UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI

FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACIÓN, ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y MARKETING

Tema: "Análisis de la competitividad del café ecuatoriano frente al colombiano, a partir del tipo de cambio peso –dólar".

Trabajo de titulación previa a la obtención del título de Ingenieras en Administración de Empresas y Marketing

AUTORAS: Lendy Paola Fuel Castillo
Verónica Shissell Recalde Madroñero

TUTORA: Msc. Verónica García

TULCÁN- ECUADOR

2019

CERTIFICADO JURADO EXAMINADOR

Certificamos que las estudiantes Lendy Paola Fuel Castillo con el número de cedula 040183913-9 y Verónica Shissell Recalde Madroñero con el número de cedula 040173034-6 han elaborado el trabajo de titulación: "Análisis de la competitividad del café ecuatoriano frente al colombiano, a partir del tipo de cambio peso-dólar"

Este trabajo se sujeta a las normas y metodología dispuesta en el Reglamento de Titulación, Sustentación e Incorporación de la UPEC, por lo tanto, autorizamos la presentación de la sustentación para la calificación respectiva.

Msc. Verónica García
Tutora

Msc. Sonia Malquin
Lectora

Tulcan, 04 de abril del 2019

AUDITORÍA DE TRABAJO

El presente trabajo de titulación constituye requisito previo para la obtención del título de Ingenieras en Administración de Empresas y Marketing de la Facultad de Comercio Internacional, Integración, Administración y Economía Empresarial.

Yo, Lendy Paola Fuel Castillo con cedula de identidad número 0401839139-9 declaro: que la investigación es absolutamente original, autentica, personal. Los resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.

Yo, Verónica Shissell Recalde Madroñero con cedula de identidad número 040173034-6 declaro: que la investigación es absolutamente original, autentica, personal. Los resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.

Lendy Paola Fuel Castillo

Verónica Shissell Recalde Madroñero

Tulcán, 04 de abril del 2019

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Nosotras, Lendy Paola Fuel Castillo y Verónica Shissell Recalde Madroñero declaramos ser autoras de los criterios emitidos en el trabajo de investigación: "Análisis de la competitividad del café ecuatoriano frente al colombiano, a partir del tipo de cambio peso-dólar" y eximimos expresamente a la Universidad Politécnica Estatal del Carchi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

Lendy Paola Fuel Castillo

Verónica Shissell Recalde Madroñero

Tulcán, 04 de abril del 2019

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios, por guiarme en mi camino y por permitirme concluir con mi objetivo. Mi eterno agradecimiento a la Msc. Yoskira Cordero, quien estuvo en el desarrollo de este proceso como tutora aportando con su sabiduría y calor de amistad.

Agradezco a mi madre, Victoria Castillo quien es mi motor de vida y ejemplo a seguir, con su esfuerzo y sacrificio como toda una mujer guerrera ha logrado alcanzar mi mayor inspiración en ella. Gracias madre mía por sus concejos, amor, paciencia y valores que ha inculcado en mi persona.

Agradezco a mi querida Tía Alejandrina Castillo quien estuvo apoyándome en todo este proceso de educación a partir del colegio hasta la universidad con útiles tecnológicos indispensables para mi aprendizaje.
A mi padre y hermanos, una infinita gratitud por su gran amor y compresión. No tengo palabras para agradecerles las incontables veces que me brindaron su apoyo en todas las decisiones que he tomado a lo largo de mi vida.

A mi esposo e hija, por ser el apoyo incondicional en mi vida, que, con su amor y respaldo, me ayudan alcanzar mis objetivos, infinitas gracias por su apoyo brindado, ha sido sumamente importante, estuvieron a mi lado inclusive en los momentos y situaciones tormentosas. No fue sencillo culminar con éxito este proyecto sin embargo siempre me decían que lo lograría, gracias por confiar en mí.

Agradezco a mi querida compañera y amiga Verónica Recalde, quien estuvo día a día en este proceso de investigación con su gran apoyo, comprensión y sobre todo infinitas gracias por su paciencia.

Lendy Fuel

AGRADECIMIENTO

Mi agradecimiento primeramente a mi Dios y Padre del cielo, quien ha sabido darme la inteligencia y la paciencia durante todo el periodo en el que se realizó la investigación, y por todas las bendiciones derramadas en mi vida.

En segundo lugar, agradezco a la Universidad Politécnica Estatal del Carchi, por haberme abierto las puertas a una educación de calidad, y además a cada uno de los docentes que forman parte de la Carrera de Administración de Empresas, quienes día a día se esfuerzan por transmitir sus conocimientos, con paciencia, amabilidad, y entusiasmo.

Mi más sincero agradecimiento a la Msc. Yoskira Cordero, quien ha sido la persona responsable de guiarnos muy acertadamente en el camino de la investigación, y quien con su paciencia, amabilidad, disciplina y experiencia supo llevarnos a culminar una meta más.

Así mismo, agradezco a los representantes de las asociaciones cafetaleras de Carchi y de Nariño juntamente con el Ministerio de Agricultura, quienes nos ayudaron con la información pertinente para realizar la investigación.

Finalmente agradecer a cada uno de mis compañeros de clase quienes me honraron con su amistad durante todo el transcurso de la carrera, y con quien vivimos bonitas experiencias, especialmente a mis amigas más cercanas: Lendy, Liliana y Evelin mis futuras colegas de quienes desinteresadamente obtuve ayuda en las diferentes facetas que se presentaron a lo largo de nuestra educación superior.

Verónica Shissell Recalde

DEDICATORIA

La siguiente investigación está dedicada principalmente a Dios, por haberme dado la vida y permitirme el haber llegado hasta este momento tan importante de mi formación profesional.

Para mi madre Victoria Castillo y mi padre Fausto Almeida por ser el pilar más importante en mi vida y quienes con su amor, paciencia y esfuerzo me han permitido llegar a cumplir hoy un sueño más, inculcando en mí el ejemplo de esfuerzo y valentía, para no temer a las adversidades.

A mi padre biológico Milton Fuel por estar al pendiente de mí con llamadas, mensajes a diario, por sus consejos y apoyo moral.

A mis hermanos Freddy y Liliana por su apoyo, especialmente Liliana por ayudarme o aportar con un granito de arena con el crecimiento de mi hija.

A mi tía Alejandrina Castillo por su inmenso apoyo moral y económico, a pesar de que no se encuentra en presencia física a estado incondicionalmente conmigo como una segunda madre.

A mi esposo por sus palabras y confianza, por su amor, sacrificio, esfuerzo por brindarme el tiempo necesario para realizarme profesionalmente.

A mi hija Emily por ser mi fuente de motivación e inspiración para poder superarme cada día más y así poder luchar para que la vida nos depare un futuro mejor.

A los docentes que estuvieron presentes en este proceso de formación en el trascurso de los cinco años de carrera con sus conocimientos y a todos mis compañeros de aula.

Lendy Fuel

DEDICATORIA

La presente investigación está dedicada a Dios quien es mi guía, y quien me ha dado la fuerza para seguir adelante.

A mis padres Leonardo Recalde y Aida Madroñero, quienes han sabido apoyarme incondicionalmente en todos los aspectos, por sus consejos y porque ha visto por mí a pesar de las luchas constantes por salir adelante como familia.

A mis hermanos por ser mis compañeros y amigos en cada etapa de mi vida, y porque ha sabido transmitirme su apoyo y sobre todo su cariño y amor.

A mi amiga Lendy, quien es una persona estupenda y con quien hemos formado una bonita amistad a lo largo de la carrera, y por ser además la persona con quien he compartido el trabajo conjunto de esta investigación.

"Porque Dios da la sabiduría, Y de su boca viene el conocimiento y la inteligencia"
(Proverbios 2:6)

Verónica Shissell

ÍNDICE

CERTIFICADO JURADO EXAMINADOR 2
AUDITORÍA DE TRABAJO 3
ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DEL TRABAJO DE TITULACIÓN 4
AGRADECIMIENTO 5
AGRADECIMIENTO 6
DEDICATORIA 7
DEDICATORIA 8
RESUMEN 15
ABSTRACT 16
INTRODUCCIÓN 17
I. PROBLEMA 19
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA 19
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA 21
1.3. JUSTIFICACIÓN 21
1.4. OBJETIVOS Y PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN 22
1.4.1 Objetivo General 22
1.4.2 Objetivos Específicos 22
1.4.3 Preguntas de investigación 22
I. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA 23
2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS 23
2.1.1. Factores que inciden en la producción de café 23
2.1.2. Efecto de la apreciación del dólar 23
2.1.3. Reactivación del sector cafetalero del Ecuador 23
2.2. MARCO TEÓRICO 24

2.2.1. Competitividad del café Carchi y Nariño 24
2.2.2. Tipos de Competitividad 25
2.2.2.1. Competitividad nacional e internacional del sector cafetero 25
2.2.3. Modelo de competitividad de las cinco fuerzas de Michael Porter 26
2.2.3.1. Poder de negociación con los proveedores 28
2.2.3.2. Poder de negociación con los compradores de café 28
2.2.3.3 Amenaza de productos sustitutos del café 28
2.2.3.4. Amenaza de entrada de nuevos caficultores 29
2.2.4. Aproximación técnica y empírica del tipo cambio 31
2.2.5. Tipologías de Cambio 32
2.2.5.1. Tipo de cambio nominal 32
2.2.5.2. Cambio real bilateral 32
2.2.5.3. Régimen cambiario, sistema cambiario o política cambiaria 33
III METODOLOGÍA 35
3.1. ENFOQUE METODOLÓGICO 35
3.1.1. Enfoque 35
3.1.2. Tipo de investigación 36
3.2. HIPÓTESIS 36
3.3. DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES 36
3.3.1. Operacionalización de variables 37
3.4. MÉTODOS UTILIZADOS 37
3.5. POBLACIÓN Y MUESTRA 38
3.5.1. Población Carchi 38
3.5.2. Población Nariño 38
3.6. IDENTIFICACIÓN DE LA MUESTRA 38
3.6.1. Muestra Carchi 39

3.6.2. Muestra Nariño 39
3.7. INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN 39
3.7.1. Instrumento Carchi 39
3.7.2. Instrumento Nariño 40
3.8. ANÁLISIS ESTADÍSTICO 40
3.8.1. Modelo Ecuador 40
3.8.2. Modelo Colombia 41
IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN 43
4.1. ANÁLISIS SITUACIONAL DEL SECTOR CAFETERO CARCHI Y NARIÑO 43
4.1.1. El mercado del café en Ecuador y Colombia 43
4.1.2. Importancia del café como producto de exportación en Ecuador 45
4.1.3. Producción de café en la Provincia del Carchi 46
4.1.4. Producción de café en el departamento de Nariño 48
4.2. DIAGNÓSTICO DE LA COMPETITIVIDAD 50
4.2.1. Poder de negociación con los proveedores 50
4.2.2. Poder de negociación con los compradores de café 51
4.2.3. Amenaza de productos sustitutos del café 55
4.2.4. Amenaza de entrada de nuevos participantes 59
4.2.5. Rivalidad entre caficultores 65
4.3. ANALISIS DEL TIPO DE CAMBIO EN LA COMPETITIVIDAD …….67
4.3.1. Análisis de las exportaciones de Ecuador y Colombia 67
4.3.3. Incidencia de la apreciación del dólar en la industria café 73
4.3.4. El efecto de la apreciación del dólar en las exportaciones 76
4.3.5. Depreciación del peso colombiano incide en café 77
4.3.5. Comportamiento del tipo de cambio del dólar frente al peso colombiano 78
4.3.6. El tipo de cambio y la competitividad del sector cafetalero de Colombia 80

4.3.6.1. Nivel de asociación, relación y comportamiento futuro en Ecuador y Colombia entre exportaciones, sacos de café, tipo de cambio y precio internacional del café. ... 82
V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES ... 87
5.1. CONCLUSIONES ... 87
5.2. RECOMENDACIONES ... 89
VI. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS ... 92
VII ANEXOS ... 97
Anexo 1. Formato entrevista Carchi y Nariño ... 97
Anexo 2. Asociaciones cafeteras del departamento de Nariño ... 99
Anexo 3. Datos de investigación cualitativa ... 100
Anexo 3.1. Informantes provincia del Carchi ... 100
Anexo 3.2. Informantes departamento de Nariño ... 100
Anexo 4. Matriz de Categorización de entrevistas a profundidad ... 101
Anexo 5. Triangulación de las entrevistas realizadas en la provincia del Carchi ... 102
Anexo 6. Triangulación de las entrevistas realizadas en el departamento de Nariño ... 111
Anexo 7. Modelo econométrico Ecuador ... 118
Anexo 8. Modelo Econométrico Colombia ... 121

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Modelo de las 5 fuerzas de Michael Porter, aplicado en Carchi 27
Figura 2 Modelo de las 5 fuerzas de Michael Porter, aplicado en Nariño 27
Figura 3 Mapa de zonas cafetaleras de Carchi - Ecuador 47
Figura 4 Mapa de zonas cafeteras en Nariño Colombia 49
Figura 5 Capacitaciones a las asociaciones del Carchi 52
Figura 6 Capacitaciones a las asociaciones cafeteras Nariño 52
Figura 7 Factores que afectan al mercado del café en Carchi 53
Figura 8 Factores que afectan al mercado del café de Nariño 54
Figura 9 Productos sustitutos de café carchense 56
Figura 10 Productos sustitutos de café Nariño 56
Figura 11 Medios de promoción del café 58
Figura 12 Requisitos ingreso al sector cafetero Carchi 59
Figura 13 Requisitos ingreso al sector cafetalero Nariño 60
Figura 14 Barreras de entrada al sector cafetalero en Carchi 61
Figura 15 Factores que afectan al mercado del café de Nariño 61
Figura 16 Canales de distribución del café en Carchi 62
Figura 17 Promedio inversión para cultivo café 63
Figura 18 Inversión para pertenecer al mercado cafetalero en Nariño 63
Figura 19 Asociaciones de café Carchi 66
Figura 20 Asociaciones de café Nariño 67
Figura 21 Mapa de cultivo en el Ecuador 69
Figura 22 Precio del dólar en pesos colombianos desde el año 2009 79
Figura 23 Precio del Dólar en pesos colombianos de los últimos 20 años 82
Figura 24 Prueba Tstudent para la variable sacos 60kg de café 119
Figura 25 Prueba T student variable tipo de cambio peso colombiano 119
Figura 26 Prueba T student variable precio internacional de café por la bolsa de valores 120
Figura 27 Prueba global F de Fisher para el modelo econométrico Ecuador 120
Figura 28 Prueba individual de T student para la variable sacos de café 122
Figura 29 Prueba individual de T student para la variable tipo de cambio 122

Figura 30 Prueba individual de T student para la variable precio internacional NY 122
Figura 31 Prueba Global de F de Fisher para modelo econométrico de Colombia.....122

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Operacionalización de variables 37
Tabla 2 Principales exportadores de café a nivel mundial.....44
Tabla 3 Poder de negociación con los proveedores 51
Tabla 4 Poder de negociación con los compradores 55
Tabla 5 Amenaza de productos sustitutos.....58
Tabla 6 Barreras de entrada sector cafetalero 64
Tabla 7 Nuevos ingresos.....64
Tabla 8 Barreras de salida del sector cafetero.....65
Tabla 9 Exportaciones de café Ecuador, últimos 20 años.....70
Tabla 10 Exportaciones anuales de café Colombia 1998-2017 72
Tabla 11 Cuadro histórico de cambio dólar- euro últimos 20 años 75
Tabla 12 Precio del dólar en pesos colombianos 81

RESUMEN

Conociendo que Ecuador y Colombia son países productores y comercializadores de café, el mismo que es cultivado en 21 provincias de Ecuador y en 19 departamentos de Colombia, donde las variantes más predominantes son: robusta y arábigo, las cuales se exportan en diferentes presentaciones como: industrializado, soluble, en grano verde, molido y tostado, en sacos de 60kg. Con el objetivo de aportar al conocimiento de la cadena productiva del café a nivel de la provincia del Carchi y el departamento de Nariño, se desarrolló investigación sobre análisis de la competitividad del café ecuatoriano, frente al colombiano, a partir del tipo de cambio peso-dólar en estas dos regiones. Para lo cual se diagnosticó los factores cualitativos del sector que permiten sintetizar estrategias que caracterizan la dinámica del sector café para mejorar su capacidad de competir a nivel nacional e internacional. La investigación se efectúo en base a la metodología de recolección de datos de diversas fuentes, se realizó la entrevista estructurada, y el diseño de modelos econométricos de regresión lineal múltiple, dando realce a la hipótesis que se orienta en conocer si la variable tipo de cambio afecta a la competitividad del sector cafetalero y por ende a la producción y exportación de este producto. Dicho lo anterior, los factores cualitativos que afectan al sector de Carchi y Nariño y que se presentan en las asociaciones cafeteras son: la falta de gestión interna y clima organizacional, en la producción: con los altos costos de insumos, cultivos ilícitos, plagas, clima y conocimiento del café, en la comercialización con: la competencia nacional, el contrabando, y canales de distribución. Así también, por medio del modelo se evidencio que las variables sacos de café, tipo de cambio peso- dólar y el precio internacional del café, influyen de manera significativa en las exportaciones de café a nivel de Ecuador y Colombia. La investigación ayuda a que los actores de la cadena de café de Carchi y Nariño adquieran una mejora para su producción, por medio del conocimiento del efecto que tiene el tipo de cambio en cada zona, y permitir que las próximas investigaciones tengan una base de datos confiable y eficaz.

Palabras clave: Competitividad, tipo de cambio, exportaciones, café, zona frontera Ecuador- Colombia

ABSTRACT

Knowing that Ecuador and Colombia are coffee producing and trading countries, the same one that is cultivated in 21 provinces of Ecuador and in 19 departments of Colombia, where the most predominant variants are: robust and arabic, which are exported in different presentations such as: industrialized, soluble, green grain, ground and roasted, in a bag size of 60kg. In order to contribute to the knowledge of the coffee production chain at the level of the Province of Carchi and the Department of Nariño, research was carried out on the competitiveness analysis of Ecuadorian coffee, compared to the Colombian coffee and the influence of the exchange rate on these two regions. For which the qualitative factors of the sector were diagnosed that allow to synthesize strategies that characterize the dynamics of the coffee sector to improve its capacity to compete nationally and internationally. The research was carried out based on the methodology of data collection from various sources, the structured interview and the design of multiple linear regression econometric models were conducted, highlighting the hypothesis that is oriented to know if the variable type of change influences on the competitiveness of the coffee sector and therefore in the production and export of this product. That said, the qualitative factors that affect the Carchi and Nariño sector are presented in the organization with: the lack of internal management and organizational climate, in production: with the high costs of inputs, illicit crops, pests, climate and knowledge of coffee, in marketing with: national competition, smuggling, and distribution channels. Likewise, through the model it was evidenced that the variables sacks of coffee, peso-dollar exchange rate and the international price of coffee, have a significant influence on coffee exports at the level of Ecuador and Colombia. The research helps actors in the coffee chain of Carchi and Nariño acquire a guideline to improve their production, through knowledge of the effect of the exchange rate in each area, and allow future research to have a base of reliable and effective data.

Keywords: Competitiveness, exchange rate, exports, coffee, border area Ecuador-Colombia

INTRODUCCIÓN

El proceso del desarrollo económico de los países de América Latina se encuentra basados en las exportaciones de diferentes productos requeridos por los grandes países como son: banano, café, cacao, camarón, flores. Las exportaciones son importantes en la medida que ayudan al país a dinamizar la producción en los diferentes sectores productivos, y así mismo a mejorar la calidad de vida de los actores presentes dentro del proceso de exportación.

Por lo cual, basados en el mercado cafetero de Ecuador y Colombia, la presente investigación se encamino en realizar un "Análisis de la competitividad del café ecuatoriano frente al colombiano, a partir del tipo de cambio peso-dólar". Puesto que, Ecuador y Colombia son dos países exportadores de diversos productos y uno de ellos es el café, el cultivo de café es una de las principales actividades agrícolas, por la generación de divisas y empleo en ambos países.

Dicho lo anterior, en Ecuador el café se encuentra entre los diez cultivos con mayor crecimiento y es cultivado, en 21 provincias del país, donde las variantes más cultivadas son: robusta y arábigo, las cuales se exportan en diferentes presentaciones como: industrializado, soluble, en grano verde, molido y tostado, siendo generalmente en tamaño de saco de 60kg.

Por otro lado, el café en Colombia se cultiva en 19 departamentos a nivel nacional, siendo este país uno de los mayores exportadores de América Latina, juntamente con países como Brasil y Costa Rica. Es así que Colombia ha sabido destacarse en el mercado del café, por su calidad y experiencia adquirida en el pasar del tiempo, a través de la promoción de la marca Juan Valdez, reconocida a nivel internacional, donde las principales variantes exportadas al igual que Ecuador son: el robusta y el arábigo.

La investigación se desarrolló en cinco capítulos, en el primer capítulo se evidencia el problema del estudio el cual fue a conocer ¿Cuál es el efecto que tiene la diferencia de tipo de cambio peso-dólar, sobre la competitividad del sector cafetero ecuatoriano en la provincia del Carchi, frente al colombiano departamento de Nariño durante el periodo 2017 -2018?

Cabe señalar que, el Ministerio de Agricultura y Ganadería menciona que actualmente, en el Ecuador se está trabajando en el mejoramiento de las plantaciones de café, a fin de erradicar el envejecimiento con el Plan de Rehabilitación de café arábigo (2013).

En segundo lugar, está el capítulo relacionado con la fundamentación teórica, donde se toma en cuenta diferentes antecedentes que ayudaron a darle fuerza a la investigación, además se

detalla las variables de estudio, tipo de cambio y competitividad, en relación al mercado del café de Ecuador y Colombia, basados en las teorías de Michael Porter y Paul Krugman. En el tercer capítulo se presenta la metodología utilizada, destacando para la obtención de los resultados el uso de la entrevista estructurada y el modelo de regresión múltiple.

Con respecto a la variable tipo de cambio se menciona que el fortalecimiento de la moneda ecuatoriana, y la devaluación de las monedas de países vecinos como Colombia y Perú, fronterizos de Ecuador, ha hecho que el país en cierta manera baje su nivel competitivo, por no poder contender de manera equitativa, en cuestión de precios, hacia los mercados de exportación.

Otro punto importante es la variable competitividad, donde se utiliza la metodología de las cinco fuerzas de Michael Porter, aplicadas en la investigación, que permitieron conocer los factores cualitativos de las asociaciones de Carchi y Nariño. Seguido, tenemos el capítulo cuatro en el cual se presentan los resultados y discusión de la investigación, y finalmente en el capítulo cinco llegamos a definir las conclusiones y recomendaciones obtenidas del estudio.

I. PROBLEMA

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Los países Ecuador y Colombia son exportadores de una diversidad de productos uno de ellos es el café, siendo esta una de las principales actividades agrícolas, debido a la gran importancia económica y social, que aporta en la generación de divisas y empleo en ambos países. Colombia se consolida como un mercado eficiente de café a nivel mundial, es importante el hecho de que Colombia maneja su moneda el peso colombiano, por lo cual tiene ventaja ante Ecuador porque cuenta con una moneda propia, la cual puede ser manejada por el gobierno interno en beneficio de la economía de este país, lo que fortalece las exportaciones de café u otros productos.

Por otro lado, en Ecuador el aumento de valor de la moneda que se maneja interiormente como es el dólar americano, esta moneda para la venta del café, ha hecho que la demanda de este producto disminuya, porque los países a los que se vende, buscan las mejores ofertas del mercado, en este caso con respecto a precios. Para comprar el café, al ser el ecuatoriano más caro en la moneda autónoma de un país, o en dólares, la preferencia de importe es hacerlo en países donde la moneda no es tan fuerte como Colombia.

Vale mencionar que según el Reporte de Coyuntura del Sector Agropecuario del Banco Central del Ecuador (2014), los principales problemas que enfrentaron los cafeteros en el primer semestre de 2014 fueron: "el alto costo y escasez de mano de obra, falta de vías de comunicación, financiamiento, clima desfavorable vientos y sequía, falta de asistencia técnica y la poca demanda del producto" (p. 35).

Es decir, que el sector cafetero del Ecuador no solamente ha sido afectado por el tipo de moneda que se maneja internamente, sino también por factores centrales en el cultivo, adicionando a lo anterior, otro problema es la salida de personas de los campos en busca de otro tipo de actividades laborales, especialmente la gente joven, por lo cual se hace evidente la escasez de mano de obra, que se deriva, además, la falta de ayuda a este sector por parte del Gobierno.

Así también se suma, la competencia del café que ingresa por ser zona fronteriza al Carchi en diferentes presentaciones, de igual manera la falta de maquinaria necesaria para el procesamiento del café. Dicho lo anterior, un factor social que también es parte del problema es la educación de los cafeteros, Gonzales (2009) menciono que "el bajo nivel de educación

que existe en la sociedad agrícola, dificulta un manejo administrativo de producción, y entendimiento del negocio" (p. 43).

Dentro de la provincia del Carchi, la falta de educación es evidente especialmente en las zonas rurales, donde la falta de conocimiento en diferentes áreas hace que la gente le de poca importancia a las mejoras y oportunidades que se pueden alcanzar, como el cambio en las formas de plantar o cultivar, y vender los productos de las diferentes zonas de la provincia, por lo cual la venta al menudeo dentro del mismo mercado nacional y local, es la forma común de actividad económica.

De igual modo, este escenario no es diferente al del país vecino Colombia, donde también los cultivos se ven afectados por temas climáticos en su mayoría, y plagas que no permiten el desarrollo completo de las plantaciones de café, por otro lado, dentro del sector económico el sector cafetalero colombiano debe afrontar altos costos de insumos, alto precio de los jornales y la devaluación del peso colombiano.

Según el Informe de Comportamiento de la Industria Cafetalera Colombiana emitido por la Federación Nacional de Cafeteros Colombia (2017), en el año 2015 el fortalecimiento del dólar afecto al peso colombiano y el real brasilero, incentivando las exportaciones de café en estos países. Sin embargo, el café robusto en este período alcanzo bajos precios, generando acumulación de inventarios, porque los precios ofrecidos a nivel internacional no alcanzaban a cubrir los costos de producción, afectando a las exportaciones del grano.

Según Silva & Trejos (2016) algunas de las dificultades que ha afrontado, el departamento de Nariño, además de las plagas, son los aspectos relacionados con la comercialización para lo cual se ha solicitado apoyo de las entidades, con el fin de generar la apertura a mercados externos y así tener mayores canales de comercialización (pp. 15-16).

Es decir que el departamento de Nariño en relación a la producción del café, al igual que los productores del Carchi afrontan similares problemas en cuestiones de cultivo. Esto demuestra que el mercado cafetero en ambos países es inestable, por los diferentes factores como son económicos y sociales que se van de las manos de los agricultores siendo afectados por las pérdidas económicas, no solo los países, sino también las familias dedicadas a la producción de café, quienes se ven en la necesidad de buscar otras alternativas de cultivo, o en otros casos buscar ayuda del gobierno central, en relación a insumos como semillas, fertilizantes y demás, o créditos para financiar una nueva cosecha del mismo producto como el café.

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cuál es el efecto que tiene la diferencia del tipo de cambio peso -dólar, sobre la competitividad del sector cafetero ecuatoriano en la provincia del Carchi, frente al colombiano en el departamento de Nariño, durante el periodo 2017 -2018?

1.3. JUSTIFICACIÓN

La presente investigación está propuesta a realizar análisis de la competitividad del café ecuatoriano frente al colombiano, a partir del tipo de cambio peso–dólar. El propósito, es conocer el estado histórico y actual del mercado del café, para determinar qué factores han hecho que el sector cafetero genere menos ingresos para el país y para la provincia del Carchi. Además, establecer si las variaciones del cambio de moneda es un factor que afecta de forma directa a la producción y exportación del café ecuatoriano y colombiano.

Ecuador está trabajando en el mejoramiento de las plantaciones de café, a fin de erradicar el envejecimiento de las mismas para lo cual el Ministerio de Agricultura en el año 2013 importó 85 toneladas métricas de semilla de variedades Acawa, Palma 2 y Catucai desde Brasil, con el propósito de reactivar este sector. Es decir, que con la incorporación de estas nuevas semillas se pretende ir a un ritmo medio anualmente, donde se vaya incrementado la capacidad de producción hasta poder aprovechar en su totalidad este insumo., lo que permitiría al país abrirse campo dentro del mercado para ofertar más producto.

