento constante.
- Recurso humano comprometido a la actividad de producción de café.
- El café de la parroquia de Chical reconocido a nivel nacional es su aroma y humedad calificando como un café tipo gourmet.
- Continúa capacitación en producción y comercialización por parte de las entidades **ANECAFE Y COFENAC**.

OPORTUNIDADES

- Constante demanda de café en la actualidad a nivel mundial.

- Interés por parte de mercados internacionales al ser un café de calidad.
- El país de destino cuenta con una favorable estabilidad económica a nivel de América del Sur.
- Consumidores de café que cuentan con un poder adquisitivo en aumento en Santiago de Chile.
- Chile cuenta con un índice bajo de inflación.

DEBILIDADES

- Falta de financiamiento económico por instituciones financieras para elevar el número de producción de Café y adquisición de maquinarias.
- Especialización de forma técnica en cultivos a a los productores de café.
- No contar con la promoción necesaria del Café a nivel internacional.
- Falta de estimulación al productor para la comercialización internacional.

AMENAZAS

- Falta de experiencia en los mercados internacionales.
- Costos de transporte internacional elevados.
- Tener competencia muy alta y de gran prestigio a nivel internacional.
- No contar con la producción necesaria para satisfacer la demanda internacional.

Fuerzas de PORTER

Michael Porter en 1980 establece una herramienta económica importante que nos permite identificar las posibles oportunidades de entrada a nuevos mercados, en el cual es necesario e importante para el análisis de la rentabilidad

del mercado a largo plazo, el poder de negociación de proveedores a clientes mediante estrategias que permitan posesionar el producto a un determinado mercado, también nos ayuda a determinar las amenazas de productos sustitutos, rivalidad de competidores y amenaza de nuevos competidores.

Gráfico N° 6
Fuerzas de PORTER



Elaborado: Autoría

Poder de Negociación de los Clientes

El café al ser un producto que es reconocido a nivel mundial y que todo mundo lo conoce por su agradable aroma y sabor el poder de negociación de los clientes es moderado ya que existe un alto grado de requerimiento que certifiquen y acrediten el origen y calidad del producto siendo algo importante para mantener una fidelidad con los clientes y a futuro poder seguir realizando negociaciones.

Un factor favorable para nosotros es el que Chile y Ecuador son países que mantienen acuerdos bilaterales y otorgan preferencias a productos agrícolas, lo que libera y exenta de algunos pagos.

En algunas negociaciones el poder de negociación con los clientes se vuelve en algunos casos en amenazas ya que siempre querrán lo que es favorable para cada una de las partes en cuanto al producto, precio, entre otros.

Es por ello que es necesario e importante que al momento de realizar la negociación para establecer los puntos del acuerdo debemos conocer los beneficios y amenazas de las partes para que sea equitativo al determinar el acuerdo con el cliente así ganando y garantizando la fidelidad y confianza del cliente para posteriores negociaciones.

Poder de Negociación de los Proveedores

En la presente investigación se pretende desarrollar la parte caficultura de la provincia del Carchi, por esto es pertinente mencionar las zonas en las cuales se produce el café, de las cuales se encuentran: Chical, Goaltal, Jacinto Jijón y Caamaño, Concepción y Juan Montalvo, considerada a la Parroquia del Chical como zona proveedora para la elaboración del producto.

La provincia del Carchi es una zona nueva caficultura a nivel del Ecuador, pero con buenas perspectivas de crecimiento para fortalecer el cultivo. En la provincia del Carchi parroquia del Chical se ubica la asociación “El Paraíso” con 32 productores con una capacidad de 96 hectáreas cafetaleras para la producción de Café.

Para realizar una negociación de forma adecuada la Asociación “El Paraíso” se enfocan en algunas estrategias con el fin de tener éxito en la negociación, estrategias en base al producto, precio promoción y plaza.

Para la promoción del producto la expectativa es dar a conocer a los compradores las bondades y calidad de nuestro producto, en cambio en la plaza, la perspectiva del proveedor es determinar cuáles con medios o condiciones para transportar el producto con el fin de que llegue en óptimas condiciones al mercado de destino, tomando en cuenta que los costos sean acordes a los del comprador. La producción de la Asociación “El Paraíso” tiene como destino

establecer una negociación con Chile para cubrir parte de la demanda de la café en Santiago de Chile.

Amenaza de nuevos competidores

En el país chileno existen empresas ya posesionadas en el mercado del café es por ello que debemos tomar una importante consideración en cuanto a nuestro mercado competitivo.

Dentro de las empresas que actualmente ocupan el mercado del café en Chile se encuentran:

NIelsen con su línea de productos nuevos en tipo exprés, especial y gourmet, los diferentes modos de presentación han tenido gran acogida por los hogares chilenos y oficinas segmentos importantes para operadores comercialización internacional.

Según las cifras registradas en el mes de enero del 2012, la categoría café en supermercados y almacenes tradicionales han tenido un incremento en un 9,2%, siendo este porcentaje ocupado por la línea gourmet, líder en los cafés de mayor consumo en el mercado Chileno, este tipo de café se las puede encontrar en presentaciones de sobres que ya están listas para servirse.

Amenaza de productos sustitutos

De acuerdo a la información recolectada podemos decir que el producto sustituto más cercano del café es el té, en años anteriores el país de Chile se destacaba por ser el principal consumidor de té, en la actualidad el fuerte de este país y preferido por sus habitantes es el café, siendo esto una excusa para reuniones familiares o con amigos (Pro Ecuador, 2013)

Es por ello que este proyecto de investigación va dirigido a los segmentos familia (hogares) y oficinas en la ciudad Santiago de Chile por el importante puesto que ocupa en las preferencias de consumo de café en chilenos.

Según resultados encontrados en la página de (Pro Ecuador, 2013), Chile mueve anualmente 385 millones, en consumo de té, café y hierba de mate, entre otras, el movimiento de este dinero es provocado por tres empresas que están posesionadas en el mercado de café de Chile, estas son Nestlé, que concentra una participación de 37.7%; Unilever Best Foods, con 22.3%, y Cambiaso Hermanos con 19.7%. (Pro Ecuador, 2013)

Es por esto que podemos determinar que la empresa Nielsen Retail Index, la categoría más importante de la canasta de bebidas calientes se encuentra la del café con un 52.6% de las ventas, seguido por el té con 42.7% y más atrás se ubican las hierbas con 2.7%, seguido finalmente del mate con 2.1%.

Rivalidad entre competidores

En la presente Investigación el segmento sobre el cual se desarrolla este producto no existe un rival relevante o importante, se encuentran una considerable variedad de marcas, pero ninguna tiene una presentación como la que nosotros estamos proponiendo.

Nosotros competimos sobre la versatilidad e innovación del producto que presentamos, como anteriormente mencionamos, la competencia en este segmento de mercado está basado en la variabilidad de diferentes formatos de café molido tradicional.

Otro de los competidores dentro de nuestro segmento de mercado se encuentra Nestlé y Tres Montes Luccetti, que están incursionando en el mercado con nuevos productos “Premium”, para contrarrestar la competencia de los cafés tostados.

Como podemos ver la competencia a nivel general es alta ya que siempre las empresas para no desaparecer del mercado están innovando nuevos productos, pero las características de nuestro producto está dirigido a satisfacer

un nicho de mercado más específico por el cual daremos a conocer nuestro producto aprovechándolo para un futuro de un mercado más grande.

Dentro de nuestro país nuestros posibles competidores son empresas que se encuentran establecidas nacionalmente e internacionalmente en el mercado del Café, podemos mencionar algunos productos que se encuentran posesionados como son café lavado, café natural, café lavado orgánico, robustas, solubles, extractos de café, extra superior, café tostado y molido.

3.12.- PROYECCIONES DEL ESTUDIO

Consumo Nacional Aparente

En la presente investigación debemos realizar en cálculo del indicador llamado Consumo Nacional Aparente, el mismo que nos permitirá conocer la cantidad que Santiago de Chile ubica para el consumo, para lograr el cálculo se debe conocer la producción nacional, importaciones y las exportaciones.

$$CNA = PN + M - X$$

Dónde:

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

3.13.- PROYECCIÓN DEMANDA EFECTIVA O INSATISFECHA

Debemos partir que para el cálculo de la demanda insatisfecha y consumo aparente debemos tomar en cuenta datos históricos de importaciones, exportaciones y producción nacional del café en el país de Chile.

La demanda Insatisfecha que es aquella demanda que no ha sido ocupada en el mercado de Santiago de Chile, y que puede ser cubierta, al menos en una parte por el proyecto a desarrollarse, como consumo recomendado, para el

cálculo de la misma hemos tomado cómo variables al déficit y la población, es importante también mencionar que para este cálculo se ha tomado datos del consumo de café en Santiago de Chile en donde nos demuestran que por ser una ciudad metropolitana el café se lo consume a gran escala con mínimo de tres tasas diarias por habitante, convirtiéndose este la base de cálculo para la proyección, al igual que el tamaño de la población de la ciudad de Santiago Chile. Con estos antecedentes se puede explicar lo que nos muestra en la tabla siguiente, la cantidad que demanda Chile de café es en toneladas al año, como también nos muestra la cantidad que nosotros podríamos cubrir con la producción obtenida de la parroquia de Chical,

Después de haber realizado todos los cálculos necesarios para la determinación del porcentaje que se puede cubrir en el mercado de café de Santiago de Chile concluiremos diciendo que es el 0.4%, cantidad que la parroquia de Chical puede cubrir con la cantidad existente al momento.

Tabla 22: Calculo de la Demanda Insatisfecha

AÑOS	PN	IMPORTACIONES	EXPORTACIONES	CNA	POBLACIÓN	CON PERCÁPITA			SANTIAGO		DEMANDA		COBERTURA	
	(+)	(+)	(-)	(=)	Estratificada (37%)	real	recom	PC	37%	Total	Total	Ofer en tn	(kg)	%
	TM	TM	TM	TM	MILLONES	(KG)	(KG)	(KG)		(KG)	(TN)			
2012	0	4562,0	920	3642	6.452.519,910	0,14	9,8	9,66	977950,03	9583910,324				
2013	0	2982,0	930	2052	6.517.696,890	0,14	9,8	9,66	987828,32	9680717,499				
2014	0	4164,0	950	3214	6.583.532,100	0,14	9,8	9,66	997806,38	9778502,524				
2015	0	4288,9	960	3329	6.650.032,570	0,14	9,8	9,66	1107565,03	10854137,29	10854	43	42616	0,4%
2016	0	4417,6	969	3448	6.716.532,896	0,14	9,8	9,66	1118640,68	10962678,67	10963	44	43894	0,4%
2017	0	4550,1	979	3571	6.783.698,225	0,14	9,8	9,66	1129827,09	11072305,45	11072	45	45211	0,4%
2018	0	4686,6	989	3698	6.851.535,207	0,14	9,8	9,66	1141125,36	11183028,51	11183	47	46567	0,4%
2019	0	4827,2	998	3829	6.920.050,559	0,14	9,8	9,66	1152536,61	11294858,79	11295	48	47964	0,4%
2020	0	4972,0	1008	3964	6.989.251,065	0,14	9,8	9,66	1164061,98	11407807,38	11408	49	49403	0,4%

Elaborado por: Tania Herrera

3.14.-DEFINICIÓN DEL MERCADO

Después de haber conocido y analizado los aspectos fundamentales del mercado destino, como también de la competencia, perfil y comportamiento de los clientes el rango de precios óptimos para poder fijar el precio internacional del café requerimiento necesario, que deben conocer nuestros compradores, estos factores han hecho conocer al mercado objetivo para proceder a la comercialización de café en bolsitas de infusión desde la parroquia de Chical provincia del Carchi.

Determinación de la población

De acuerdo a la información obtenida la población de Chile hasta el año 2010, alcanzó un promedio de 17 millones de habitantes, a continuación detallaremos el número de habitantes que ocupan en cada una de las principales ciudades.

Tabla 23: Población Chilena en las Ciudades Principales

CIUDAD	HABITANTES
Santiago	5,987,504
Antofagasta	353,439
San Bernardo	307,710
Viña del Mar	288,266
Valparaíso	268,680
Temuco	253,069
Rancagua	244,640
Iquique	230,481
Talca	228,078

Elaborado por: Tania Herrera
Fuente: Pro Ecuador, 2013

Como población objetivo para la exportación en la presente investigación tenemos a la ciudad de Santiago capital chilena, es por ello que se ha procedido a proyectar la población con la aplicación de un discriminante de la población

menor de 15 años debido a que las personas que se encuentran dentro de este rango no consumen café.

Segmentación de Mercado

El desarrollo de la presente investigación va dirigida a la población de la ciudad de Santiago de Chile, es por ello que se analiza el segmento social de dicha ciudad. Hoy en día Santiago representa el 10% de la sociedad con profesionales universitarios con carreras de prestigio, que tienen altos cargos ejecutivos y que viven en los mejores y más exclusivos sectores de la ciudad, con áreas verdes bien ornamentadas, con calles bien pavimentadas y limpias, en casas amplias o departamentos de lujo, de construcción sólida y con detalles de buen gusto en las terminaciones (Pro Ecuador, 2014).

Los habitantes de esta ciudad se concentran principalmente, en Providencia, Las Condes, Lo Barnechea y Vitacura, aunque en los últimos años han emigrado a comunas periféricas tradicionalmente de grupos más modestos, como Colina y Huechuraba, estos habitantes cuentan con hogares con dos o más vehículos valorados en más de 7 millones de pesos chilenos, por lo cual podemos afirmar que son personas con un poder adquisitivo bueno.

Localización geográfica de la demanda

La ciudad o región metropolitana de Santiago del país de Chile representa el 40% de la población, donde existe un mercado potencial de consumidores de café, como habíamos mencionado anteriormente son personas con un potencial adquisitivo alto y por su acelerado modo de vida en algún momento del día necesitan consumir una taza de café. Es por ello que en la siguiente tabla se detalla cómo se encuentra distribuida la población de Chile.

IV. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1. CONCLUSIONES

- Después de haber analizado la información se puede concluir que la Parroquia de Maldonado no produce café por el factor altura y temperatura, dando lugar a la producción existente en la parroquia de Chical como nuestros proveedores.
- También determinamos que la asociación de la parroquia del Chical denominada “**El Paraíso**”, puede aportar con el 0.4% parte de la demanda requerida en Chile.
- Se puede concluir que el volumen de producción existente al momento como entrada a nuevos mercados es muy bajo no llegando a ocupar ni el 1% de la población segmentada para la comercialización de nuestro producto.
- El consumo de café en la capital chilena, Santiago, se realiza en un 51% durante las primeras horas del día y un 74% se lo hace en los hogares o en el trabajo, permitiéndonos garantizar una demanda potencial en este país.
- En la parroquia de Chical el café es una producción nueva y este producto tiene gran aceptación en las zonas de cultivo, se da esto porque no se utiliza ningún tipo de químicos que ayuden a la producción del mismo, llegando a determinar que es un producto orgánico.
- De acuerdo a la conclusión anterior se puede certificar que la calidad del producto, estrategia importante de entrada a los mercados ya que lo que más piden los consumidores es que los productos que consumen sean orgánicos.
- No existen actualmente exportaciones de café en bolsitas de infusión hacia el país de Chile
- Los últimos registros de consumo de café en el año 2014 en la capital chilena Santiago explica que el 22% de los chilenos toman café por goteo, cafés tipo expreso, tipo capuchino, permitiendo participar a nuestra empresa en la demanda insatisfecha de esta ciudad.