Teniendo en cuenta que la provincia del Carchi, es un territorio con diversidad de pisos climáticos, lo que permite que se genere el cultivo del café, mismo que se desarrolla en distintas parroquias con clima cálido- húmedo, y características necesarias para potenciar el cultivo de este producto. Dentro de la provincia se cuenta con un total de seis asociaciones cafeteras, que se dedican al cultivo, procesamiento y comercialización del café, de donde han salido varias exportaciones a nivel internacional, por parte de exportadores que trabajan de forma individual.

Por otro lado, el fortalecimiento de la moneda ecuatoriana, y la devaluación de las monedas de países vecinos como Colombia y Perú, fronterizos de Ecuador, ha hecho que el país baje su nivel competitivo, por no poder contender de manera equitativa, en cuestión de precios, hacia los mercados de exportación. Por lo cual, la información que se obtiene es la necesaria

para poder conocer cuáles son las inexactitudes y las desventajas que tenemos como país y como Provincia, en relación al tipo de cambio.

Lo anterior permite, brindar un aporte para otras investigaciones dentro de la Universidad, o a los estudiantes, y dar una pauta para que las asociaciones productoras de café de la provincia del Carchi, puedan tomar las medidas necesarias, juntamente con el Ministerio de Agricultura de Carchi para el mejoramiento de problemas dentro de los diversas áreas del sector cafetero como es la falta de conocimiento, inversión, recursos materiales, recursos humanos entre otros con el fin de mejorar la calidad del café para comercializarlo internacionalmente. De igual modo, promover así la vinculación con este sector, a fin de dar respuesta a la problemática que presenta el Gobierno Autónomo Descentralizado de la Provincia del Cachi (GADPC), en el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Provincia del Carchi 2015 -2019, donde menciona que una problemática del sector cafetalero de la provincia es "Poca vinculación de actores de la cadena productiva del café, MAGAP, MIES, Universidades" (p. 233).

1.4. OBJETIVOS Y PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

1.4.1 Objetivo General

Analizar la competitividad del café ecuatoriano frente al colombiano, y las variaciones del tipo de cambio en el mercado de estos dos países.

1.4.2 Objetivos Específicos

- Diagnosticar los factores cualitativos del mercado Binacional del café Ecuador-Colombia, desde el estudio de caso: Productores de café Carchi y Nariño.
- Comparar las exportaciones de café entre Ecuador y Colombia.
- Analizar el comportamiento del tipo de cambio en la competitividad del mercado del café entre Ecuador y Colombia.

1.4.3 Preguntas de investigación

- ¿Cuáles son los factores cualitativos presentes dentro del mercado Binacional (Carchi y Nariño) del café?
- ¿Cuál ha sido el comportamiento de las exportaciones de café entre Ecuador y Colombia?
- ¿Cuál es el efecto que ha traído la diferencia de tipo de cambio, en la competitividad del mercado del café entre Ecuador y Colombia?

I. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

2.1.1. Factores que inciden en la producción de café

En el repositorio digital de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador se encontró una publicación realizada por Mónica Alexandra Pozo Cañas en el año 2014 con el tema "Análisis de los factores que inciden en la producción de café en el Ecuador 2000-2011"

Se ha identificado que el antecedente es relevante para la investigación, ya que analiza los factores que inciden en la producción de café mencionándose como determinantes del sector los siguientes: el aumento de importación de café al Ecuador, políticas económicas desfavorables, disminución en la producción del café y el descuido por parte del Estado en el sector cafetero, dando como resultado que el país a nivel internacional no sea competitivo en cuestiones de producción de café.

2.1.2. Efecto de la apreciación del dólar

En el repositorio digital de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil se encontró una publicación realizada por Mayte de los Ángeles Martínez Avilés en el año 2016 con el tema "La apreciación del dólar estadounidense y sus posibles efectos económicos en la economía ecuatoriana, año 2016"

La investigación es relevante para este trabajo puesto que permite conocer como el dólar estadounidense afecta a la competitividad del Ecuador, enfocándose en los posibles efectos económicos dentro del año 2016, en relación a países como Colombia, Perú y Brasil, basados en la apreciación del dólar y la devaluación de la moneda de los países ya mencionados, conociendo además que Ecuador es un país que no cuenta con una moneda propia y por lo tanto no afecta a su productividad, permitiendo así que los consumidores del país prefieran comprar productos en el exterior afectando a la competitividad del Ecuador.

2.1.3. Reactivación del sector cafetalero del Ecuador

En el repositorio digital de la Universidad de Guayaquil se encontró una publicación realizada por Andrade Christina y García Carol en el año 2015 con el tema "Impacto del proyecto de reactivación cafetalero en las exportaciones de café en el período 2011-2014".

La investigación es relevante para este trabajo investigativo debido a que nos ayuda a

observar el impacto que tuvo la reactivación del café en el Ecuador, como también el impacto en el proceso de exportaciones durante el período ya mencionado, donde no fue tan favorable por las plagas que se presentaron en las plantaciones del café, así mismo a nivel internacional el exceso de producción de café hizo que el precio de este producto en el mercado no sea tan competitivo.

2.2. MARCO TEÓRICO

2.2.1. Competitividad del café Carchi y Nariño

Cuando se habla de competir y con el propósito de comprender este término, es evidente que la mente crea una imagen de la lucha entre dos contrincantes, donde cada uno busca obtener la victoria a como dé lugar. Llevando esta idea al ámbito económico, la perspectiva cambia a comprender que cada región lucha por obtener lo que necesita.

Es decir una parte del mercado local en el caso de las asociaciones de café de las zonas de Carchi y Nariño, o a nivel país (Ecuador y Colombia) un mercado internacional, donde se compite en diversas ramas como: los productos, materias primas, crecimiento etc., la meta siempre es estar delante de los demás, de ahí que es necesario conocer que es la competitividad.

La competitividad se define como aquella capacidad para resistir y aumentar la participación dentro de los mercados internacionales, donde su población se encuentra en iguales condiciones de vida (Porter citado por Suñol 2006). Es decir, que la competitividad es la fuerza ejercida por uno de los participantes de un mismo sector del mercado cafetero, ya sea este nacional o internacional. Donde cada uno busca ubicarse en lo alto del mercado del café, o por encima de los demás, a fin de conseguir un mejor ingreso; y, por ende, beneficiar la situación económica, ya sea de un país, de una empresa, asociación o de una familia.

Por otro lado, la competitividad entre países es aquel conjunto de instituciones y factores que permiten determinar el nivel de rendimiento o de producción de un país (Cann, 2016). Así también, la competitividad también es observada desde el punto de vista macroeconómico, donde un país busca tener altos índices de crecimiento.

Desde el punto de vista microeconómico, la competitividad designa la capacidad de una empresa para producir bienes y servicios destinados a los distintos mercados, compitiendo de forma favorable ante sus competidores (Chudnovsky y Porta citado por Burbano, Gonzales y Moreno, 2011). Es decir, la competitividad es la capacidad de un país, o una

asociación, de sostenerse y crecer con respecto a los niveles de participación dentro de los mercados de café nacionales e internacionales; y concibiendo mejorar la calidad de vida de la población. Así mismo, generado mayor puntaje para la medición de actividades del Producto Interno Bruto, que refleje el crecimiento económico del país y su dinamismo, a lo largo de un periodo determinado.

2.2.2. Tipos de Competitividad

2.2.2.1. Competitividad nacional e internacional del sector cafetero

Una vez conocido qué es la competitividad en el ámbito económico, y partiendo de la idea que, para ser competitivos, es necesario ser lo más participativos posibles en los mercados nacionales e internacionales, donde hay que centrarse en cada proceso que realizan las asociaciones cafeteras de Carchi y Nariño punto importante para competir, puesto que de aquí se deriva la capacidad que tiene cada una de ellas tiene para desarrollarse en el negocio, y cumplir con las expectativas de los mercados locales y externos, es importante conocer los términos competitividad nacional e internacional.

En primer lugar, la competitividad nacional se somete a la idea de que la industria o las asociaciones deben ser capaces de innovar y mejorar, con el fin de ganar ventaja sobre sus competidores, por lo tanto, la competitividad no es simplemente tener el producto, un espacio para producirlo o la maquinaría, sino tener capacidad para mejorar en todos los ámbitos y áreas de la asociación (Porter citado por García 2015).

Dicho lo anterior, la competitividad nacional busca que la asociación o las asociaciones en conjunto creen la oportunidad de mejorar para que cada proceso sea eficiente, adaptándose a las nuevas tecnologías y modelos de gestión interna, que les permita aumentar los niveles de producción y participación dentro de los mercados locales, para luego ser parte de un mercado internacional, donde las exigencias son mayores en cuestiones de calidad de los productos de consumo en este caso el café.

Como segundo punto, la competitividad internacional es la que brinda la estabilidad, el buen gobierno y las oportunidades de inversión rentables que ayudan a la productividad de un país. Es decir, aquella capacidad para que las asociaciones y empresas logren un mayor rendimiento en relación a sus competidores dentro de los mercados extranjeros con el fin de preservar las condiciones así las condiciones que sustentan sus rendimientos actuales y futuros (Peña & Triguero, 2011).

Por lo tanto la competitividad internacional es la capacidad de una empresa, asociación, sector o país que puede ofrecer bienes y servicios en iguales o mejores condiciones que el resto del mundo en los mercados internacionales, donde los rendimientos económicos son importantes, porque aportan al crecimiento de la nación, generando fuentes de empleo, y contribuyendo a la economía nacional, donde cada actividad o proceso realizado que mejore el producto ofertado en este caso el café, y se convierta en esa ventaja competitiva que más de una empresa anhela tener para ubicarse en una posición alta dentro del mercado internacional.

2.2.3. Modelo de competitividad de las cinco fuerzas de Michael Porter

Con lo respecta al modelo de las cinco fuerzas de Michael Porter, a nivel organizacional este modelo busca generar estrategias que permitan a las empresas o en este caso a las asociaciones de café de la provincia del Carchi y el departamento de Nariño, mejorar en relación a la competitividad dentro del mercado donde se desarrollan, y la rentabilidad del sector al que pertenecen.

El modelo se basa en el análisis de cinco fuerzas que están estructuradas en dos ejes que son: en primera instancia el horizontal donde se encuentran el poder de negociación con los proveedores, y poder de negociación con clientes y como segundo está el eje vertical donde se encuentran amenaza de entrada de nuevos competidores, amenaza de productos sustitutos, cada uno de estos determinados por la quinta fuerza que es la rivalidad entre competidores en este caso de los cafeteros.

Por medio de este modelo se logra abarcar en su totalidad a las asociaciones cafeteras tanto de la provincia del Carchi como del departamento de Nariño, permitiendo conocer el actuar dentro del mercado, en toda su cadena de producción y comercialización, teniendo en cuenta los actores externos e internos que modifican la actividad de las asociaciones, de las dos regiones, para luego poder comparar y conocer cuál es la capacidad individual de las asociaciones que les permita sobre llevar y minimizar las debilidades y amenazas presentes en el mercado.

Dicho lo anterior, permitir que cada una de las asociaciones aprovechen las oportunidades presentes en el mercado del café, además de las fortalezas con las que cuentan con respecto a la producción del café y su comercialización. A continuación, en la figura 1 y 2 se detalla cada una de las cinco fuerzas de Michael Porter aplicadas para el sector cafetero de la provincia del Carchi y el departamento de Nariño.

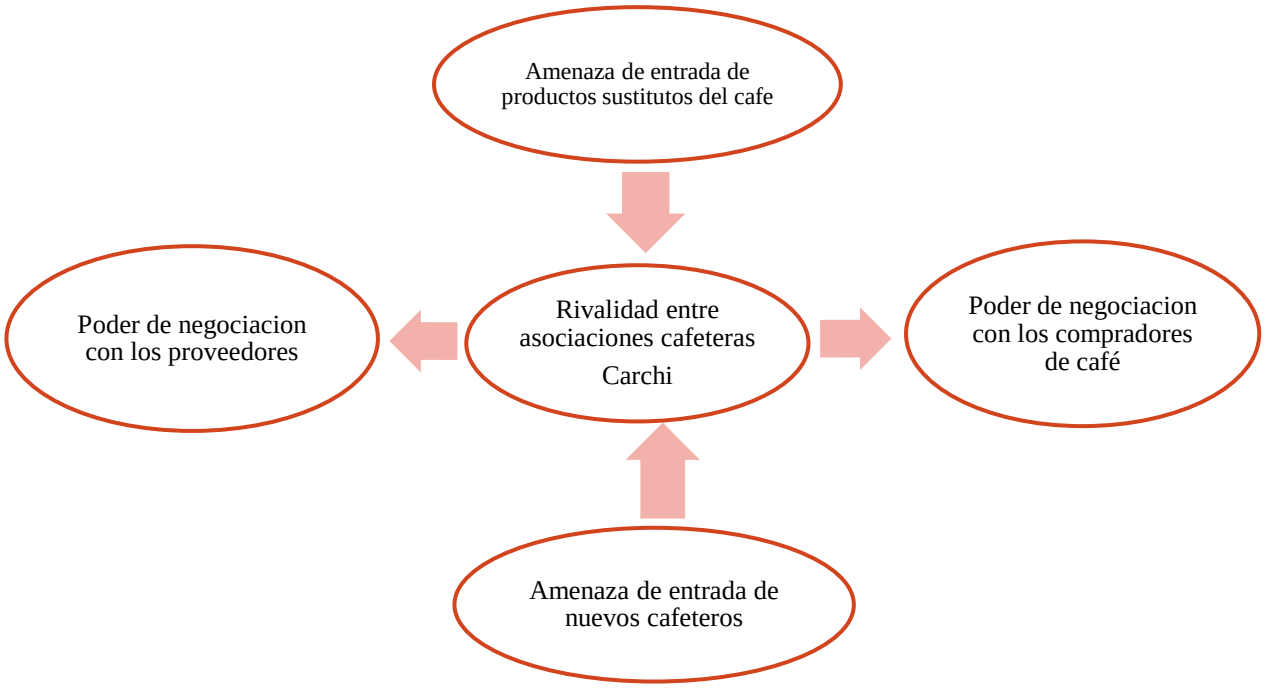

Figura 1 Modelo de las 5 fuerzas de Michael Porter, aplicado en Carchi
Fuente: Autoras

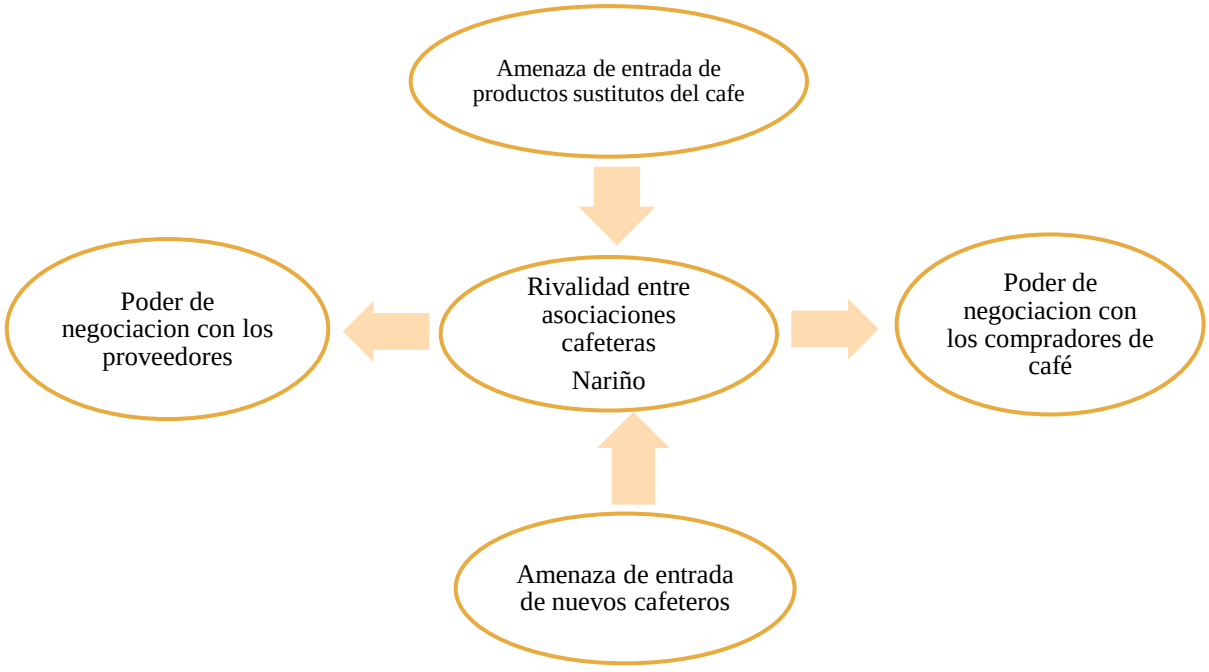

Figura 2 Modelo de las 5 fuerzas de Michael Porter, aplicado en Nariño
Fuente: Autoras

2.2.3.1. Poder de negociación con los proveedores

Los proveedores, son parte importante dentro de cada uno de los procesos de las asociaciones cafeteras puesto que son los actores, que permiten abastecer a las asociaciones de lo que necesitan, como las materias primas, repuestos para las maquinarías y demás, el poder de negociación de los proveedores según Michael Porter citado por Hill y Garetn, 2014 indican que estos tienen la capacidad de elevar los precios de los insumos o de alguna manera los costos de la industria (p. 54). Es decir que los proveedores si son numerosos cuenta la capacidad fuerte de negociar, donde el poder negociador de los proveedores dependerá de:

- Las condiciones del mercado
- Del resto de los proveedores
- La importancia del producto que proporcionan.

2.2.3.2. Poder de negociación con los compradores de café

El poder de negociación de los compradores esta fuerza se manifiesta cuando los compradores o clientes de una industria o asociación de café, pueden ser compradores individuales es decir consumidores finales o en otros casos las empresas que compran y distribuyen los productos como el café de una industria o asociación directamente a los consumidores o usuarios finales, es decir como comercializadores al menudeo y mayoreo (Porter como se citó en Hill C y Garetn Jones, 2014).

Un grupo de compradores es sensible a los precios si:

- El producto que compra de la industria representa un porcentaje importante de su estructura de costes o su presupuesto para abastecimiento.
- El grupo de compradores obtiene escasos beneficios, carece de liquidez o está bajo presión para recortar sus costes de compra.
- La calidad de los productos o servicios de los compradores se ve poco afectada por el producto de la industria.
- El producto de la industria surte poco efecto en el resto de costes del comprador, los compradores se centran en el precio (Porter, 2008, p.46).

2.2.3.3 Amenaza de productos sustitutos del café

La amenaza de productos o servicios sustitutos, estos tienden a ser un problema para las asociaciones, puesto que los clientes tienden a inclinarse a esta clase de productos por

precios, que es lo más común. Los productos sustitutos son entonces aquellos productos elaborados por negocios, asociaciones o industrias diferentes que satisfacen necesidades semejantes en los clientes (Porter como se citó en Hill y Garetn, 2014). Porter mencionó que la amenaza de un sustitutivo es elevada si:

- Hay disponibilidad y acceso a un sustituto.
- Precio relativo entre el producto ofrecido y el sustituto.
- Rendimiento y calidad comparada entre el producto ofrecido y su sustituto.
- Costos de cambio para el cliente.

2.2.3.4. Amenaza de entrada de nuevos caficultores

Cuando una empresa o asociación busca entrar al mercado, se enfrenta a una serie de retos que le ayudaran a fortalecerse y quedarse a competir, buscando mejorar sus productos o servicios. La amenaza de entrada de nuevos competidores se da cuando los nuevos entrantes ingresan a un sector con nuevas capacidades, y con la aspiración de participar en el mercado, presionando con precios, costos y tasas de inversión que son necesarias para competir (Porter, 2008).

Es decir que la entrada de los nuevos competidores no es mala, puesto que es una forma de poner en marcha nuevas estrategias que permitan dinamizar la competencia y la economía de las asociaciones, así también de su producto el café, por lo tanto es la oportunidad que tienen para innovar y seguir un paso adelante en capacidades de operación y procesos de compra, venta y promoción. Aunque cabe mencionar que existen distintas barreras de acceso para los aspirantes al nuevo mercado del café como son:

a) Economías de escala

De acuerdo a lo antes expuesto, las economías de escala nacen cuando las asociaciones distribuyen sus costos fijos a más unidades, esto derivado de la eficiencia de la tecnología que permite la producción a mayor escala. Así mismo señala acerca del costo de cambio que se considera un valor a cancelar por parte del cliente cuando se cambia de proveedor (Porter, 2008, pp. 39-40).

b) Diferenciación del producto

Atributos del bien que lo hacen percibir como único. Grado en que los consumidores distinguen un producto de otro, puede tratarse de atributos propios del diseño, la presentación, servicios al cliente, etc (Porter citado por Baena, Sánchez y Suarez, 2003).

c) Requisitos de capital

Porter además habla, sobre los requisitos de capital donde menciona que "la necesidad de invertir grandes sumas de recursos financieros para poder competir puede impedir la entrada de nuevos competidores" (p.40). Esta ventaja se da principalmente porque cuentan maquinaria y equipos eficientes, permitiéndoles reducir el desperdicio de las materias primas y así mismo la optimización del tiempo.

d) Costos de cambio

Por otro lado, los costos de cambio son importantes en la medida que la empresa tiene la oportunidad de mejorar la producción, y la calidad del producto, no solo a través del cambio de proveedores, sino también en equipos, personal e incluso la parte cognitiva, que permite crear nuevas habilidades dentro de la empresa.

e) Acceso a canales de distribución

Para Porter el acceso a los canales de distribución es aceptar comerciar un producto nuevo por medio de los diferentes canales existentes y que están a disposición de los productores o vendedores los cuales cuentan con restricciones que pueden disminuir la capacidad de competencia de los nuevos entrantes al mercado (citado por Baena, Sánchez y Suarez, 2003, pág. 63)

f) Política gubernamental

Las políticas gubernamentales para Porter pueden abarcar subvenciones a ciertos grupos, creación de monopolios estatales, además también de la existencia de restricciones que impone el gobierno en sus leyes y otras normas (licencias, requisitos de capital, controles del medio ambiente y salud, etc.) para el ingreso de nuevas empresas al mercado (Porter citado por Baena, Sánchez y Suarez, 2003, pág. 63).

g) **Rivalidad entre caficultores**

Una vez que las asociaciones, logran ingresar al medio de su preferencia la lucha se vuelve constante, y es aquí que todo se centra la quinta fuerza denominada rivalidad entre competidores o en el caso de la investigación de cafeteros, Porter (2014), mencionó que la rivalidad entre competidores es la fuerza o intensidad ejercida entre las empresas o en este caso asociaciones buscando ganar participación dentro de los mercados de las otras, es así que la intensidad de la rivalidad es mayor si:

La intensidad de la rivalidad es mayor si:

- Los competidores son numerosos o muy parecidos en tamaño e influencia.
- El crecimiento de la industria es lento.
- Las barreras de salida son elevadas.
- Los rivales están altamente comprometidos con el negocio y aspiran el liderazgo.
- Las empresas no pueden interpretar adecuadamente las señales de los demás por falta de familiaridad con los contrincantes (Porter, 2008).

Una vez conocidas teóricamente la competitividad y cada una de las cinco fuerzas, es necesario recolectar información que permita conocer el ambiente interno y externo de las asociaciones cafeteras de Carchi y Nariño, para lo cual la entrevista estructurada es una técnica que consentirá abarcar de manera efectiva cada una de las fuerzas del modelo, permitiendo así sintetizar la información a través del uso de la triangulación de datos, logrando acceder de manera adecuada a la información, a partir de los patrones repetitivos en cada respuesta y teniendo en cuenta la óptica, lenguaje y expresiones naturales de los caficultores de cada una de las asociaciones.

Esto se lo realiza por medio de la respectiva transcripción y categorización de la información, categorías que se basan a demás en las variables: Competitividad y Tipo Cambio (Ver Triangulación en Anexos 4 y Anexo 5).Así también, para la presentación de los resultados se usó diferentes esquemas de mapas mentales y organigramas, que permiten conocer de forma sencilla los datos obtenidos, además con el propósito de analizar y conocer la actractividad estructural del sector, es importante calificar por medio de las matrices de Porter, para lo cual la calificación dada en cada tabla se basa en las respuestas obtenidas de la entrevista, donde se hace el uso de tres escalas, y se procede a ponderar.

Siendo las escalas las siguientes nada atractivo con un valor de 1, neutro 3 y muy atractivo un valor de 5, utilizando una regla de tres tomando como valor equivalente de 100% la suma del total de las respuestas ya ponderada, y que será ubicada en el siguiente rango: 34-50 alta / 17 -33 media / 0-16 baja.

2.2.4. Aproximación técnica y empírica del tipo cambio

A nivel mundial, los países con fines de abrirse paso a los mercados internacionales, buscan realizar transacciones que vayan en beneficio de los dos países, la diferencia del cambio de

moneda se ha vuelto un problema para varias economías. Es así que para poder negociar la moneda cobra importancia en la medida que la diversidad de monedas que se manejan a nivel global es mucha, por lo cual países cuyas monedas no son conocidas en el medio no permiten hacerlo de manera oportuna.

El hecho es que su valor no es fuerte en el mercado y se ha regido en el uso de ciertos tipos de monedas como es el caso del dólar, el euro, las libras esterlinas, el franco suizo etc. Estas monedas que son catalogadas como fuertes y a las que los países tienen que acogerse para poder realizar las exportaciones o la prestación de créditos, para ejecutar los cobros y pagos de dichos bienes.

Según Krugman (2006), el tipo de cambio es "precio de la moneda nacional en términos de la moneda extranjera" (p.328). Dicho lo anterior, el tipo de cambio, se refiere entonces, a la compra y venta de una moneda por otra, a fin de realizar transacciones comerciales dentro del país al que nos dirigimos como destino.

Muchas veces, estos cambios benefician en gran manera más a un país que a otros. Como es el caso de Ecuador, al tener una moneda de mayor poder adquisitivo en el mercado, su valor es más caro, por lo cual países como Colombia y Perú, tienen que pagar mayor cantidad de sus monedas, por una unidad de dólar, dependiendo claro del tipo de cambio en el que se encuentre, favoreciendo esto en gran medida a las importaciones, y debilitando a las exportaciones ecuatorianas.

2.2.5. Tipologías de Cambio

2.2.5.1. Tipo de cambio nominal

Según Krugman (2006) el tipo de cambio nominal "Es el precio relativo de dos monedas" (p.419). De acuerdo a lo citado por el autor, tipo de cambio nominal se refiere a la cantidad de moneda nacional que se entrega para poder adquirir una unidad de una moneda extrajera, pero se dice nominal puesto que solo se considera el valor numérico de la divisa, sin tener en cuenta si la moneda adquirida tiene poder o capacidad de compra en el mercado como es el caso del peso colombiano, que es una de las divisas no fuertes para realizar intercambios en los mercados internacionales.

2.2.5.2. Cambio real bilateral

Otro punto es el tipo de cambio real bilateral, que se refiere al cálculo que se realiza cuando se hace uso de datos de dos países, es decir dos monedas. Según Neumeyer (2011) mencionó que el tipo de cambio real bilateral se entiende como "la razón entre el producto del tipo de

cambio nominal bilateral y un índice de precios que refleja el poder adquisitivo de la moneda extranjera y un índice de precios que refleja el poder adquisitivo de la moneda doméstica" (parr.3). Es decir que el tipo de cambio real bilateral abarca no solamente un valor de moneda en el mercado.

2.2.5.3. Régimen cambiario, sistema cambiario o política cambiaria

Por otro lado, es necesario mencionar que el sistema monetario es importante en la medida que permite al país mejorar su economía, gracias a las gestiones que ponen en marcha, y que permiten al país tomar decisiones importantes en relación a la compra- venta en el exterior, a pesar de no contar con una moneda propia, en el Ecuador la institución encargada del manejo de la política cambiaria o los movimientos financieros, están a cargo del Banco Central del Ecuador y el Ministerio de Finanzas.

El conjunto de normas, adoptadas por la autoridad monetaria de un país, que guía la política rectora del tipo de cambio. Los sistemas de tipo de cambio se diferencian entre tipo de cambio flotante y tipo de cambio fijo. En el caso extremo de tipo de cambio perfectamente flexible, hay dos clases básicas de regímenes cambiarios:

a) Fijo

Existe un tipo de cambio fijo cuando el Banco Central garantiza el precio de la moneda nacional en términos de moneda extranjera. Lo hace al comprar y vender unidades de moneda nacional al precio convenido en términos de la moneda extranjera, y cuando utiliza sus reservas de divisas para cubrir los desequilibrios entre la oferta y la demanda de éstas (Larraín y Sachs, p.155).

b) Flotante

Según, Buján (2016), el tipo de cambio flotante se "Determina de acuerdo a la oferta y la demanda en los mercados de divisas. Este sistema exime a la autoridad de mantener reservas internacionales, debido a que ello lo hacen agentes privados" (párr,2).

Cabe mencionar también que, el comercio internacional hace referencia al movimiento que tienen los productos o servicios de un país a otro, es decir la compra-venta de estos fuera de las fronteras. El impacto que tiene el comercio internacional debido al tipo de cambio es:

Primero cuando la moneda pierde valor en el mercado o se devalúa por parte del gobierno central como medida de competitividad o se deprecia hecho que se lleva a cabo dentro del mercado de divisas.

Por otro lado, en relación a las exportaciones, estas tienden a subir, ya que el poder adquisitivo se encuentra en otro país como el caso de Ecuador cuando el valor de la moneda circulante aumenta, el cual puede comprar diferentes productos en el país que devaluó su moneda, pudiendo obtener mayores cantidades de bienes y servicios que son más baratos que los nacionales.

Como segundo punto, cuando dentro de un país la moneda se aprecia o revalúa, es decir el costo de una moneda se eleva, en relación a la de los países vecinos, en este caso Ecuador, al apreciarse el dólar, los impactos que tuvieron en las importaciones, es que éstas aumentaron, porque para el país es más barato el comprar bienes y servicios de otros países, es decir que el poder adquisitivo de esta economía es superior.

En el caso de las exportaciones, el aumento del precio del dólar significó, para el sector de la producción cafetera, una menor tasa de venta de sus productos al exterior. Por lo tanto, la aproximación técnica y empírica del tipo de cambio es relevante a los objetivos planteados en la investigación, ya que para el análisis de datos se pretende utilizar modelos econométricos que se los formula con el propósito de conocer la relación o asociación existente entre variables, con el fin de determinar la dependencia de las pruebas aplicadas y a un futuro poder realizar proyecciones o pronósticos.

Una vez determinada la teoría para las variables de estudio competitividad y tipo de cambio para el tratamiento de las mismas de forma diferente, en primer lugar en la investigación se toma en cuenta el modelo econométrico de regresión lineal múltiple, utilizando pruebas globales como el coeficiente de determinación y el coeficiente de correlación, y pruebas estadísticas como T student y f de Fisher, el procesamiento se lo realizara a través de la herramienta de análisis de datos estadísticos de Excel.

Con el modelo se logrará explicar el objetivo tres de la investigación aplicado a Ecuador y Colombia, se toma en cuenta una variable dependiente o endógena y tres variables independientes o explicativas las cuales son: variable “Y” exportaciones; variable “X1” sacos de café de 60kg; variable “X2” tipo de cambio peso colombiano con respecto al dólar y variable “X3” precio promedio del café según bolsa de valores NY.

III METODOLOGÍA

3.1. ENFOQUE METODOLÓGICO

3.1.1. Enfoque

Para la realización de la investigación se consideró el uso del enfoque mixto, puesto que el estudio hace uso de datos cuantitativos al realizar la recolección de datos estadísticos y numéricos con el propósito de conocer el comportamiento del fenómeno estudiado, y cualitativo con la recolección de la información por medio de entrevistas de análisis, estudiando la competitividad del café ecuatoriano y colombiano, y el tipo de cambio peso/dólar. También fue necesario conocer el comportamiento de estas dos variables por medio de la recolección de datos históricos y actuales.

a) Enfoque cuantitativo

Este tipo de enfoque, se utilizó dentro de la investigación en la presentación de datos estadísticos en los modelos econométricos de Ecuador y Colombia, donde se destacan la media y varianza, prueba t-student y f de Fisher determinados por medio de las series de datos investigados, y así también en la recolección de datos históricos sobre la producción y exportaciones de café de Ecuador y Colombia.

De igual manera, se tomaron en cuenta los datos a nivel local de cada una de las asociaciones cafeteras de Carchi y Nariño con respecto a datos de producción de café como por ejemplo datos de inversión necesarios para el cultivo de café, que aportaron para la elaboración del informe de la investigación.

b) Enfoque cualitativo

Este enfoque se utilizó dentro de la investigación a través del estudio de caso: Productores de café Carchi y Nariño obteniendo información a partir de las perspectivas de los cafeteros en relación al mercado en el que trabajan, es decir en cuestiones de su producción, transformación y comercialización del café.

Es así que los resultados a obtenerse están basados en patrones repetitivos de respuesta que permiten sinterizar de manera adecuada la información haciendo uso de la herramienta de triangulación de respuesta, para la cual previamente se realiza la transcripción de las entrevistas realizadas a los diferentes representantes de las asociaciones.

3.1.2. Tipo de investigación

Para el presente estudio los tipos de investigación utilizados fueron documental, descriptiva y de campo.

La investigación documental se utilizó en la revisión del libro de Michael Porter "Ser Competitivo" y el libro de Krugman "Economía Internacional Teoría y Política", en donde se pudo conocer diferentes definiciones en relación a las variables de estudio competitividad y tipo de cambio.

La investigación descriptiva hace referencia a los datos que se detallan dentro del planteamiento del problema, donde se menciona las variables objeto de estudio como son: competitividad y tipo de cambio; así mismo, dentro del marco teórico, donde se encuentra la lista de tipos de competitividad, y otros datos en relación al problema de investigación como el modelo de las cinco fuerzas de Porter que permite tratar a la primera variable.

La investigación de campo, la cual se hizo uso cuando se realizó las visitas a los productores de café de la Provincia de Carchi y el Departamento de Nariño, con el fin de obtener datos directos de parte de los socios de las asociaciones de ambas zonas, para determinar cuál es la situación que están atravesando en la actualidad tanto Carchi como Nariño.

3.2. HIPÓTESIS

El tipo de cambio afecta a la competitividad del sector cafetero en Ecuador y Colombia; y por ende a la producción y exportación de este producto en ambos países.

3.3. DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Las variables que se utilizaron son: la variable dependiente "competitividad" que se definió como la capacidad para sostener e incrementar la participación en los mercados internacionales (Porter, 2008). Para poder medir esta variable se hizo uso de la teoría de Michael Porter de las cinco fuerzas para la competitividad.

Mientras que la variable independiente "tipo de cambio" se definió como el precio de la moneda nacional en términos de la moneda extranjera (Krugman, 2006). Esta variable se midió a través del uso de los modelos econométricos elaborados uno para Ecuador y otro para Colombia, utilizando la variable dependiente: exportaciones y las variables independientes: sacos de café, tipo de cambio y precio internacional del café donde se realizó la aplicación de las pruebas globales e individuales como son: coeficiente de determinación y correlación, prueba t-student y prueba f – Fisher.

3.3.1. Operacionalización de variables

Tabla 1. Operacionalización de variables

Variables	Dimensiones	Indicadores	Técnica	Instrumento
V.D Competitividad del café ecuatoriano – colombiano	Tipos de competitividad	• Nacional • Internacional	Entrevista	Formulario 001
	Fuerzas de Porter	• Poder de negociación de los compradores. • Poder de negociación de con los proveedores. • Amenaza de entada de nuevos competidores • Amenaza de entrada de productos o servicios sustitutos. • Rivalidad entre competidores.		
	Factores que determinan la competitividad	• Dotación del país • Demanda interna • Estructura productiva • Predisposición social a la Innovación		
	Producción y exportación del café de Ecuador y Colombia	• Producción Ecuador • Exportación Ecuador • Producción Colombia • Exportación Colombia	Modelo econométrico	
V.I Tipo de cambio	Clases de cambio	• Nominal • Real	Modelo econométrico	

Elaborado por: Lendy Fuel- Verónica Recalde
Fuente: Guía metodológica Plan de Investigación UPEC.

3.4. MÉTODOS UTILIZADOS

En primera instancia, se destaca el estudio cuasi-experimental el cual es conocido como un estudio empírico, donde se trabajó con las variables tipo de cambio y competitividad , donde no se tuvo el control absoluto de las situaciones con las que se trabajó, como son las que derivan de la variable dependiente el tipo de cambio peso/dólar y la dependiente la competitividad del sector cafetero de los países Ecuador y Colombia, variables que fueron sometidas al análisis estadístico correspondiente. Siendo los métodos utilizados en el proceso de la investigación el método inductivo y el método deductivo los cuales se detallan a continuación.

El método inductivo se utilizó en la recolección de datos a través de la entrevista aplicada a los representantes de las asociaciones de cafeteras de Carchi y Nariño que permitió ampliar la información obtenida.

El método deductivo se tomó en cuenta en el procesamiento de los datos para cual, se utilizó las cinco fuerzas de Michael Porter en relación a la variable competitividad, además de que se hizo uso las pruebas estadísticas, determinadas como paramétricas, puesto que son para datos numéricos. Las pruebas utilizadas a través de la presentación de los modelos econométricos fueron: T-student y F de Fisher.

3.5. POBLACIÓN Y MUESTRA

En la investigación se tomó en cuenta a los productores de café de las asociaciones cafetaleras de la provincia del Carchi y el departamento de Nariño.

3.5.1. Población Carchi

En Carchi el cultivo de café se realiza en las parroquias de: Maldonado, Chical, Goaltal, Mira, Jijón y Camaño, las cuales registran aproximadamente 180 hectáreas dedicadas al cultivo del café, en la provincia existen seis asociaciones registradas legalmente (Ver anexo 3.1).

3.5.2. Población Nariño

Del mismo modo, el departamento de Nariño cuenta con 42 asociaciones cafetaleras en las distintas regiones como norte, centro, occidente y la cordillera registrando aproximadamente 39 mil hectáreas dedicadas al cultivo de café (Ver anexo 2).

3.6. IDENTIFICACIÓN DE LA MUESTRA

La muestra seleccionada se basó en la población antes mencionada, el muestreo utilizado fue el no probabilístico, de tipo intencional o por conveniencia, siendo la muestra un total de 12 asociaciones, de las cuales seis son de Carchi que fueron tomadas en su totalidad porque el sector cafetero de la provincia del Carchi es pequeño, cabe mencionar que los datos de ubicación de cada asociación fueron obtenidos del Ministerio de Agricultura de Carchi, por otro lado se tomó en cuenta a seis asociaciones de Nariño las cuales pertenecen a las zonas de norte, sur y cordillera del departamento, misma que fue tomada por facilidad de accesibilidad a los representantes de las asociaciones y por seguridad del investigador con apoyo de la Federación Nacional de Cafeteros y la Universidad de Nariño.

3.6.1. Muestra Carchi

De acuerdo a lo anterior el Ministerio de Agricultura del Carchi, aporto de manera significativa para realizar el levantamiento de la información en las parroquias de: Goltal, Chical, Maldonado, Mira, Jijón y Camaño, mediante el uso de la entrevista estructurada dando un total de seis asociaciones entrevistadas (Ver Anexo 3.1)

3.6.2. Muestra Nariño

El muestreo realizado es no probabilístico, técnica por conveniencia, por motivos de seguridad para los investigadores se pidió ayuda de la Federación Nacional de Cafetaleros y la Universidad de Nariño, para poder realizar la entrevista estructurada mediante un evento, en el cual estuvieron reunidas seis asociaciones de los municipios de la Unión, la Florida, Leiva y Policarpa que se encuentran ubicados en las siguientes regiones: norte, centro y cordillera (Ver Anexo 3.2).

3.7. INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

Para la investigación se realizó una entrevista estructurada la cual está dividida en dos partes y en dos bloques:

Parte A: Datos informativos

Parte B: Estructura Interna

Bloque A: Competitividad

- A.1: Poder de negociación con los compradores
- A.2: Poder de negociación con los proveedores
- A.3: Amenaza de entrada de nuevos participantes
- A.4: Amenaza de productos sustitutos
- A.5: Rivalidad entre competidores

Bloque B: Tipo de Cambio

- B.1: Tipo de cambio

Donde está representado en el siguiente formulario (Ver Anexo 1)

3.7.1. Instrumento Carchi

La entrevista se llevó acabo en las instalaciones de la casa comunal de la parroquia Juan Montalvo, donde se encontraron alrededor de 20 caficultores de las asociaciones cafetaleras pertenecientes a la provincia del Carchi, la reunión se llevó a cabo con el propósito de crear

la marca Carchi, con la ayuda del Ministerio de Agricultura del Carchi se pudo realizar la aplicación de la entrevista a cada uno de los representantes de las asociaciones registradas legalmente. (Ver Anexo 2.1.)

3.7.2. Instrumento Nariño

La entrevista se llevó acabo en las instalaciones de la finca "EL PARÁ" propiedad del Dr. Carlos Erazo ubicada en el municipio de la Unión, donde se encontraron alrededor de 50 caficultores de diferentes municipios, con el propósito de capacitarse en cuestión de fertilizantes Nutribon, aprovechando esta oportunidad se procedió a aplicar la entrevista a los representantes de las asociaciones de: Campo Bello, Asociación Nuevos Horizontes, Asociación de Productores Agropecuarios de Café Especial ASOCAFEL, Asociación de Mujeres Campesinas y Asociación Nacional de cafetaleros de la Florida (Ver Anexo 2.2).

3.8. ANÁLISIS ESTADÍSTICO

Para la investigación, se obtuvieron datos a nivel tanto de la provincia del Carchi y el departamento de Nariño. La investigación tomó el tiempo correspondiente a un período de 18 meses aproximadamente, la recolección de datos se realizó por medio de la búsqueda en fuentes primarias, secundarias y con colaboración del MAGAP de Carchi y la Federación de Cafeteros de Nariño.

Además, se hace uso de una entrevista estructurada de análisis basados en el modelo de las cinco fuerzas de Michael Porter con el fin de conocer el nivel competitivo de las asociaciones de Carchi y Nariño.

Así también, se hizo uso de modelos econométricos de Ecuador y Colombia, los cuales se sometieron a diversas pruebas estadísticas, con el propósito de conocer la asociación existente entre las variables tomadas en cuenta como variable dependiente: exportaciones y variables independientes: sacos de café 60 kg, tipo de cambio, precio internacional del café.

3.8.1. Modelo Ecuador

En el modelo de Ecuador se procedió a realizar el análisis de datos con un coeficiente de correlación de 0.95, el cual permite conocer el nivel de relación entre las variables. Así mismo un coeficiente de determinación de 0.91 lo que permite conocer la variabilidad de las variables, después se procedió a someter a las variables a las siguientes pruebas T student y F de Fisher obteniendo las siguientes hipótesis:

Hipótesis 1: Exportaciones – Sacos de café

- **HO: β*2=0 /** La variable sacos de café, no afecta a la competitividad del sector cafetero en Ecuador y por ende a la producción y exportación de este producto.
- **H1: β*2 ≠ 0 /** La variable sacos de café, si afecta a la competitividad del sector cafetero en Ecuador y por ende a la producción y exportación de este producto.

Hipótesis 2: Exportaciones – tipo de cambio

- **HO: β*3=0 /** La variable tipo de cambio no afecta a la competitividad del sector cafetero en Ecuador y por ende a la producción y exportación de este producto.
- **H1: β*3≠ 0 /** La variable tipo de cambio si afecta a la competitividad del sector cafetero en Ecuador y por ende a la producción y exportación de este producto.

Hipótesis 3: Exportaciones – precio internacional de café

- **HO: β*4=0 /** La variable precio internacional de café no afecta a la competitividad del sector cafetero en Ecuador y por ende a la producción y exportación de este producto.
- **H1: β*4≠ 0 /** La variable precio internacional de café si afecta a la competitividad del sector cafetero en Ecuador y por ende a la producción y exportación de este producto.

La segunda prueba global aplicada fue la F de Fisher, con el propósito de conocer el comportamiento futuro de las variables, donde se obtuvo un f-calculado con el valor de 58.41 y el valor de f-critico de 3.23.

3.8.2. Modelo Colombia

Para la elaboración del modelo econométrico de Colombia se procedió a realizar el análisis de las series de datos con la ayuda de la herramienta ya mencionada obteniendo como resultado un coeficiente de correlación de 0.88, el cual permite conocer el nivel de asociatividad de las variables. También se obtuvo un coeficiente de determinación de 0.77 lo que indica que la variabilidad de las variables independientes tiene una relación con la variable dependiente, después se procedió a someter a las variables las siguientes pruebas T student y F de Fisher obteniendo las siguientes hipótesis:

Hipótesis 1: Exportaciones – Sacos de café

- **HO: β*2=0 /** La variable sacos de café, no afecta a la competitividad del sector cafetero en Colombia y por ende a la producción y exportación de este producto.
- **H1: β*2 ≠ 0 /** La variable sacos de café, si afecta a la competitividad del sector cafetero en Colombia y por ende a la producción y exportación de este producto.

Hipótesis 2: Exportaciones – Tipo de Cambio

- **HO: β*3=0 /** La variable tipo de cambio no afecta a la competitividad del sector cafetero en Colombia y por ende a la producción y exportación de este producto.
- **H1: β*3≠ 0 /** La variable tipo de cambio si afecta a la competitividad del sector cafetero en Colombia y por ende a la producción y exportación de este producto.

Hipótesis 3: Exportaciones – Precio Internacional

- **HO: β*4=0 /** La variable precio internacional de café no afecta a la competitividad del sector cafetero en Colombia y por ende a la producción y exportación de este producto.
- **H1: β*4≠ 0 /** La variable precio internacional de café si afecta a la competitividad del sector cafetero en Colombia y por ende a la producción y exportación de este producto.

La segunda prueba global aplicada fue F de Fisher, para conocer el comportamiento futuro de las variables, donde se obtuvo el f-calculado de 17.94 y el valor de f-critico 3.23.

IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Después de realizar la recolección de los datos pertinentes obtenidos por medio de entrevista, y con el fin de dar respuesta a las preguntas de investigación, se presenta el análisis respectivo del sector cafetero a partir del estudio de caso productores de café Carchi-Nariño, y también se da a conocer cuál ha sido el comportamiento del tipo de cambio en la competitividad del mercado del café entre Ecuador y Colombia, teniendo en cuenta que cada variable fue trabajada de forma separada, así mismo de las exportaciones de los dos países, los datos se contrastan a continuación con la teoría investigada.

4.1. ANÁLISIS SITUACIONAL DEL SECTOR CAFETERO CARCHI Y NARIÑO

4.1.1. El mercado del café en Ecuador y Colombia

Con respecto al café como producto de consumo, es uno de los más apetecidos a nivel mundial por su aroma y sabor, para los países que lo cultivan es una actividad económica que permite el desarrollo de las diferentes familias, puesto que ayuda a dinamizar el comercio interno y las exportaciones que contribuyen al producto interno bruto del país.

Cabe señalar que la palabra café viene del vocablo latino "Coffea" o también un término árabe lo define como *qahwah*, palabra que sirve para designar a aquellas bebidas de plantas como el vino. En el siglo XVII, cuando el café llegó a Europa, se le llamó inicialmente "vino árabe" El árbol de café tiene su origen en Abisinia, en la actual República Democrática Federal de Etiopía, en el nororiente de África (Mariel & Niní, 2010, p. 8).

Actualmente, las especies de café que sobresalen a nivel mundial son: el arábigo y el robusta, se cultivan en las zonas cálidas de los países de todo el mundo en el periodo junio a octubre, pero en especial en Centro América y América Latina. Vale decir, que la variante robusta es la variedad más vieja y la más dispersa en el mundo, según la Federación Española de Café (citado por Torres y Massa, 2015), es originaria de Etiopia y representa el 70% del café comercializado en el mundo se cultiva en pendientes, entre 1.600 y 2.800 msnm, durante todo el año.

El café arábigo es una variedad pequeña que requiere 1.900 mm de lluvia por año, preferiblemente en temporada seca y con temperatura entre 18 y 22° C, sin grandes fluctuaciones, y se cultiva en el periodo septiembre-diciembre (p. 21). Cabe destacar que, la variante robusta se cultiva principalmente en África.

Habría que decir también que, el café fue introducido al Ecuador durante el siglo XIX y se convirtió uno de los mayores productos de exportación hasta la crisis del café a finales del año 1970, cuando la producción comenzó a bajar debido a la baja rentabilidad del cultivo. A pesar de esto, el cultivo de café dentro del Ecuador se sigue realizando, y ha ganado mercado en las economías internacionales donde es muy apetecido por su sabor y calidad.

Ecuador es un país, que cuenta con una amplia extensión de terreno a nivel nacional donde se cultivan las clases de café antes mencionadas, en total según la Encuesta de Superficie y Producción Agropecuaria (ESPAC) citado por Monteros (2017), el café es un cultivo que extiende a 19 de las 24 provincias del Ecuador (p.3), y que salen al exterior en sus diversas formas en grano seco o verde, industrializado etc.

Conociendo que Ecuador es uno de los productores de café, y no es el único que lo hace a nivel de América Latina, de aquí que nace la necesidad de conocer como competir dentro de este mercado para llegar a posicionarse de manera oportuna. A continuación, se presenta la tabla 2 que muestra a nivel mundial, los principales exportadores de café, de los diferentes continentes.

Tabla 2 Principales exportadores de café a nivel mundial

África	**Asia y Oceanía**	**México y América Central**	**América del Sur**
Burundi	India	Costa Rica	Bolivia
Cameron	Indonesia	Cuba	Brasil
Congo	Lao	República Dominicana	Colombia
Côte d'Ivoire	Papua New Guinea	El Salvador	Ecuador
Etiopia	Pilipinas	Guatemala	Perú
Guinea	Tailandia	Haití	Venezuela
Kenia	Vietnam	Honduras	
Madagascar	Yemen	México	
		Nicaragua	
Rwanda			
Tanzania		Panamá	
Togo			
Uganda			

Fuente: Internacional Coffee Organization [ICO] ,2017

Según Internacional Coffee Organization (2017), el café a escala mundial representa uno de los productos de consumo más apetecido por su aroma, sabor y tipo de variante, este

producto se cultiva en las zonas cálidas a nivel mundial, donde según los continentes detallados en la tabla 4 se puede observar que un mayor número se cultiva esta variante en países de África y América Central.

De lo anterior, cabe mencionar que los más productores a nivel mundial, en América del Sur Colombia y Brasil son los países con mayor volumen de exportaciones y producción. Ecuador también consta en la tabla, siendo uno de los países exportadores de Latinoamérica, donde los destinos de las exportaciones de café en los últimos cinco años han sido: Colombia, Alemania, Polonia y Rusia, entre las principales variedades producidas en Ecuador están: Arábigo Lavado, Arábigo Natural, Robusta, Industrializado o Soluble.

4.1.2. Importancia del café como producto de exportación en Ecuador

En lo que respecta a la importancia del café, se puede argumentar que es crucial para la economía y la política de muchos países en desarrollo. Para países con bajo impulso del mundo, las exportaciones de café representan una parte importante de sus ingresos en divisas, en algunos casos más del 80%. El café es un producto básico, que se comercia en los principales mercados de materias primas y de futuros, en especial en Londres y en Nueva York (Internacional Coffee Organización, 2015).

Es decir, que este producto es importante para los países que lo cultivan como el caso Ecuador donde la producción y comercialización no se hace en grandes cantidades, pero es parte de la productividad del país, permitiendo solventar los gastos de su población como: educación, salud, alimentación y vivienda para las clases medias y pobres, entre otras necesidades.

En la misma forma, la importancia del sector cafetalero en el Ecuador se manifiesta en el ámbito económico, siendo una fuente de ingresos y aporte de divisas al Estado, así también en el ámbito social, dado que genera empleo directo para 67.500 familias de productores y constituye una fuente de trabajo para varios miles de familias adicionales vinculadas a las actividades de comercio, agroindustria artesanal, industria de soluble, transporte y exportación.

Seguidamente, en el ámbito ecológico por la adaptabilidad a distintos agro ecosistemas, preservación de flora y fauna (Ministerio de Agricultura Ganadería y Pesca, 2016). De la producción de café ecuatoriano, el 90% se lo destina a exportaciones, pero no abastece la demanda total de café que necesita ser exportado al mundo. Según la Organización

Internacional de Café, la producción de café en el Ecuador ha tenido una tendencia a la baja desde el año 1990.

Según Informe de Coyuntura del Sector agropecuario emitido por el Banco Central del Ecuador (2016), la producción del café presenta una recuperación, por el ingreso de plantaciones nuevas que se sembraron en años anteriores, a través del "Plan de rehabilitación de café arábigo", con semillas que se importaron desde Brasil y que son más resistentes al ataque de plagas, especialmente en zonas cafetaleras de las provincias de Manabí, Loja y El Oro.

Además, los agricultores han contado con la supervisión de técnicos del Ministerio de Agricultura Ganadería y Pesca dentro del "Proyecto café, cacao, maíz, arroz (CCMA)", lo cual ha favoreciendo para que el cultivo de café empiece a recuperarse en forma paulatina. Por otro lado, Brasil, Vietnam y Colombia, son los principales productores de café en el mundo y exportadores. En lo que respecta a los países importadores, Estados Unidos es el mayor consumidor de café en el mundo y uno de los principales destinos del café ecuatoriano.

A nivel internacional el café ecuatoriano es reconocido por su calidad, a pesar de que no representa un alto porcentaje dentro de las exportaciones, según el Banco Central del Ecuador en el Reporte de coyuntura sector agropecuario (2015), "las exportaciones de café han ido aumentando en los últimos años y tiene potencial para seguir creciendo y llegar a ser un producto que aporte más divisas a la economía ecuatoriana" (p. 25).

4.1.3. Producción de café en la Provincia del Carchi

Carchi es una provincia ubicada al Norte del Ecuador fronteriza con Colombia, esta formada por seis cantones como son: Canton Tulcán, Cantón Montúfar, Cantón San Pedro de Huaca, Cantón Bolívar, Cantón Espejo y Cantón Mira, su población alcanza un total de 164.524 habitantes que representan el 1,1 % de la población total del Ecuador (81.155 hombres y 83.369 mujeres) 82.495 sector urbano y 82.029 sector rural (Prefectura del Carchi, 2018, párr.5).

Según Pillajo, Almeida & Ayala en la Agenda 2013-2020 Prioridades del Carchi mencionaron que el Carchi es un territorio con diversidad de pisos climaticos y un ecosistema heterogéneo donde el nucleo social convive de manera homogenea. De manera que, el contar con esta clase de terrenos y climas ha permitido a Carchi ser una provincia con alta capacidad productiva tanto en las áreas de la ganadería y la agricultura de un

sinnúmero de productos vegetales, lácteos, cárnicos, pesca entre otros, donde productos como la leche y la papa son más comercializados y producidos a nivel de la provincia.

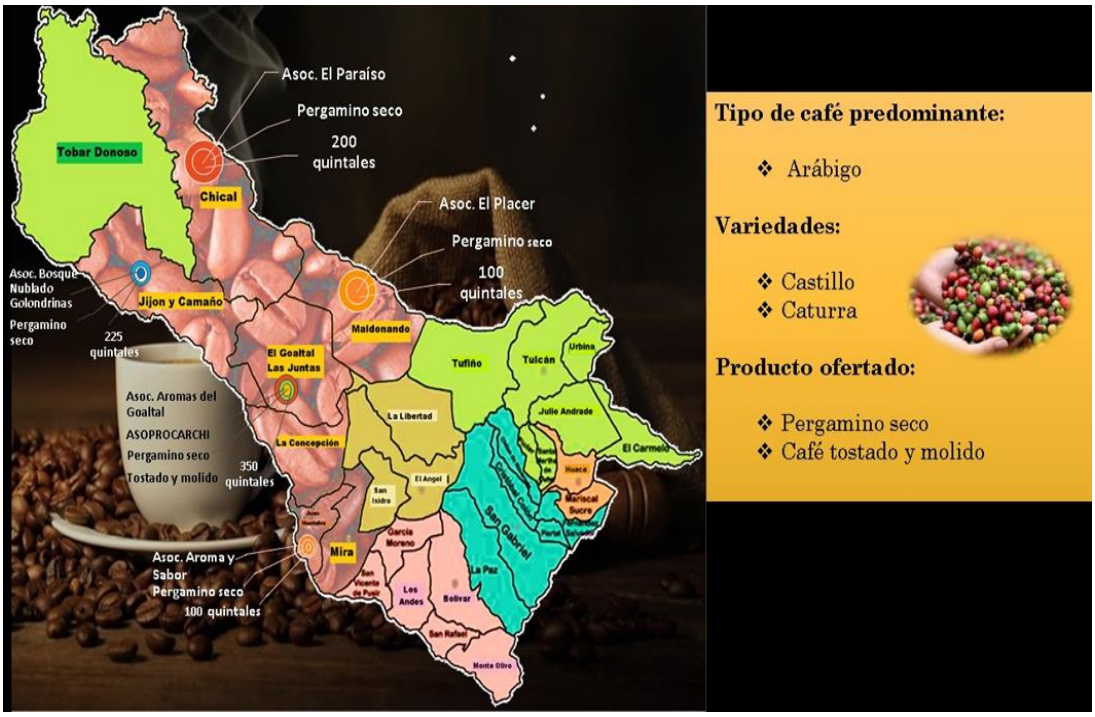

Figura 3 Mapa de zonas cafetaleras de Carchi - Ecuador
Fuente: MAGAP ,2018

Ahora bien, el café en Carchi es cultivado en varias parroquias donde se trata de mejorar la productividad como lo menciona Pillajo, Almeida & Ayala (2013) por medio de programas de fomento agropecuario en el café, trabajando en la producción, comercialización, trasformación y fortalecimiento organizacional (pp. 72-83). Es así que, trabajar en estas áreas permite que la provincia y especialmente los productores de café de la zona, busquen mejorar sus capacidades en el conocimiento del área del café, así también en cuestiones físicas referentes a la producción y transformación de este producto, para evitar que siga saliendo como materia prima para la posterior transformación en otras plantas a nivel nacional.