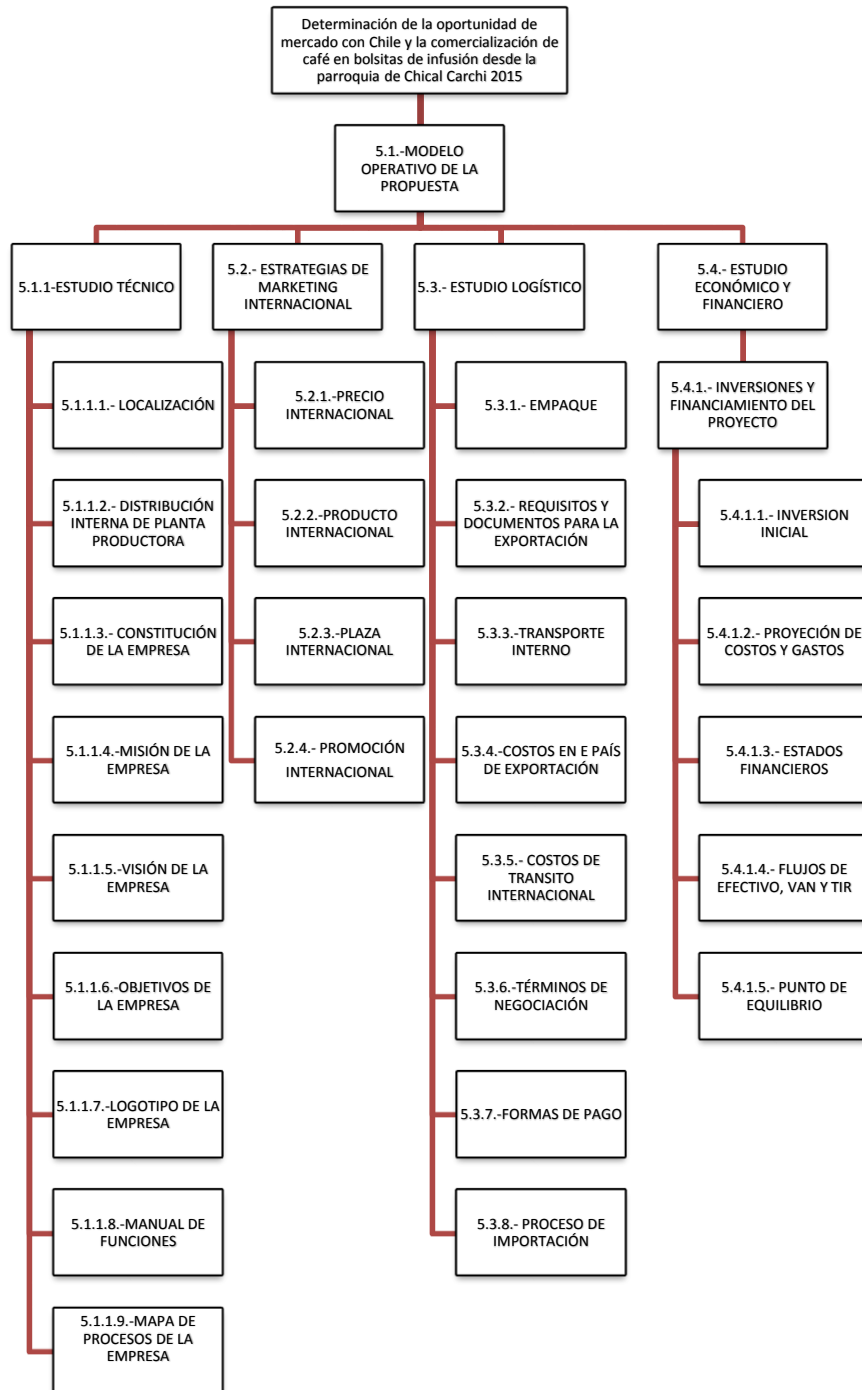
- La forma de comercialización de nuestro producto es tomando la estrategia de posicionamiento de la Empresa actual del café en Chile, que realizo su entrada por medio de los supermercados, por ser Santiago una ciudad monopolista.
- El precio para la comercialización de café en bolsitas de infusión desde la parroquia de Maldonado hacia el mercado de Chile se encuentra en los 4,00 USD, precio de mercado dándonos, en pesos chilenos el valor de 2839, 28 CLP., a comparación del precio de competidores de 4340,00 CLP.

4.2. RECOMENDACIONES

- Se recomienda hacer más estudios de tierra para que las producciones se amplíen a gran escala para aumentar el volumen de producción existente al momento.
- Fortalecer la parte productiva de la parroquia de Chical para que la producción existente aumente su volumen y poder incrementar la cantidad que demandan al momento el país de Chile.
- Hacer validar la ventaja competitiva a nivel internacional e incursionar en la producción de café en bolsitas de infusión, como un producto orgánico que contribuirá de manera positiva al medio ambiente y el cuidado de la salud de las personas.
- Averiguar alianzas estratégica con entidades de apoyo financiero de la localidad para que los productores de la parroquia del Chical puedan aumentar su volumen de producción y así poder ser más competitivos.
- La superficie cafetalera de la provincia del Carchi es muy rica al momento de la producción de sus cultivos por lo cual se debe aprovechar esta fortaleza extendiendo su producción efectiva a través de la aplicación de las economías de escala.
- Debemos poner gran importancia en promover y fomentar la marca del producto en el mercado internacional debido a las características de sabor, aroma y consistencia, cualidades del producto cafetero que hacen distinción frente a otros productos.
- Distinguir el mejor y más conveniente canal de distribución del producto el cual ayudará a la negociación, otorgando al comprador y consumidor los beneficios del producto a vender.

V. PROPUESTA

ESQUEMA DE LA PROPUESTA



Fuente: Vaca Urbina,

Elaborado: Autoría

5.1.- MODELO OPERATIVO DE LA PROPUESTA

5.1.1.-Estudio Técnico

En la presente investigación es necesario realizar un estudio técnico para establecer la localización del proyecto, realizando el respectivo análisis de factores importantes y no importantes de los posibles lugares en donde se pueda ubicar a la empresa. También debemos determinar y dar a conocer el tamaño del proyecto, mediante el estudio de factores y recursos que permitirán a que permitirán detallar el porcentaje del producto que se exportará.

Localización

La localización del proyecto y para la determinación del lugar adecuado de la ubicación de la oficina **EXPO CAFÉ S.A.**, se debe considerar que se encuentre en lugar en donde se pueda ejecutar con facilidad todas las actividades para la ejecución de la exportación.

Tabla 24: Localización óptima del Proyecto

Factores	Peso	Chical		Maldonado		Tulcán	
		Calificación	Ponderación	Calificación	Ponderación	Calificación	Ponderación
Fácil abastecimiento de materia prima	0,22	9	1,7	9	2	2	1
Fácil acceso de mano de obra	0,13	7,6	1,6	8	1,5	3	2
Infraestructura	0,12	4,5	1,94	3	0,9	4	1,5
Aspectos Fiscales	0,1	5,2	1,23	6	1,4	5	3
Transporte	0,15	4,5	0,79	5	1	5	4
Acceso a la carretera	0,13	7	1,4	3	0,9	5	5
Insumos	0,2	6	1,2	4	1,15	5	1,7
SUMA	1,0		10,00		8,91		18,00

Elaborado por: Tania Herrera

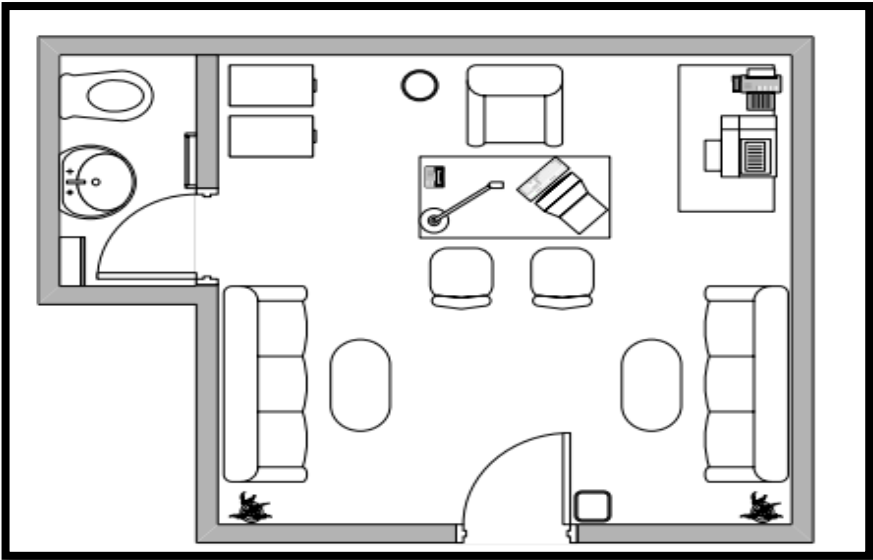
De acuerdo al análisis de la tabla anterior podemos determinar que la localización óptima para el proyecto es en la ciudad de Tulcán por el fácil acceso a las instituciones necearías para la ejecución y desarrollo de las exportaciones.

Cabe mencionar que en el caso del centro de acopio de café está ubicado en las instalaciones de la asociación “**El Paraíso**” que cuenta con los medios de transporte para la movilización de la mercadería a la ciudad de Tulcán.

Distribución Interna de la empresa Exportadora

La presente investigación tiene como finalidad la creación de una comercializadora de exportación de café en bolsitas de infusión, para esto se debe determinar la infraestructura necesaria para la aplicación de las actividades comerciales y administrativas del mismo.

Gráfico 13: Distribución de la Empresa Exportadora



Elaborado por: Tania Herrera

Tabla 25: Requerimiento de Espacio Físico

N°	ACTIVIDAD	REQUERIMIENTO
1	Departamento Administrativo	14
2	Sanitario	7
	TOTAL	21 m²

Elaborado por: Tania Herrera

Presupuesto de activos fijos

Como todos conocemos activos fijos son los bienes de larga duración adquiridos para usarlos en la operación de la empresa y que su destino no es la venta, la vida útil de los activos fijos generalmente es más de un año y se conoce que transfieren gradualmente su valor al producto o servicio que prestan, conservando su forma física y original, pero en el transcurso del uso de estos activos se someten a depreciaciones.

Tabla 26: Presupuesto de Activos Fijos

Activos Fijos - Inversión Fija			2015
Concepto	Cantidad	Valor Un.	Total
Infraestructura			25.000
oficina	1	25.000	25.000
Maquinaria y Equipo			2.750
Etiquetadora	1	450,00	450
Molinera	1	800,00	800
Maquina Envasadora	1	1.500,00	1.500
	-	0,00	-
	-	0,00	-
Muebles y Enseres			2.215
Sillón Ejecutivo	4	80,00	320,00
Escritorio	4	220,00	880,00
Sillas	8	35,00	280,00
Mesas	4	50,00	200,00
Archivadores	4	70,00	280,00
Teléfono	2	95,00	190,00
Esferos por caja	2	5,00	10,00
Resma de papel	10	4,00	40,00
Carpetas	20	0,25	5,00
Grapadora	1	1,50	1,50
Perforadora	1	1,00	1,00
Calculadora	1	7,00	7,00
Equipo de Computo			2.750
Computadoras	3	800	2.400
Impresoras	1	350	350
Total Activos Fijos - Inversión Fija			32.715

Elaborado por: Tania Herrera

Constitución de la empresa

En la presente Investigación se propone la creación de una empresa exportadora de Café en bolsitas de infusión es por ello que es necesario conocer los parámetros que necesitamos para la creación de la misma, la empresa será una sociedad anónima, juntamente con la asociación que nos ayudara con el producto para la exportación como lo es la Asociación “El Paraíso” de la parroquia del Chical.

Para la legalidad de la empresa exportadora denominada **EXPO CAFÉ S.A.**, debemos dejar puesta la existencia de la misma como una sociedad legalmente constituida con capacidad legal para contratar y adquirir derechos y obligaciones, como representante legal dentro de la empresa se encuentra la Ing. Tania Gabriela Herrera Mafla, quien se encargara de los procesos de tramitación. Negociación y exportación del producto que provee la asociación.

A continuación se detallan los organismos reguladores para el proceso que necesita en la legalidad y constitución de la empresa:

- **Registro Mercantil.-** Entidad en la cual se debe registrar toda compañía para poder operar en el territorio ecuatoriano. (ver anexos)
- **Superintendencia de Compañía (S.I.C).-** Organismo encargado de regular a las compañías constituidas en el Ecuador. Regulando su actividad y establecimiento el monto de capital al número de acciones, el valor de las acciones, etc. Para saber los requisitos a cumplir en la inscripción de una compañía. .
- **Servicio de Rentas Internas (S.R.I).-** Organismo encargado con el aspecto tributario, ente encargado de recolectar los impuestos generados por la operación comercial por la compra venta bienes, así como la transformación de materia prima.

Para obtener el RUC. (Registro Único de Contribuyente) que es el documento que emite el Servicio de Rentas, que es un código en el cual se establecen las obligaciones tributarias que deben cumplir toda la sociedad. (Ver anexo).

- **Municipalidad.-** Organismo encargado de emitir permiso para el funcionamiento de las sociedades mediante el cobro de un impuesto (1.5 por mil) y los permisos de funcionamiento pertinentes como son el uso de suelo, desechos sólidos y patentes. Para saber qué requisitos se necesitan para la obtención de los permisos municipales.
- **Cuerpo de Bomberos.-** Organismo encargado de verificar que una compañía cumpla con los parámetros establecidos en lo referente a seguridad contra incendio. Este requisito es fundamental al ser EXPO CAFÉ S.A., una industria de consumo. Para saber el documentos que se necesitan en este permiso.
- **Cámara de Industria y Comercio.-** Afiliado a estos entes al tanto de industria y del comercio, cuya finalidad es permanecer en gremio.
Estas cámaras solicitan cierta documentación para su afiliación, para saber estos requisitos se requieren.
- **Ministerio de Salud Pública.-** Este organismo regula a las empresas las cuales en su proceso tendrá que manipular bienes destinados a la digestión del ser humano.
Este permiso de este ministerio también se aplica a EXPO CAFÉ S.A.; ya que es una industria y requiere ser monitoreada por esta institución.
Para saber qué requisitos se deben cumplir para solicitar el permiso de funcionamiento del Ministerio de Salud Pública. (Ver Anexos).

Misión de la empresa

La misión de **EXPO CAFÉ S.A.**, es comercializar café orgánico en bolsitas de infusión de alta calidad, logrando satisfacer las necesidades de nuestros clientes, a través de un excelente servicio y una amplia responsabilidad social.

Visión de la empresa

La visión de **EXPO CAFÉ S.A.** es llegar a ser un ejemplo productivo y comercial de café especial procesado a nivel nacional e internacional, posicionando la marca a través de una nueva cultura de consumo que protege la salud y el medio ambiente.

Objetivos de la empresa

Conseguir resultados en un módico plazo, posicionando no solo la marca en el mercado sino también a nuestra industria **EXPO CAFÉ S.A.**, con una visión innovadora, lograr penetrar a mercados internacionales dando nuevas opciones al momento de degustar la bebida de café, promoviendo los beneficios con los que cuenta el café.

Objetivos Específicos

- + Conservar a **EXPO CAFÉ S.A** como precursores de la innovación en la industria carchense.
- + Establecer la marca “Cefee Tea”, en el mercado local.
- + Aumentar nuestra capacidad instalada en un plazo no mayor a 4 años.
- + Ubicar nuestro producto en el mercado internacional en un mediano plazo.

LOGOTIPO DE LA EMPRESA

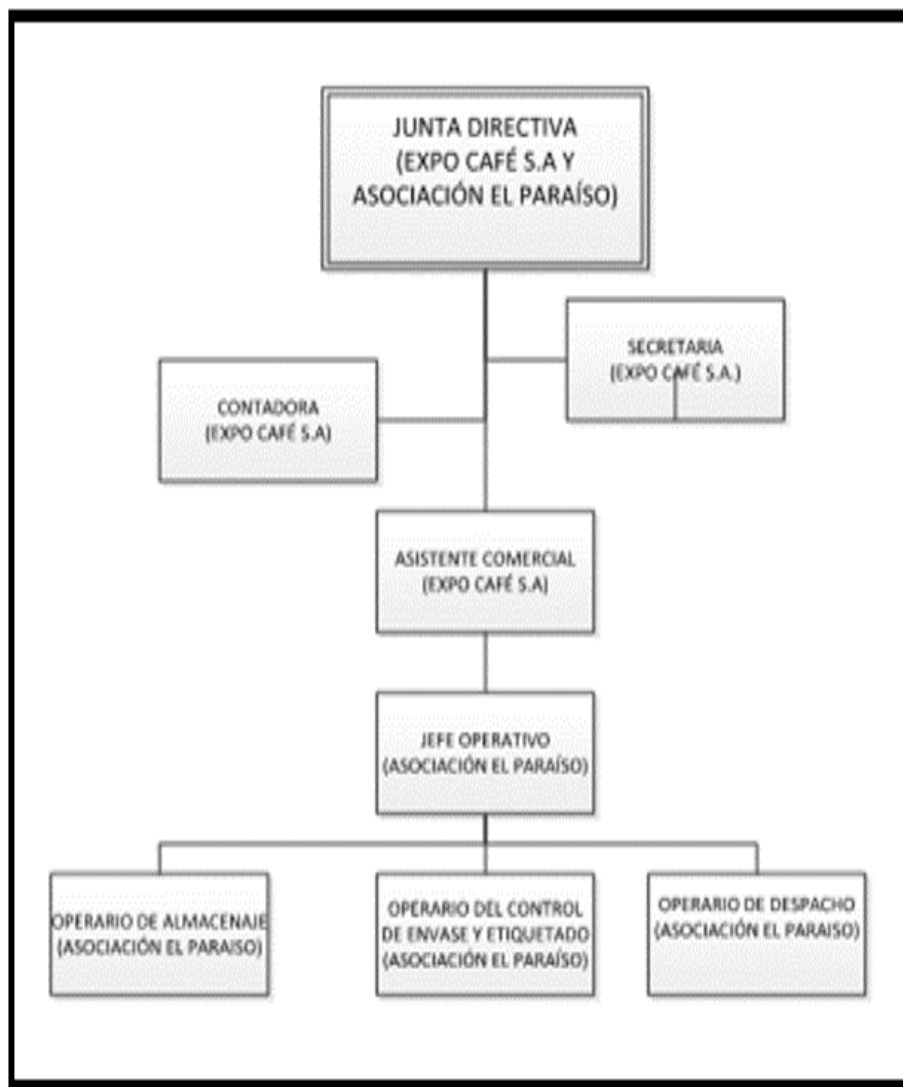


ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA

En la presente investigación se propone la creación de la empresa exportador **EXPO CAFÉ S.A.**, esta empresa se formará con la unión de la asociación “**El Paraíso**” de la parroquia del Chical ya que esta asociación servirá como fuente proveedora del café para la elaboración de bolsitas de café en infusión para que el administrador de la empresa realice el proceso de

exportación del producto, para esto a continuación se detalla cómo se encontrara organizada la empresa:

Gráfico 14: Organigrama de la Empresa



Elaborado por: Tania Herrera

Estudio Administrativo

En la presente investigación y para el desarrollo del funcionamiento de la empresa exportadora se requiere en sus inicios de 4 personas, comprometidas con la empresa que ayudarán al eficiente desarrollo de la misma. A continuación detallamos matriz de personal necesario:

Tabla 27: Matriz de personal

Año 2015	Nº Empleados
Administrador	1
Secretaria	1
Contador	1
Asistente Comercial	1
Total	4

Elaborado por: Tania Herrera

Manual de funciones

Dentro de la organización de la empresa es importante dar a conocer e identificar cuáles son las funciones y responsabilidades de las personas que participaran de esta organización.