Según el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial emitido por la Prefectura del Carchi (2015) las zonas de mayor influencia donde se cultiva café en la provincia del Carchi es el "noroccidente que comprende las parroquias de Maldonado y Chical, y al suroccidente en las parroquias el Goaltal en la parroquia de Espejo, Jacinto Jijón y Caamaño, Juan Montalvo en el Cantón Mira y García Moreno en el cantón Bolívar" (p. 233).

Por otro lado es necesario que se ponga mayor énfasis en este sector de producción, puesto que existen muchas cosas por hacer para que el sector del café crezca y se consolide como una industria a nivel provincial y nacional, según el programa Estrategia provincial de la

Cadena Productiva del café citado por Herrera (2015) la infraestructura disponible para la cadena de café en la provincia de Carchi aún es deficiente, aunque, hay algunas potencialidades como es equipo, maquinaria y centro de acopio en el Goaltal. La vía terrestre interprovincial se encuentra en condiciones aceptables, lo cual facilita el transporte del producto. (p. 233).

Según Monteros (2017), en el Informe sobre el Rendimiento de café en grano seco del Ecuador, mencionó en relación a la productividad de café Arábigo que: "el promedio nacional de café arábigo grano seco para el año 2017 fue de 0.23 t/ha, siendo Carchi la zona productora con mayor rendimiento, superando el promedio nacional en 0.69 t/ha" (p. 3). Acorde con lo anterior, se demuestra que Carchi cuenta con la capacidad de producir un café de calidad, siendo a nivel nacional la provincia con mayor aporte de café arábigo, para la exportación del mismo, contando además con un rendimiento superior al del resto del país, por otro lado, que es necesario el trabajo en el café Robusta del cual no existe registro de aporte para el año 2017, por parte de la Provincia con fines de exportación.

4.1.4. Producción de café en el departamento de Nariño

Colombia es uno de los países productores de café de mayor nivel del mundo, cuenta con una gran variedad de tipos de café, puesto que su territorio está conformado por distintos pisos climáticos, que garantizan un alto nivel de producción y comercialización de este producto. Dicho lo anterior, en la zona de frontera con Ecuador, se encuentra el departamento de Nariño, que está conformado de 62 municipios, de los cuales 40 son cafeteros, todos ubicados en la cordillera de los Andes, lugar único de cultivo por estar a una gran altura, donde predomina el clima cálido y húmedo, según lo informa el Comité departamental de cafeteros de Nariño (2016). Es así, que el sector cafetero en este departamento, se ha consolidado en los últimos años, no solo por la calidad del producto, sino también por la amplia participación de los cafeteros, que son 33.528, en concursos de cafés especiales a nivel nacional.

Así también, las zonas cafeteras principales, son aquellas que se encuentran localizadas alrededor del volcán Galeras, zona conocida como occidente de Nariño, y al Oriente del Cañón de Patía. El café producido en estas regiones es característico por su aroma, alta acidez y sabor dulce; por otro lado, la productividad de la caficultura nariñense no está por encima de las 65 arrobas por hectárea (Café Nariño, 2010).

Es decir, que Nariño es un departamento más de las regiones cafetaleras de Colombia, que han permitido el progreso para el país y las zonas de cultivo del departamento de Nariño, por lo cual es importante conocer el área geográfica del cultivo, en la figura 4 se muestra el mapa cafetalero del Nariño de una forma consolidada, demostrando cada uno de los municipios donde se obtiene el café.

N°	Municipio	Cosecha /ha
Norte		
1	Arboleda	**Variedades:** Castillo
2	Belén	2000 KG/Ha/Año
3	Colon	**Kg café verde**: 1500
4	La Unión	KG/ Año
5	San Pedro de Cartago	**Porcentaje de catación SCA:** 85,0
6	San Lorenzo	
7	San Pablo	
Centro		
1	Buensaco	**Variedades:** Castillo
2	El Tambo	1800 KG/Ha/Año
3	La Florida	**Kg café verde:** 1350
4	San José de Albán	KG/ Año
5	Tangua	**Porcentaje de catación SCA :** 84,5
6	Yacuanquer	
Occidente		
1	Ancuya	**Variedades:** Castillo/ Caturra
2	Consacá	1200 KG/Ha/Año
3	El Peñol	**Kg café verde:** 900
4	Linares	KG/ Año
5	Samaniego	**Porcentaje de catación SCA** : 84,5
5	Sandoná	
7	Sotomayor	
Cordillera		
1	Cumbitara	**Variedades:** Castillo
2	El Rosario	900 KG/Ha/Año
3	Leiva	**Kg café verde:** 600
4	Policarpa	KG/ Año
		Porcentaje de catación SCA : 85

Figura 4 Mapa de zonas cafeteras en Nariño Colombia
Fuente: Nariño Café 2010

En la figura 4, se puede rescatar que al 2017, Nariño cuenta con una amplia área de café sembrado. El café de Nariño es 100% arábico, sembrado a altas alturas, recolectado selectivamente y procesado por la vía húmeda en las parcelas cafeteras de los productores. La ubicación de Nariño en Colombia, hace de su zona cafetera un lugar sin duda especial.

El café de Nariño, gracias al clima que se puede encontrar, hace que se produzca en alturas que alcanzan hasta los 2,300 metros sobre el nivel del mar, en zonas que presentan, en promedio, temperaturas bajas comparadas con el resto de zonas cafeteras de Colombia y de buena parte del mundo. Producir café a esta altura podría ser casi imposible, si el calor que se

acumula durante el día, en el fondo de los cañones y de los profundos valles, no ascendiera en las noches para atenuar el frio de las partes más altas de las montañas.

4.2. DIAGNÓSTICO DE LA COMPETITIVIDAD DEL CAFÉ DE CARHI Y NARIÑO

Para conocer cuál es impacto de las diversas variables presentes en el mercado del café tanto en Carchi como en Nariño se realiza el diagnóstico de la competitividad del café ecuatoriano frente al colombiano, a través de la metodología explicada por Michael Porter, haciendo uso de las diferentes fuerzas como son: poder de negociación con los compradores de café, poder de negociación con los proveedores, amenaza de entrada de nuevos caficultores, amenaza de entrada de productos sustitutos, explicadas en el capítulo dos que corresponde a la parte teórica, donde además se hace uso de las matrices evaluación de atractividad del sector.

4.2.1. Poder de negociación con los proveedores

El poder de negociación con los proveedores es otra de las cinco fuerzas de Porter que se utiliza en el campo empresarial y es de vital importancia debido a que los proveedores cuentan con cierto mando dentro de los mercados. Con lo que respecta a los proveedores de insumos en Carchi y Nariño las asociaciones cuentan con lo necesario, generalmente sus proveedores se encuentran en ciudades cercanas al sector.

En Carchi los proveedores de insumos cuentan con una fuerza media (Ver tabla 3), debido a que existen pocos lugares cercanos a los cultivos, entre los más destacados para esta región se encuentran la ciudad de Ibarra y Mira, los cuales tienen la capacidad de imponer precios, pero a un nivel moderado debido a que los cafeteros pueden buscar otros. Los resultados arrojados por la entrevista demuestran que, dos de los asociados y productores de café coinciden en que no se cuenta con proveedores directos o fijos, hay asociaciones que cuentan con 6 proveedores, otros con 4 en el caso de la exportadora. La cantidad varia en un rango de 1 entre 10, entre los cuales se destacan proveedores de insumos a las empresas como: Agripac, Ibarra, Buenos Aires, San Blass, Tulcán.

Por otro lado, en el departamento de Nariño existen demasiados vendedores por lo cual según la calificación dada a la atractividad del sector el poder que tienen los proveedores es medio (Ver tabla 3), cabe recalcar que cada asociación pertenece a diferentes municipios por lo tanto las asociaciones tienen sus propios proveedores de insumos. Por ejemplo, la asociación

que pertenece al municipio de Leiva cuenta con los siguientes proveedores: Agropecuaria Leiva, Agrícola Leiva, Elsy Bolaños, Mechi, Nutribon como también de la ciudad de Pasto, también cada asociación cuenta con proveedores grandes como la Cooperativa de Caficultores del Norte de Nariño.

De acuerdo a la teoría de Porter, en la tabla 3 se puede evidenciar que el número de proveedores de insumos como abonos, fertilizantes, etc, en los dos sectores es dinámico ya que existen diferentes proveedores que los abastecen ya sean de la zona u otros sectores, también dentro de las zonas productoras de café en Carchi y Nariño, los recursos materiales son importantes en la medida que son las herramientas que permiten llegar al cliente con un buen producto.

De acuerdo, al cambio de insumos por parte de los proveedores, las asociaciones realizan el cambio de insumos si los fertilizantes son de una alta calidad y ayudan a mejorar las plantaciones del café, sin embargo, hay que tomar en cuenta que el valor en cantidad de dólares por cada insumo, no debe ser tan elevado.

Tabla 3 Poder de negociación con los proveedores

Poder de los Proveedores		**Nada atractivo 1**		**Neutro 3**		**Muy atractivo 5**		**Tendencia Futura**	
		C	N	C	N	C	N		
Número de proveedores importantes	Escasos				x			Muchas	
Disponibilidad de sustitutos	Baja			x	x			Alta	
Costo de cambio de los productos del proveedor	Alta	x			x			Baja	
Amenaza de integración hacia delante	Alta	x					X	Baja	
Amenaza de la industria de integración hacia atrás	Baja	x	X					Alta	
Contribución de los proveedores a la calidad o servicio de los productos	Alta			x	x			Baja	
CONCLUSION		**3**	**1**	**3**	**4**	**0**	**1**	**Carchi**	**Nariño**
PONDERACION		**3**	**1**	**9**	**12**	**0**	**5**	**22.22% M**	**33.33% M**

Fuente: Porter, 2008

4.2.2. Poder de negociación con los compradores de café

La segunda de las fuerzas de Porter es el poder de negociación con los clientes o compradores, esta fuerza es importante en la medida que los compradores tiene la capacidad de decidir sobre varios elementos del producto entre ellos el precio, es por esto que las empresas o asociaciones con fines de lucro, dependen de ellos y se ven afectados por las

decisiones que estos tomen de comprar o no en la asociación, o de que el producto, el precio u otro elemento no estén acorde a las necesidades del cliente, por lo cual se ha calificado a esta fuerza como media en el caso de Carchi y alta para Nariño (Ver tabla 4), donde además parte importante es la diferenciación dentro del mercado, que se puede obtener desde diversas perspectivas, una de ellas es la capacitación.

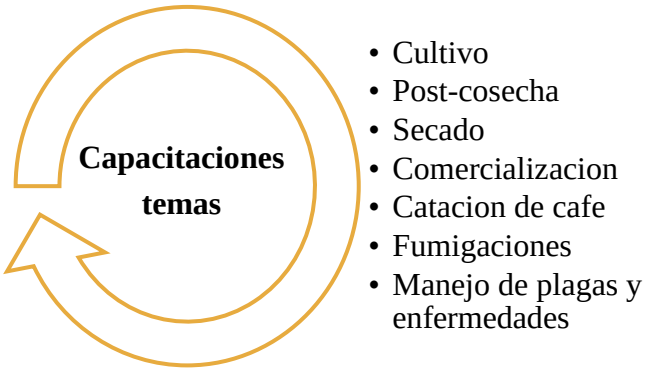

Figura 5 Capacitaciones a las asociaciones del Carchi
Fuente: Representantes de las asociaciones Carchi

En la figura 5, se muestra los temas de las capacitaciones que han recibido los productores de café de las asociaciones cafeteras del Carchi, la mayoría de los productores menciono que, si reciben capacitaciones en diversos temas, los más destacados y de común respuesta son los presentados en la figura anterior, los cuales pertenecen a diversas etapas del café como: el cultivo, el cuidado, el procesamiento y finalmente la comercialización, la mayoría de los entrevistados mencionaron que se reciben capacitaciones hasta tres veces al año o trimestralmente por parte de instituciones como: Ministerio de Agricultura, Prefectura del Carchi y la empresa Italiana COSPE.

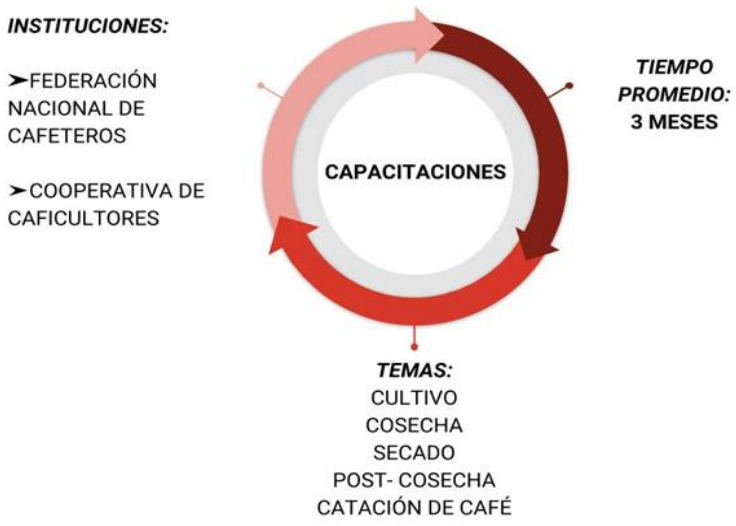

Figura 6 Capacitaciones a las asociaciones cafeteras Nariño
Fuente: Representantes de las asociaciones Nariño

Se puede observar en la figura 6, el tiempo, los temas y porque instituciones son capacitados los socios de las asociaciones pertenecientes al departamento de Nariño de los municipios de Leiva, Policarpa y La Unión, en tiempo de capacitación es de cada tres meses en temas de cultivo, cosecha secado, pos cosecha y catación de café con estas capacitaciones lo que se busca es mejorar la calidad del café y son capacitados por apoyo de la Federación Nacional de Cafeteros, Alcaldía y la Cooperativa Nacional de Caficultores, una vez conocido las áreas de capacitación de cada una de las asociaciones pasamos a conocer cuáles son los factores que según los entrevistados afectan al sector de la Provincia y el Departamento, dando como resultado los siguientes:

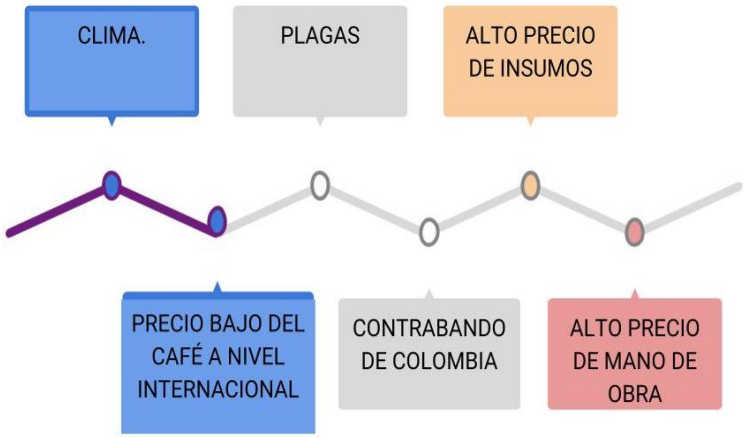

Figura 7 Factores que afectan al mercado del café en Carchi
Fuente: Representantes de las asociaciones Carchi

En la figura 7, se puede observar una lista detallada de los factores que afectan al sector cafetero de la provincia del Carchi, entre ellos y en el que coinciden todos los representantes de las asociaciones entrevistados está el clima que es un factor ante el cual los agricultores no pueden hacer mucho en sus cultivos, otro factor que también es poco manipulable y ante el cual es necesario la ayuda de las autoridades, es el contrabando que se considera como una actividad común por ser zona fronteriza, pero al sector cafetero le afecta de manera directa, puesto que muchos productos ingresan al Ecuador desde hace tiempo atrás, entre ellos el café como se evidencia según artículo de diario el Comercio (2009), se mencionó el decomiso de 94 sacos de café que estaban por ingresar al país, esta actividad ha hecho que los productores de café no sean competitivos en cuanto a precios, porque el café colombiano entra con precios más bajos Ahora en el departamentito de Nariño se evidencia que los factores que afectan al sector son:

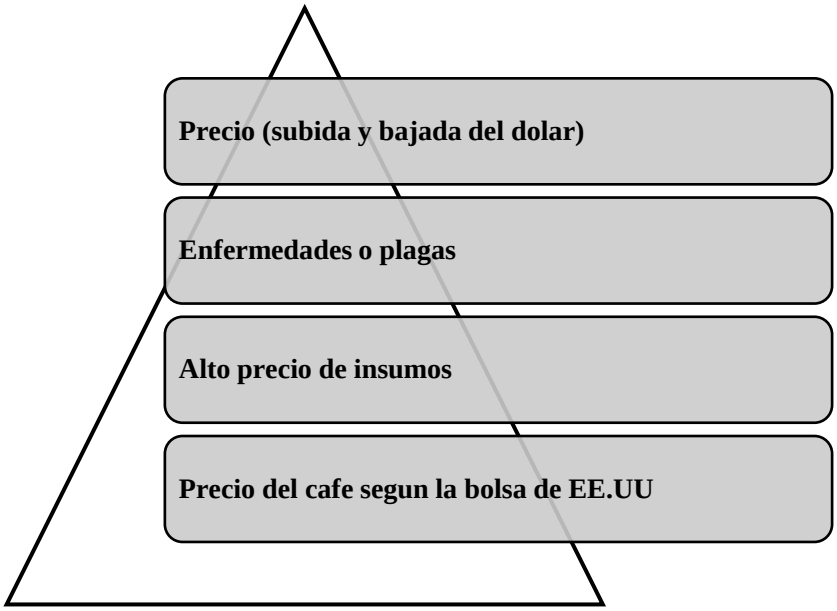

Figura 8 Factores que afectan al mercado del café de Nariño
Fuente: Representantes de las asociaciones Nariño

En la figura 8, se puede observar que los factores que más afectan al mercado cafetero de Nariño, es el precio del café debido a que lo costean de acuerdo al dólar americano que es una moneda mundial, y el país de Colombia maneja el peso colombiano lo que hace que exista una desventaja en precios por el tipo de moneda, otra factor según los entrevistados de las asociaciones es que se enfrentan a enfermedades o plagas en los cultivos y esto genera pérdidas en el sector cafetero, debido a que si existen plagas no se puede vender el café a la Federación Nacional de Cafeteros, el precio de los insumos es elevado , debido a que no toman en cuenta el cambio de moneda.

En Carchi existen compradores del café, que son empresas grandes ubicadas en las ciudades de alta economía del Ecuador como Quito, Guayaquil e Ibarra, quienes procesan el café que la provincia del Carchi vende para comercializarlo internacionalmente, es por ello que Carchi junto con ayuda de instituciones Publicas buscan en tener una marca como provincia para poder llegar a exportar y el café sea reconocido.

Las asociaciones de Nariño venden su producto a dos instituciones conformadas por cada uno de los caficultores La Federación Nacional de Cafeteros y la Cooperativa Nacional de Cafeteros del Norte de Nariño, son instituciones que se encargan de vender el café a países desarrollados que requieren de la calidad de su café, según los resultados de las entrevistas estas instituciones exportan el café a EE. UU, Suecia, España otros.

Tabla 4 Poder de negociación con los compradores

Poder de los Compradores		Nada atractivo 1		Neutro 3		Muy atractivo 5		Tendencia Futura	
		C	N	C	N	C	N		
Número de compradores importantes	Escasos					x	x	Muchos	
Costo de cambio del comprador	Baja			x	x			Alta	
Amenaza de integración hacia atrás de los compradores	Alta	x	x					Baja	
Contribución a la calidad o servicio de los productos de los compradores	Pequeña					x	x	Grande	
Rentabilidad de los compradores	Baja			x			x	Alta	
CONCLUSION		1	1	2	1	2	3	Carchi	Nariño
PONDERACION		1	1	6	3	10	15	**30.90% M**	**34.54% A**

Fuente: Porter, 2008

4.2.3. Amenaza de productos sustitutos del café

El café carchense, es un producto que se comercializa al interior de la Provincia y del país generalmente a empresas especializadas en la industrialización de café y exportación en grano del producto, lo que ha llevado a que este sector de producción se dinamice, pero la existencia de otros productos que acaparan el mercado y son también parte de las preferencias de los consumidores internos son un problema para este sector, debido a que son más baratos.

Según la calificación dada para esta fuerza se pude determinar que el nivel de atractividad para de la amenaza de productos sustitutos en Carchi es media mientras que para Nariño es alta (Ver tabla 5), es decir que son productos que pueden satisfacer una misma necesidad en los consumidores, en el caso del café carchense un reemplazante que ha venido a ser parte del mercado ecuatoriano es el café colombiano, a pesar de no ser un sustituto, ingresa como contrabando en menor cantidad hacia la Provincia en estado soluble.

Dicho lo anterior, se evidencia que este tipo de productos puede ser encontrado en las diferentes bodegas comercializadoras de productos de primera necesidad y tiendas, este problema afecta de manera directa a los caficultores carchenses puesto que el café que ellos venden es más costoso y de similar calidad o superior, sin embargo a nivel de cultivo en Carchi se puede encontrar otros productos que si bien no sustituyen al café como bebida si lo hacen en lo que respecta a producción de la zona entre los que se destacan los siguientes:

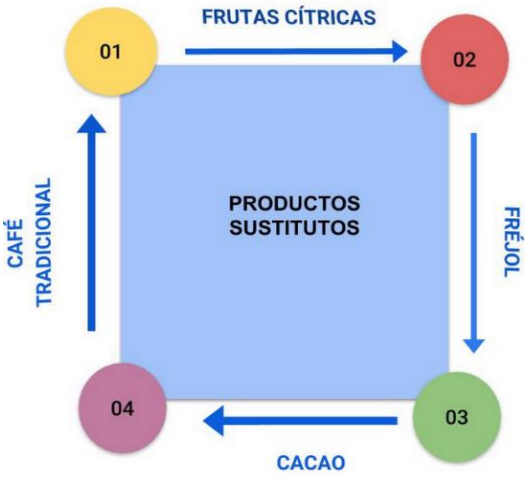

Figura 9 Productos sustitutos de café carchense
Fuente: Representantes de las asociaciones Carchi

En el caso de Carchi en la figura 9 se evidencia que el café tradicional, cacao, frejol y las frutas cítricas son la competencia directa a nivel de cultivo, puesto que como mencionaron los representantes de las asociaciones estos cultivos son más baratos en relación de precio de venta al público, en tiempo de producción e inversión, y en cuanto a Nariño por cuestiones de tiempo o generación elevada de ingresos, se cultiva productos como: el cacao, caña, cabuya, tomate, limón. Según los entrevistados, coincidieron en su mayoría, que el café es sustituido en mayor cantidad por los cultivos ilícitos como la coca y esto les afecta como caficultores debido a que la mano de obra prefiere el dinero fácil y se retira a sembrar estos cultivos.

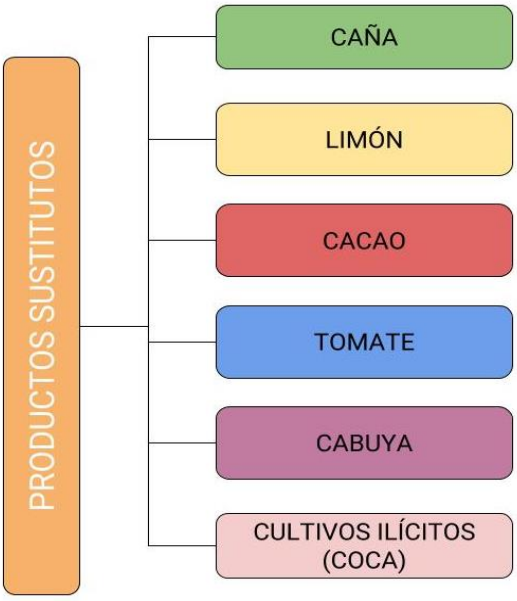

Figura 10 Productos sustitutos de café Nariño
Fuente: Representantes de las asociaciones Nariño

Según Porter (citado por Villalobos 2012) los productos sustitutos son una amenaza o se constituyen en una porque "pueden alterar la oferta y la demanda y más aún cuando estos productos se presentan con bajos precios" (párr.16). La mayor cantidad de producción a nivel nacional para el año 2016, fue de café, que es un producto que se cultiva en diferentes zonas del país, siendo el más demandado el café instantáneo descafeinado que según el INEC (2016), presenta que el valor en dólares equivalente a este tipo de café vendido a nivel nacional es de $48.567.587,00 dólares, liderando el consumo a nivel nacional seguido del cacao en polvo y los te de hierbas aromáticas que en menor escala se venden dentro del país pero que representan un valor aproximado de $6.326.932,00 dólares.

Estos valores ayudan a evidenciar la tendencia de consumo de esta clase de productos, además de que afirma que los productos mencionados por los entrevistados son realmente productos que amenazan en menor medida la producción de café, destacándose el cacao en relación al cultivo y él te de hierbas aromáticas en consumo interno. En Carchi, aún no se ha llegado a exportar por parte de las Asociaciones por la falta de diferentes normativas que impiden la salida del café, internamente de forma consensual con los ministerios a cargo, son quienes ponen el precio del café, por lo cual los productores venden su café muchas veces sin obtener la ganancia deseada según mencionaron los representantes entrevistados de las asociaciones de café de Carchi.

Con lo que respecta al precio del producto en Carchi, los representantes de las asociaciones mencionaron que el precio de café depende de las pruebas que son realizadas por los especialistas del café, acerca del volumen de tasa. Donde destacan que el precio se pone luego de realizada la catacion, antes de esto el producto es sometido a diversas pruebas de humedad y rendimiento, estas pruebas son importantes puesto que permiten obtener un café de calidad, el cual en el mercado tiene mayor valor, de aquí la importancia que tiene la cultura de la calidad, ya que se enfoca en la sostenibilidad. Es decir que el precio lo pone el mercado, donde muchas veces los productores son perjudicados por las bajas ganancias que tienen en relación a los vendedores y en relación al precio de los cultivos, son bajos, pero el café siempre mantiene su precio en el mercado y mejora dependiendo de las condiciones.

En el departamento de Nariño el precio lo fija la Federación Nacional de Caficultores tomando en cuenta la calidad del café y el precio de divisas de exportación con la moneda de dólar americano, pero según algunos de los entrevistados se sienten perjudicados debido a que a ellos no conocen como aplica el precio la Federación Nacional de Caficultores. Es

importante dar a conocer además los medios por los cuales se vende el café, en el caso de Carchi los medios son los siguientes:

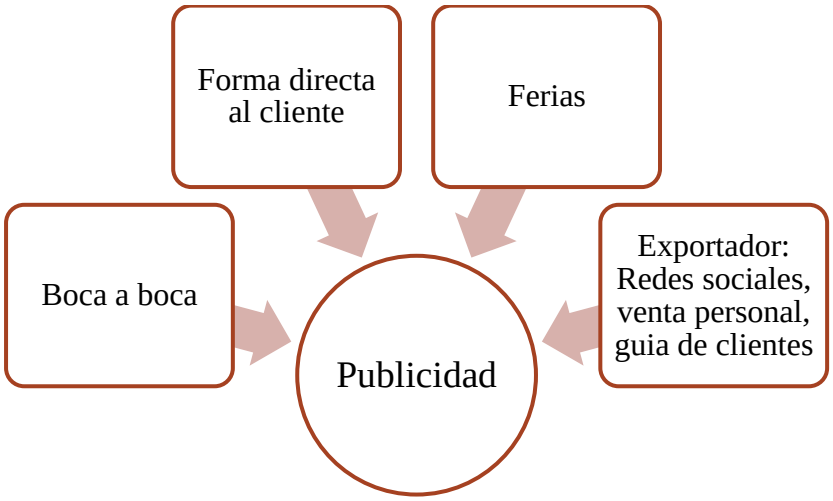

Figura 11 Medios de promoción del café
Fuente: Representantes de las asociaciones Carchi

Cabe destacar que, en el caso de la exportadora, manifestó que la asociación a la que pertenece no realiza publicidad, pero de forma personal lo realiza por medio de redes sociales, la venta personal con el cliente y en el caso de Nariño la publicidad se realiza de forma directa, no utilizan ningún otro medio por cuestiones de desconocimiento. Sin embargo, en la actualidad, como asociaciones, se están capacitando en este tema y desean implementar las redes sociales, TV, radio porque en el marketing es un punto clave para el desarrollo y crecimiento de las asociaciones.

Tabla 5 Amenaza de productos sustitutos

Disponibilidad de Sustitutos		**Poco atractivo1**		**Neutro 3**		**Muy atractivo 5**		**Tendencia Futura**	
		C	N	C	N	C	N		
Disponibilidad de sustitutos cercanos	Importante			x			x	Escasa	
Costo de cambio del usuario	Bajos			x	x			Altos	
Rentabilidad y agresividad del productor de sustitutos	Altas			x	x			Bajas	
Precio/ valor del sustituto	Alto			x			x	Bajo	
CONCLUSION		**0**	**0**	**4**	**2**	**0**	**2**	**Carchi**	**Nariño**
PONDERACION		**0**	**0**	**12**	**6**	**0**	**10**	**33.33% M**	**44.44% A**

Fuente: Porter, 2008

4.2.4. Amenaza de entrada de nuevos participantes

La siguiente fuerza es la entrada de nuevos competidores, esta fuerza es importante en la medida que los nuevos participantes pueden cambiar el sentido del mercado, es decir pueden llevar a que las asociaciones busquen nuevas estrategias de competir o no. Por lo cual según la calificación se denominó a esta fuerza como alta, aquí se identifica el accionar de las diferentes asociaciones cafeteras de Carchi y Nariño, haciendo hincapié además en las barreras de entrada al sector. Para el sector cafetero de Carchi y Nariño las economías de escala como barrera de entrada tienen un impacto poco atractivo, debido a que dentro de la provincia y el departamento no existen empresas con grandes maquinarías que se dediquen al procesamiento del café.

Pero a nivel nacional existen empresas que, si lo hacen como en la provincia del Guayas, Imbabura, Manabí o Loja, en Ecuador y Cali el más conocido a nivel de Colombia donde las plantas procesan el café con fines de exportación, dándoles la ventaja en costos de producción por unidad, así como lo afirma Porter (2008), cuando menciona que las economías a gran escala cuentan con la capacidad de distribuir sus costos fijos a más unidades, es así que dentro del sector existen ciertas exigencias para los nuevos aspirantes a realizar esa actividad entre las que se destacan:

Figura 12 Requisitos ingreso al sector cafetero Carchi
Fuente: Representantes de las asociaciones Carchi

Según los representantes de las asociaciones entrevistados mencionaron que el cupo para entrar al mercado está abierto, y como se observa en la figura 12 lo indispensable es ajustarse a las disposiciones y reglamentos que se impongan, dependiendo a qué asociación y área del mercado del café quiera ingresar, pero en cualquier área es necesario el conocimiento sobre

café. Las repuestas en general fueron comunes, ya que todos los entrevistados dijeron que se debe tener un terreno si se quiere producir y un lugar de abastecimiento si se quiere comercializar, en cuanto a Nariño tenemos en cambio:

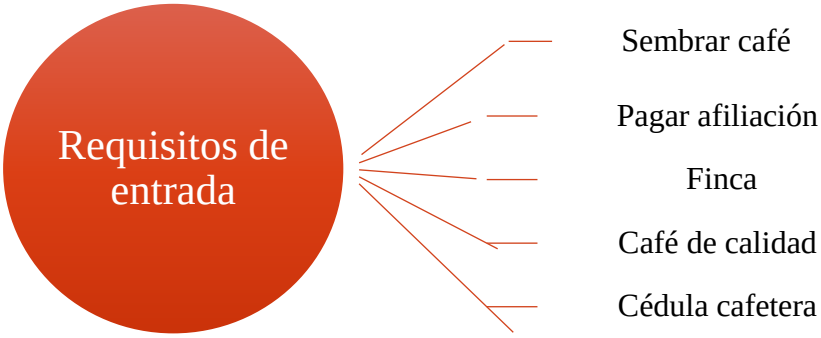

Figura 13 Requisitos ingreso al sector cafetalero Nariño
Fuente: Representantes de las asociaciones Nariño

Según los representantes de las asociaciones de Nariño entrevistados, en la figura 13, se puede observar que existen algunos requisitos para ingresar al sector cafetalero del Departamento de Nariño, uno de ellos es saber sembrar café y al mismo tiempo tener conocimiento de este sector cafetero, poseer una finca propia o un terreno en donde se pueda sembrar y continuar con el pago de afiliación a la asociación que quiera pertenecer como caficultor, obtener una cedula de caficultor, con el fin de lograr sacar un café de calidad para la Federación Nacional de Caficultores y a pequeños compradores.

Dentro del sector cafetero de Carchi y Nariño, las barreras de entrada también son importantes, y fueron calificadas para Carchi como media y para Nariño como alta (Ver tabla 6) la diferenciación del producto como barrera de entrada es considerada como atractiva, puesto que cada una de las asociaciones cafeteras, cuentan con un producto único según lo afirman los representantes de las mismas, donde el café que ofrecen es diferente en sabor en comparación a otros cafés que se venden a nivel nacional.

En relación a lo anterior, se puede destacar que el contar con un producto diferenciado implica contar con otros requerimientos para su salida al mercado, uno de ellos es la marca, este activo es importante para las asociaciones debido a que es la imagen proyectada del producto. En el caso de Nariño, al igual que en Carchi la marca aún no se ha consolidado como tal, pero Nariño cuenta con la ventaja de la marca nacional del país, lo que lleva a que el café de esta región sea más conocido a nivel internacional.

Es importante conocer además que existen varias barreras que frenan el ingreso a este sector según los entrevistados de las dos regiones son las siguientes:

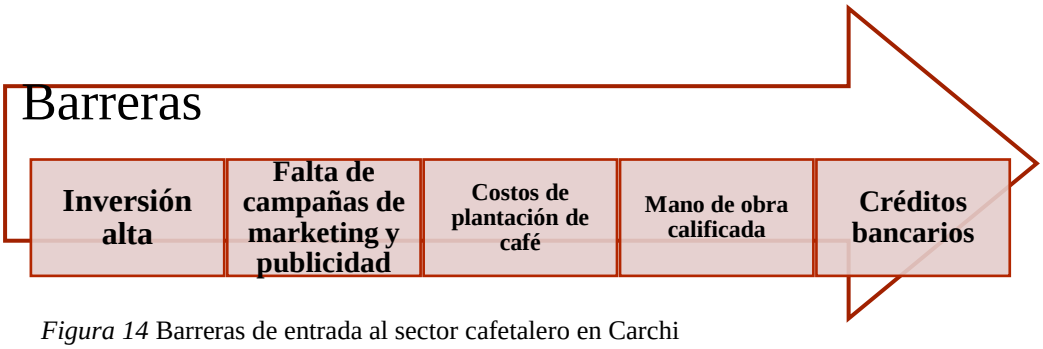

Figura 14 Barreras de entrada al sector cafetalero en Carchi
Fuente: Representantes de las asociaciones Carchi

Las barreras de entrada al sector del café en la provincia del Carchi como ya se mencionó son bajas debido a que se busca que exista mayor inversión en este sector pero entre las que se destacan están: la inversión alta, donde dos de los representantes de las asociaciones mencionaron que el dinero es un problema, porque se necesita una inversión de alrededor de 5000 dólares para el cultivo de café, con riesgo de daño de la plantación por las plagas; tres de los entrevistados mencionan que no existen barreras de ingreso al sector, pero si existen en relación a la venta del café, puesto que no cuentan con campañas de publicidad que les ayude a vender el producto. Por otro lado, la mano de obra también es un factor que frena la productividad, ya que el cultivo del café es delicado, en el caso de Nariño en cambio las barreras de entrada son altas entre las que se pudo evidenciar están:

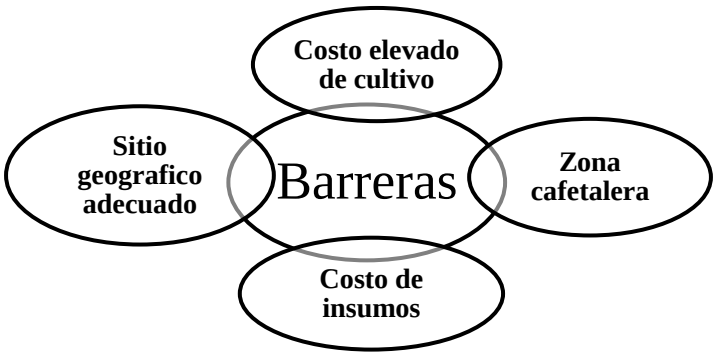

Figura 15 Factores que afectan al mercado del café de Nariño
Fuente: Representantes de las asociaciones Nariño

En la figura 15, se puede observar que en departamento de Nariño especialmente en los municipios de Leiva, Policarpa y La Unión las barreras que existen para ingresar al mercado es el costo elevado al momento del sembrío. Otras barreras que toma en cuenta la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia, es que toda persona que quiera ingresar al sector deberá

portar de su propia zona cafetera, ubicada en un sitio geográfico adecuado o apto para el sembrío y así obtener un café de calidad.

Ahora con lo que concierne a los canales de distribución, se considera que son atractivos como una barrera de entrada, y se puede ver que se acercan a ser limitados en la matriz de calificación, ya que dentro del sector cafetero de Carchi y Nariño son limitados para varias asociaciones. Dentro del sector cafetero de la provincia del Carchi y el departamento de Nariño, las asociaciones cafeteras trabajan la comercialización del café tostado y molido de la siguiente manera:

Figura 16 Canales de distribución del café en Carchi
Fuente: Representantes de las asociaciones Carchi

En la figura 16, se muestra los distintos canales de distribución que usan los productores de café como asociación para la venta del producto, donde tres de los representantes de las asociaciones entrevistados mencionaron que realizan la venta solo por medio de un canal directo, siendo sus clientes empresas grandes de café a nivel nacional como: Café. Com, ESCOFI, y café Moro ubicadas en Imbabura y Guayaquil, mientras que el resto de los entrevistados hacen uso de intermediarios como tiendas, o por vía telefónica.

Con respecto a Nariño, el canal de distribución que usan las asociaciones es de forma directa y con intermediarios. Las asociaciones lo hacen de forma directa a la Federación Nacional de Cafeteros y la Cooperativa Nacional de Cafeteros de Nariño y con intermediarios a pequeños compradores que llevan el café a las afueras de Nariño.

Por otro lado, los entrevistados mencionaron que los canales de distribución deberían mejorar, porque en el caso de la asociación ASOPROCARCHI, el representante mencionó que no cuentan con los vehículos necesarios para el transporte del producto, siendo alquilados los que utilizan, y no son los adecuados para hacerlo. Es así, que se evidencia lo que mencionaba Porter (2008), “mientras más limitados son los canales mayoristas o minoristas y mientras más copados los tienen los competidores existentes, más difícil será entrar en un sector”. En el caso de Nariño, Según las personas entrevistadas mencionaron

dos que son los adecuados, pero deberían mejorar; los cuatro restantes mencionan que no es adecuado por cuestiones de transporte porque ese costo lo realizan ellos como asociación. La inversión es parte indispensable para iniciar un negocio, dentro del mercado del café según los datos arrojados por la entrevista se obtuvo que la inversión necesaria para el ingreso a este sector es:

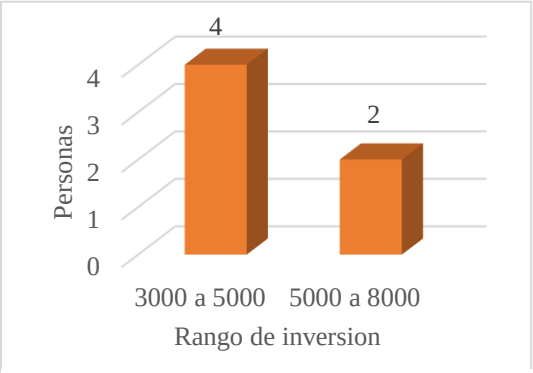

Figura 17 Promedio inversión para cultivo café
Fuente: Representantes de las asociaciones Carchi

En la figura 17 se evidencia el rango de inversión en dólares realizada por los caficultores de cada una de las asociaciones de la provincia del Carchi varía de 3000 a 8000 dólares, estos valores varían dependiendo de los insumos necesarios y no se toma en cuenta el valor de los terrenos, puesto que cuando un cafetalero ingresa a este sector, debe contar ya con un terreno propio o alquilado. Para Nariño en cambio el valor de la inversión se muestra en pesos donde se obtuvo lo siguiente.

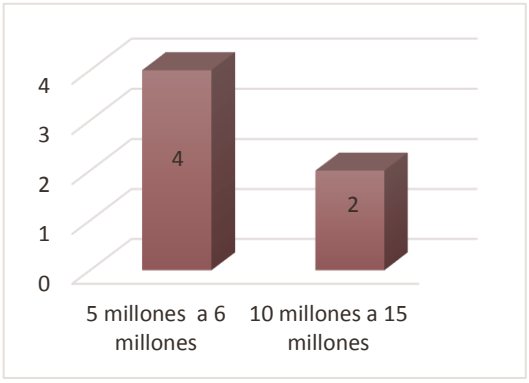

Figura 18 Inversión para pertenecer al mercado cafetalero en Nariño
Fuente: Representantes de las asociaciones Nariño

En la figura 18, se puede ver que la inversión mayor se encuentra en el rango de 5 a 6 millones de pesos colombianos, lo que equivale en dólares, tomando en cuenta la cotización del dólar en el mes de noviembre de 2018 un promedio de 3.178,24 $ pesos por dólar según

datos de la página investing.com, teniendo como rango en dólares de 1500 a 4500 dólares invertidos para el cultivo del café. Además, como barrera de entrada la experiencia es un factor importante debido a que el sector cafetero de la Provincia ha tenido su iniciación recientemente, y no es fácil competir con un país como es Colombia que a nivel mundial es reconocido por su café y amplia trayectoria en este mercado, como antes ya se lo había mencionado, Colombia lleva alrededor de 90 años en el mercado del café.

Tabla 6 Barreras de entrada sector cafetalero

Barreras de Entrada		**Poco atractivo 1**		**Neutro 3**		**Muy Atractivo 5**		**Tendencia futura**	
		C	**N**	**C**	**N**	**C**	**N**		
Economías de Escala	Pequeñas	x			x			Grandes	
Diferenciación de producto	Escasa			x			x	Importante	
Identificación de la marca	Baja	x					x	Alta	
Acceso a canales de distribución	Amplio			x	x			Restringido	
Requerimientos de capital	Bajos			x	x			Altos	
Acceso a la última tecnología	Amplio	x			x			Restringido	
Acceso a materias primas	Amplio			x	x			Restringido	
CONCLUSIÓN		**3**	**0**	**4**	**5**	**0**	**2**	**Carchi**	**Nariño**
PONDERACIÓN		**3**	**0**	**12**	**15**	**0**	**10**	**27.77% M**	**39.68% A**

Fuente: Porter, 2008

Tabla 7 Nuevos ingresos

NUEVOS INGRESOS		**Poco atractivo 1**		**Neutro 3**		**Muy atractivo 5**		**Tendencia Futura**	
		C	**N**	**C**	**N**	**C**	**N**		
Capacidad financiera nuevos competidores	Importantes			x	x			Escasas	
Innovación en productos, procesos, marketing u organización	Escasa			x	x			Importante	
Costo y valor de cambio para el usuario	Escasa	x			x			Importante	
Complementariedad Tecnológica	Alta			x			x	Baja	
Complementariedad de productos	Baja			x	x			Alta	
Disponibilidad de capitales	Altas			x			x	Bajas	
Experiencia y conocimiento del negocio requerido	Bajos			x			x	Altos	
Aparecimiento de holdings grupos o corporaciones	Pocos	x	x					Muchos	
CONCLUSIONES		**2**	**1**	**6**	**4**	**0**	**3**	**Carchi**	**Nariño**
PONDERACION		**2**	**1**	**18**	**12**	**0**	**15**	**27.77% M**	**38.88% A**

Fuente: Porter, 2008

Una vez diagnosticadas las barreras de entrada a este sector dentro de las dos zonas, pasamos a verificar las barreras de salida presentes en estos dos sectores, según la tabla 7 se evidencia que las barreras de salida son catalogadas como media para Carchi y también para el sector de Nariño, siendo las de más alto impacto la especialización de los activos, interrelación estratégica, las barreras sociales y gubernamentales.

Con lo que respecta a la especialización de activos, tanto para las asociaciones de Carchi y Nariño es una barrera de salida en la medida que los bienes con los que cuentan o que han sido donados para el procesamiento del café, pierden valor en el mercado y donde se hace difícil la liquidación de estos equipos, la interrelación estratégica por otro lado también tiene un alto impacto, debido a que las asociaciones estarían cediendo de manera directa sus clientes, proveedores, transportistas entre otros que se encuentran relacionados con la actividad del café a la competencia.

Así mismo, las barreras sociales y gubernamentales son importantes en la medida que para los sectores cafeteros de Carchi y Nariño implicaría, la pérdida de ingresos para el país, en segundo lugar, para las personas que laboran en esta área, quienes dejarían de lado su empleo.

Tabla 8 Barreras de salida del sector cafetero

BARRERAS DE SALIDA		**Nada atractivo 1**		**Neutro 3**		**Muy Atractivo 5**		**Tendencia futura**	
		C	**N**	**C**	**N**	**C**	**N**		
Especialización de activos	Baja			x	x			Alta	
Costo de salida del producto	Alto					X	X	Bajo	
Interrelación estratégica	Alta	x	x					Baja	
Barreras emocionales	Bajos			x			X	Altos	
Restricciones gubernamentales	Altas	x			x			Bajas	
Restricciones sociales	Altas	x	x					Bajas	
CONCLUSION		**3**	**2**	**2**	**2**	**1**	**2**	**Carchi**	**Nariño**
PONDERACIÖN		**3**	**2**	**6**	**6**	**5**	**5**	**25.92% M**	**22.22% M**

Fuente: Porter, 2008

4.2.5. Rivalidad entre caficultores

De acuerdo a los resultados obtenidos de las cuatro fuerzas de Porter como son: Poder de negociación con los compradores, poder de negociación con los proveedores, amenaza de entrada de nuevos participantes y amenaza de productos sustitutos, se desarrolla la quinta fuerza que es la rivalidad de competidores en la cual se pudo analizar que los cafetaleros de

la provincia del Carchi y el departamento de Nariño entre ellos son competencia por el motivo de estar en el mismo lugar o sector, lo cual está representado en las siguientes graficas:

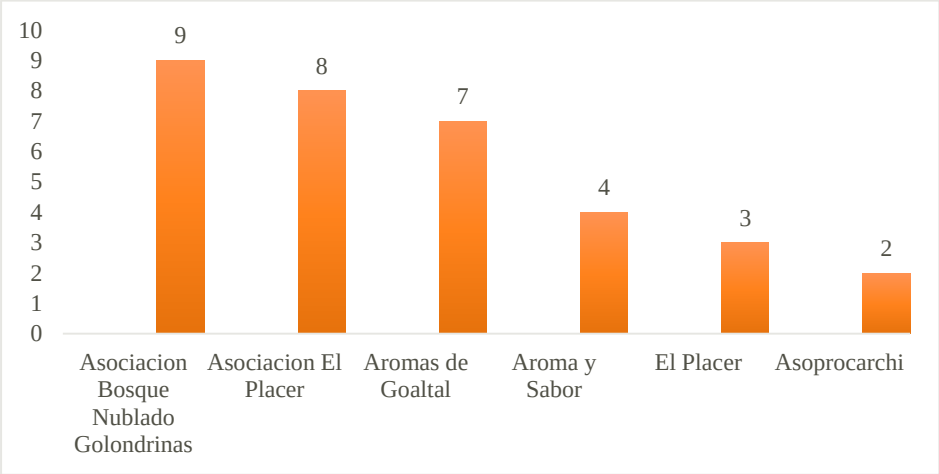

Figura 19 Asociaciones de café Carchi
Fuente: Representantes de las asociaciones Carchi

En la figura 19, se muestra el nivel de competitivo de cada una de las asociaciones, donde la valoración se realizó a criterio de los investigadores, teniendo en cuenta además las respuestas dadas por los representantes de las asociaciones. En primer lugar se encuentra la asociación Bosque Nublado Golondrinas, se la ubico encabezando al grupo de asociaciones puesto que el producto que venden es uno de las conocidos a nivel de la provincia, así también en relación a los recursos materiales cuenta con las maquinaria necesaria para el proceso del café, por otro lado el café que venden es único y su valor depende de los parámetros de calidad como son: la humedad, rendimiento y catación donde el proceso se realiza en la presencia del comprador. Dicho lo anterior, las asociaciones: El Placer, Aromas del Goaltal, Aroma y Sabor y Asoprocarchi están un paso atrás de esta asociación debido a que varias de ellas no cuentan con los parámetros necesarios de calidad, así también con la maquinaria necesaria para el proceso del café, o la experiencia dentro del sector debido a que son nuevas en el mercado como es el caso de Asoprocarchi. Por otro lado, en lo que respecta a la publicidad la mayoría de las asociaciones no realizan una promoción del producto por medios más atractivos como la TV, redes sociales u otros, sino que lo hacen solo de forma directa o cuando son invitados a eventos como ferias. Con lo respecta a los compradores dentro del sector a nivel nacional se encuentran empresas como: Escofi, Café.com, Café Vélez, Anecafe, Cosecha Roja empresas que dedican a la industrialización del café y son los principales compradores de café a las asociaciones de Carchi.

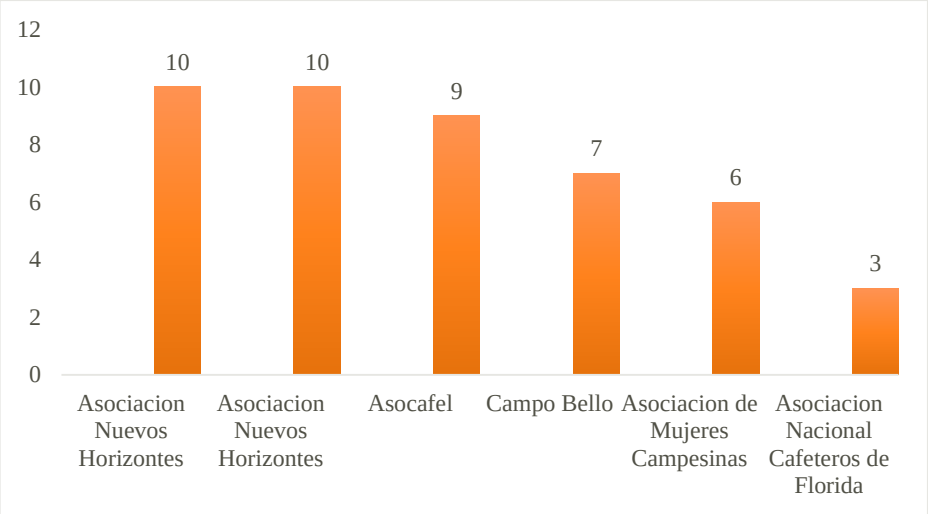

Figura 20 Asociaciones de café Nariño
Fuente: Representantes de las asociaciones Nariño

En la figura 20, se puede observar que la asociación que más se destaca es "Nuevos Horizontes" la cual se encuentra ubicada en el municipio de Leiva- Nariño, y tiene una ventaja ante las otras asociaciones por cuestión de sitio geográfico donde cuentan con 800m de altura hasta los 1200m ya que las tierras de esta asociación cuentan con las propiedades necesarias para el cultivo, generando un café que cumple con los parámetros de calidad, además tienen la experiencia necesaria con 38 años en el mercado cumpliendo con los procesos de café, lo que les ha permitido sacar al mercado internacional el café LH que lo piden empresas multinacionales de Suiza, siendo la única asociación a nivel de Nariño que cuenta con este tipo de café permitiendo que la asociación este un paso adelante que las demás.

A nivel local la mayor competencia de estas asociaciones es la asociación AZONE que ya ha logrado exportar individualmente como asociación, y a nivel nacional se encuentra dos asociaciones del Cauca que tuestan café y la Federación Nacional de Caficultores.

4.3. ANALISIS DEL TIPO DE CAMBIO EN LA COMPETITIVIDAD DEL SECTOR CAFETERO

4.3.1. Análisis de las exportaciones de Ecuador y Colombia

Ecuador y Colombia son dos economías que a lo largo del tiempo han buscado ser más competitivas dentro la región. En relación a la productividad, los países a través de las diferentes instituciones públicas y privadas han permitido que los diversos sectores se especialicen y mejoren sus capacidades a fin de establecer relaciones comerciales con otros

países, brindando productos que cumplan con las normas establecidas por los importadores, generalmente tanto Ecuador como Colombia se catalogan como países exportadores de materias primas.

Ecuador es un país que se caracteriza por tener una variedad de productos exportables a diferentes lugares del mundo, como el café, que es un fruto que se cultiva a lo largo y ancho del país, en las diferentes zonas como son: Sierra, Costa y Oriente e inclusive en las Islas Galápagos. Siendo para este país un producto de importante valor económico, por cuanto muchos agricultores se dedican al cultivo de café, de igual manera, dentro de las cadenas de producción y comercialización.

Con respecto a la competitividad, dentro del mercado cafetalero, según la entrevista realizada a Pablo Pinoargote, gerente general de Anecafé por Diario El Telégrafo, dijo que el sector tuvo un mínimo crecimiento en 2016. Además de enfrentarse a los altos costos en los servicios básicos, principalmente en reducto, diésel y energía eléctrica. Dentro de la producción y cultivo del café, Ecuador posee una ventaja, debido a que dentro del país las zonas cafeteras se ubican a lo largo del territorio, en las siguientes provincias: Zamora Chinchipe, Pichincha, Carchi, Imbabura, Morona Santiago, El Oro, Bolívar, Azuay, Esmeraldas, Manabí, Loja, Santo Domingo, Napo, Cotopaxi, Chimborazo, Pastaza, (Monteros (MAGAP), 2016. p. 3).

Lo anterior hace de Ecuador, uno de los pocos países que exporta y cultiva todas las variedades de café como son entre los más predominantes el arábigo y el robusta, que salen diferentes formas como en grano verde, grano seco y grano tostado siendo de los mejores cafés de América Latina, y de los más demandados en Europa. Por otro lado, las exportaciones en el periodo enero – marzo del año 2017, según datos del Banco Central del Ecuador en comparación con el año 2016 ,hubo una disminución de la producción de -1000 toneladas, lo que equivale a un porcentaje de -4,9% (citado por Bucheli, 2017, p. 3).

Las variantes de café de Ecuador cuentan con un alto índice de aceptación en el mercado internacional, siendo las existentes las siguientes: “Arábigo (lavado, natural) Robusta, Industrializado o soluble” (International Coffee Organización citado por Anecafé, 2018). Por lo cual, Ecuador es uno de los países de América Latina que cuenta con la capacidad de producir café en distintas variedades, y en mayor volumen.

A continuación, se presenta la figura 21 donde se puede observar de forma detallada y clara las áreas de cultivo de estas dos variantes a nivel del Ecuador, donde se observa que a lo

largo del territorio nacional el café es uno de los cultivos que a menor o mayor escala se mantienen en las diferentes zonas del país, exceptuando las provincias de Pastaza, Tungurahua, Cañar, Azuay, donde no existe una producción de café de ninguna variante hasta el año 2014.