La empresa exportadora **EXPO CAFÉ S.A.**, a continuación detallará las funciones que debe tener las personas que participan dentro de la empresa.

Cuadro 6: Manual de funciones del Administrador

IDENTIFICACIÓN	
Nombre del puesto:	Administrador
Unidad:	Administración
Supervisa:	Jefe Operativo
Reporta:	No aplica
Coordina con:	Jefe Operativo
II. PROPÓSITO PRINCIPAL	
Representar y dirigir la empresa en el cumplimiento de las funciones comerciales y legales.	
Nº	III. ATRIBUCIONES Y RESPONSABILIDADES
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 las estrategias.
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.
IV. PERFIL Y REQUERIMIENTOS MÍNIMOS	
Educación: Ingeniera en Comercio Exterior, Economista o afines. Conocimientos: Comercio Exterior, informática, estadísticas, ingles básico, relaciones humanas. Experiencia: 2 años.	
V. HABILIDADES Y COMPETENCIAS	
Trabajar en equipo, flexible, valores éticos, positivo, visionario.	

Elaborado por: Tania Herrera

Cuadro 7: Manual de funciones de Secretaria

IDENTIFICACIÓN	
Nombre del puesto:	Secretaria
Unidad:	Secretaria
Supervisa:	Administrador
Reporta:	Administrador
II. PROPÓSITO PRINCIPAL	
Ayudar y colaborar para el desarrollo de las funciones y actividades de la empresa como auxiliar del Administrador.	
N°	III. ATRIBUCIONES Y RESPONSABILIDADES
1	Digitar y redactar oficios, memorandos, informes, actas e informes de conferencias realizadas por la administración.
2	Realizar y recibir llamadas telefónicas y transmitir los mensajes a las personas correspondientes
3	Atender al público para dar información y concertar entrevistas, responder los documentos a su cargo.
4	Participar activamente en la organización de eventos, reuniones y programas sociales relacionados con su cargo, para el mejoramiento de su actividad y ejecución.

5	Archivo de documentación
6	Entrega de cheques pro cancelación de cuentas, previo identificación y forma de comprobantes de recibo.
7	Las demás funciones relacionadas con el cargo, que por disposición legal, emergencia económica o necesidades del servicio sea necesario asignarle.
IV. PERFIL Y REQUERIMIENTOS MÍNIMOS	
Educación: título de bachillerato o título en secretariado ejecutivo. Conocimientos: manejo de documentos, archivo de documentos, y redacción	
V. HABILIDADES Y COMPETENCIAS	
Trabajar en equipo, flexible, valores éticos, positivo, visionario.	

Elaborado por: Tania Herrera

Cuadro 8: Manual de funciones de una Contadora

IDENTIFICACIÓN	
Nombre del puesto:	Contadora
Unidad:	Contabilidad
Supervisa:	Administrador
Reporta:	No aplica
Coordina con:	Administrador y secretaria
II. PROPÓSITO PRINCIPAL	
Realizar una descripción detallada de las funciones del cargo de contador.	
N°	III. ATRIBUCIONES Y RESPONSABILIDADES
1	Preparar la información financiera para ser presentada a las entidades que lo requieran.
2	Envío de informaciones adicionales que requiera la entidad que nos vigila contablemente.
3	Preparar comprobantes de depreciación.

4	Velar por que las notas contables y ajustes estén debidamente soportados y contabilizados.
5	Revisar los recibos de caja y comprobantes de pago.
IV. PERFIL Y REQUERIMIENTOS MÍNIMOS	
Educación: Profesional (Contador Público). Conocimientos: Tratamiento contable, a través de software Experiencia: 1 año.	
V. HABILIDADES Y COMPETENCIAS	
Trabajar en equipo, flexible, valores éticos, positivo, visionario.	

Elaborado por: Tania Herrera

Cuadro 9: Manual de un Asistente Comercial

IDENTIFICACIÓN	
Nombre del puesto:	Asistente Comercial
Unidad:	Asistente Comercial
Supervisa:	Administrador
Reporta:	Administrador
Coordina con:	Administrador
II. PROPÓSITO PRINCIPAL	
Planificar, dirigir y controlar son eficiencia, seriedad y alto rendimiento el plan operativo de comercialización (marketing) a fin de promover nuestro producto.	
N°	III. ATRIBUCIONES Y RESPONSABILIDADES
1	Rendir informe periódicamente al jefe inmediato.
2	Captar la aceptación, y despertar el interés del cliente.
3	Lograr los objetivos propuestos por la empresa.
4	Generar y cultivar buenas relaciones con los clientes.
5	Cumplir con los compromisos contraídos con los clientes.
6	Promover las ventas.
7	Tener el control de las necesidades del consumidor.

8	Establecer contacto con los proveedores para satisfacer la demanda del mercado.
9	Promover el producto en el mercado.
10	Crear slogan, logotipo y tipo de promociones para incluir al consumidor a comprar nuestros productos.
IV. PERFIL Y REQUERIMIENTOS MÍNIMOS	
Educación: Ingeniera en Comercio Exterior, afines. Conocimientos: Comercio Exterior, informática, estadísticas, ingles básico, relaciones humanas. Experiencia: 2 años.	
V. HABILIDADES Y COMPETENCIAS	
Trabajar en equipo, flexible, valores éticos, positivo, visionario.	

Elaborado por: Tania Herrera

Cuadro 10: Manual de funciones del Jefe Operativo

IDENTIFICACIÓN	
Nombre del puesto:	Jefe Operativo
Unidad:	Supervisión
Supervisa:	Operario de almacenaje, de control de envase y etiquetado y despacho
Reporta:	Administrador
Coordina con:	Todas las áreas
II. PROPÓSITO PRINCIPAL	
Controlar y coordinar con todas las áreas operativas de la empresa exportadora.	
N°	III. ATRIBUCIONES Y RESPONSABILIDADES
1	Elaborar informes de las áreas operativas.
2	Organizar y controlar que las operaciones se realicen correctamente.
3	Llevar un registro de los proveedores del producto.
4	Requerir de los servicios de un agente afianzado.

IV. PERFIL Y REQUERIMIENTOS MÍNIMOS
Educación: Aprobación de dos años de Educación superior en áreas relacionadas con el café. Conocimientos: Servicio al cliente, Sistemas operativos, bases de datos, técnicas de Archivo. Experiencia: 2 años.
V. HABILIDADES Y COMPETENCIAS
Responsable, creativo, dinámico, puntual, honesto, tolerante, persona con facilidad de palabra y buenas relaciones personales.

Elaborado por: Tania Herrera

Cuadro 11: Manual de funciones del Operario de Almacenaje

IDENTIFICACIÓN	
Nombre del puesto:	Operario de almacenaje
Unidad:	Operativa
Supervisa:	No aplica
Reporta:	Jefe operativo
Coordina con:	Todas la áreas
II. PROPÓSITO PRINCIPAL	
Recibir las solicitudes de los pedidos de café de los proveedores para su almacenamiento.	
N°	III. ATRIBUCIONES Y RESPONSABILIDADES
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.
4	Tener un buen estado en el almacenaje del producto.
5	Informar fallos en la recepción de la mercadería.
6	Recibe, revisa y organiza las materias primas.
IV. PERFIL Y REQUERIMIENTOS MÍNIMOS	
Educación: Título de Bachiller en cualquier modalidad.	

Conocimientos: Manejo de paquetes informáticos. Experiencia: 6 meses.
V. HABILIDADES Y COMPETENCIAS
Organizado, cálculos numéricos, estrategias, honesto, responsable, respetuoso, tolerante, innovador, discreción, resistencia a largas jornadas de estar de pie y caminata continua

Elaborado por: Tania Herrera

Cuadro 12: Manual de funciones del Operario de Control de Envase y Etiquetado

IDENTIFICACIÓN	
Nombre del puesto:	Operario de control de envase y etiquetado
Unidad:	Operativa
Supervisa:	No aplica
Reporta:	Jefe Operativo
Coordina con:	Todas la áreas
II. PROPÓSITO PRINCIPAL	
Mantener un adecuado control, y mantenimiento de los envases y las etiquetas para el producto	
Nº	III. ATRIBUCIONES Y RESPONSABILIDADES
1	Operar adecuadamente las instalaciones y equipos a su cargo.
2	Adquirir los materiales necesarios para el envase del producto
3	Colocar las etiquetas de exportación en cada uno de las cajas de café.
4	Codificar las etiquetas de exportación
5	Elaborar informes de las actividades que desempeña.
6	Verificar el peso de los de café.
IV. PERFIL Y REQUERIMIENTOS MÍNIMOS	
Educación: Título de Bachiller en cualquier modalidad. Conocimientos: manejo de paquetes informáticos. Experiencia: 6 meses.	

V. HABILIDADES Y COMPETENCIAS
Mantener lo que se necesita utilizar y limpio. Resistencia a largas jornadas de pie y caminata continúa.

Elaborado por: Tania Herrera

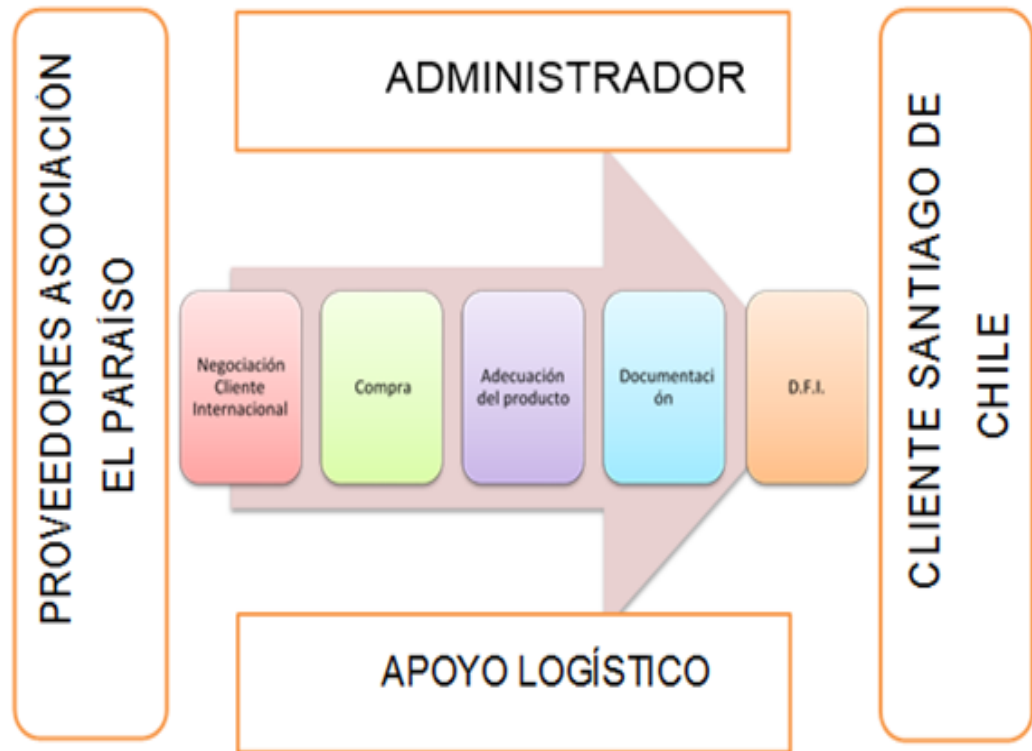
Cuadro 13: Manual de funciones del Operario de Despacho

IDENTIFICACIÓN	
Nombre del puesto:	Operario de Despacho
Unidad:	Operativa
Supervisa:	No aplica
Reporta:	Jefe Operativo
Coordina con:	Todas la áreas
II. PROPÓSITO PRINCIPAL	
Organizar, clasificar y codificar de acuerdo con los procedimientos previamente establecidos la documentación y archivo de las operaciones.	
N°	III. ATRIBUCIONES Y RESPONSABILIDADES
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
IV. PERFIL Y REQUERIMIENTOS MÍNIMOS	
Educación: Título de Bachiller en cualquier modalidad. Conocimientos: manejo de paquetes informáticos. Experiencia: 6 meses.	
V. HABILIDADES Y COMPETENCIAS	
Agilidad, destreza, control, puntualidad, agilidad mental. Resistencia a largas jornadas de pie y caminata continúa	

Elaborado por: Tania Herrera

Mapa de Procesos de la Empresa

Cuadro 14: Mapa de Procesos de la Empresa

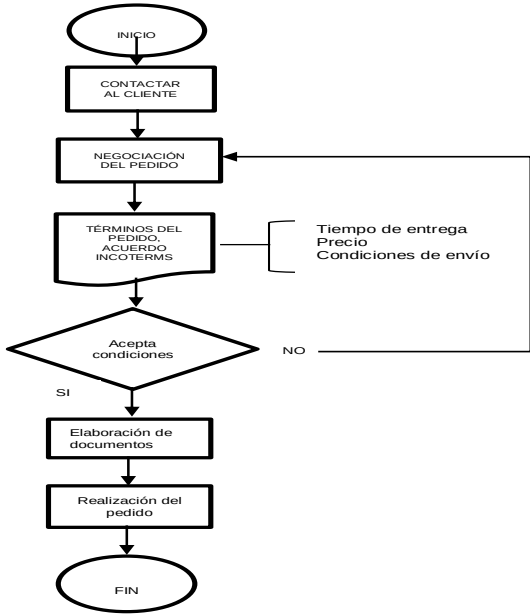


Elaborado por: Tania Herrera

Dentro de la empresa es importante determinar los procesos que se deben realizar para el proceso de elaboración del café en bolsitas de infusión donde nos indica un nivel de supervisión presidido por la Administración, un nivel operativo en el cual se establecen cinco importantes procesos, y un nivel de apoyo indispensable para la ejecución de la comercialización.

En el proceso de la adecuación del producto se realiza de la siguiente manera, ingresa el café para ser almacenado, donde se procede a ser molido par después enfundarlo en los sobres de nylon, estos estarán contenidos dentro de una caja pequeña, dichas cajas se la contendrá para su manipulación en una caja grande que después para su exportación serán paletizadas.

Cuadro 15: PROCESO DE NEGOCIACIÓN CLIENTE INTERNACIONAL

	PROCESO DE NEGOCIACIÓN DEL CLIENTE INTERNACIONAL		Código:	PO-NCI-001 000 1-1
			Versión:	
			Páginas:	
Responsable: Administrador				
Objetivo: Realizar el pedido con el cliente internacional				
Alcance: Contactar al cliente en el exterior, negociación del pedido, incoterms hasta finalización del envío.				
1.- DETALLE				
Responsable	Detalle	Documento		
Administrador	1.- Ingreso a la página web del cliente para el envío de mail con el objetivo de establecer el acuerdo.	Correo Electrónico		
Administrador	2.- Enviar especificaciones de productos disponibles (presentación).	Catálogo del producto		
Administrador	3.- Convenio de acuerdos de negociación vía internet, convenio d entrega, tiempos, precio.	Correo Electrónico		
Administrador	4.- Elaboración de contrato y documentos a fines a la negociación envío mediante correo electrónico al cliente	Correo Electrónico		
Administrador	5.- Confirmación y recepción de pedido a través de correo electrónico.	Correo Electrónico		
				
MEDICIÓN Y SEGUIMIENTO DEL PROCESO				
INDICADOR	FORMA DE CÁLCULO	ESTÁNDAR/META	PERIODICIDAD DEL CÁLCULO	RESPONSABLE
Tiempo de cierre de negociación	Contar al cliente (-) hora de realización del pedido	4 horas	mensual	Administrador
DETERMINACIÓN DE RECURSOS RELACIONADA CON EL PEDIDO				
RECURSO HUMANO		INFRAESTRUCTURA	AMBIENTE DE TRABAJO	
Administrador		Equipos informáticos	Ninguno	
REVISADO		APROBADO	FECHA	
Administrador			DÍA/MES/AÑO	

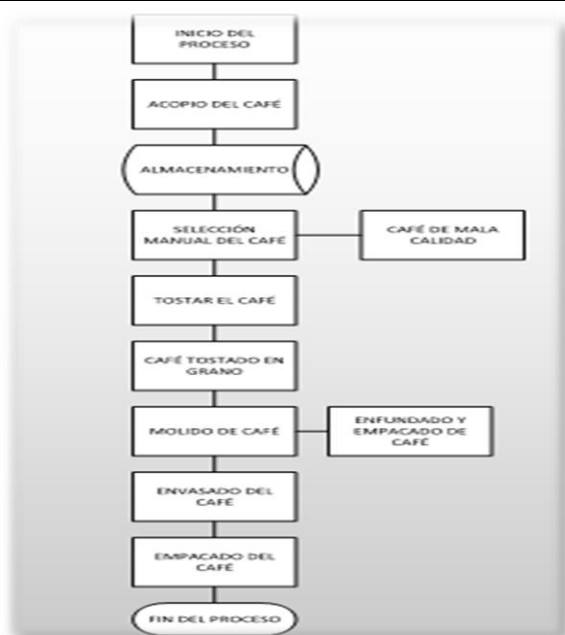
Elaborado por: Tania Herrera

Cuadro 16: PROCESO DE COMPRA

		PROCESO DE COMPRA		Código:	PO-PC-002
				Versión:	000
				Páginas:	1-1
Responsable:		Jefe Operativo y Operario de almacenaje			
Objetivo:		Recibir el pedido a la asociación El Paraíso			
Alcance: Inicio:		Contactar a proveedor		Fin: verificación física del producto.	
1.- DETALLE					
Responsable	Detalle				Documento
Jefe Operativo	1.- Contar proveedor del producto.				Nota de pedido Comprobante de ingreso Cheque Inventario
Jefe Operativo r	2.- Realizar el pedido de oferta negociada.				
Operario Almacenaje	3.- Recepción de la materia prima.				
Operario Almacenaje	4.- Verificación física del producto.				
Administrador	5.- realizar pago a proveedores.				
Jefe Operativo	6.- Almacenamiento del producto.				
Inicio ↓ Contactar al proveedor ↓ Realización del pedido ↓ Recepción del producto ↓ Verificación del producto ↓ Pago por el producto al proveedor ↓ FIN					
MEDICIÓN Y SEGUIMIENTO DEL PROCESO					
INDICADOR		FORMA DE CÁLCULO	ESTÁNDAR/META	PERIODICIDAD DEL CÁLCULO	RESPONSABLE
Tiempo de compra del producto		Contar con el proveedor (-) hora de pago al proveedor	4 horas	Trimestral	Jefe Operativo
DETERMINACIÓN DE RECURSOS RELACIONADA CON EL PEDIDO					
RECURSO HUMANO		INFRAESTRUCTURA	AMBIENTE DE TRABAJO		
Jefe Operativo Proveedor		Paquetes informáticos Vehículo-Transporte	Ninguno		
REVISADO		APROBADO	FECHA		
Jefe Operativo		Administrador	DÍA/MES/AÑO		

Elaborado por: Tania Herrera

Cuadro 17: PROCESO DE ADECUACIÓN DEL PRODUCTO

	PROCESO DE ADECUACIÓN PRODUCTO		Código:	PO-PP-003 000 1-1
			Versión:	
			Páginas:	
Responsable:		Operario de Control de Envase y Etiquetado		
Objetivo:		Adecuar las cajas de café para la exportación		
Alcance: Verificación de las bolsitas de café, caja, hasta contrato de empresa de transporte.				
1.- DETALLE				
Responsable	Detalle			Documento
Operario Almacenaje	1.- Verificación de bolsitas de café.			kárdex
Operario etiquetado y Marcado	2.- Realizar el control de envases en cajas de almacenamiento de 25 unidades.			kárdex
A Operario etiquetado y Marcado	3.- etiquetar cajas conforme a las normas internacionales.			kárdex
Operario Almacenaje	4.- Pilar las cajas.			kárdex
Jefe Operario	5.- Contratar empresa de transporte.			Catálogo del producto
				
MEDICIÓN Y SEGUIMIENTO DEL PROCESO				
INDICADOR	FORMA DE CÁLCULO	ESTÁNDAR/ META	PERIODICIDAD DEL CÁLCULO	RESPONSABLE
Tiempo de envases y etiquetados	Hora recepción de café (-) hora final de envases y etiquetado	5 horas	Trimestral	Operario de Almacenaje y Operario de Envase y Etiquetado
Tiempo en pilar las cajas de café	Hora final de envase y etiquetado(-) hora final de apilamiento de los sacos	3 horas	Trimestral	Operario de Almacenaje y Operario de Envase y Etiquetado
DETERMINACIÓN DE RECURSOS RELACIONADA CON EL PEDIDO				
RECURSO HUMANO		INFRAESTRUCTURA	AMBIENTE DE TRABAJO	
Jefe Operativo Operario de Almacenaje Operario de Envase y Etiquetado		Envasadora Etiquetadora	Ninguno	
REVISADO		APROBADO		FECHA
Jefe Operativo		Administrador		DÍA/MES/AÑO

Elaborado por: Tania Herrera

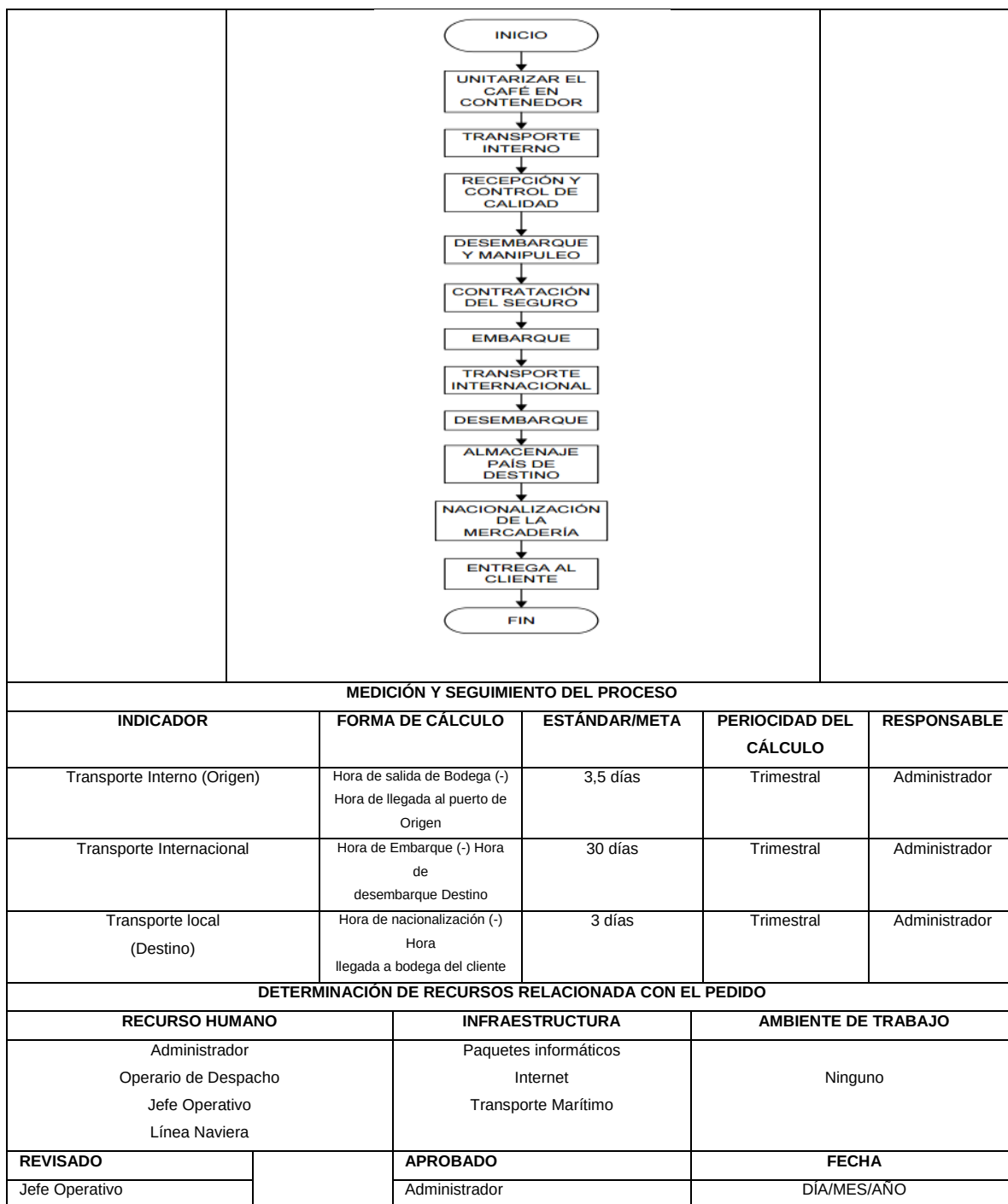
Cuadro 18: PROCESO DE DOCUMENTACIÓN

		PROCESO DE DOCUMENTACIÓN		Código:	PO-D- 004
				Versión:	000
				Páginas:	1-1
Responsable:		Jefe Operativo			
Objetivo:		Obtener todas las autorizaciones previas para la exportación			
Alcance: Elaboración de la factura hasta coordinación de embarque.					
1.- DETALLE					
Responsable	Detalle				Documento
Jefe Operativo	1.- Elaborara la factura				Factura
Jefe Operativo	2.- Obtener el certificado fitosanitario.				Cert. Fitosanitario.
Jefe Operativo	3.- Obtener el certificado de calidad.				Cert. de calidad.
Jefe Operativo	4.- Obtener el certificado de origen.				Cert. de Origen.
Jefe Operativo	5.- Elaborar lista de empaque.				Lista de Embarque
Administrador	6.- Envío de documentos para elaboración de DAE				DAE
Administrador/Agencia de carga	7.- Contacto y envío de documentos a la empresa transportadora.				CPI Y MIC
Administrador	8.-Envío electrónica a la aduana.				Correo electrónico
Administrador/Agencia de carga	9.-Coordinación del embarque.				Guía de movilización
MEDICIÓN Y SEGUIMIENTO DEL PROCESO					
INDICADOR	FORMA DE CÁLCULO	ESTÁNDAR/META	PERIODICIDAD DEL CÁLCULO	RESPONSABLE	
Obtención de las autorizaciones previas	Trámite de autorizaciones previas (-) entrega de certificaciones	2 días	Trimestral	Jefe Operativo	
Elaboración de documentos para la exportación	Elaboración de factura (-) hora de cierre de la exportación	4 horas	Trimestral	Jefe Operativo	
DETERMINACIÓN DE RECURSOS RELACIONADA CON EL PEDIDO					
RECURSO HUMANO		INFRAESTRUCTURA		AMBIENTE DE TRABAJO	
Jefe Operativo Administrador Agencia de Carga		Paquetes informáticos Internet		Ninguno	
REVISADO		APROBADO		FECHA	
Jefe Operativo		Administrador		DÍA/MES/AÑO	

Elaborado por: Tania Herrera

Cuadro 19: PROCESO DE LA DISTRIBUCIÓN FÍSICA INTERNACIONAL

	PROCESO DE DISTRIBUCIÓN FÍSICA INTERNACIONAL	Código:	PO-DFI-005 000 1-1
		Versión:	
		Páginas:	
Responsable:	Administrador		
Objetivo:	Coordinar la llegada de la mercadería al lugar de destino.		
Alcance: Desde la unitarización hasta la consolidación del producto.			
1.- DETALLE			
Responsable	Detalle	Documento	
	PAÍS DE ORIGEN		
Operario de Almacenaje	Unitarizar los sacos de café	Kárdex	
Operario de Despacho	Manipuleo de embarque	Guía de movilización	
Agencia de Carga	Transporte interno		
Agencia de Carga	Almacenaje	Factura	
Administrador/Agente	Costos de agentes	Póliza de seguro	
Administrador/Aseguradora	Costos de seguro	Carta de crédito	
Administrador/Banco	Costos bancarios	Carta de crédito	
	TRÁNSITO INTERNACIONAL		
Administrador/Línea Naviera	Flete	Conocimiento de embarque	
Administrador/Aseguradora	Seguro Internacional	Póliza de seguro	
Administrador/Línea Naviera	Desembarque	Plano de contenedores	
	PAÍS DE DESTINO		
Administrador/importador	Transporte Local	Doc. De transporte	
Administrador/importador	Almacenamiento	Lista de embarque	
Importador/agente	Nacionalización de la mercadería	Doc. De importación	
Importador/línea Naviera	Des consolidación	Solicitud de des consolidación.	



Elaborado por: Tania Herrera

5.2.- ESTRATEGIAS DE MARKETING INTERNACIONAL

Dentro del desarrollo de la presente investigación es necesario realizar un estudio de mercado, el cual nos permite determinar las estrategias a utilizar para la incursión de nuestro producto al mercado internacional, llegando a la satisfacción de nuestros clientes chilenos.

- Estrategia de producto
- Estrategia de posicionamiento
- Estrategia de precio
- Plaza y promoción.

5.2.1.-Producto

El producto que se pretende comercializar tiene muchas ventajas comerciales por las características que presenta al ser un café de calidad con un agradable aroma y un sabor exquisito y una preparación muy práctica y similar a la del té o aguas aromáticas.

“Cefee Tea”, nombre del producto es un producto innovador y apetecible por toda la gente, es una caja con bolsitas de infusión que contiene una cantidad medida de café, esta al ser introducida en una taza de agua caliente empezará a filtrar la esencia emanando un aroma en su estado natural a café listo para servirse, siendo esta una manera distinta y práctica de preparar café pasado.

Etiqueta del empaque

La creación de la etiqueta del envase se basa en la necesidad de que el consumidor debe estar informado y conocer que es lo que va adquirir antes de comprar la etiqueta nos ayuda a identificar las características y producto a comprar.

Como forma de presentación podemos mencionar que en cada caja vendrán inicialmente 25 bolsitas de **“Cefee Tea”** en una caja, cada sobre contiene 8 gr de café, y el logo que representará a nuestro producto es el que se muestra a continuación, también se detallan cuáles son las medidas del envase a utilizar:

- Peso x Caja: 32gr.
- Tamaño de c/caja: 7cm x 15cm

Gráfico 15: Etiqueta del Empaque



Elaboración: Autoría

Gráfico 16: información Nutricional del producto

Factores Nutricionales			
Cantidad/Relación		1.28gr.	
Calorías 22		Calorías de grasa 0	
		% Valor Diario	
Grasa Total		0g	0%
Grasa Saturada		0g	0%
Colesterol		0mg	0%
Sodio		1mg	0%
Carbohidratos		5g	2%
Fibra		1g	4%
Proteínas		1g	2%
Vitamina C	0%	Vitamina A	0%
Calcio	1%	Hierro	1%
Las proteínas de valor diario están basadas sobre dietas de 2000 calorías sus valores diarios pueden ser más bajos dependiendo sobre sus necesidades calóricas			

Elaborado: Autoría

Envase

El producto que vamos a exportar es una opción fácil rica e instantánea de preparar café ya que el cliente versátil y ocupado que habita la ciudad de Santiago de Chile va ahorrar tiempo al no demorar en la preparación del café de manera casera sino que lo hará de una manera práctica utilizando los sobres café, además existe la facilidad de llevar contigo estos sobres a todos lados debido a su pequeño empaque y saborear el delicioso aroma y sabor del café en

cualquier parte sin tener que preparar o esperar que tú lo prepares en la casa. A continuación se muestra la imagen del sobre que contendrá la bolsita de infusión par su preparación teniendo las siguientes medidas.

- Peso x sobre: 1.28 gr
- Tamaño de c/sobre: 6cm x 6cm

Gráfico 17: Etiqueta del Sobre



Procedencia Nutricional		
Composición por 1.28gr		
Carbón 12	Carbón de grado 0	
		Valor Diario
Grasa Total	0g	0%
Grasa Saturada	0g	0%
Carbón	0g	0%
Sodio	0mg	0%
Carbón 12	0g	0%
Proteína	0g	0%
Proteína	0g	0%
Grasa A	0%	Grasa A
Grasa B	0%	Grasa B

Los valores de este producto están basados en los datos de los productos de los cuales se elabora el producto.

Elaborado: Autoría

5.2.2.-Precio

De acuerdo al posicionamiento que se establezca de nuestro producto en el mercado se considerará el precio por medio del el precio referencial del mercado de los productos de café y de los insumos que son en la elaboración del producto a obtenerse.

Para que nuestro producto entre en el mercado chileno la estrategia de precio a utilizar se ha determinado por el costo de producción del producto que en nuestro caso es de 3,00 USD., dándonos un precio del producto en el mercado de 4,00 USD., esta es una ventaja muy grande porque nosotros para darle rentabilidad al proyecto hemos hecho con un porcentaje de utilidad del

15%, dando opción a todavía mejorar y competir en mercados chilenos, el precio de café tipo soluble en los supermercados de la ciudad de Santiago Chile es de 6,00 USD., por lo cual es muy factible la competencia al mercado por el precio que es accesible para el consumidor.

5.2.3.-Plaza

La empresa exportadora se encontrará ubicada en la ciudad de Tulcán, localización que se determinó por medio de una ponderación de localización estratégica, el acopio de la materia prima como lo habíamos mencionado antes se encontrará en la parroquia de Chical en la Asociación “El Paraíso” lugar de donde proveeremos nuestra materia.

5.2.4.- Promoción

La promoción a utilizar se basa en la tradicional realizando diversos tipos de actividades por medio de las cuales lograremos la atención y preferencia de consumir como no de los temores del consumo de café.

También utilizaremos material POP que se refiere a la promoción colocada en tiendas con la cual se proyecta a captar la atención de los consumidores de café, propaganda que nos ayudara ya que es un producto nuevo e innovador.