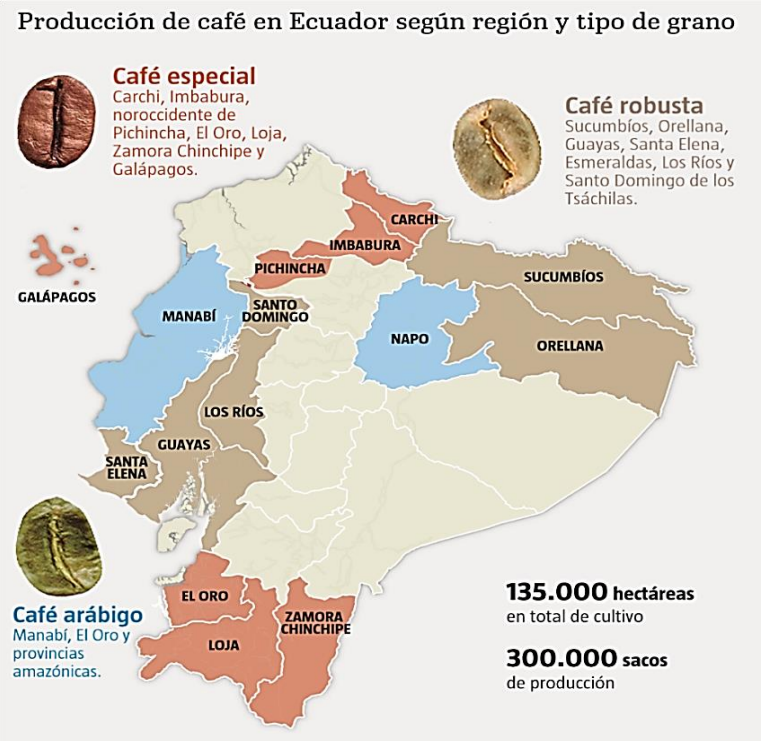

Figura 21 Mapa de cultivo en el Ecuador
Fuente: MAGAP, 2014.

En la figura 21, se muestra el mapa cafetero por regiones del Ecuador, se puede apreciar, que la mayor concentración de las zonas de cultivos es: costa y oriente, el café de mayor cultivo es el arábigo, y en menor cultivo en la zona costera es el robusta, pero que predomina en la provincia de sucumbíos y Orellana, siendo estas las dos variantes de café más demandas por los países exportadores, y de consumo interno. Por otro lado, también se distinguen las provincias de las dos fronteras del Ecuador donde se evidencia el cultivo de café especial.

Según Vélez (2014), exportador y dueño de la empresa Café Vélez, expuso que al sector cafetero le espera la tecnificación de las haciendas, enriqueciendo "el conocimiento de los productores para un manejo más tecnificado". Esto ayudará a exportar café de calidad, soportando posibles plagas como la roya, que ataca fuertemente a estas plantaciones" (párr. 10). De aquí, se puede decir que el sector cafetero a nivel nacional, con la ayuda del gobierno está en miras de crecimiento, a continuación, en la tabla 4 se presenta las exportaciones históricas de café de Ecuador, a partir del año 1998 hasta llegar al año 2017, las

exportaciones se presentan en miles de dólares FOB, mientras que el volumen en bolsas de 60 kg.

Tabla 9 Exportaciones de café Ecuador, últimos 20 años

AÑOS	TOTAL	
	SACOS	Millones de Dólares
1998	1.079.946,78	99.687.918,41
1999	989.476,67	78.470.474,20
2000	696.026,77	45.481.947,49
2001	756.371,66	44.205.237,94
2002	578.541,73	42.616.922,76
2003	624.390,51	48.039.637,40
2004	705.727,93	59.196.818,86
2005	994.797,54	88.495.004,66
2006	1.028.531,58	104.776.350,52
2007	992.189,91	123.396.726,61
2008	874.079,14	125.580.530,34
2009	1.126.721,68	146.026.829,40
2010	1.201.350,34	172.736.745,11
2011	1.546.338,27	261.029.999,92
2012	1.570.944,36	273.899.790,99
2013	1.261.690,96	218.070.535,46
2014	1.131.638,19	178.497.494,45
2015	774.873,07	128.580.406,52
2016	921.174,29	131.267.674,99
2017	695.144,07	116.688.943,13

Elaborado por: Anecafé 2017
Fuente: Certificados ICO- MAGAP

En la tabla 9 se aprecia que durante los últimos 20 años el Ecuador, tuvo un auge en la demanda de café en los años 2011 y 2012, donde sus ventas fueron de 261 y 273 millones de dólares, puesto que durante estos años los precios del café se daban a la alza, donde en el año 2011 se alcanzó el precio de 6.011 dólares por tonelada de café robusta, y 2.552 dólares de café arábigo, posteriormente durante los otros periodos el café tiene un precio menor, y para el año 2017 cierra en diciembre con un precio de 2.735 dólares, la tonelada de las dos clases de cafés.

A partir del año 2013 las exportaciones de café en Ecuador disminuyen, el número de exportaciones en sacos y el ingreso en dólares. Debido a que, en el sector cafetero, se presentaron diversos problemas, según el Reporte de Coyuntura del sector agropecuario del Banco Central del Ecuador fueron: "La aparición de la roya una plaga que afecta las plantaciones de café, los bajos precios de este producto en el mercado, falta de asistencia

técnica, de financiamiento, clima desfavorable, alto costo de mano de obra, falta de vías de comunicación, altas tasas de interés y la poca demanda del producto" (BCE, 2013-2017).

Es decir que, las exportaciones de café se ven cada año afectadas por factores externos que el productor muchas veces no puede controlar, pero se evidencia que la falta de preocupación de los gobiernos centrales hacia este sector es bajo, puesto que las vías de comunicación o de acceso a estos sectores no son las mejores para la salida del producto al mercado.

Colombia por otro lado, es un país rico en diversidad de productos agrícolas, entre ellos está el café que es su producto estrella reconocido a nivel internacional, Colombia al igual que Ecuador se ha catalogado como una economía productora de materias primas, Según Londoño (citado por la Red cultural del Banco de la Republica de Colombia, 2017) en Colombia históricamente "el café y los productos agrícolas han ocupado un lugar muy importante en la historia del país, no sólo por haber desarrollado una producción reconocida mundialmente, sino porque han sido claves en la formación de la estructura social del país" (párr.2).

Ahora, gracias a la tecnificación del sector cafetero Colombia es hoy un país conocido a nivel mundial por su calidad y sabor, el café colombiano ha pasado de ser exportado solo como materia prima, y ha llegado a venderse de manera soluble, es decir listo para el consumo. Según el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural de Colombia (citado por Federación Nacional de Cafeteros, 2013), el sector agropecuario representa 32% del empleo en Colombia, siendo el sector cafetero generador de cerca de 800 mil empleos directos, y donde se ocupa a toda una cadena de producción en ámbitos como: comercialización, trilla, transporte, industrialización y exportación, lo que se traduce en cerca de 1,6 millones de empleos indirectos.

Es decir, que este sector en Colombia es importante, por ser un motor que mueve la economía interna y externa del país, brindado la posibilidad de crecimiento de las familias que se dedican a esta actividad. Por otro lado, en Colombia las exportaciones de café son importantes puesto que aportan de manera significativa al producto interno bruto del país, según el Departamento Administrativo Nacional de Estadística de Colombia citado por FNC (2013), menciona que "en materia de exportaciones cafeteras, en los últimos cinco años el promedio anual fue de 1.966 millones de dólares, es decir, 31% de todas las exportaciones del sector agropecuario y 4% de las totales del país" (párr. 10).

A continuación, en la tabla 10 se muestra el total de exportaciones de café en Colombia de los últimos 20 años, expresados en exportaciones en miles de dólares y en peso de toneladas métricas, datos que corresponden a todas las formas de café que vende este país, como el café en grano verde, café tostado y molido, industrializado etc.

Tabla 10 Exportaciones anuales de café Colombia 1998-2017

Años	Miles de Dólares	Sacos de 60kg
1998	473,00	11.260
1999	303,00	9.995
2000	224,00	9.177
2001	153,00	9.944
2002	144,00	10.273
2003	141,00	10.244
2004	157,00	10.194
2005	225,00	10.871
2006	224,00	10.945
2007	239,00	11.300
2008	256,00	11.085
2009	195,00	7.894
2010	246,00	7.822
2011	306,00	7.734
2012	222,00	7.170
2013	220,00	9.670
2014	266,00	10.954
2015	263,00	12.716
2016	227,00	12.831
2017	236,00	12.985

Fuente: Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) – 2017

La tabla 10, muestra el comportamiento de las exportaciones de café en Colombia, donde se evidencia que en relación a las cantidades demandas Colombia cuenta con una disminución de toneladas vendidas en los años 2011 y 2012, con respecto al año 2011, la baja se debe a que existió un alargamiento en la ola climática del año 2011 que llego hasta el primer trimestre del año 2012 afectado la producción del café, por otro lado se dio una disminución en el valor de la cosecha, debido a que hubo una caída en el precio interno del café, dando como resultado que el 31% de las cotizaciones internacionales se restara, así mismo una revaluación de 8% del peso colombiano frente al dólar, esto según Informe del

Comportamiento de la industria Colombiana de la Federación Nacional de Cafeteros (2012). Es decir que los factores externos fueron un elemento importante que hizo que la producción de café sea menor en estos dos años en comparación con el 2011 hubo una reducción de 26,77% en 2012 y 27,77% en 2013. A partir de 2014 hasta 2017 se evidencia una variación mínima en los valores de exportación.

Así también, las exportaciones de café en Colombia durante el año 2012, fueron menores al año anterior (en dólares), debido a que Colombia contaba con una revaluación de su moneda frente al dólar como lo menciono la Federación Nacional de Cafeteros en su Informe sobre el Comportamiento de la Industria cafetera Colombiana (2013) donde dijo que "La disminución en las exportaciones fue mayor por la devaluación de 9% experimentada por el peso colombiano" Además de que las zonas cafeteras enfrentaban la plaga de la roya. A partir de este año Colombia ha tenido un aumento en sus exportaciones en lo que va del periodo, los beneficios han sido gracias a que las plantaciones han sido renovadas, con variantes de café más resistentes, así también las prácticas de cultivo por parte de los caficultores.

4.3.3. Incidencia de la apreciación del dólar en la industria café

En cuanto a la apreciación de dólar, partiendo de que tener valor monetario es igual a tener poder en el mercado, donde las economías se vuelven poco competitivas en el ámbito monetario, es decir que, al realizar un cambio de una moneda fuerte a una débil, el país con la moneda débil deberá pagar más para poder obtenerla, por lo tanto, para estas economías el comprar se vuelve más caro, y por lo tanto se convierte en un problema en relación a la salida de productos o las ventas en general, pero se hace favorable la compra.

Según Krugman (2013), la apreciación de una moneda es el aumento de valor de una moneda con respecto a otra. Es decir que la apreciación de una moneda, es el crecimiento del precio de una moneda con respecto a otras, por ser esta una de las más demandadas en el mercado internacional, esto bajo un determinado régimen de tipo de cambio.

En el caso de Ecuador, el dólar que es una moneda de alto impacto a nivel internacional, puesto que muchas economías trabajan y mueven sus exportaciones o importaciones por medio de esta moneda, así también empresas y los gobiernos de los países cuando necesitan dinero, sus deudas y prestamos suelen estandarizarse en la moneda americana el dólar. Ecuador hace varios años, se vio obligado a cambiar su moneda porque el sucre, que se

utilizaba, perdió su valor en el mercado, en relación a las monedas de los otros países vecinos.

El dólar, por su parte, vino a mejorar la economía del país puesto que esta moneda, es considerada como una de las más fuertes en el mundo. Es por esto que, tener una moneda fuerte es símbolo de una economía saludable, pero Ecuador, al depender de una moneda extranjera, se ha visto involucrado en dos situaciones: la primera, que al tener una moneda extrajera, ha permitido que el país tenga bajos índices de inflación y estabilidad, y la segunda que Ecuador al utilizar el dólar, cuando este se fortalece en el mercado, los productos ecuatorianos exportables pierden competitividad, como el café.

Los vecinos países se benefician como el caso de Colombia o Perú, por su moneda depreciada, donde Colombia hace de su café un producto atractivo para el mercado internacional, pero no para el mercado interno debido al alto precio que representa para los consumidores, así también los productores se ven perjudicados a la hora de percibir sus ingresos, debido a que el precio del café interno depende principalmente de la tasa de cambio, el precio que da la Bolsa de NY y la prima que deben cancelar.

Según artículo del diario el Comercio (2016) la depreciación del peso colombiano hace que los ecuatorianos vean atractivo hacer compras en el exterior y hasta turismo. Pero, bien mirado, el dólar fuerte de Estados Unidos abre nuevas oportunidades si se tienen políticas claras de fortalecer, recomponer y ampliar las exportaciones a la potencia del norte (párr. 3).

Para Maldonado (2014) en Ecuador en los meses de julio, agosto y septiembre, el dólar se apreció un 3% más con respecto al euro y un 8% en relación al yen, llegando, y el euro se cotizó por debajo de 1, 27 dólares valor no alcanzado desde 2012.

De aquí que las políticas que se han venido aplicando por parte del gobierno, están encaminadas a beneficiar a las áreas vulnerables de la economía como son las zonas de agricultura que no han tenido el apoyo necesario para fortalecer este tipo de sector, por lo cual el gobierno trabaja en incentivos para esta actividad, puesto que la agricultura representa un motor de la economía. En este caso, las exportaciones se ven afectadas por el valor del dólar, que a pesar de ser alto en meses anteriores se ha hecho posible seguir con el comercio internacional, por otro lado, las políticas en cuestión de fortalecer las alianzas, Ecuador fue uno de los beneficiados la exención de los aranceles para la exportación a Estados unidos, de aquí que es necesario conocer como esta moneda ha evolucionado en los últimos años, a través de una comparación, para cual se presenta los datos a continuación.

Tabla 11 Cuadro histórico de cambio dólar- euro últimos 20 años

Año	Media USD/EUR	Min USD/EUR	Max USD/EUR
1998	0.898283	0.824375	0.945417
1999	0.939475	0.848176	0.998502
2000	1.085.899	0.962649	1.211.827
2001	1.117.587	1.047.669	1.192.748
2002	1.060.945	0.953562	1.165.773
2003	0.885766	0.791766	0.963670
2004	0.804828	0.733514	0.847314
2005	0.805097	0.740357	0.857118
2006	0.797153	0.750131	0.845594
2007	0.730754	0.672314	0.775615
2008	0.683499	0.625391	0.802568
2009	0.718968	0.661376	0.796495
2010	0.755883	0.686672	0.837381
2011	0.719219	0.671953	0.775855
2012	0.778848	0.743273	0.827198
2013	0.753234	0.723903	0.783208
2014	0.753941	0.716692	0.823655
2015	0.901896	0.830358	0.947688
2016	0.903890	0.864379	0.964878
2017	0.890222	0.829187	0.962927

Fuente: FXtop 2017.

La tabla 11, muestra la evolución histórica del tipo de cambio dólar – euro durante los últimos 20 años donde se evidencio que el valor más alto que ha tenido el dólar frente al euro es de 1,11 dólares valor promedio de cambio durante el año 2001 respecto a los demás años de la serie. A partir de este año el dólar se ha mantenido entre 0,70 y 0,90 el valor promedio de cambio, donde los valores más altos de cambio se registran en los años 2015 y 2016, valor que se hace presente por la apreciación del dólar americano dentro del mercado internacional de divisas, por otro lado, se evidencia que el valor promedio de cambio más bajo se da en 2008 a pesar de que en este año según López (2015), el euro "alcanzó una cotización con respecto al dólar de 1,5990 dólares, el máximo valor de cambio desde su introducción y que enmarcó unos meses de verdadera euforia turística "(párr.7).

4.3.4. El efecto de la apreciación del dólar en las exportaciones

Considerando lo expuesto anteriormente, la ventaja que implica la apreciación del dólar, para la economía ecuatoriana, radica en que el Ecuador ha tenido la oportunidad de tener precios bajos o una baja inflación, lo que ha permitido que el país tenga una estabilidad financiera. Además, las importaciones resultan más baratas para Ecuador. Pero, en relación al comercio internacional, el Ecuador se ha convertido en un país menos competitivo, puesto que las exportaciones se han encarecido, y, por ende, ha habido una baja en el ingreso de utilidades.

Según Lizarzaburu (2016), en un artículo de diario el Expreso indico que "La fortaleza del dólar debilita las exportaciones ecuatorianas. Los productos se vuelven más caros entre sus principales compradores de Europa, Asia y América Latina, que concentran el 50 % de las ventas totales anuales" (párr. 5). Es decir que Ecuador a pesar de contar con una moneda fuerte, esta trae sus contras para ventas internacionales, puesto que Ecuador se convierte en un país de precios altos en el mercado, pero con la posibilidad de comprar barato.

Por otro lado, también se hace referencia al sector exportador agroindustrial y pesquero, donde se dice que este es el mayor empleador de mano de obra. Según artículo de diario el Expreso" este sector ha representado más de 2 millones de empleos, equivalentes al 27,2 % del total del empleo, además solo los diez principales productos de exportación generaron en el primer semestre del año 4.200 millones de dólares, casi el 60 % del total de las exportaciones" (2016, p. 2).

De lo dicho anteriormente, el sector agrícola, es parte importante para el país, ya que es una de las áreas, que aporta más al producto interno bruto del país, además de ser también una área importante en lo social, puesto que es generadora de empleo para los ecuatorianos, no solo en relación a los productos exportables, sino también a aquellos productos que se dedican al consumo interno, como en el caso de Carchi el café, que es un producto no exportado mayoritariamente, sino que se consume en menor escala en la provincia.

Según Orozco (2016) el tema preocupa al exportador ecuatoriano, pues lo pone en desventaja con Colombia, Perú y otros que, sin intervenir en su política monetaria, ven que el dólar se dispara y sus productos se abaratan, volviéndose más atractivos. Además, Colombia y Perú, firmaron acuerdos comerciales para acceder a los mercados en condiciones preferenciales, explica Rafael Gómez, director de la Asociación de Productores Ecuatorianos de Frutas y Legumbres (p. 15).

4.3.5. Depreciación del peso colombiano incide en café

Colombia es un país, que cuenta con una diversidad de capacidades, que le permiten llegar de manera oportuna a los mercados internacionales y también a nivel nacional, gracias a que tiene la facilidad de manejar su moneda acorde a las necesidades del país, como la depreciación, que es el estado al que llega una moneda, perdiendo su valor dentro del mercado monetario, pero le garantiza realizar sus actividades a gran escala por su competitividad. Según Krugman (2006), la depreciación es la disminución de valor de una moneda con respecto a otra. Es decir, la depreciación corresponde a la pérdida de valor de una moneda en el mercado, como es el caso del peso colombiano, que perdió su valor y se hizo atractivo para que sus países vecinos realicen compras.

Sin embargo, con la depreciación surgen problemas que afectan a la economía, como el aumento de la inflación, a través de los precios de los bienes e insumos importados, así como del incremento de los precios de los bienes producidos en el país, que reemplazan los que se dejan de importar. Una mayor devaluación, por otra parte, implica un empobrecimiento del país en moneda extranjera.

Respecto a lo anterior cabe mencionar que, la devaluación causó en el departamento de Nariño los siguientes impactos: estimuló la siembra y el tráfico de coca, negocios beneficiados por la notable depreciación de la tasa de cambio; la minería ilegal, también recibió un impulso económico por el mayor valor del dólar, aumento en ventas del comercio en la frontera con Ecuador: los compradores ecuatorianos introducen masivamente bienes colombianos a su país, con un notable beneficio (Montenegro, 2016, p 3).

Motivo que llevo a que Nariño creciera de forma acelerada, donde se evidenció un cambio en la ciudad fronteriza de Ipiales, los locales comerciales crecieron, se dio un alza de precios en los productos y locales comerciales, también un número considerable de industrias colombianas se expandieron como la construcción, es decir, se registró un inusual crecimiento de las ventas en Nariño. Por lo cual la economía del departamento mostro un dinamismo que se ha trasladado a la construcción de vivienda y otros sectores como se mencionó anteriormente.

De acuerdo a la publicación que se realizó en la revista Semana, en Colombia en el año 2014 con el tema “Las ventajas de la devaluación” (12 de junio 2014), el peso se ha devaluado 19%, y ha sido una de las tres monedas más depreciadas del planeta detrás del rublo ruso, que retrocedió más del 60%, y del peso argentino que perdió 23%.

Se puede decir que la devaluación de la moneda colombiana abarca a eventos positivos y negativos para el país una de las cosas positivas seria que aumentaría las exportaciones y al mismo tiempo disminuiría las importaciones del mismo país, sin embargo, aunque el fortalecimiento del dólar puede llevar a que los gobiernos con fines de protección tomen medidas, en este caso para Colombia el dólar se ha convertido en una oportunidad de crecimiento.

La devaluación, también se convirtió en un salvador para el sector cafetero. La tasa de cambio alta, llego justamente cuando el precio del grano en el mercado internacional alrededor de dos dólares la libra, lo que mejoró los ingresos de los cultivadores. Así pues, Colombia es un país que se ve beneficiado anualmente, no solo por el reconocimiento de su producto el café, sino que cuenta con la calidad de los granos que vende, además del café ya industrializado que es el más reconocido a nivel mundial, por su aroma, sabor y presentación, permitiéndole al país crecer, contando con la ayuda además de su moneda el peso colombiano que al ser nacional en cierto modo se beneficia con los tipos de cambio.

4.3.5. Comportamiento del tipo de cambio del dólar frente al peso colombiano

A continuación, se presenta el comportamiento del tipo de cambio que ha tenido el dólar frente al peso colombiano. Según el Observatorio de la PYME de la Universidad Andina Simón Bolívar (2009) las cotizaciones de la moneda en relación al dólar y el peso colombiano fueron las siguientes durante el periodo 1990 -2009, donde la cotización del dólar alcanzó un valor de 568 pesos colombianos en 1990, mientras que cinco años después alcanzo una cotización de 988 pesos por dólar, lo que corresponde a una apreciación del dólar con respecto al peso de 74% en ese periodo.

Es decir que el dólar estadounidense, en Colombia hasta 1995, ha sido y sigue siendo una moneda fuerte dentro del mercado de divisas, donde las economías de los países que manejan esta moneda se han visto beneficiadas en muchas instancias, pero también existen periodos donde el dólar ha jugado un papel importante dentro de las decisiones económicas.

Se puede decir que como sucede en el país de Ecuador, al no poseer una moneda propia nos vemos en la necesidad de actuar conforme sea valorado el dólar en el mercado, como por ejemplo las exportaciones del Ecuador en el año anterior 2017, se vieron afectadas por el costo que estas representaban para los países demandantes de los productos, mientras que Colombia se benefició de este tipo de cambio.

Según el Observatorio de la PYME (2009), “Para el año 2000 la cotización del dólar llegó a 2.229 pesos, representando una apreciación del dólar de 126% en el periodo 1995-2000. Desde el año 2000 el comportamiento del peso ha sido relativamente estable, siendo para el año 2009 la cotización del dólar en 2.044 pesos” (p. 2).

El peso a pesar de no ser una moneda fuerte en el mercado, pero al estar junto a un país con moneda extranjera, ha tenido un buen manejo, lo que le ha permitido al país crecer y tomar medidas frente a los estados cambiantes de las monedas, como lo hizo en la antigüedad en los años 1994 a 1999 donde determinó el uso de las llamada banda cambiaria, que admitía al país reducir los niveles de inflación, ya que este sistema le permitía controlar la variación del tipo de cambio y así poder estabilizar los precios del mercado, como una medida proteccionista. En lo que respecta a los años siguientes el dólar, se ha mantenido es un valor no superior a los 2.500 pesos por dólar como se muestra en la figura siguiente:

Figura 22 Precio del dólar en pesos colombianos desde el año 2009
Fuente: Dólar- Colombia.com (2017).

Según el Informe de Monitoreo de los principales riesgos internacionales de la economía ecuatoriana emitido por el Banco Central del Ecuador (2015) menciono que se “evidenció una apreciación del dólar de los Estados Unidos frente a otras divisas, explicada por la recuperación de la economía estadounidense, con el apoyo de la política monetaria y las condiciones financieras favorables” (p.27). El dólar para el año 2015, tuvo una recuperación de su valor en relación a los años anteriores, porque comenzó a crecer en precio dentro del mercado de divisas, y esto hizo que Ecuador pierda competitividad en sus exportaciones, Estados Unidos crece en poder adquisitivo y estabilidad, ya que ésta divisa es una de las más

fuertes a nivel mundial y en muchos países el dólar sirve como indicador fundamental de las economías internas. El tipo de cambio para las empresas es importante, más aún para aquellas que logran endeudarse en moneda extranjera, ya que esto representa un riesgo para las mismas.

Dicho a lo anterior, según la figura 22 se observa que el dólar, está manteniéndose en su precio, lo que permite decir, que es un esquema favorable para el país, en cierto modo, puesto que le va a permitir al Ecuador ganar competitividad en exportaciones y mantener las importaciones a precios baratos.

En la revista Semana 2016, se mencionó que "El valor más alto en los últimos años se dio el 12 de febrero de 2016 cuando llegó a $3.434" (p. 5). Colombia espera que la tendencia del dólar se mantenga como lo hizo durante el año 2017 donde el dólar se cotizó alrededor de 2.970 o 3.000 pesos, para evitar problemas internos como es el encarecimiento de los productos y de los servicios, por otro lado, que los grandes beneficiados con la tasa de cambio fueron las empresas exportadoras, y las personas cuentan con remezas del extranjero.

4.3.6. El tipo de cambio y la competitividad del sector cafetalero de Colombia

El tipo de cambio es un factor relevante dentro del comercio internacional, puesto que la variación de este, puede afectar o beneficiar a las exportaciones o importaciones de un país. Según Krugman (2006), menciona que el tipo de cambio "desempeña un papel fundamental en el comercio internacional, ya que permite comparar los precios de bienes y servicios producidos en los diferentes países" (p.328).

Es decir que el tipo de cambio se convierte en una herramienta que permite a los diferentes países comercializar en términos de una moneda específica. En el caso del mercado del café, tanto Ecuador como Colombia realizan exportaciones en términos de la moneda estadounidense como es el dólar, esta moneda es una de las divisas que desde años atrás se ha posicionado como una de las más fuertes dentro del mercado para realizar transacciones, no solo en productos como el café sino en otros productos exportables.

En relación a lo anterior, se presenta la tabla 12, donde se muestra el precio histórico del precio del dólar en pesos colombianos partiendo del año 1998 hasta el año 2017, donde además se puede evidenciar los cálculos de variación año a año, así también el promedio de cambio peso-dólar.

Tabla 12 Precio del dólar en pesos colombianos

Año	Precio del dólar en pesos colombianos		Variación	Mínimo	Máximo	Promedio
	Enero	Diciembre				
1998	1293,58	1542,11	19,21%	1293,58	1599,15	1426,24
1999	1542,11	1999,00	21,51%	1525,59	2017,27	1756,90
2000	1873,77	2229,18	18,97%	1873,77	2232,24	2088,14
2001	2229,18	2291,18	2,78%	2219,60	2378,41	2300,10
2002	2291,18	2864,79	25,04%	2231,98	2888,23	2506,55
2003	2864,79	2778,21	-3,02%	2778,21	2968,88	2875,91
2004	2778,21	2389,75	-13,98%	2316,12	2778,98	2628,47
2005	2389,75	2284,22	-4,42%	2272,95	2397,25	2321,49
2006	2284,22	2238,79	-1,99%	2225,44	2634,06	2358,96
2007	2238,79	2014,76	-10,01%	1877,88	2261,22	2076,24
2008	2014,76	2243,59	11,36%	1652,41	2392,28	1967,11
2009	2243,59	2044,23	-8,89%	1825,68	2596,37	2153,30
2010	2044,23	1913,98	-6,37%	1786,20	2044,23	1898,68
2011	1973,98	1942,70	1,50%	1748,41	1972,76	1846,97
2012	1942,70	1768,23	-8,98%	1754,89	1942,70	1797,79
2013	1768,23	1926,83	8,97%	1578,45	1952,11	1869,10
2014	1926,83	2392,46	24,17%	1846,12	2446,35	2000,33
2015	2392,46	3149,47	31,64%	2360,58	3356,00	2743,39
2016	3149,47	3000,71	-4,72%	2833,78	3434,89	3050,98
2017	3000,71	3005,76	0,17%	2837,90	3092,65	2948,26

Elaborado por: Superintendencia de Colombia
Fuente: Banco de la Republica de Colombia (2018).