5.3.- PLAN LOGÍSTICO

Información básica del producto

Para el desarrollo del estudio logístico del café en bolsitas de infusión y su comercialización hacia el país de Chile debemos conocer la información específica que tendrá nuestro producto.

Tabla 28: Información básica del producto INFORMACIÓN BÁSICA DEL PRODUCTO	
Nombre técnico o comercial del producto	café en bolsitas de infusión
Posición arancelaria en el país exportador	
Posición arancelaria en el país importador	0
Unidad comercial de venta	caja
Moneda de transacción.	Dólares Americanos
Valor ex-work de la unidad comercial.	2,22
INFORMACIÓN BÁSICA DEL EMBARQUE	

País de origen	Ecuador
Ciudad de punto de embarque	Chical (Provincia del Carchi)
País de destino	Chile
Ciudad de punto de destino	Santiago de Chile
Nº de unidades comerciales por embarque	21.500
Valor inicial del embarque (EXW)	47.684
Tipo de embalaje	Caja
Tipo de unidad de carga	Contenedor
Nº total de embalajes	21.500
Nº total de unidades de carga	1
INFORMACIÓN ADICIONAL	
Termino de negociación	CIF
Forma de pago	CARTA CRÉDITO
Plazo	0 días
Tipo de cambio	1,50
% tasa de seguro	2%
Porcentaje de tasa pasiva de interés anual	8,25%
Tasa promedio de inflación anual	4,55%
Inflación anual país de destino	4,42%

Elaborado por: Tania Herrera

Calculo del Cubicaje

Este cálculo se lo realiza con el simple objetivo de optimizar espacios dentro del contenedor en el cual se va a realizar en transporte de mercancías.

A continuación detallamos la tabla en donde se explica el cálculo:

Tabla 29: Cubicaje

Contenedor 20 pies	Cálculo del Cubicaje	Empaque / Embalaje	Unidad de carga	Estimación del espacio
	Nº de unidades	24	10	
	Largo mts	1,2	6,05	5
	Alto mts	2,2	2,43	1
	Ancho mts	1	2,59	2
	volumen total del embarque m3	2,64	38,076885	14,42
	Peso por unidad kg	61440000	614400000	10
	Peso total del embarque ton	61440,000	614400,000	10
	SALDOS PARA OTRO TIPO DE VEHÍCULOS			

Elaborado por: Tania Herrera

De la tabla anterior podemos decir que para el envío de 24 cajas de 80 unidades de cajitas de café en efusión, para su envío se lo realizará en un contenedor de 20 pies.

Empaque

Para el empaque del café en bolsitas de infusión se va a utilizar cajas de 250 gramos.

Requisitos y documentos para la exportación.

Los requisitos que se debe utilizar para la exportación son los siguientes:

- Obtener el R.U.C. Registro Único de Contribuyentes este documento se lo obtiene en el Servicio de Rentas Internas.
- Adquirir el Certificado Digital para la firma electrónica y autenticación otorgado por las siguientes entidades: Banco Central del Ecuador
- Calificarse como exportador en el Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador y registrarse el Sistema aduanero ECUAPASS que consta en la página web (Pro Ecuador, 2013)

Los documentos que se requieren para la exportación de café en funditas de infusión:

- **Declaración aduanera de exportación (DAE):** es un formulario en el cual se registra los datos del exportador, descripción de la mercadería, datos del consignate, destino de la carga, cantidades, pesos de la mercadería; este formulario es un compromiso que se adquiere entre el Servicio de Nacional de Aduana del Ecuador y el exportador.
- **Factura comercial:** es un documento original y definitivo emitido por el vendedor de las mercaderías importadas debe constar de la siguiente información:
 - Nombre y fecha de expedición
 - Nombre y dirección del comprador,
 - Descripción de la mercancía,
 - Cantidad,
 - Precio unitario y total
 - Moneda de la transacción comercial,

- Lugar y condiciones de entrega de la mercancía, "Incoterms"
- **MSP:** certificado del Ministerio de Salud Pública
- **Certificado de Origen:** De acuerdo al Reglamento del COPCI es el documento que permite la liberación de tributos al comercio exterior en los casos que corresponda, al amparo de convenios o tratados internacionales y normas supranacionales.
- **Lista de empaque:** se detalla los artículos empacados, descripción unitaria, cantidad, peso, forma de embalaje de la mercadería.
- **Carta de crédito:** es el documento donde se establecen los términos de crédito y se garantiza el cumplimiento de pago por parte del importador.

Tabla 30: Documentos de Exportación

DESCRIPCIÓN	Costo unitario USD	Cantidad	RR.HH.	Tiempo en Horas	Tiempo en Días	Costo total de operación USD
Factura Comercial	2,00	2	1 persona	1	0	4
Lista de empaque	1,00	2		1	0	2
Certificado de Origen	11,20	2		3	0	22
				-	-	-
INEN	44,00	1		6	1	44
MSP	100,00	1		6	1	100
Registro de importador/exportador				6	1	-
otros	20,00	1		-	-	20
TOTALES				23	3	192

Elaborado por: Tania Herrera

Transporte Interno

Para el traslado del café en bolsitas de infusión desde la ciudad de Tulcán hasta el puerto de Guayaquil se lo realizara pallets, que contendrán 40 cajas, que se las enviara hasta el puerto de salida en un contenedor de 40 pies.

Tabla 31: Transporte Interno
TRANSPORTE INTERNO

DESCRIPCIÓN	Costo unitario por vehículo	Cantidad de vehículos	Tiempo en días	Costo total de operación USD
			1	
Flete interno	550,00	1		616
TOTALES			1	616

Elaborado por: Tania Herrera

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

Tabla 32: Manipuleo de embarque

Descripción	Costo por EMBARQUE
Cargue de cajas al transporte internacional	80,00
OTROS	

Elaborado por: Tania Herrera

En la presente investigación para el transporte de nuestras mercancías es necesario la contratación de un servicio logístico el cual será el marítimo por que el costo es menor, haciendo utilización de los servicios de la empresa Valero % Valero, dicha institución cuenta con sucursales en las ciudades de Quito, Tulcán, Esmeraldas y Huaquillas.

Tabla 33: Servicio de Agentes Afianzados de Aduanas

AGENTES		
Descripción	-	RR.HH.DE LA EMPRESA
Agente de carga	40,00	1
Agente de aduana	160,00	
OTROS	-	

Elaborado por: Tania Herrera

Costos en el país de Exportación

En la presente investigación se mostrará los costos necesarios para la ejecución de la exportación de café en bolsitas de infusión a la ciudad de Santiago Chile.

Tabla 34: Costos en País Exportador

DESCRIPCIÓN	COSTO	TIEMPO DÍAS
Empaque	268,8	2
Embalaje	21.500,0	1
Unitarización	33,0	1
Manipuleo en el local del exportador	80,0	0
Documentación	192,4	-
Transporte interno	615,9	1
Manipuleo Embarque	80,0	60
Agentes	1,1	1

Elaborado por: Tania Herrera

Costo de Tránsito Internacional

En la siguiente tabla daremos a conocer los costos a generarse en el tránsito internacional como son los fletes internacionales y seguro internacional.

Tabla 35: Costos de Tránsito Internacional

COSTOS DIRECTOS	COSTO	TIEMPO EN DÍAS
FLETE INTERNACIONAL	3.800	1
VALOR CFR	54.052	67
SEGURO INTERNACIONAL	1.081	0
VALOR CIF	55.133	68
MANIPULEO DESEMBARQUE	120	0

Elaborado por: Tania Herrera

Tabla 36: Costos en País Importador

ANÁLISIS DE COSTOS EN EL PAÍS IMPORTADOR		
COSTOS DIRECTOS IMPORTACION	COSTO	DÍAS
Almacenamiento temporal	320	1
Manipuleo desembarque	120	0
Documentacion	190	1
Agentes	400	1
Transporte interno	480	12
VALOR DAP	56.653	83
Aduaneros	10.475	incluido en agentes

Elaborado por: Tania Herrera

Términos de Negociación

Los términos de negociación utilizados en la presente negociación establecen los siguientes gastos:

Tabla 37: Términos de Negociación

INCOTERMS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Valor del embarque	47.684	52.532	56.284	60.341	64.753	69.498
EXW	47.684	52.532	56.284	60.341	64.753	69.498
Manipulación local X	80	84	87	91	96	100
Unitarización	33	25	26	27	31	32
FCA/FAS	47.797	52.640	56.398	60.460	64.880	69.631
Transporte interno	616	575	601	629	657	687
Manipuleo Embarque	80	84	87	91	96	100
Agentes	200	209	229	261	312	390
Documentación	192	201	220	251	300	375
Capital e inventario país de origen	889	977	1.046	1.122	1.204	1.294
Bancarios	478	526	564	605	649	696
FOB	50.252	55.212	59.145	63.419	68.098	73.173
Flete Internacional	3.800	3.973	4.154	4.343	4.541	4.747
CFR	54.052	59.185	63.299	67.762	72.639	77.921
Seguro Internacional	1.081,03	1.183,70	1.265,98	1.355,23	1.452,78	1.558,42
CIF	55.133	60.369	64.565	69.117	74.092	79.479
Capital e inventario transito internacional	10	11	12	13	14	15
Manipuleo desembarque	120	125	120	120	120	120
DAT	55.263	60.506	64.697	69.250	74.226	79.614
Almacenamiento temporal	320	335	350	366	382	400
Documentacion	190	199	208	217	227	237
Agentes	400	418	457	522	624	780
Transporte interno	480	502	525	549	574	600
DAP	56.653	61.959	66.237	70.904	76.033	81.631
Aduaneros	10.475	10.679	10.888	11.100	11.316	11.537
Capital e inventario país de destino	99	108	116	124	133	143
DDP	67.227	72.747	77.240	82.128	87.483	93.311

Elaborado por: Tania Herrera

Después de la elaboración de la tabla de términos de negociación la presente investigación lo ve conveniente realizar la negociación con un término incoterms CIF que significa entregado en terminal de destino. La terminal utilizada será el puerto de destino a dos horas de la ciudad de Santiago capital de Chile.

Formas de pago

En la presente investigación para el desarrollo de la misma se ha determinado realizar con nuestros compradores para el pago de la exportación por medio de la carta, que es un documento extendido por el banco emisor del importador, con el que se compromete a pagar al exportador si cumple correctamente con las condiciones pactadas.

El banco corresponsable en Ecuador será el Banco Pichincha, que ofrece este servicio para transacciones de comercio exterior.

Tabla 38: Documentos Bancarios

Descripción	VALOR CIF
Carta de crédito	47.797

Elaborado por: Tania Herrera

Proceso de importación:

En la presente investigación el proceso de importación es responsabilidad de un agente afianzado en adunas de la ciudad de Santiago de Chile, la mercadería para cumplir con el proceso de nacionalización deberá estar contar con los siguientes documentos.

- Declaración aduanera de exportación - DAE
- Factura Comercial
- Certificado de Origen
- Conocimiento de embarque
- Certificado Fitosanitario
- Lista de Empaque
- Carta de crédito

5.4.- ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO

5.4.1.-Inversiones y financiamiento del proyecto

Inversión Inicial

Es la adquisición de todos los activos fijos, capital de operación, gastos de constitución si el caso lo amerita para la exportación de café en bolsitas de infusión, que en nuestro caso es de 32715.

Tabla 39: INVERSIÓN INICIAL

Activos Fijos - Inversión Fija			2015
Concepto	Cantidad	Valor Un.	Total
Infraestructura			25.000
oficina	1	25.000	25.000
Maquinaria y Equipo			2.750
Etiquetadora	1	450,00	450
Molinera	1	800,00	800
Maquina Envasadora	1	.500,00	1.500
Muebles y Enseres			2.215
Sillón Ejecutivo	4	80,00	320,00
Escritorio	4	220,00	880,00
Sillas	8	35,00	280,00
Mesas	4	50,00	200,00
Archivadores	4	70,00	280,00
Teléfono	2	95,00	190,00
Esferos por caja	2	5,00	10,00
Resma de papel	10	4,00	40,00
Carpetas	20	0,25	5,00
Grapadora	1	1,50	1,50
Perforadora	1	1,00	1,00
Calculadora	1	7,00	7,00
Equipo de Computo			2.750
Computadoras	3	800	2.400
Impresoras	1	350	350
Total Activos Fijos - Inversión Fija			32.715

Elaborado por: Tania Herrera

Gastos de Constitución

Tabla 40: Gastos de constitución

Activos Diferidos - Gastos de Constitución			Total
Concepto	Cantidad	Valor Un.	2.015
Investigación y diseño	1	200,00	200
permios de Operación	1	150,00	150
Inscripción - Superintendencia de Compañías	1	80,00	80
			0
	1		0
Total Activos Diferidos - Gastos de Constitución			430

Elaborado por: Tania Herrera

En la presente investigación se necesita de una inversión total de 36494 USD los cuales el 50% es de capital propio de los productores, los valores se encuentra invertido en las plantaciones de café, como también se encuentra los valores del envase ya que el producto lo entregan en cajas de 32 gr, y el 50% restante será financiado a través del Banco Nacional de Fomento, este valor servirá para la implementación de la oficina y para los trámites a realizar para la exportación.

Estructura Financiera

Tabla 41: Estructura Financiera

Costo de Capital Promedio Ponderado - Con Financiamiento			
Recursos	Participación	Costo	Ponderación
Propios	50%	8,25%	4,13%
Ajenos	50%	11,10%	5,55%
Total	100%		9,68%

Elaborado por: Tania Herrera

Proyección de costos y gastos

Los gastos incurridos en la compra de 50.988 kilos de café molido, incurren en un gasto y costo anual de:

Tabla 42: Costos Proyectados

Costos de Producción			Total	Proyección Costos de Producción				
Concepto	Cantidad	Valor Un.	2.015	2.016	2.017	2.018	2.019	2.020
			34.400	35.966	37.604	39.316	41.106	42.977
cajas de Café té	43.000	0,80	34.400	35.966	37.604	39.316	41.106	42.977
Costos Generales de Fabricación:			24.338	27.662	29.596	31.676	33.912	36.316
Embalajes	538	1,00	538	579	623	671	723	778
cajas de Café té	43.000	0,50	21.500	23.153	24.934	26.851	28.916	31.139
Asistencia Técnica - Mantenimiento	2	100	200	209	219	229	239	250
Agua	12	60	720	753	787	823	860	900
Energía	12	75	900	941	984	1.029	1.075	1.124
Suministros de limpieza	12	40	480	502	525	549	574	600
Depreciaciones			-	1.525	1.525	1.525	1.525	1.525
Total Costo de Producción			58.738	63.628	67.200	70.991	75.017	79.293

Elaborado por: Tania Herrera

Para el desarrollo de la presente investigación también generan los gastos administrativos que detallamos a continuación:

Tabla 43: Proyección de Gastos Administrativos

Gastos Administrativos			Total	Proyección Gastos Administrativos				
Concepto	Cantidad	Valor Un.	2.015	2.016	2.017	2.018	2.019	2.020
Sueldos	1	35.790	35.790	39.333	43.227	47.506	52.209	57.378
Servicios Básicos	12	10	120	125	131	137	143	150
Suministros de Oficina	12	20	240	251	262	274	287	300
Arriendo	-	-	-					
Suministros de Limpieza	12	40	480	502	525	549	574	600
Depreciaciones			-	1.138	1.138	1.138	1.190	1.190
Amortizaciones			-	86	86	86	86	86

Total Gastos Administrativos	36.630	41.435	45.369	49.690	54.489	59.703
-------------------------------------	---------------	---------------	---------------	---------------	---------------	---------------

Elaborado por: Tania Herrera

Dentro de los gastos de exportación que se realizarán en la presente investigación de detalla a continuación:

Tabla 44: Proyección de Gastos de Exportación

Gastos de Exportación (Ventas)			Total	Proyección Gastos de Exportación (Ventas)				
Concepto	Cantidad	Valor Un.	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Manipuleo en el local de exportador	2	80	160	167	175	183	191	200
Unitarización	2	22	44	50	52	55	62	65
Documentación	2	192	385	402	440	503	601	750
Transporte interno	2	616	1.232	1.150	1.202	1.257	1.314	1.374
Manipuleo de embarque	2	80	160	167	175	183	191	200
Agentes	2	200	400	418	457	522	624	780
Costos bancarios	2	478	956	1.053	1.128	1.209	1.298	1.393
Capital e inventario - país de origen	2	889	1.778	1.953	2.092	2.243	2.409	2.588
Total Gastos de Exportación (Ventas)			5.114	5.361	5.722	6.155	6.690	7.350

Elaborado por: Tania Herrera

Estados Financieros

Para la Elaboración de la presente investigación se presenta a continuación el detalle de los estados financieros.

Tabla 45: Balance General con Financiamiento

Activos Corrientes		Pasivos Corto Plazo	
Bancos	3.349	Deudas <1 Año	0
Total Activos Corrientes	3.349	Total Pasivos Corto Plazo	0
Activos Fijos		Pasivos Largo Plazo	
Infraestructura	25.000	Préstamos Bancarios	21.896
Maquinaria y Equipo	2.750	Total Pasivos Largo Plazo	21.896
Muebles y Enseres	2.215		

Equipo de Computo	2.750	Total Pasivos	21.896
Total Activos Fijos	32.715		
Activos Diferidos		Patrimonio	
Gastos de Constitución	430	Capital Social	14.598
Total Activos Diferidos	430	Total Patrimonio	14.598
Total Activos	36.494	Total Pasivo + Patrimonio	36.494

Elaborado por: Tania Herrera

Tabla 46: Estado de Resultados

Estado de Resultados - Con Financiamiento						
Detalle	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018	Año 2019	Año 2020
Ventas	115.579	126.988	136.034	145.863	156.626	168.299
Cantidad	43.000	44.290	45.619	46.987	48.397	49.849
Precio	2,69	2,87	2,98	3,10	3,24	3,38
- Costo de Ventas	58.738	63.628	67.200	70.991	75.017	79.293
Utilidad Bruta en Ventas	56.841	63.360	68.834	74.871	81.609	89.006
- Gastos Operacionales	41.744	46.796	51.091	55.846	61.179	67.054
Gastos Administrativos	36.630	41.435	45.369	49.690	54.489	59.703
Gastos de Exportación	5.114	5.361	5.722	6.155	6.690	7.350
Utilidad Operacional	15.097	16.564	17.744	19.026	20.430	21.952
- Gastos Financieros	-	2.281	1.463	542	8.727	45.991
Interés Bancario	-	2.281	1.463	542	8.727	45.991
U.A.T.I	15.097	14.283	16.281	18.484	11.702	-
- 15% Particip. Trabajadores	2.265	2.142	2.442	2.773	1.755	-
Utilidad Antes de Impuestos	12.833	12.141	13.838	15.711	9.947	-
- 22% Impuesto a la Renta	2.823	2.671	3.044	3.456	2.188	-

Utilidad Neta	10.010	9.470	10.794	12.255	7.759	- 15.938
---------------	--------	-------	--------	--------	-------	-------------

Elaborado por: Tania Herrera

Como podemos darnos cuenta en el Estado de Resultados la utilidad neta para la comercialización, es favorable, dando como resultado en un valor de 10.010 en el 2015, al 2020 incrementándose a 15938.

5.4.2.- Flujos de Efectivo

Tabla 47: Flujo de Efectivo con Financiamiento

Flujo de Efectivo Neto - Con Fincanciamiento						
Entradas de efectivo	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Utilidad Neta		9.470	10.794	12.255	7.759	- 15.938
+ Depreciaciones		2.663	2.663	2.663	2.715	2.715
+ Amortizaciones		86	86	86	86	86
Liquidación del Proyecto						22.280
Recuperación Capital de Operación						3.349
Préstamos Bancarios	21.896					
Total Entradas	21.896	12.219	13.543	15.004	10.560	12.493
Salidas de Efectivo	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Inversión Inicial	36.494					
Amortización de la Deuda		6.447	7.264	8.185	542	8.727
Reposición de Activos				3.143		
Total Salidas	36.494	6.447	7.264	11.328	542	8.727
= Flujo de efectivo Neto	- 14.598	5.772	6.279	3.675	10.018	3.765
Flujo de caja acumulado		-8.825	-2.547	1.129	11.147	2,96

Elaborado por: Tania Herrera

Tabla 48: Calculo TIR y VAN

Año	FE	Fat. Act	FE Descontado
0	-	14.598	
1		5.772	0,91
2		6.279	0,83
3		3.675	0,76
4		10.018	0,69
5		3.765	0,63
		ΣFE	22.566
		- I.I.	14.598
		VAN	7.968
		TIR	29,12%
		PR	4,0
		C/B	1,55

Elaborado por: Tania Herrera

En el cálculo del TIR y el Van es la parte fundamental en el proyecto de investigación ya que el resultado nos da la directriz para la decisión de ejecutar el proyecto, analizando los resultados vemos que el Valor Actual Neto es positivo por lo cual beneficia las personas involucradas en la investigación como valor del 29.12%.

De la misma manera podemos darnos cuenta que la Tasa Interna de Retorno de la inversión es mayor a la tasa de descuento por lo cual determinamos una relación costo beneficio es de 1.55

5.4.3.- Punto de Equilibrio

Tabla 49: Punto de Equilibrio

Punto de Equilibrio - Con Financiamiento										
	Año 2015		Año 2016		Año 2017		Año 2018		Año 2019	
Costo de Producción	Fijos	Variables	Fijos	Variables	Fijos	Variables	Fijos	Variables	Fijos	Variables
MPD		34.400		35.966		37.604		39.316		41.106
MOD		-		-		-		-		-
Costos Indirectos Fabricación		56.638		59.907		63.379		67.066		
Asistencia Técnica - Mantenimiento		200		209		219		229		239
Agua	720		753		787		823		860	
Energía	900		941		984		1.029		1.075	
Suministros de limpieza	480		502		525		549		574	
Depreciaciones	-		1.525		1.525		1.525		1.525	
Total Costo de Producción	2.100	91.038	3.721	95.874	3.821	100.983	3.925	106.382	4.034	41.345
Gastos Operacionales	36.630	5.114	41.435	5.361	45.369	5.722	49.690	6.155	54.489	6.690
Gastos Administrativos	36.630		41.435		45.369		49.690		54.489	
Gastos de Exportación		5.114		5.361		5.722		6.155		6.690
Gastos Financieros	-		2.281		1.463		542		-	
Interés Bancario			2.281		1.463		542			
Costos y Gastos Totales	38.730	96.152	47.436	101.235	50.653	106.705	54.157	112.538	58.523	48.035
Unidades		43.000		44.290		45.619		46.987		48.397
Costos y Gastos Unitarios	1	2	1	2	1	2	1	2	1	1
Total Costos y Gastos Unitarios		3		3		3		4		2
% Utilidad		15%		15%		15%		15%		15%
Precio de venta Unitario		4		4		4		4		3
P. Eq. Unid. = Costos Fijos / (P - CV)		28.245		30.127		31.118		32.146		38.014

Elaborado por: Tania Herrera

VI. BIBLIOGRAFÍA

Proyección de cosecha de café en el Ecuador 2010. Ecuador, Carchi.

Constitución del Ecuador. (2008), Ecuador asamblea Constituyente. (2010).

Alvizo, J. (2012). Ferial SIAL, Café, Coordinación y servicios, (p. 34) ANCAFE. (2010).

Libro V del Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones (COPCI). Ecuador. Aza, W. (2013).

Economía Internacional, 12va edición. México. Editorial Latinoamericana.

Rendición de Cuentas 2011. Ecuador, Carchi. -108- Hernández Muños, L (2003).

En el Carchi también está el buen café, Ecuador, Diario El Comercio. Paillacho, J. (2013).

Plan General de Desarrollo del Buen Vivir 2009-2013, Ecuador.

LINKOGRAFÍA

Gobierno autónomo descentralizado de la parroquia de Chical “GAD parroquial de Chical” (2011). Datos Generales. Recuperado el 17 de mayo del 2015, de <http://chical.gob.ec/carchi/?p=101>.

Aguirre, E. Red de productores Agropecuarios del Carchi. MAGAP (2011). Datos generales. Recuperado el 19 de Mayo del 2015, de <http://www.caders.gob.ec/files/BoletIn%20Red%20Productores>.

Tipos de Fuentes de Información (2012). Datos Generales. Recuperado el 20 de Mayo del 2015, de <http://ponce.inter.edu/cai/manuales/FUENTES-PRIMARIA.pdf>.

Instituto Nacional de Estadísticas INE (2015). Información estadística de Chile. Recuperado el 25 de Mayo del 2015, de <http://www.ine.cl/canales/chileestadistico/familias/censos.php>.

Country Meters (2015). Crecimiento de la población en Chile. Recuperado el 01 de Junio del 2015, de <http://countrymeters.info/es/Chile>.

Aduana de Chile (2015). Ley de Aduanas de Chile. Ley orgánica de Adunas. Recuperado el 02 de Junio del 2015, de <https://www.aduana.cl/ley-organica-de-aduanas/adana/2007-02-14/101941.html>.

Datos Macro Chile (2014). Economía y Demografía de Chile. Recuperado el 03 de Junio del 2015 de, <http://www.datosmacro.com/paises/chile>.

Pro Ecuador (2014). Guía Comercial de Chile 2014. Recuperada el 10 de Junio del 2015 de, http://www.proecuador.gob.ec/wr-content/uploads/2014/06/PROEC_GC2014CHILE1.pdf.

Diario el Norte (2012). Café de altura en el Norte del Ecuador. Recuperado el 15 de Junio del 2015 de, <http://www.andes.info.ec/es/noticias/cafe-altura-norte-ecuatoriano-busca-excelencia.html>.

Diario la Hora (2013). La huella de la Cooperación Belga en el Carchi. Recuperado el 15 de Junio del 2015 de,

[http://www.lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1101824797-1/lahuella de la cooperaci%c3%B3nBelgaen el Carchi.htm](http://www.lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1101824797-1/lahuella_de_la_cooperaci%c3%B3nBelgaen_el_Carchi.htm).

Planificación del Gobierno Provincial (2013). Dialogo de la mesa del café en San Juan del Hachas. Recuperado el 15 de Junio del 2015 de, <http://www.planificaión.gob.ec/dialogo-de-la-mesa-del-cafe-se-lleva-a-cabo-en-san-juan-del-hachas/>.

Pro Ecuador (2011). Perfil de Extractos, Esencias y Concentrado de Café en Chile 2011. Recuperada el 15 de Junio del 2015 de, <http://www.proecuador.gob.ec/pubs/perfil-de-extractos-esencias-y-concentrado-de-cafe-en-chile-2011/>.

COFENAC. (2013). Sector Cafetalero Ecuatoriano (Diagnostico). Recuperado el 15 de Junio del 2015 de, <http://www.cofenac.org/wp-content/uploads/2012/09/Diagnostico>.

COFENAC. (2015). Exportaciones de Café por País. Recuperado el 15 de Junio del 2015 de, <http://www.cofenac.org/wp-content/uploads/2015/02/EXP.-PAIS-DESTINO-ENER2.pdf>.

COFENAC. (2013). Situación del sector cafetalero Ecuatoriano. Recuperado el 15 de Junio del 2015 de, <http://www.cofenac.org/wp-content/uploads/2010/09/situacion-sector-cafe-ecu-2013.pdf>.

Pro Ecuador (2013). Análisis Sectorial del Café. Recuperada el 18 de Junio del 2015 de, <http://www.proecuador.gob.ec/pubs/analisis-sectorial-cafe-2013/>.

Garces, M. (2014). Ecuador Chile (Información General). Recuperado el 19 de Junio del 2015 de, http://web.sofofa.cl/wp-content/uploads/2014/04/29_Marcelo-Garces.pdf.

VII. ANEXOS

ANEXO N°1

FORMULARIO DE REGISTRO MERCANTIL

REGISTRO UNICO EMPRESARIAL

ANEXO MATRICULA MERCANTIL O RENOVACION PERSONAS NATURALES, SOCIEDADES, EMPRESAS ASOCIATIVAS DE TRABAJO, ESTABLECIMIENTOS DE COMERCIO, SUCURSALES O AGENCIAS

- Diligencie con exactitud, a máquina o letra impresa, los datos que se solicitan en este anexo.
- La información adicional a la prevista por el artículo 32 del Código de Comercio, se utiliza en los estudios que, de acuerdo con la ley adelante la Cámara. Autorizo el uso y divulgación de toda la información reportada en el presente anexo.
- Importante: Los datos consignados en este anexo, deben ser absolutamente verídicos y en consecuencia corresponder exactamente a la realidad del matriculado. Por lo anterior, se advierte que cualquier falsedad en que se incurra podrá ser sancionada de acuerdo con la Ley Penal (Artículo 38 Código de Comercio).

Código de la Cámara 001 Año 2009

Registro Único Empresarial No.		SOLO PARA PERSONAS NATURALES EXTRANJERAS	
NACIONALIDAD			
INFORMACION COMERCIAL	ENTIDADES DE CREDITO CON LAS CUALES HA CELEBRADO OPERACIONES		
	NOMBRE DE LA ENTIDAD	OFICINA	
	Bancolombia	Alpujarra	
	NOMBRE DE LA ENTIDAD	OFICINA	
INFORMACION FINANCIERA	REFERENCIAS DE DOS COMERCIANTES INSCRITOS		
	NOMBRE	DIRECCION	TELEFONO
	Diego Rojas	Calle 56 # 37-35	2160059
	NOMBRE	DIRECCION	TELEFONO
Katherine Vargas	Calle 118 # 67b83	4617311	
MARQUE CON UNA X SI ES: IMPORTADOR ☐ EXPORTADOR ☐ PERSONAL OCUPADO A NIVEL NACIONAL x			
INFORMACION FINANCIERA	INFORMACION FINANCIERA		
	LOS SIGUIENTES DATOS DEBEN CORRESPONDER AL BALANCE DE APERTURA O A DICIEMBRE 31 DEL ULTIMO A—O (INCLUYENDO AJUSTES POR INFLACION)		
	ACTIVO	PASIVO Y PATRIMONIO	PERDIDAS Y GANANCIAS
	Corriente \$ 150.000.000	Pasivo Corriente \$ 0	Ingresos Operacionales \$
Fijo Neto \$	Largo Plazo \$	Gtos. Operacionales de Ventas \$	
Otros \$	Pasivo Total \$	Gtos. Operacionales de Administración \$	
Amortizaciones \$	Patrimonio Total \$ 150.000.000	Utilidad /Perdida operacional \$	
Activo Total \$ 150.000.000	Pasivo + Patrimonio \$ 150.000.000	Utilidad /Perdida neta \$	
ACTIVO TOTAL \$ 150.000.000 (Sin Ajustes por inflación)			
DATOS BASICOS	DATOS DEL ESTABLECIMIENTO DE COMERCIO, SUCURSAL O AGENCIA		
	ESTABLECIMIENTO DE COMERCIO ☐ SUCURSAL ☐ AGENCIA ☐	Matrícula Mercantil No 1007	
	Cámara de Comercio		
	MATRÍCULA ☐ RENOVACION ☐	NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO, SUCURSAL O AGENCIA	
INFORMACION ECONOMICA	Kendi Moda Ltda.		
	DIRECCION	ZONA POSTAL	MUNICIPIO
	Calle 44 # 90-20		Medellin
	TELEFONO(S) 4438325	FAX	BUZON ELECTRONICO diego1007@yahoo.es
DIRECCION PARA NOTIFICACION JUDICIAL Calle 44 # 90-20			
MUNICIPIO			
DEPARTAMENTO			
CODIGO DANE			
ACTIVIDAD MERCANTIL DEL ESTABLECIMIENTO, SUCURSAL O AGENCIA			
Especifique en orden de importancia su actividad mercantil			Clasificación CITU
1. Diseño, producción y comercialización de productos de prendas de vestir			
2. Compra venta de materias primas			
3. Inversiones en bonos, acciones y otros títulos valores			
PERSONAL VINCULADO AL ESTABLECIMIENTO, SUCURSAL O AGENCIA			ACTIVOS VINCULADOS AL ESTABLECIMIENTO, SUCURSAL O AGENCIA
PROPIETARIOS	INFORMACION SOBRE EL ESTABLECIMIENTO		
	PROPIETARIO UNICO ☐	SOCIEDAD DE HECHO ☐	
	EL LOCAL DONDE FUNCIONA EL ESTABLECIMIENTO ES:	PROPIO ☐ AJENO ☐	
	PROPIETARIO(S) DEL ESTABLECIMIENTO, SUCURSAL O AGENCIA		
NOMBRE DE LA(S) PERSONA(S) O SOCIEDAD(ES) PROPIETARIO(S) DEL ESTABLECIMIENTO DE COMERCIO, SUCURSAL O AGENCIA			
(Si son más de dos relaciónelos en hoja anexa)			
NOMBRE O RAZON SOCIAL DEL PROPIETARIO Julian Martinez Robledo		C.C. O NIT 125454654	
NOMBRE DEL REPRESENTANTE LEGAL O ADMINISTRADOR Alberto Fujimori Lozada		FIRMA	
NOMBRE O RAZON SOCIAL DEL PROPIETARIO Alex Rueda Osorio		C.C. O NIT 655455	
NOMBRE DEL REPRESENTANTE LEGAL O ADMINISTRADOR Alberto Fujimori Lozada		FIRMA	
NOMBRE DEL ADMINISTRADOR Alberto Fujimori Lozada		C. C. No. 10007986	
APORTES EMPRESAS ASOCIATIVAS DE TRABAJO			
APORTES LABORALES \$		% APORTES ACTIVOS \$ 35.000.000	
%			
APORTES LABORALES ADICIONALES \$		% APORTES EN DINERO \$ 115.000.000	
%			
TOTAL APORTES \$ 150.000.000			
FIRMA		ESPACIO RESERVADO PARA LA CAMARA DE COMERCIO	