Como se observa en la tabla 12, la evolución que ha tenido el dólar durante los últimos 20 años ha sido voluble, donde se evidencia que el dólar hasta el año 2015 no sobrepaso los 3.000 pesos colombianos, pero para este año el dólar experimentaba una creciente subida de precio en el mercado, donde se disparó superando el valor de cambio a 3.149.47 pesos por un dólar el valor más alto de cambio, que represento para los ecuatorianos una oportunidad de importación al país vecino Colombia, puesto que para los ecuatorianos represento durante estos dos años un ahorro para sus bolsillos, al adquirir productos de primera necesidad, a bajos precios y también una oportunidad para los colombianos de la zona fronteriza de mejorar sus ventas y por ende el crecimiento de su capital de trabajo y sustento.

En la figura 23, se observa el precio que ha tenido el dólar en pesos colombianos durante los últimos 20 años. A partir del año 2013 donde Colombia, gozaba de una revaluación de su moneda, Según Gonzales (2009) el dólar en el mercado llego a costar menos, "El precio llegó a los 1.850 pesos, el nivel más alto alcanzado por la divisa en más de 16 meses, pues el 12 de enero del 2012 se negoció en 1.854 pesos". (p.5).

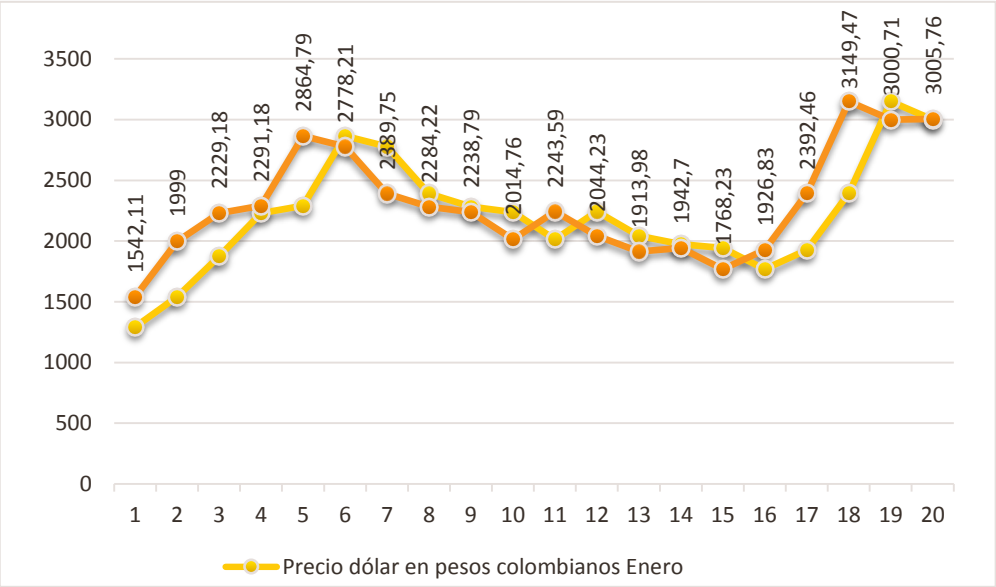

Figura 23 Precio del Dólar en pesos colombianos de los últimos 20 años
Fuente: Dólar- Colombia.com (2017).

Es así, que a partir de este año el escenario fue diferente, el peso colombiano, se devaluó y su valor en el mercado era bien visto, por países como el nuestro, donde los productos tenían precios más accesibles, pero a medida que ha continuado su devaluación, Colombia, cuenta con problemas internos, donde los salarios no alcanzan por la subida de precios, y las importaciones de los productos de la canasta básica, se han encarecido, ya que la moneda al 2017, llega con un costo promedio de 2948.26 pesos por dólar.

4.3.6.1. Nivel de asociación, relación y comportamiento futuro en Ecuador y Colombia entre exportaciones, sacos de café, tipo de cambio y precio internacional del café.

Una vez conocido cual es el efecto que trae el tipo de cambio en relación al mercado del café, tanto de Ecuador y de Colombia, determinado por el modelo econométrico, se pasa a conocer los resultados obtenidos con respecto a cada una de las variables. Partiendo de la teoría de Paul Krugman (2006) sobre el nuevo comercio internacional donde menciona que el estudio del comercio internacional debe partir de incorporar al término economías de escala, que permiten que empresas o asociaciones con rendimiento creciente puedan duplicar sus insumos y por ende aumentar la producción, disminuyendo además el costo por unidad. Dicho lo anterior, en el mercado del café a nivel internacional, existen mercados que se catalogan como economías de escala como es el caso de Colombia y Brasil que son grandes productores de café, y los mayores exportadores a lo largo de América Latina, para Krugman

(2004), las empresas grandes cuentan con ventajas sobre las pequeñas, en este caso serían los países cafeteros como Ecuador, trayendo como consecuencia la influencia directa sobre los precios de los productos, por estar sujetos a mercados denominados oligopolios y monopolios, convirtiéndose así en mercados de competencia imperfecta.

a) Ecuador- Colombia: exportaciones – sacos de café

Después de recolectar los datos de hace 20 años atrás de las exportaciones y de la cantidad de sacos de café de 60kg, y conocer estadísticamente que el valor calculado 4.86 es mayor que el valor crítico ±2.12 (Ver anexo 7), y por lo tanto que estas series de datos tienen una relación de un 92%, estos resultados permiten deducir que los sacos de café tienen una influencia directa sobre las exportaciones, donde se puede observar en la tabla 9 que la producción de sacos de café para exportación han tenido una disminución desde el año 2013 siendo el total de sacos en ese año de 1.261.690,96 teniendo una disminución de 309 mil sacos aproximadamente con relación al año anterior, y llegando a un total de 695.144,07 sacos de café al año 2017, esta diminución se debe a que dentro del sector se presentan diversos problemas internos como dentro de los cultivos, las plagas, el clima como principales, por otro lado se suman problemas como la falta de tecnificación en las plantaciones, así también la falta de ayuda por parte del gobierno y de conocimiento que permita el desarrollo de técnicas de cultivo dentro de las zonas cafeteras del país que permitan que la recolección del fruto sea eficiente.

Es así que los resultados dados por el modelo son: por cada aumento de mil sacos de 60kg de café, indistintamente del tipo de su variante, es decir robusta, arábico o industrializado, las exportaciones de café aumentan en 195.629,32 millones de dólares, lo que permite determinar que la producción interna de café es importante debido a que anualmente representa uno de los productos de exportación que aporta al PIB y dinamiza el sector cafetero. Dicho lo anterior es importante el hecho de los agricultores de café que se dedican a la exportación traten de mejorar las formas de cultivo para obtener un café de calidad, y por ende la producción de café, la oferta hacia los mercados internacionales y el ingreso para las asociaciones o las empresas a nivel del país aumenten de manera considerable, accediendo también a que las inversiones en el sector sean mejores así mismo exista una mayor cantidad de personas que busquen entrar al mercado del café.

Por otro lado, en Colombia, se tomó en cuenta los mismos datos, es decir se recolecto datos de 20 años de las exportaciones y de los sacos de café, siendo el resultado que el valor calculado 4.78 es mayor que el valor crítico ±2.12 por lo tanto la variable sacos de café tiene una relación directa con las exportaciones al tener una asociación de 77% (Ver anexo 8), cada uno de estos resultados demuestra que los sacos de café son importantes en la medida que a menor cantidad de sacos producidos, las exportaciones disminuirán, y viceversa al igual que Ecuador los problemas presentes son similares, pero Colombia cuenta con una ventaja al ser un país exportador de grandes cantidades de este producto.

Colombia desde el año 2009 hasta el año 2012 conto con una disminución de café, pasando de 11.085 miles de sacos de café en 2008 a 7.894 miles de sacos en 2009, logrando recuperase a partir del año 2013 siendo el mercado favorable hasta el año 2017 donde las exportaciones de café en sacos representaron un total de 12.985 miles de sacos, pero para el año siguiente Colombia registro un aumento en la producción de café de 14.3 millones de sacos, y una disminución en las ventas del producto.

Según entrevista realizada por diario el Tiempo al exministro de hacienda Homes, R (2018), menciono que para el primer semestre de 2018 existió una acumulación de casi seis millones de sacos de café, esto debido a que el café está perdiendo participación dentro del mercado. Por otro lado, el modelo econométrico explica que por cada 1000 sacos de 60 kg de café que aumenten, en promedio las exportaciones aumentan en 30.620,43 millones de dólares, siendo este un valor de importancia para Colombia debido que es reconocido a nivel mundial como exportador de café y su alta calidad en el producto.

b) Ecuador- Colombia: exportaciones – tipo de cambio

Otro punto es la relación exportaciones de café con la variable tipo de cambio, donde se obtuvo lo siguiente: que por cada peso que aumenta el tipo de cambio, las exportaciones por año aumentan en 400.230,22 millones de dólares. Mientras que, en Colombia, por cada peso que aumenta el tipo de cambio las exportaciones por año disminuyen en 138.208, 05 millones de dólares. Según Krugman (2013), cuando la moneda de un país se deprecia, los extranjeros encuentran sus exportaciones más baratas y los residentes nacionales encuentran que las importaciones del extranjero son más caras. Una apreciación de la moneda tiene el efecto contrario (p.332).Lo anterior permite deducir que el tipo de cambio es un factor relevante para los países exportadores, puesto que una variación del tipo de cambio puede perjudicar

el comercio internacional, o dinamizarlo interiormente generando mayor demanda, de los productos donde el precio de compra es más favorable para los países consumidores.

Se demuestra que las exportaciones en Ecuador en relación al tipo de cambio, son versátiles, donde una subida del valor del dólar en el mercado, causa que las exportaciones de café de Ecuador tiendan a bajar, en el periodo de los años 2014 a 2017 el valor del dólar con relación al peso colombiano es alto donde un dólar llego a cubrir un valor similar a los 3000 pesos y al contrario de otros años como 2010 y 2012, donde el dólar tenía un precio parcial en el mercado las exportaciones de café aumentan significativamente alcanzando ventas de hasta 250 millones de dólares.

Ahora, en relación al tipo de cambio se pudo comprobar por medio de las entrevistas realizadas a los representantes de las asociaciones cafeteras, que es un factor relevante para la producción y comercialización del producto, por lo cual afecta al sector interno de café, en cierta forma por el contrabando, puesto que al Ecuador ingresan diversidad de productos, y en este caso al ser zona de frontera, los productos que ingresan son más baratos que los locales, lo que hace que la gente los prefiera, entre ellos el café, esta actividad hace que el café de Carchi pierda valor en el mercado, y frene la salida del desde las asociaciones, dando como resultado pérdidas para los productores cafeteros, por otro lado, dos de los entrevistados mencionaron que los insumos son baratos al comprarse en el vecino país, pero el costo no compensa el precio del café.

Así mismo, los representantes entrevistados mencionaron que tener una economía dolarizada ayuda al sector, siendo el dólar manejado a nivel internacional, según la exportadora entrevistada esta moneda tiene sus pros y contras, los pros es que se estabilice y no exista la inflación en los precios de compra y existe la diferencia entre año y año en la producción, sin embargo, perjudica por la diferencia de cambio en lo que respecta a los costos de producción, donde en países como Colombia, Perú, son más económicos por el hecho de tener diferente tipo de cambio. Ninguno de los representantes de las asociaciones menciono tener problemas para la fijación de precios al producto por tener una economía dolarizada y finalmente el 100% de los representantes de las asociaciones mencionaron no contar con estrategias que les ayuden a mitigar el riesgo del tipo de cambio.

En el departamento de Nariño se puedo identificar que el tipo de cambio si es relevante para la comercialización del café a nivel local, nacional, debido a que el precio del café lo establecen mediante el dólar, cabe recalcar que la calidad del café colombiano es excelente

sin embargo esto no los beneficia mucho, porque el manejo del mercado se lo realiza en dólares, por ello los caficultores de Nariño tienen el conocimiento que Ecuador tiene sus ventajas por poseer la moneda de negociación, aunque por el momento ninguna asociación exporta su café de manera individual, el precio lo pone la Federación Nacional de Caficultores de acuerdo a el precio dado por la Bolsa de Nueva York.

c) Ecuador- Colombia: exportaciones – precio internacional

Ahora con respecto a la relación entre exportaciones y precio internacional del café dado por la Bolsa de Valores de Nueva York, en el modelo econométrico se pudo tener como resultados que tanto a nivel de Ecuador y Colombia estas variables se relacionan en un 95%, es decir que el precio internacional mínimo de venta afecta de manera directa a las exportaciones de café.

En el caso de Ecuador el resultado fue: por cada dólar que aumente el precio internacional en promedio las exportaciones aumentan en 519.982,30 anual, así también en el caso de Colombia, por cada dólar que aumente el precio internacional en promedio las exportaciones aumentan en 568.495,31 millones de dólares anualmente siendo este un rubro importante para los dos países.

Lo anterior, permite analizar que la variable precio internacional del café es un factor de gran importancia para Ecuador y Colombia, ya que permite a los exportadores de café de estos países, tomar la decisión si es conveniente exportar o no su café, según la FNC (2017), menciona que para el año 2017 el precio internacional del café tuvo una disminución de un 18% al pasar de 148 US¢/lb en enero a 122 US¢/lb en diciembre del mismo año, este precio se ve modificado por los especuladores de este mercado, que presionan al precio del café a la alza o a la baja.

Es aquí, que los caficultores deben de estar al pendiente de este precio y analizar si el precio es el mejor para vender y les permite compensar los costos de producción del producto, para llegar a obtener una ganancia optima en las exportaciones, y evitar el acumulo de inventarios dentro del mercado. Sin embargo, las asociaciones pertenecientes al departamento de Nariño, no exportan individualmente, sino venden su café a la Federación Nacional de Cafeteros donde deben estar al tanto de este precio para determinar si es factible vender su café a ese precio o esperar para ser vendido cuando el mercado cambie el precio al corto plazo.

V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. CONCLUSIONES

Para determinar la variable competitividad se tomó en cuenta la teoría de las cinco fuerzas de Michael Porter, y para la variable tipo de cambio se elaboró los modelos econométricos para Ecuador y Colombia tomando en cuenta las definiciones de Paul Krugman a partir de esto se concluyó lo siguiente:

Con respecto a los proveedores se evidenció que los vendedores de insumos de las asociaciones pertenecen al sitio geográfico en donde se encuentra cada una de ellas, y sitios cercanos como en el caso de Carchi la ciudad de Ibarra y Tulcán, en el departamento de Nariño la ciudad de Pasto. Los proveedores tienen un poder medio ante las asociaciones, debido a que los productores de café para obtener los insumos lo hacen dependiendo de la distancia, y al ser estos lugares los más cercanos deben adquirir los productos al precio que estos establezcan.

En relación a la fuerza poder de negociación con los compradores de café, se pudo determinar que los principales compradores para las asociaciones de Carchi y Nariño son: en Carchi Escofi, Café.com, Anecafé, Cosecha Roja y Café Vélez, mientras que en Nariño son la Federación Nacional de Cafeteros y la Cooperativa Nacional de Cafeteros, donde la venta se realiza de forma directa y el precio del café en las dos zonas es determinado a partir de las variables: tasa de humedad, catación, volumen de rendimiento, y adicionalmente en Nariño las variable tasa de cambio.

Otro punto importante son los sustitutos, donde se pudo concluir que el café de las zonas de Carchi y Nariño no tiene un sustituto a nivel de producto, pero a nivel de cultivo los frutos más predominantes son: en el caso de Carchi el frejol, las frutas cítricas y caco, en Nariño en cambio son los cultivos de caña, limón, cacao, tomate y cabuya por cuestiones de menor inversión y tiempo, así también, se destacan los cultivos ilícitos que según los productores de café son los más elevados en la región por motivo de ganancia.

Para el ingreso al mercado del café en Carchi y Nariño los requisitos son mínimos, siendo las principales: tener un terreno propio, conocer sobre café, ajustarse al reglamento de cada asociación en el caso de Cachi, y en Nariño se suma en cambio el pago de afiliación a la asociación y tener una cedula cafetera. Además, las barreras que impiden la entrada a este sector son: la inversión alta, el costo de la mano de obra, la falta de créditos y el alto costo de insumos. Teniendo en cuenta que en la provincia del Carchi la asociación más competitiva es la "Asociación Bosque Nublado Golondrinas" de la parroquia de Maldonado y en Nariño la asociación "Nuevos Horizontes" perteneciente al municipio de Leiva, sin embargo, la mayor competencia son las empresas a nivel nacional.

De acuerdo a los resultados obtenidos mediante la entrevista estructurada, existen diversos factores cualitativos que afectan y favorecen a las asociaciones de café de Carchi y Nariño, destacando que la manera de organizarse en cada asociación es de forma jerárquica, pero no cuentan con un plan estratégico o manual de funciones que les ayude a mejorar el direccionamiento de cada una de ellas.

Las exportaciones de café de Ecuador y Colombia son parte importante para la producción, puesto que aportan al producto interno bruto del país, y generan mayor calidad de vida primordialmente a los productores de café, seguido de las empresas que procesan y comercializan este producto, según el MAGAP en Ecuador hasta el año 2016 el 90% de la producción de café se destinó a las exportaciones, mientras que para Colombia el café representa el 31% de todas las exportaciones del sector agropecuario y un 4% a nivel del país según la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia.

A partir de los modelos econométricos de Ecuador y Colombia, elaborados en la investigación con la aplicación de pruebas estadísticas como: coeficiente de determinación y correlación, prueba T -student y F de Fisher, se puedo concluir que las exportaciones de café de Ecuador y Colombia son sensibles a las variables macroeconómicas: tipo de cambio, sacos de café, y precio internacional del café, incidiendo de manera decisiva en la producción y comercialización de este producto al exterior, en donde la variable dependiente (exportaciones) tiene una relación de un 92% con respecto a las variables independientes,

mientras que para Colombia esta variable se relaciona en un 77%, permitiendo así que el modelo sirva para realizar pronósticos de manera moderada.

La competitividad del mercado cafetero ecuatoriano y colombiano, depende de los diferentes actores económicos presentes a nivel nacional e internacional, entre ellos el tipo de cambio, factor relevante en la medida que las variaciones modifican el precio y la comercialización internacional del café, generando que ambos países entren en la incertidumbre del aumento o disminución de las exportaciones.

En Carchi y Nariño se puedo identificar que el tipo de cambio si es relevante para la comercialización del café a nivel local y nacional, puesto que el precio interno del café o el precio que se paga al productor, se establece mediante el dólar tomando en cuenta las tasas de cambio. Así también el mercado del café varía de acuerdo al precio internacional, debido a que este se ve modificado por los especuladores del mercado, y los niveles de producción de Colombia y Brasil, generando que el café salga a los mercados o se quede acumulado por el productor.

5.2. RECOMENDACIONES

Con el propósito de minimizar los costos de producción, se recomienda a las asociaciones, se realice un sondeo de proveedores en relación a precio y calidad, con el fin de conocer mejores ofertas en cuestión de insumos, y de forma conjunta como sector cafetero Carchi, se haga una selección y se ejecute convenios directos con los fabricantes de los insumos como: Ecua químicas, Afecor, Agripac, Farmagro, a fin de que lleguen directamente al productor, esto en un tiempo de tres meses.

Se recomienda que las asociaciones cafeteras de Carchi y Nariño, aprovechen el alto potencial en producción de café, y se mejoren sus canales de venta y distribución del producto, mediante la identificación del cliente, análisis de la competencia a través del uso de diferentes herramientas de comercialización como: TV, Internet , Redes sociales, Radio, así mismo la creación de una página web, en lo que respecta al canal de venta de forma general se debería crear o abrir puntos de venta al público, para así captar más compradores

o también buscar contratos con distribuidores, sean mayoristas o minoristas esto en un tiempo determinado de seis meses.

Con el fin de perfeccionar los proceso de producción de café, se recomienda a los representantes de las asociaciones de Carchi trabajar juntamente con cada uno de los socios, especialmente con los nuevos entrantes al sector del cultivo de café, para que se comprometan a trabajar en el mejoramiento de la asociación, tomando como ejemplo el mercado cafetero del departamento de Nariño, el cual ha sabido diferenciarse por su alta experiencia y calidad en cada uno de los procesos del café.

Se recomienda que, en el sector cafetalero de la provincia del Carchi y el departamento de Nariño, dentro las asociaciones creen un manual de funciones, un plan estratégico y un nivel jerárquico alto, para lograr el desarrollo eficaz y eficiente de cada una de las actividades y el mejoramiento de los procesos productivos del café que se realicen como: compra de insumos, comercialización, publicidad etc. Facilitando además el estudio de los problemas de la asociación a través de determinar la responsabilidad de cada uno de los socios permitiendo crecer internamente e integrando el trabajo en equipo, en un periodo de dos meses por cada necesidad.

A través de los resultados obtenidos en los modelos econométricos de Ecuador y Colombia, se recomienda a las asociaciones de la provincia del Carchi, no competir directamente con el departamento de Nariño y busque un mercado diferente para la venta de su producto a nivel interno como marca Carchi y a las asociaciones del departamento de Nariño, estar al pendiente del precio internacional del café y del diferencial cambiario para determinar si les es necesario exportar el café o no, y así evitar ser perjudicados en cuestión de precio de compra por parte de la Federación Nacional de Cafeteros y la Cooperativa Nacional de Cafeteros.

Se recomienda a las asociaciones de Carchi y Nariño, se trabaje internamente en la capacitación en temas de tasas de cambio con el propósito de que los socios conozcan el precio real de venta, debido a que los productores dicen sentirse perjudicados por no conocer cuál es el mecanismo utilizado para el cálculo del precio de venta del café a los mercados

internacionales, esto se recomienda se realice frecuentemente y se ponga en marcha en un corto plazo.

Teniendo en cuenta que precio internacional del café es parte de los rubros que se utilizan para la aplicación del precio interno del café, se recomienda a las asociaciones de Carchi y Nariño examinen de forma frecuente páginas como: Anecafé, Federación Nacional de cafeteros de Colombia o de la Organización Internacional de Café, las cuales dan información actualizada del precio internacional del café, con el fin de que las asociaciones puedan predecir si el precio es el conveniente para vender o esperar a obtener un alto precio que les permita compensar el costo de los insumos.

VI. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

Andrade, C., & García, C. (2015). *Medir el impacto del proyecto de rehabilitación cafetalero del Ecuador en las exportaciones de café durante el período 2011-2014*. Obtenido de https://bit.ly/2Itmh8K

Anecafe. (2017). *Exportaciones de café Ecuador por exportador*. Obtenido de http://www.anecafe.org.ec/

ANECAFE. (2018). *Asociacion Nacional de Exportadores de Cafe*. Obtenido de https://bit.ly/2DRp1sp

Banco Central del Ecuador. (2014). *Reporte de Coyuntura Sector Agropecuario primer semestre 2014*. Obtenido de https://bit.ly/2RCejtD

Banco Central del Ecuador. (2015). *Informe de Monitoreo de los principales riesgos internacionales de la economia ecuatoriana*. Obtenido de https://bit.ly/2Ur2gS7

Banco Central del Ecuador. (2015). *Reporte de coyuntura sector agropecuario.* Obtenido de https://bit.ly/2UBNxTM

Banco Central del Ecuador. (2015). *Tipos de Cambio*. Obtenido de https://bit.ly/2HjoSzY

Banco Central del Ecuador. (2016). *Reporte de Coyuntura Sector Agropecuario*. Obtenido de https://bit.ly/2UBNxTM

Banco Central del Ecuador. (2017). *Reporte de Coyuntura Sector Agropecuario.* Obtenido de Banco Central del Ecuador: https://bit.ly/2ghDam4

Bermeo , V. (2016). *Determinación de la competitividad sistémica de la mipyme manufacturera en el nivel micro: caso de la fabricación de muebles de madera en el área urbana del cantón Cuenca de la Provincia del Azuay, Ecuador.* Obtenido de UNAM Congreso Internacional de contaduria administracion e informatica: https://bit.ly/2u5yqHj

Bucheli, L. (2017). *Balanza Comercial de enero a Marzo del año 2017*. Obtenido de https://bit.ly/2TEidXU

Buján, A. (2016). *Apreciación de la moneda*. Obtenido de https://bit.ly/2C9U4yc

Burbano, E., Gonzalez , V., & Moreno, E. (2011). *La competitividad como elemento esencial para el desarrollo de las regiones*. Obtenido de https://bit.ly/2sXTzT9

Café Nariño. (2010). *Cifras café de Nariño a julio de 2010*. Obtenido de https://bit.ly/2EVt4nV

Cann, O. (12 de Octubre de 2016). *¿Que es la competitividad?* Recuperado el 2018, de https://bit.ly/2wd9S1u

Chesnais. (2007). *¿De que hablamos cuanto hablamos de competitividad?* Obtenido de https://bit.ly/2ClAsHR

Departamento Administrativo Nacional Estadistica. (2017). *Colombia. exportaciones de café, carbón, petróleo y sus derivados, ferroniquel y no tradicionales*. Obtenido de https://bit.ly/2Qsilok

Diario El Comercio. (2016). *La apreciación del del dolar*. Obtenido de https://bit.ly/2C8Uc1e

Diario El Expreso. (2016). *El dolar se hace mas fuerte pero debilita a Ecuador*. Obtenido de https://bit.ly/2SSklXB

Diario El Tiempo. (julio de 2018). *Colombia produjo más café, pero redujo ventas externas*. Obtenido de https://bit.ly/2UuuVWg

El Telegrafo. (2014). *Mapa de Cultivo de café Ecuador*. Obtenido de https://bit.ly/2WDkP75

Federación Nacional de Cafeteros Colombia. (2010). *Cafe de Nariño.* Obtenido de https://bit.ly/2NQcfxR

Federación Nacional de Cafeteros Colombia. (2012). *Informe del Comportamiento de la Industria Colombiana.* Obtenido de https://bit.ly/2t03jMH

Federación Nacional de cafeteros Colombia. (2013). *El sector cafetero es motor de la economía y garantía de estabilidad y paz social*. Obtenido de https://bit.ly/2wGI5ni

Federación Nacional de Cafeteros Colombia. (2016). *Comité Depatamental de Cafeteros de Nariño*. Obtenido de https://bit.ly/2CbfniS

Federación Nacional de Cafeteros Colombia. (2017). *Comportamiento de la Industria cafetera Colombiana 2017.* Obtenido de FNC: https://bit.ly/2Ut3tbg

FXtop.com. (2017). *Cotizaciones históricas del tipo de cambio dólar - euro 1990 -2017.* Obtenido de https://bit.ly/2IAmId6

Garcia, O. (2015). *Competitividad concepto e importancia*. Obtenido de https://bit.ly/2G2B20z

Gonzales, G. (2009). *Evaluacion de factores de competitividad del cafe ecuatoriano en el mercado mundial.* Obtenido de https://bit.ly/2G7kcxx

Hill, C., & Gareth, J. (2014). *Administracion estrategica.* Obtenido de https://bit.ly/1OWfShR

Internacional Coffee Organization. (2015). *Principales mercados del café*. Obtenido de http://www.ico.org/es/new_historical_c.asp?section=Estad%EDstica

Internacional Coffee Organization. (2017). *Importancia del café*. Obtenido de http://www.ico.org/es/new_historical_c.asp

Internacional Coffee Organization. (31 de 07 de 2017). *Produccion total paises exportadores.* Obtenido de http://www.ico.org/prices/po-production.pdf

International Coffee Organization. (2012). *Aspectos históricos del café. Organizacion Internacional del café Londres*. Obtenido de http://www.ico.org/ES/coffee_storyc.asp

Krugman , P. (2006). *Economia Internacional y economia politica*. Obtenido de https://bit.ly/2u1wdeZ

Krugman, P. (2004). *Teoria del Nuevo comercio Internacional*. Obtenido de https://bit.ly/2Cb38Df

Krugman, P. (2013). *Economia Internacional, Teoria y Politica* (Septima ed.). Madrid - España: Pearson Educacion S.A.

Larraín, Sanchs, F., & Jeffrey. (2002). *Macroeconomia en la economía global.* Mexico: Pearson Educación.