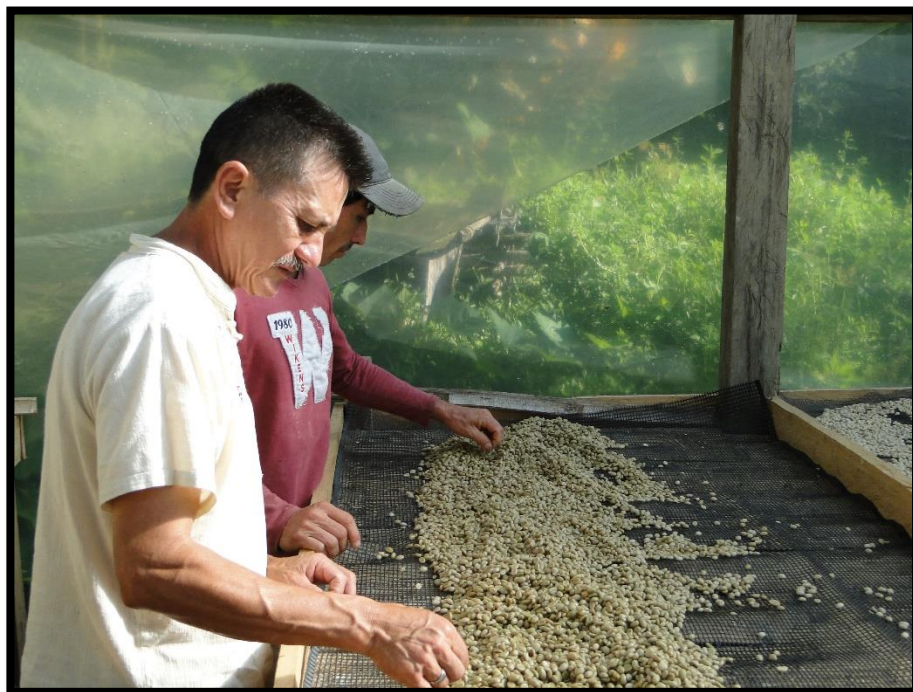
1020-F08 (02-09-19)

ANEXO N° 2

FORMULARIO DEL REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES

 REPÚBLICA DEL ECUADOR SERVICIO DE RENTAS INTERNAS ...le hace bien al país! FORMULARIO RUC 01-A		INSCRIPCIÓN Y ACTUALIZACIÓN DE LA INFORMACIÓN GENERAL DEL REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES - RUC SOCIEDADES SECTOR PRIVADO Y PÚBLICO		ORIGINAL: SRI www.sri.gob.ec	
A.- IDENTIFICACIÓN					
01	RUC				
02	RAZÓN O DENOMINACIÓN SOCIAL				
03	NOMBRE DE FANTASÍA O COMERCIAL				
Estimado Contribuyente, seleccione el trámite que va a realizar: ☐ INSCRIPCIÓN * Si el trámite corresponde a Inscripción deberá marcar con una X y llenar todo el formulario. * No es necesario marcar con una X todas las secciones ☐ ACTUALIZACIÓN * Si el trámite corresponde a Actualización, deberá marcar con una X adicionalmente en cada sección cuya información requiera actualizar y llenar todos los campos de dicha sección.					
☐ B.- RAZÓN SOCIAL - NOMBRE DE FANTASÍA O COMERCIAL (De conformidad a lo señalado en la sección A.- IDENTIFICACIÓN Sólo marcar en caso de ACTUALIZACIÓN)					
☐ C.- DATOS DE CONSTITUCIÓN DE LA SOCIEDAD					
04	FECHA DE INICIO DE ACTIVIDADES				
	04	05	06	07	08
☐ D.- ORIGEN DE LA SOCIEDAD (distinto a Constitución, cuando corresponda)					
ORIGEN (Escoja una opción)					
09	FUSIÓN		10	ESCIÓN	
☐ E.- DATOS DEL CONTADOR					
07	RUC CONTADOR			08	NOMBRE DEL CONTADOR
☐ F.- IDENTIFICACIÓN Y UBICACIÓN DEL DOMICILIO DEL REPRESENTANTE LEGAL					
09	APELLIDOS Y NOMBRES O RAZÓN SOCIAL				
10	NACIONALIDAD	11	C.I., RUC O PASAPORTE		12
13	PROVINCIA	14	CANTÓN		15
16	PARROQUIA	17	CALLE		18
19	NÚMERO	20	INTERSECCIÓN		21
22	REFERENCIA				
23	TELÉFONO (CELULAR O CONVENCIONAL)				24
25	CORREO ELECTRÓNICO				
☐ G.- UBICACIÓN DE LA SOCIEDAD (MATRIZ)					
22	PROVINCIA		23	CANTÓN	
24	PARROQUIA		25	CALLE	
26	CIUDADELA		27	BARRIO	
28	INTERSECCIÓN		29	MANZANA	
30	EDIFICIO O CENTRO COMERCIAL		31	CONJUNTO	
32	CAMINO		33	CARRETERO	
34	REFERENCIA UBICACIÓN		35	NÚMERO DE PISO	
36	BLOQUE		37	KM	
☐ H.- MEDIOS DE CONTACTO DE LA SOCIEDAD (MATRIZ)					
40	TELÉFONO 1		41	TELÉFONO 2	
42	TELÉFONO 3		43	FAX	
44	CELULAR		45	APARTADO POSTAL	
46	CORREO ELECTRÓNICO		47	SITIO WEB	
☐ I.- ACCIONISTAS, SOCIOS, PARTICIPES O BENEFICIARIOS					
CÉDULA / RUC / PASAPORTE	TIPO DE VISA	Apellidos y Nombres / Razón o Denominación Social		NACIONALIDAD	DOMICILIO TRIBUTARIO (PAÍS O CIUDAD)
48					% PARTICIPACIÓN
49					
50					
51					
52					
☐ J.- ACTIVIDAD ECONÓMICA PRINCIPAL (De conformidad con los documentos de creación presentado por el contribuyente)					
☐ K.- ACTIVIDADES ECONÓMICAS ADICIONALES (MATRIZ) (De conformidad con los documentos de creación presentado por el contribuyente)					
El presente documento no puede ser presentado con tachones o enmendaduras, caso contrario debe ser reemplazado por un formulario nuevo				FIRMAS DE RESPONSABILIDAD	
Nota: Declaro que los datos contenidos en este formulario son exactos y verdaderos, por lo que asumo la responsabilidad legal que de ella se deriven (Art. 97 Código Tributario, Art. 9 Ley del RUC y Art. 9 Reglamento para la Aplicación de la Ley del RUC).		AUTORIZACIÓN: Autorizo al señor/a _____ con cédula de identidad o ciudadanía, o pasaporte No. _____, para que realice la inscripción o actualización del RUC registrado en este formulario.		FIRMA REPRESENTANTE LEGAL O APODERADO	

ANEXO N° 3
INVESTIGACIÓN DE CAMPO







ANEXO N° 4
KARDEX

[illegible]

ANEXO N° 5

COMPROBANTE DE PAGO

	FORMATO COMPROBANTE DE PAGO	Código: GR-RF-P-06-F-03	
		Versión: 01	
		Fecha elaboración: 25/09/2013	
		Vigencia desde: 09/10/2013	
MINISTERIO DEL INTERIOR - ASIGNACION INTERNA: GESTION GENERAL			
COMPROBANTE DE EGRESO No.		FECHA:	
A Favor de			
C.C. ó Nit			
Dirección		Teléfonos	
Banco:	Cuenta No.	Cheque Gerencia No.	
Obligacion	Orden de pago	VALOR	
Detalle:			
MOVIMIENTO CONTABLE			
CODIGO CONTABLE	TERCERO	DEBITO	CREDITO
TOTAL			
Elaboró NOMBRE Y FIRMA Revisó NOMBRE Y FIRMA APROBO NOMBRE Y CARGO Recibí: NOMBRE: _____ FIRMA: _____ FECHA: _____			

ANEXO N° 6


MINISTERIO DE AGRICULTURA, GANADERÍA, ACUICULTURA Y PESCA - MAGAP
AGENCIA ECUATORIANA DE ASEGURAMIENTO DE LA CALIDAD DEL AGRO

SOLICITUD DE REGISTRO DE OPERADOR PARA EXPORTACIÓN DE PLANTAS, PRODUCTOS VEGETALES Y ALIMENTOS ENLATADOS
N° 001

I. TIPO DE SOLICITUD:
 Inscripción Modificación Ampliación Renovación Código de registro: _____

II. REGISTRO COMO:
 Productor Exportador Comercializador Asignador Agencia de Carga
☐ ☐ ☐ ☐ ☐

III. INFORMACIÓN GENERAL:
 1. Nombre completo del Productor: _____ 2. P.V.C. _____
 3. Nombre del representante legal: _____ 4. Cargo: _____
 5. Teléfono: _____ 6. Fax: _____ 7. Celular: _____
 8. E-mail: _____
 9. Dirección de las oficinas: _____
 10. Ciudad: _____ 11. Provincia: _____ 12. Cantón: _____

IV. INFORMACIÓN DE LOS LUGARES DE PRODUCCIÓN (FINCA) E INSTALACIONES:
 13. Lugar de producción: _____ 14. Centro de Acopio: _____ 15. Planta de Procesamiento: _____ 16. Peto de Consolidación: _____
 17. Planta de Tratamiento: _____ 18. Sala de procesamiento: _____ 19. Agencia de Carga: _____ 20. Embarcadero: _____ 21. Otro: _____
 22. Nombre del lugar de producción e instalación: _____
 23. Dirección: _____
 24. Provincia: _____ 25. Cantón: _____
 26. Parroquia: _____ 27. Sector: _____
 28. Manchas censuradas: _____
 29. Superficie total: _____ 30. Superficie de cultivos (Ha), e instalaciones: _____
 Si marca con una X en el momento IV indique lo siguiente:

V. PRODUCTOS VEGETALES A EXPORTAR:

Presentación del producto	Nombre cultivo	Nombre lote/lotisa	País de destino	Ra cultivadas

VI. PROPIEDADES DE PRODUCTOS VEGETALES:
 31. Número de propiedades:

Registro AGRICULTAD	Propiedad Social	Nombre del Producto	Nombre lote/lotisa

(En caso de requerir más espacio, llenar en una hoja adicional con el mismo formato)

Nota: Se podrá solicitar el pago de productos, centro de acopio, etc., para determinar productos por lote/lotisa. Adjuntar copia del certificado de registro como operador a fecha de emisión del presente.

Fecha de la solicitud: _____

Firma

Firma y Sello

Av. Amazonas y Eloy Alfaro,
 1401 MAGAP, GUAYAS 1401, 0903 21044 100
 www.agenciaecua.org.ec / @agenciaecuaorg.ec
 MAGAP-AGC

ANEXO N° 7

CARTA COMPROMISO

Chical al 13 de junio del 2015

Carta Compromiso

A quien corresponda:

Quien suscribe, el ciudadano Oswaldo Espinosa presidente de la Asociación "El Paraíso", ubicada en la parroquia de Chical cantón Tulcán-provincia del Carchi-Ecuador, me comprometo con la Sr. Tania Gabriela Herrera Mafía con número de cédula 0401378039, estudiante de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi de la escuela de Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional, a colaborar con la información que necesite para el desarrollo de su proyecto de titulación.

Sin otro particular y para constancia establezco mi firma.



Sr. Oswaldo Espinoza
Firma

ANEXO N° 8

ENCUESTA



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI

INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

ENTREVISTA

OBJETIVO: Determinar las oportunidades de ingreso en el Mercado de Santiago de Chile para la comercialización de café en bolsitas de infusión desde la parroquia de Maldonado

Los estudiantes de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi, queremos extenderle nuestro más sincero saludo, a la vez solicitarle de la manera más comedida nos permita obtener información para la investigación de mercado que trata sobre "Oportunidad de Mercado con Chile y la Comercialización de café en bolsitas de infusión desde la parroquia de Maldonado Cantón Tulcán - Carchi- Ecuador"

Nombre de la asociación... "El Párriso"
Nombre del entrevistado... Sr. Oswaldo Espinoza
Cargo que desempeña... Presidente de la Asociación
Fecha... 13 de Junio del 2015

FORMULARIO

Por favor coloque con una X en la respuesta que usted crea conveniente.

1.- La asociación a la que pertenece está legalmente constituida.

SI (x)

NO ()

2.- Cual es el número de socios dentro de la asociación.

La Asociación esta formada por 32 socios

3.- Donde se encuentra ubicada la asociación, sector y dirección.

En la parroquia de Chical - Cantón Tulcán - provincia del Carchi

10.- Como usted califica la calidad del café que la asociación produce?

- Muy Buena (X)
- Buena ()
- Mala ()

11.- ¿Cuál es la herramienta de recolección que usted utiliza?

- Cajas ()
- Gavetas ()
- Sacos (X)
- Otros.....

12.- Cuales son las empresas a las que usted distribuye el café?

A la empresa privada las "Golondrinas" ubicada en la parroquia de Maldonado

13.- A qué precios usted vende su producto a los distribuidores si fuese posible en meses?

A 175 USD, en puerto de Guayaquil el quintal sale a 200 USD

14.- Cual es el costo de producción del producto desde la cosecha hasta el lugar de almacenamiento?

Alrededor de 80 USD

15.- Cual es la principal causa de la pérdida de la cosecha y pos cosecha del café?

La plaga llamada broca

16.- Cuantos quintales de café y con que humedad necesitan para producir un quintal de café molido?

Con 5 quintales de cereza - un quintal de molido a una humedad de 10° y 12°.



FIRMA DEL ENTREVISTADO

Oportunidad de Mercado con Chile y la Comercialización de café en bolsitas de infusión desde la parroquia de Maldonado Cantón Tulcán Carchi-Ecuador

Tania Gabriela Herrera Mafla



Egresada en la Carrera de Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi, actualmente trabajo como Asistente Administrativa de la UPEC.

**OPORTUNIDAD DE MERCADO CON CHILE Y LA
COMERCIALIZACIÓN DE CAFÉ EN BOLSITAS DE INFUSIÓN
DESDE LA PARROQUIA DE MALDONADO CANTÓN TULCÁN –
CARCHI- ECUADOR**

(31/07/2015) – (31/07/2015)

**Universidad Politécnica Estatal del Carchi – Ecuador
Taniagabherrera@gmail.com**

Resumen

La presente Investigación se realizó con el propósito de determinar la oportunidad de mercado con Chile y la comercialización de café en bolsitas de infusión desde la parroquia de Maldonado Cantón Tulcán Carchi-Ecuador, en donde tomamos en cuenta la situación actual de los productores de la parroquia, la misma que nos introdujo a determinar los requerimientos y necesidades de la localidad, en el proyecto se estableció estrategias en cuanto al precio, producto, promoción, distribución y logística para la comercialización desde la parroquia de Maldonado.

En el desarrollo de la investigación se pudo determinar que en la parroquia de Maldonado no se produce café, por la altura en la que se encuentra ubicada esta parroquia (1100m), no apta para el cultivo de las variedades de café producidas en la zona, es por ello que se realizó un estudio al sector más cercano como lo es la parroquia de Chical.

La oportunidad de negociar o comercializar el Café al mercado de Chile, se realizó mediante la determinación de la demanda, a través de la recolección de información secundaria en cuanto a gustos y preferencias de los chilenos en el consumo del Café, como también mediante procesos logísticos, evaluación económica y financiera del

Oportunidad de Mercado con Chile y la Comercialización de café en bolsitas de infusión desde la parroquia de Maldonado Cantón Tulcán Carchi- Ecuador por Tania Gabriela Herrera Mafla (UPEC-Ecuador)

Oportunidad de Mercado con Chile y la Comercialización de café en bolsitas de infusión desde la parroquia de Maldonado Cantón Tulcán Carchi-Ecuador

proyecto, ya que nuestra meta es llegar con el Café en bolsitas de infusión a mercados internacionales como es Santiago la capital de Chile.

Determinando que se puede ofertar 43 toneladas de café cada seis meses tiempo que se demora la producción de este producto, que serían 42.615.703,13 bolsitas de infusión de 1.28 gr., llegando a la conclusión de que se podrá cubrir solo el 0.04% de la demanda insatisfecha del mercado objetivo.

En la presente investigación se obtuvo como resultado un valor actual neto de \$ 7.968 y un TIR del 29.12% por lo tanto la investigación es aceptable, un costo beneficio de 0.55 centavos por dólar a recuperar en un lapso de 4 años, por lo que concluiremos que el proyecto es rentable, factible y viable.

Palabras Claves: Determinación, comercialización, demanda, oferta, mercados internacionales.

Abstract

This investigation was carried out with the purpose to determine whether there exists an opportunity in the Chilean market to commercialize coffee bags from the parish of Maldonado in the canton of Tulcan, province of Carchi, Ecuador. The current situation of the producers of the parish was taken in consideration, the same which induced us to determine the requirements and needs of the locality. Price, product, promotion, distribution and logistics strategies were established for the commercialization of the coffee bags from the parish of Maldonado.

In the development of the investigation it was determined that , in the parish of Maldonado, coffee is not grown because of the altitude in which the parish lies (1100m) which in turn is not adequate for the growing of the varieties of coffee produced in the area. Therefore, a study was done of the closest area to Maldonado which is the parish of Chical.

The study of the possible market opportunity to commercialize coffee to the Chilean market was carried out firstly by determining the demand through the recollection of secondary information about the likes and preferences of the Chileans when it comes to their coffee consumption as well as through logistical, economic and financial processes of the project, since our goal is to introduce these coffee bags to international markets such as the one in Santiago, the capital city of Chile.

It was determined that the offer for every six months, which is the time needed to produce the coffee bags, would be of 43 tons. This would mean a total of 42615703.13 coffee bags of 1.28gr each. This would mean that only 0.04% of the demand of the aforementioned market would be met.

In the current investigation, an actual net value of \$7968 was obtained with a TIR of 29.12%, therefore the investigation is acceptable, with a beneficial cost of 0.55 cents per dollar with a turn over period of four years. We therefore conclude that the project is profitable, feasible and variable.

Keywords: Determination, marketing, demand, supply, international markets.

1. Introducción

Oportunidad de Mercado con Chile y la Comercialización de café en bolsitas de infusión desde la parroquia de Maldonado Cantón Tulcán Carchi- Ecuador por Tania Gabriela Herrera Mafla (UPEC-Ecuador)

Oportunidad de Mercado con Chile y la Comercialización de café en bolsitas de infusión desde la parroquia de Maldonado Cantón Tulcán Carchi-Ecuador

La demanda de café está creciendo notablemente en el mercado monopolista de Santiago de Chile, esto se debe a que en esta ciudad vive una sociedad ocupada y con mucho movimiento en el trabajo, en la actualidad el café es reconocido a nivel mundial, apetecido por los grandes consumidores de café, esto se lo puede explicar a continuación en el desarrollo de la investigación.

El siguiente proyecto de investigación inicia con la recolección de información primaria de campo, obtenida de los productores de Maldonado, complementándose con la información secundaria recolectada de páginas web de instituciones públicas acordes al tema de investigación, tanto del país de origen como del de destino.

La presente investigación consta de 5 capítulos que se encuentran distribuidos de la siguiente manera:

En el Primer capítulo se desarrolló y determino el problema a resolver y los objetivos determinados para el desarrollo de la misma. En el Segundo capítulo se encuentran las fuentes filosóficas que nos ayudan a la sustentación de la idea a defender.

En el Tercer capítulo damos a conocer los métodos de investigación a utilizar para la recolección de información tanto primaria como secundaria. El cuarto capítulo son las conclusiones y recomendaciones obtenidas del análisis de la información obtenida anteriormente.

En el Quinto capítulo se desarrolla la propuesta que se planteó para la solución del problema de la presente investigación, con un estudio logístico, y financiero, que nos ayudará a determinar si la propuesta a plantearse es rentable.

2.- Tema

“Oportunidad de Mercado con Chile y la Comercialización de café en Bolsitas de infusión desde la parroquia de Maldonado Cantón Tulcán Carchi – Ecuador”.

3.- Objetivos:

Objetivo General

- *Determinar las oportunidades de mercados internacionales para la comercialización de café en bolsitas de infusión desde la parroquia de Maldonado.*

Objetivos Específicos

- *Fundamentar documentalmente las oportunidades de mercados internacionales y la comercialización de Café en bolsitas de infusión desde la parroquia de Maldonado, provincia de Carchi.*
- *Realizar un estudio de mercado para la Comercialización de Café en bolsitas de infusión desde la parroquia de Maldonado.*

Oportunidad de Mercado con Chile y la Comercialización de café en bolsitas de infusión desde la parroquia de Maldonado Cantón Tulcán Carchi- Ecuador

- *Desarrollar un estudio de factibilidad para la exportación de Café en bolsitas de infusión desde Maldonado hacia el Mercado Chileno, para que nos permita tener parte de la demanda de este producto en la ciudad de Santiago de Chile.*

4.- Metodología:

Enfoque de Investigación Cualitativa La presente investigación se tomó en cuenta el enfoque cualitativo ya que se estudió y analizó el comportamiento de las variables, del sector demandante del país de Chile, por medio de conocer los gustos y preferencias, del sector ofertante, se elaboró un estudio de caso para conocer la situación actual productiva de la parroquia de Maldonado, determinando las cualidades de la realización de la cadena logística, proveedores, distribuidores, exportaciones, agentes de aduanas y todos los implicados en la comercialización en el tema de “Oportunidad de mercado con Chile y la comercialización de café en bolsitas de infusión desde la parroquia de Maldonado Cantón Tulcán Carchi- Ecuador”.

La investigación documental parte fundamental en un proceso de investigación, constituyéndose en la estrategia sistemática donde se observa y analiza las realidades teóricas del café en la actualidad, hemos utilizado a la investigación documental como una herramienta importante que nos permitió estructurar el marco teórico y conceptual, a través de información encontrada en revistas, periódicos, libros, páginas web, etc., que nos sirvieron para interpretar, presentar datos e información sobre el café, en la actualidad, al igual que la situación del café en los mercados internacionales.

Investigación de Campo En la presente investigación en el análisis de campo se trató de determinar de manera directa el contexto actual de los miembros y familias que pertenecen a parroquia de Maldonado con la intención de dar soluciones a la problemática que enfrentan estas familias, se quiere emprender un estudio sobre la “Oportunidad de mercado con Chile y la comercialización de café en bolsitas de infusión desde la parroquia de Maldonado cantón Tulcán Carchi- Ecuador”, con el resultado de fomentar empleo y fuentes de trabajo de esta manera mejorar la situación socio económica de cada uno de los participantes.

Investigación Exploratoria.-Dentro de este proyecto es importante utilizar la investigación exploratoria cuando el tema elegido ha sido poco explorado y reconocido, como es el caso del estudio de factibilidad de la comercialización de café en bolsitas de infusión hacia mercados internacionales.

La determinación de la factibilidad de comercializar el café en bolsitas de infusión desde la parroquia de Maldonado hacia mercados internacionales, teniendo como problemas la falta de financiamiento a los productores de esta zona, teniendo como objetivo investigar y determinar si se puede realizar una posible comercialización.

Investigación Descriptiva.- se lo utilizó dentro del desarrollo del proyecto ya que se analizó de manera correcta y puntual la conducta de las variables mediante herramientas necesarias como la entrevista, con el fin de analizar la situación socioeconómica de la

Oportunidad de Mercado con Chile y la Comercialización de café en bolsitas de infusión desde la parroquia de Maldonado Cantón Tulcán Carchi- Ecuador

parroquia de Maldonado en la determinación de la oportunidad de mercado hacia el país de Chile y detallar la realidad que viven las familias productoras de café de la parroquia de Maldonado.

5.- Población y Muestra

La población de la cual se va obtener la información acerca de la cantidad de producción existente en la parroquia de Maldonado, y la población del mercado al cual vamos a comercializar nuestro producto, a través de un muestreo no probabilístico ya que la información a recolectar se centra en una persona especializada y conocedora del tema de café que se produce en la parroquia de Maldonado y sus alrededores, por lo cual realizamos la entrevista al Sr. Oswaldo Espinoza presidente de la Asociación Caficultura “El Paraíso”, de la parroquia de Chical.

6.- Resultados y discusión

Des pues de haber obtenido los resultados y en la discusión de los mismos podemos detallar algunas cosas que podrán guiar a la finalidad del proyecto.

En la presente investigación para el transporte de nuestras mercancías es necesario la contratación de un servicio logístico el cual será el marítimo por que el costo es menor, haciendo utilización de los servicios de la empresa Valero % Valero, dicha institución cuenta con sucursales en las ciudades de Quito, Tulcán, Esmeraldas y Huaquillas.

Tabla N° 22
Servicio de Agentes Afianzados de Aduanas

AGENTES		
DESCRIPCIÓN	-	RR.HH.DE LA EMPRESA
Agente de carga	40,00	1
Agente de aduana	160,00	
OTROS	-	

Elaborado por: Tania Herrera

En la presente investigación se mostrará los costos necesarios para la ejecución de la exportación de café en bolsitas de infusión a la ciudad de Santiago Chile.

Tabla N° 23
Costos en país Exportador

DESCRIPCIÓN	COSTO	TIEMPO DÍAS
Empaque	268,8	2
Embalaje	21.500,0	1
Unitarización	33,0	1
Manipuleo en el local del exportador	80,0	0

Oportunidad de Mercado con Chile y la Comercialización de café en bolsitas de infusión desde la parroquia de Maldonado Cantón Tulcán Carchi- Ecuador por Tania Gabriela Herrera Mafla (UPEC-Ecuador)

Oportunidad de Mercado con Chile y la Comercialización de café en bolsitas de infusión desde la parroquia de Maldonado Cantón Tulcán Carchi-Ecuador

Documentación	192,4	-
Transporte interno	615,9	1
Manipuleo Embarque	80,0	60
Agentes	1,1	1

Elaborado por: Tania Herrera

En la presente investigación se necesita de una inversión total de 36494 USD los cuales el 50% es de capital propio de los productores, los valores se encuentra invertido en las plantaciones de café, como también se encuentra los valores del envase ya que el producto lo entregan en cajas de 32 gr, y el 50% restante será financiado a través del Banco Nacional de Fomento, este valor servirá para la implementación de la oficina y para los trámites a realizar para la exportación.

Tabla N° 31
Estructura Financiera

Costo de Capital Promedio Ponderado - Con Financiamiento			
Recursos	Participación	Costo	Ponderación
Propios	50%	8,25%	4,13%
Ajenos	50%	11,10%	5,55%
Total	100%		9,68%

Elaborado por: Tania Herrera

En el cálculo del TIR y el Van es la parte fundamental en el proyecto de investigación ya que el resultado nos da la directriz para la decisión de ejecutar el proyecto, analizando los resultados vemos que el Valor Actual Neto es positivo por lo cual beneficia a las personas involucradas en la investigación.

Tabla N° 37
Flujo de Efectivo

Flujo de Efectivo Neto - Con Fincanciamiento						
Entradas de efectivo	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Utilidad Neta		9.470	10.794	12.255	7.759	-15.938
+ Depreciaciones		2.663	2.663	2.663	2.715	2.715
+ Amortizaciones		86	86	86	86	86
Liquidación del Proyecto						22.280
Recuperación Capital de Operación						3.349
Préstamos Bancarios	21.896					
Total Entradas	21.896	12.219	13.543	15.004	10.560	12.493

Oportunidad de Mercado con Chile y la Comercialización de café en bolsitas de infusión desde la parroquia de Maldonado Cantón Tulcán Carchi- Ecuador por Tania Gabriela Herrera Mafla (UPEC-Ecuador)

Oportunidad de Mercado con Chile y la Comercialización de café en bolsitas de infusión desde la parroquia de Maldonado Cantón Tulcán Carchi-Ecuador

Salidas de Efectivo	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Inversión Inicial	36.494					
Amortización de la Deuda		6.447	7.264	8.185	542	8.727
Reposición de Activos				3.143		
Total Salidas	36.494	6.447	7.264	11.328	542	8.727
= Flujo de efectivo Neto	-14.598	5.772	6.279	3.675	10.018	3.765
Flujo de caja acumulado		-8.825	-2.547	1.129	11.147	2,96

Elaborado por: Tania Herrera

Tabla N° 38
Calculo TIR y VAN

Año	FE	Fat. Act	FE Descontado
0	-14.598		
1	5.772	0,91	5.263
2	6.279	0,83	5.220
3	3.675	0,76	2.786
4	10.018	0,69	6.924
5	3.765	0,63	2.373
		ΣFE	22.566
		- I.I.	14.598
		VAN	7.968
		TIR	29,12%
		PR	4,0
		C/B	1,55

Elaborado por: Tania Herrera

Oportunidad de Mercado con Chile y la Comercialización de café en bolsitas de infusión desde la parroquia de Maldonado Cantón Tulcán Carchi- Ecuador por Tania Gabriela Herrera Mafla (UPEC-Ecuador)

Oportunidad de Mercado con Chile y la Comercialización de café en bolsitas de infusión desde la parroquia de Maldonado Cantón Tulcán Carchi-Ecuador

2. Conclusiones

- *Después de haber analizado la información obtenida sobre el cultivo de café hemos podido concluir que el café en la parroquia de Maldonado no se produce por el factor altura y temperatura.*
- *La producción existente de café se encuentra en la parroquia de Chical.*
- *Para el desarrollo de la propuesta de este proyecto será dirigido hacia el sector de la parroquia de Chical.*
- *Podemos determinar que la asociación de la parroquia del Chical denominada “El Paraíso”, puede aportar con el 0.4% parte de la demanda requerida en Chile.*
- *Concluyendo que el consumo de café en la capital chilena, Santiago, se realiza en un 51% durante las primeras horas del día y un 74% se lo hace en los hogares o en el trabajo, permitiéndonos garantizar una demanda potencial en este país.*
- *En la parroquia de Chical el café es una producción nueva y este producto tiene gran aceptación en las zonas de cultivo, se da esto porque no se utiliza ningún tipo de químicos que ayuden a la producción del mismo, llegando a determinar que es un producto orgánico.*
- *No existen actualmente exportaciones de café en bolsitas de infusión hacia el país de Chile*

3. Recomendaciones

- *Hacer validar la ventaja competitiva a nivel internacional e incursionar en la producción de café en bolsitas de infusión, como también como un producto orgánico que contribuirá de manera positiva al medio ambiente y el cuidado de la salud de las personas.*
- *Debemos poner gran importancia en promover y fomentar la marca del producto en el mercado internacional debido a las característica de sabor, aroma y consistencia, cualidades del producto cafetero que hacen distinción frente a otros productos.*
- *Distinguir el mejor y más conveniente canal de distribución del producto el cual ayudará a la negociación, otorgando al comprador y consumidor los beneficios del producto a vender.*

Oportunidad de Mercado con Chile y la Comercialización de café en bolsitas de infusión desde la parroquia de Maldonado Cantón Tulcán Carchi- Ecuador

4. Referencias bibliográficas:

- *Proyección de cosecha de café en el Ecuador 2010. Ecuador, Carchi.*
- *Constitución del Ecuador. (2008), Ecuador asamblea Constituyente. (2010).*
- *Alvizo, J. (2012). Ferial SIAL, Café, Coordinación y servicios, (p. 34) ANCAFE. (2010).*
- *Libro V del Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones (COPCI). Ecuador. Aza, W. (2013).*
- *Instituto Nacional de Estadísticas INE (2015). Información estadística de Chile. Recuperado el 25 de Mayo del 2015, de <http://www.ine.cl/canales/chileestadistico/familias/censos.php>.*
- *Country Meters (2015). Crecimiento de la población en Chile. Recuperado el 01 de Junio del 2015, de <http://countrymeters.info/es/Chile>.*
- *Aduana de Chile (2015). Ley de Aduanas de Chile. Ley orgánica de Adunas. Recuperado el 02 de Junio del 2015, de <https://www.aduana.cl/ley-orgánica-de-aduanas/adana/2007-02-14/101941.html>.*
- *Datos Macro Chile (2014). Economía y Demografía de Chile. Recuperado el 03 de Junio del 2015 de, <http://www.datosmacro.com/países/chile>.*
- *Pro Ecuador (2014). Guía Comercial de Chile 2014. Recuperada el 10 de Junio del 2015 de, <http://www.proecuador.gob.ec/wr-content/uploads/2014/06/PROEC GC2014CHILE1.pdf>.*



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI

Ley No. 2006-36 Publicada en el Segundo Suplemento del Registro Oficial No. 244 del 5 de abril del 2006

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE PROYECTO DE GRADO

No. 037-AS-CEYNI/2014

A los veinte y cuatro días del mes de febrero de 2014, siendo las 11h00, se instala el Tribunal de Sustentación del Proyecto de Grado conformado por: Dra. Cecilia Yacelga, PRESIDENTE; Ing. Iván Realpe SECRETARIO; y Msc. Milena Gutiérrez VOCAL para sustentar el Proyecto de Grado: "OPORTUNIDAD DE MERCADO CON CHILE Y LA COMERCIALIZACIÓN DE CAFÉ EN BOLSITAS DE INFUSIÓN DESDE LA PARROQUIA DE MALDONADO CANTÓN TULCÁN CARCHI-ECUADOR" en base a lo establecido en el Reglamento de Tesis de Grado y el Instructivo de sustentación de Proyecto de Grado, para receptar la sustentación de la estudiante HERRERA MAFLA TANIA GABRIELA del IX nivel "B" Vespertino de la carrera Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional.

Una vez constatado y en cumplimiento de los requisitos administrativos y académicos, la estudiante HERRERA MAFLA TANIA GABRIELA APRUEBA la sustentación con el promedio de las siguientes calificaciones:

1. Exposición del Proyecto de Grado 3,00.....
2. Precisión y Coherencia de Respuestas..... 3,50.....
3. Calidad de la Presentación del Trabajo 0,50.....

Obteniendo como nota final 7,00 en la sustentación del Proyecto de Grado.

El tribunal considera pertinente que el estudiante cumpla las siguientes recomendaciones:

- Redefinir el tema en función de mercados internacionales, incluir Colombia
- Redefinir los objetivos en función de mercados internacionales.
- Revisar el planteamiento del problema y la justificación
- Identificar coherencia entre operacionalización de variables e índice tentativo.

Dado en la ciudad de Tulcán a los veinte y cuatro días del mes de febrero de dos mil catorce, firman los integrantes del Tribunal de Sustentación de Proyecto de Grado de la Escuela de Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional.

"EDUCACIÓN PARA EL DESARROLLO Y LA INTEGRACIÓN"

Dra. Cecilia Yacelga
PRESIDENTE

Ing. Iván Realpe
SECRETARIO

Msc. Milena Gutiérrez
VOCAL



Certifico que es fiel copia del
original Tulcán a. 31/07/2015

SECRETARIO GENERAL