Lizarzaburo, G. (2016). *La producción del café se deteriora más*. Obtenido de https://bit.ly/2SVqHFq

Lopez, A. (2015). *Uno dolar ya vale menos que un dólar* . Obtenido de El Periodico: https://bit.ly/2sZQQbR

Magap. (2016). *Proyecto de Reactivación de la Caficultura Ecuatoriana*. Obtenido de https://bit.ly/2N0LJ4t

Maldonado. (2016). *El Telegrafo*. Obtenido de Exportaciones ecuatorianas de café: https://bit.ly/2GlzfTB

Mariel, D., & Nini, N. (2010). *El café y sus diversas aplicaciones en la pasteleria - historia*. Obtenido de https://bit.ly/2S3byXl

Martínez, M. (26 de Agosto de 2016). *"La apreciación del dólar estadounidense y sus posibles*. Obtenido de https://bit.ly/2Bm4TwT

Ministerio de Agricultura Ganadería y Pesca. (2016). *Proyecto de reactivación de la caficultura ecuatoriana*. Obtenido de https://bit.ly/2TomkUu

Montenegro, A. (2016). *Consecuencias de las devaluación*. Obtenido de https://bit.ly/2yeqnuf

Monteros , A. (2016). *Rendimientos de café grano seco en el Ecuador 2016*. Obtenido de http:/www.magap.gob.ec

Monteros, A. (2017). *MAGAP*. Obtenido de Informe de Rendimiento de café en grano seco del Ecuador: https://bit.ly/2TntlJt

Neumeyer, A. (2011). *Acerca del tipo de cambio real.* Obtenido de Foco Economico: https://bit.ly/2J0rvt8

Observatorio de la PYME. (2009). *Cotizaciones de las monedas*. Obtenido de https://bit.ly/1k5pkTK

Organización Internacional de Café. (2016). *Datos historicos*. Obtenido de http://www.ico.org/es/new_historical_c.asp

Orozco, M. (2016). Fortalecimiento del dólar preocupa al exportador. *Revista Lideres*, 2. Obtenido de https://bit.ly/2NR5V9d

Peña, J., & Triguero , R. (2011). *Modelo de Competitividad Internacional de la empresa: en economias de desarrolloy/o emergentes de latinoamerica.* Obtenido de https://bit.ly/2TGSqOw

Pillajo, R., Almeida, R., & Jimenez, R. (2013). *Carchi Propiedades para el desarrollo, agenda 2013-2020*. Obtenido de https://drive.google.com/file/d/0BzZWP7inotUNdndiNm1VTnZoM2s/view

Porter, M. (2008). *Las cinco fuerzas competitivas que le dan a la estrategia*. Obtenido de https://bit.ly/2rBue3x

Porter, M. (2008). *Ser Competitivo.* Obtenido de Harvard Business Press: https://bit.ly/2EOIau7

Porter, M. (2015). *Competitividad, concepto importancia*. Obtenido de https://bit.ly/2G2B20z

Pozo, M. (2014). *Analisis de los factores que inciden en la produccion de cafe en el Ecuador 2000-2011*. Obtenido de Pontificia Universidad Catolica del Ecuador: https://bit.ly/2SohzNm

Prefectura del Carchi. (2013). *Prioridades para el desarrollo 2013 -2020*. Obtenido de https://drive.google.com/file/d/0BzZWP7inotUNdndiNm1VTnZoM2s/view

Prefectura del Carchi. (2015). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial*. Obtenido de https://bit.ly/2EX5p6D

Prefectura del Carchi. (2018). *Datos inforamtivos de la provincia del Carchi.* Obtenido de Prefectura del Carchi. gob: http://carchi.gob.ec/

Red Cultural del Banco de la Republica de Colombia. (2017). *Sectores mas representativos de la economía Colombiana*. Obtenido de https://bit.ly/2MRJcMR

Revista Semana. (2014). *Las ventajas de la Devaluación*. Obtenido de https://bit.ly/2TBYcB3

Revista Semana. (26 de abril de 2016). *El dólar sorprende: bajó $549 pesos en dos meses*. Obtenido de https://bit.ly/2XM7V7d

Servicio Nacional de Derechos Intelectuales. (julio de 2014). *Ecuador con aroma a café*. Obtenido de https://bit.ly/2vIIky0

Silva , A., & Trejos, C. (2016). *Prospectiva del cafe en Nariño: Sabor y Aroma de una tradicion.* Obtenido de UNAD: https://bit.ly/2CbuaKG

Suñol, S. (2006). Aspectos teoricos de la competitividad. *Ciencia y Sociedad, 31*(2), 180. Obtenido de https://www.redalyc.org/pdf/870/87031202.pdf

Superintendecia Financiera de Colombia. (2018). *Informacion del mercado Interbancario de divisas Colombia*. Obtenido de https://bit.ly/2DQMyJY

Torres, A., & Massa, P. (Julio- Diciembre de 2016). Producción de café y variables climáticas: El caso de Espindola, Ecuador. *Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal*, 137. Recuperado el 15 de enero de 2019, de https://bit.ly/2TDvVtY

Velez, J. (2014). *El resurgir del café ecuatoriano*. Obtenido de https://bit.ly/2vIIky0

Villalobos, J. (2012). *Estrategia competitiva de Michael Porter*. Obtenido de https://bit.ly/2ygjkkC

VII ANEXOS

Anexo 1. Formato entrevista Carchi y Nariño

ENTREVISTA AL SECTOR CAFETALERO DE LA PROVINCIA DEL CARCHI/NARIÑO				
Objetivo: Recolectar información del sector cafetalero, proporcionada por los representantes de las asociaciones de la provincia del Carchi y Nariño, para realizar un análisis de la competitividad del café ecuatoriano frente al colombiano, a partir del tipo de cambio peso – dólar, y determinar qué factores y medidas se deben mejorar o mantener dentro del sector, y cuáles se podrían implementar.				
Parte A				
Datos Informativos:		**Fecha de la Entrevista:**		
Nombre de la asociación:		**Sector:**		
Nombre del representante:				
Edad:	**Cargo:**			
Nivel de educación		**Primaria( )**	**Secundaria( )**	**Superior ( )**
Parte B				
Preguntas de entrada: La Organización				
1.	**¿Cómo está estructurada internamente la asociación?**			
2.	**¿La asociación cuenta con un plan estratégico que le ayude como guía dentro de su actividad?**			
3.	**¿Los integrantes de la asociación realizan su trabajo en relación a un manual de funciones?**			
4.	**¿Cuáles son las amenazas, fortalezas, oportunidades y debilidades que tiene la asociación?**			
BLOQUE A: Competitividad				
A continuación, se requiere conocer la estructura de cada una de las asociaciones, realizando un diagnóstico para conocer la situación actual del sector cafetalero hasta llegar a los puntos más relevantes del campo de trabajo de la asociación.				
A.1: Poder de negociación con los compradores				
Dentro de este punto, se hace referencia al mercado cafetalero, partiendo del punto de que existen mercados competitivos en el área del café, en cuento a si los clientes tienen la facilidad de cambiar de producto por otro que ofrezca otra empresa, por lo tanto es necesario conocer un panorama más amplio de cómo están conformadas cada una de las asociaciones y a partir de esto conocer donde es necesario mejorar para atraer más compradores.				
A.1.1.	**Según su opinión ¿Cuál considera que es la situación actual del mercado cafetalero a nivel de la provincia y a nivel nacional?**			
A.1.2.	**¿Los miembros de la asociación reciben capacitaciones?**			
A.1.3.	**¿Cuáles son los factores que afectan al mercado cafetalero?**			
A.1.4.	**¿Con que recursos materiales y tecnológicos cuenta la asociación para la producción y comercialización del producto?**			
A.1.5.	**¿Ha crecido la asociación durante los últimos cinco años? ¿Cómo lo ha hecho?**			
A.1.6.	**¿Cuál es el nivel de producción mensual de la asociación por hectárea?**			
A.1.7.	**¿La asociación tiene algo que ofrecer que no ofrezcan sus competidores a nivel de la provincia o nacional**			
A.1.8.	**¿Qué canal de distribución utilizan para la venta del café?**			
A.1.9.	**¿Estos canales de distribución ayudan activamente la promoción del producto dentro del mercado**			
A.2. Poder de negociación con los proveedores				
Los proveedores en toda organización son importantes, puesto que son los principales dotadores de las materias primas, en el caso del mercado cafetalero se debe definir su papel en cuanto a la forma de manejarse con las asociaciones y cuales beneficios le atrae a estas.				
A.2.1.	**¿Cuántos proveedores existen en el sector cafetalero?**			
A.2.2	**¿Cuáles son los proveedores de insumos y venta del producto?**			
A.2.3	**En el caso de tener que cambiar la materia prima, es decir una semilla por otra para mejorar el cultivo y la calidad del producto ¿Cuál sería el impacto de este cambio y cómo afectaría a la asociación?**			
A.2.4.	**¿Cuál sería el costo de cambio y cómo afectaría a la asociación?**			
A.2.5	**¿Los canales de distribución que usan los proveedores son los adecuados o es necesario que se mejoren de alguna manera**			
A.2.6.	**¿Cuál es el criterio para fijar el precio del producto al proveedor**			
A.3. Amenaza de entrada de nuevos participantes				

Este punto se refiere a las barreras de entrada de nuevos productos competidores. Cuanto más fácil sea entrar mayor será la amenaza. Sea que se trate de montar un pequeño negocio será muy fácil la entrada de nuevos competidores al mercado.	
A.3.1.	**¿Qué se requiere para entrar en el mercado del sector cafetalero?**
A.3.2.	**¿Cuáles son las barreras que impiden la entrada al sector cafetalero?**
A.3.3.	**¿Cuál es la inversión que se necesita para poder entrar al mercado del café?**
A.3.4.	**¿Cuál es la posición competitiva de la empresa dentro del sector**
A.3.5.	**¿En qué invierte la asociación para mejorar la calidad del producto?**
A.3.6.	**Colombia es un país reconocido a nivel mundial por su café y según la Federación de cafetaleros, 2016, "el departamento de Nariño es uno de los productores y comercializadores de café con miras de crecimiento dentro del mercado". ¿Cuáles son las medidas que las asociaciones de la provincia del Carchi toman para poder competir con este país, en relación al departamento de Nariño dentro del mercado Internacional y nacional**
A.4. Amenaza de productos sustitutos	
En los mercados en los que existen muchos productos iguales o similares, suponen por lo general baja rentabilidad, dentro de este bloque se busca conocer cuáles son los principales productos que representan una amenaza para el sector y que cuales son las medidas que las asociaciones están tomando para minimizar esta amenaza.	
A.4.1.	**¿Qué productos sustitutos consideran que amenazan la producción y comercialización del café?**
A.4.2.	**¿Los precios de los productos sustitutos son bajos o menores que los de los productos existentes?**
A.4.3.	**¿Por qué medio realiza la publicidad del producto la asociación**
A.5.Rivalidad entre competidores	
La rivalidad define la rentabilidad de un sector, cuanto menos competitivo sea una parte del sector, normalmente será más rentable y viceversa para uno de los actores.	
A.5.1.	**¿Existe un líder absoluto de mercado en este sector**
A.5.2.	**¿Dentro del sector cafetalero es conveniente formar alianzas?**
A.5.3.	**¿Cuántos competidores existen, y cómo se comporta su crecimiento reciente?**
A.5.4.	**¿Cuáles empresas o asociaciones consideran que son su mayor competencia en el mercado?**
Bloque B: Tipo de cambio	
Dentro de este bloque se pretende conocer si el sector cafetalero está siendo afectado de manera directa o indirecta por el tipo de cambio que se presenta al ser frontera.	
B.1. Tipo de cambio.	
B.1.1.	**¿El tipo de cambio es un factor que puede considerarse como relevante dentro de la comercialización del café a nivel local, nacional (como afecta a la producción local)?**
B.1.2.	**¿Según su criterio tener una economía dolarizada contribuye a la salida del café de la asociación hacia mercados internacionales**
B.1.3.	**¿Existe alguna dificultad al fijar los precios de los productos, teniendo una economía dolarizada?**
B.1.4.	**¿La asociación cuenta con alguna estrategia que disminuya el riesgo del tipo de cambio, al momento de realizar las transacciones?**
B.1.5.	**¿Cuál es el mayor reto que la asociación tiene con relación a la gestión del riesgo del tipo de cambio?**

Anexo 2. Asociaciones cafeteras del departamento de Nariño

REGION	MUNICIPIO	ASOCIACIONES
Norte	San Lorenzo	1.Grupo las Gaviotas 2.Grupo Manos Unidas 3.Asociación Nuragro
	Colon Génova	4.Asociación de agricultores Monte de agua
	Belén	5.Grupo asociativo los Rosareños
	San Pablo	6.Asociación Cuenca del Mayo
	La Unión	7.Grupo Anhelo Venteño 8.Grupo Semillas Marianas 9.Asociación Mujeres Campesinas
	San Pedro de Cartago	10.Distrito de Riego El Paraíso
	Arboleda	11.Asociación Hojas Verdes 12.Grupo semillas de paz 13.Mujeres Arrayanes
Centro	Yacuanquer	14.GAP Arguello 15.GAP Tasnaque 16.GAP Chapacual
	Buesaco	17.Agrounidos B.C
	San José de Albán	18.Asociación de agricultores del Albán AAA
	La Florida	19.ASPROCAES 20.Escuela Agroambiental
	Tangua	21.Asociación de caficultores La Playa
	EL Tambo	22.Agrocafé
Occidente	Sandoná	23.Guaicafé 24.El Aguacate 25.Nuevo Horizonte
	Consacá	26.Asociación Corpomiramontes 27.Asociación de Riego
	El Peñol	28.Asociación de caficultores ASOPEÑOL 29.Asociación de caficultores Alto Peñol
	Sotomayor	30.Unión Cafetera
	Samaniego	31.Federación ABADES
	Linares	32.GAP el Futuro 33.GAP Ahorradores 34.Nueva Esperanza 35.ARCAFÉ
	Ancuya	36.GAP Esperanzas Unidas 37.Villablanca
Cordillera	El Rosario	38.ASOAJOALPA
	Cumbitara	39.Asociación de caficultores ASPROCAFË
	Leiva	40.Asociación agropecuaria y campesina ASOCAFEL 41.Asociación Campo Bello
	Policarpa	42.Asociación de caficultores Nuevo Horizonte

Fuente: Nariño café.com, 2017

Anexo 3. Datos de investigación cualitativa

Anexo 3.1. Informantes provincia del Carchi

Cód.	Entrevistado	Sector	Nombre de la Asociación	Edad	Nivel de Educación	Cargo	Fecha
A	Sr. Bolívar Vinueza	Parroquia Juan Montalvo Cantón mira	Aroma y Sabor Juan Montalvo	44 años	Superior	Secretario	13/06/18
B	Sr. Jorge Lara	Guachal Parroquia el Goaltal-	Asoprocarchi	62 años	Secundaria	Presidente	13/06/18
C	Sr. Edgar Muñoz	Zona de corazón mundo nuevo	Aromas del Goaltal	50 años	Superior	Administrador	13/06/18
D	Sr. Luis Micanquer	Carchi-Maldonado	El Placer	49 años	Secundaria	Presidente	13/06/18
F	Ing. Sixto Pozo	Jijón y Caamaño-Cantón Mira	Asociación de productores y comercializadores Bosque Nublado	31 años	Superior	Representante legal	
G	Eco. Beronica Benalcázar	Maldonado – Carchi	Golondrinas El Placer – Finca Esperanza	38 años	Superior	Propietaria y Administradora	22/09/18

Anexo 3.2. Informantes departamento de Nariño

Cód.	Entrevistado	Sector	Nombre de la Asociación	Edad	Nivel de Educación	Cargo	Fecha
H	Sr. Edmidio Taques	Leiva – Nariño	Campo Bello	46 años	Superior	Secretario	
I	Sr. Friman Menéndez	Municipio de Policarpa Nariño	Asociación Nuevos Horizontes	53 años	Primaria	Socio y Directivo del Comité Municipal	
J	Sr. Emerson Narváez	Municipio de Policarpa, Corregimiento Restrepo – Nariño	Asociación Nuevos Horizontes	25 años	Secundaria	Vicepresidente	11/10/18
K	Sr. Sigifredo Ortega Bolaños	Leiva – Nariño	Asociación de productores agropecuarios de café especial ASOCAFEL	45 años	Superior	Presidente	
L	Sra. Gloria Esperanza Bravo Meneses	Unión Nariño - Comunidad la Castilla	Asociación de Mujeres Campesinas	50 años	Secundaria	Caficultora – Ama de casa	
M	Sr. Manuel Ángel Mancha Bajoi	La Florida-Tambo Nariño	Asociación Nacional de Cafeteros de la Florida	53 años	Secundaria	Productor de café	19/08/18

Anexo 4. Matriz de Categorización de entrevistas a profundidad

Cat. y Cod.	SUB CAT.	PREGUNTA
1.O ORGANIZACIÓN	**EI-** Estructura interna	1. ¿Cómo está estructurada internamente la asociación? ¿La asociación cuenta con un plan estratégico que le ayude como guía dentro de su actividad? 2. ¿Los integrantes de la asociación realizan su trabajo en relación a un manual de funciones? 3. ¿Cuáles son las amenazas, fortalezas, oportunidades y debilidades que tiene la asociación? 4. ¿Los miembros de la asociación reciben capacitaciones? 5. ¿Cuál es la posición competitiva de la empresa dentro del sector? 6. ¿Dentro del sector cafetero es conveniente formar alianzas?
	R-Recursos	1. ¿Con que recursos materiales y tecnológicos cuenta la asociación para la producción y comercialización del producto? 2. En el caso de tener que cambiar la materia prima, es decir una semilla por otra para mejorar el cultivo y la calidad del producto. ¿Cuál sería el costo de cambio y cómo afectaría a la asociación? 3. ¿Cuál es la inversión que se necesita para poder entrar al mercado del café? 4. ¿En qué invierte la asociación para mejorar la calidad del producto?
2.S SECTOR	**O-**Opinión	1. Según su opinión ¿Cuál considera que es la situación actual del mercado cafetero a nivel de la provincia / departamento y a nivel nacional? 2. ¿Cuáles son los factores que afectan al mercado cafetero? 3. ¿Ha crecido la asociación durante los últimos cinco años? ¿Cómo lo ha hecho? 4. ¿La asociación tiene algo que ofrecer que no ofrezcan sus competidores? 5. ¿Cuáles son las barreras que impiden la entrada al mercado cafetalero? 6. Colombia es un país reconocido a nivel mundial por su café y según la Federación de cafetaleros, 2016, "el departamento de Nariño es uno de los productores y comercializadores de café con miras de crecimiento dentro del mercado". ¿Cuáles son las medidas que las asociaciones de la provincia del Carchi toman para poder competir con este país, en relación al departamento de Nariño dentro del mercado Internacional y nacional?
	PRO- Producción	1. ¿Cuál es el nivel de producción anual de la asociación por hectárea? 2. ¿Qué se requiere para entrar en el mercado del sector cafetalero?
3.M MERCADO	**P-**Producto	1 ¿Qué productos considera que amenazan la producción de café?
	PC-Precio	1. ¿Cuál es el criterio para fijar el precio del café? 2. ¿Los precios de los cultivos sustitutos son bajos o menores que el café?
	PZ-Plaza	1. ¿Qué canal de distribución utilizan para la venta del café? 2. ¿Estos canales de distribución ayudan activamente la promoción del producto dentro del mercado? 3. ¿Los canales de distribución son los adecuados o es necesario que se mejoren de alguna manera?
	PM- Promoción	1. ¿Por qué medio realiza la publicidad del producto la asociación?
	PV- Proveedores	1. ¿Cuántos vendedores de insumos existen en el sector cafetalero? 2. ¿Cuáles son los proveedores de insumos y compradores del café?
	C- Competencia	1. ¿Cuántos competidores existen, y cómo se comporta su crecimiento reciente? 2. ¿Cuáles empresas o asociaciones consideran son su mayor competencia en el mercado? 3. ¿Existe un líder absoluto de mercado en este sector? 4. ¿Cuáles empresas o asociaciones consideran que son su mayor competencia en el mercado?
4.MO MONEDA	**TC-**Tipo de cambio	1. ¿El tipo de cambio es un factor que puede considerarse como relevante dentro de la comercialización del café a nivel local, nacional (como afecta a la producción local)? 2. ¿Según su criterio tener una economía dolarizada contribuye a la salida del café de la asociación hacia mercados internacionales? 3. ¿Existe alguna dificultad al fijar los precios de los productos, teniendo una economía dolarizada? 4. ¿La asociación cuenta con alguna estrategia que disminuya el riesgo del tipo de cambio, al momento de realizar las transacciones? 5. ¿Cuál es el mayor reto que la asociación tiene con relación a la gestión del riesgo del tipo de cambio?

Anexo 5. Triangulación de las entrevistas realizadas en la provincia del Carchi

Categoría: Organización **Subcategoría:** Estructura interna de la asociación

Pregunta orientadora	Informantes	Respuestas
¿Cómo está estructurada internamente la asociación?	**Informante A**	Dentro de la asociación existen de 3 a 4 personas en las diferentes áreas como son: comercialización, pos cosecha, producción, control de enfermedades, catación.
	Informante B	El presidente de la asociación ASOPROCARCHI destaca que la estructura interna se conforma por directorio de presidente, administrador y 2 vocales.
	Informante C	La asociación está estructurada de la siguiente manera: a la cabeza el presidente, seguida del administrador, la secretaria, y los vocales principales y vocales suplentes.
	Informante D	La asociación está estructurada de la siguiente manera: a la cabeza el presidente, seguida del vicepresidente, la secretaria, la tesorera y dos vocales principales.
	Informante F	El representante de la asociación al menciono que la asociación está regulada por Superintendencia de Economía Popular y Solidaria y está estructurada por la junta directiva y la junta de vigilancia, un presidente, tesorero y representante legal
	InformanteG (Exportador)	La exportadora menciona que la asociación está conformada por presidente, tesorero, dos vocales y socios
Síntesis de la Información		**Estructura organizacional:** Presidente, vicepresidente, administrador, secretaria, tesorero, dos vocales, socios
¿La asociación cuenta con un plan estratégico que le ayude como guía dentro de su actividad?	**Informante A**	No contamos con un plan estratégico
	Informante B	La asociación no cuenta con un plan estratégico.
	Informante C	Cada socio conoce lo que debe hacer en cada área que estén distribuidos como es en directorio, cosecha, pos cosecha, producción y comercialización, pero si cuentan con un documento donde reposan los estatutos de la asociación
	Informante D	El entrevistado manifiesta que la asociación no cuenta con un plan estratégico, la asociación se maneja de acuerdo a las necesidades momentáneas de cada uno de los socios, se busca crear un cronograma de trabajo para este año, donde se especifique las reuniones a realizarse mensualmente.
	Informante F	No contamos con un plan estratégico, pero se busca alcanzar objetivos
	InformanteG (Exportador)	No cuentan con plan dentro de la asociación, personalmente trabaja con uno
Síntesis de la Información		No cuentan con plan estratégico, documento de estatutos de la asociación, se busca crear cronogramas de trabajo- **Export**: Si trabaja con plan estratégico
¿Los integrantes de la asociación realizan su trabajo en relación a un manual de funciones?	**Informante A**	En cada finca realizan sus funciones de acuerdo al área en que se encuentren mediante un manual de funciones
	Informante B	La asociación no realiza sus funciones de acuerdo a un manual de funciones debido a que cada quien ya tiene definido lo que tiene que hacer en cada campo.
	Informante C	El Sr. Edgar Muñoz Manifestó que no existe un manual de funciones en la asociación, cada persona conoce que es lo que debe hacer como agricultor.
	Informante D	No cuentan con manual de funciones, la asociación con el apoyo del MAGAP y del Consejo Provincial ayudan con asesoramiento
	Informante F	La asociación si lo hace
	InformanteG (Exportador)	No lo hacen
Síntesis de la Información		**Manual de funciones:** No cuentan con manual de funciones, dos asociaciones cuentan con este manual, cada miembro de la asociación se conoce lo que debe hacer
¿Cuáles son las amenazas, fortalezas, oportunidades y debilidades que tiene la asociación?	**Informante A**	**Fortalezas:** la comercialización que realizan es muy organizada. **Oportunidades:** está el apoyo de la OMG extranjeros, al mismo tiempo la ayuda que les ofrece el MAGAP, Gobierno Provincial del Carchi y el Gap Parroquial. **Debilidades**: no tiene. **Amenazas**: Falta de instrumentos adecuados para el trato del café, humedad del café, ph y falta de instrumentos o máquina para el secado.
	Informante B	**Fortalezas:** Los productores están integrados por familias y trabajan en el cultivo, producción y pos cosecha, adquiere asociación en producción y comercialización y es un grupo pequeño unánime y es fácil de manejar. **Oportunidades:** Lograr comercializar el café a Guayaquil y la ayuda que reciben de COSPE con maquinaria, el Gobierno Provincial del Carchi ayuda con dinero para crear el torrefactor de café. **Debilidades:** No tiene. **Amenazas:** El mercado internacional, es difícil competir ante otras empresas, inexperiencia a la comercialización del café.
	Informante C	**Oportunidades:** Apoyo de COSPE, MAGAP, Gobierno Provincial del Carchi **Debilidades:** Falta de colaboración por parte de los miembros de la asociación. **Amenazas:** La gente tiene miedo a asociarse y los directivos buscan que se beneficien muchas veces por interés, ya que varias productores no les gusta estar unidos.

	Informante D	**Fortalezas:** Seguir unidos y tratar de que más personas ingresen a este sector **Oportunidades:** Apoyo de técnicos del MAGAP, Gobierno Provincial del Carchi, para crear una planta procesadora de café **Debilidades:** Distancia de vivienda de los socios, falta de medios de comunicación **Amenazas:** Cultivo del café a largo plazo, dentro la asociación no se tiene amenazas
	Informante F	**Fortalezas:** el mercado del café siempre va a estar abierto y se rente a otros cultivos **Oportunidades:** seguir creciendo en superficie, diferenciación en precios **Debilidades**: mal estar en los asociados por parte de personas que no les gusta el trabajo del café **Amenazas**: las plagas por un manejo inadecuado
	Informante G (Exportador)	**Fortalezas:** La gente es muy trabajadora. **Oportunidades:** producir el café y tostar y venderlo como producto terminado, porque la asociación cuenta con la infraestructura de la torrefacción, **Debilidades:** los socios esperan solo recibir, pensar que la organización es solo para recibir ayudas del gobierno y otras entidades **Amenazas:** No hay un nivel organizativo alto, que la parte dirigencial no está bien establecida y falta trabajar dentro de la organización con proyectos
Síntesis de la Información		**FODA: Fortaleza:** Comercialización organizada, productores en familia, Unidos, gente trabajadora, mercado abierto **Oportunidades:** Apoyo de técnico de varias instituciones como son COSPE, MAGAP, Gobierno Provincial del Carchi para crear planta procesadora de café, mercado creciente, vender producto terminado. **Debilidades:** Falta de colaboración miembros de la asociación, distancia entre cafetaleros, falta de medios de comunicación. **Amenazas:** Falta de instrumentos para el proceso del café, miedo a asociarse, competencia y experiencia, tiempo de cosecha, nivel organizativo alto no existe.
¿Los miembros de la asociación reciben capacitaciones?	**Informante A**	Si reciben capacitaciones en todos los temas como: cultivo pos cosecha, secado, comercialización, la capacitación la reciben cada 2 o 3 meses activamente.
	Informante B	Si reciben capacitaciones una vez al año, la mayoría de las capacitaciones son en pos cosecha.
	Informante C	La asociación si recibe capacitaciones, durante el año estas son constantes, y se reciben por medio de las instituciones como el MAGAP y Cospe, en áreas como: producción, siembra, cuidado, talleres de postcosecha, catación de café, fumigaciones.
	Informante D	Si se reciben capacitaciones, en las áreas de cosecha, pos cosecha, siembra, cada 3 veces al año
	Informante F	Si reciben capacitaciones por parte del MAG, los técnicos de la prefectura, técnicos de la cooperación internacional, las capacitaciones son Trimestralmente en temas como: manejo de cultivo, plagas y enfermedades además de pos cosecha de café.
	InformanteG (Exportador)	Muy poco
Síntesis de la Información		**Capacitaciones:** Si reciben capacitaciones en: cultivo pos cosecha, secado, comercialización, catación de café, fumigaciones, manejo de cultivo y plagas y enfermedades aproximadamente 3 veces en el año.
¿Cuál es la posición competitiva de la empresa dentro del sector?	**Informante A**	Se baja la producción anual a nivel provincial y nacional por el cambio de clima.
	Informante B	Pregunta no realizada
	Informante C	Pregunta no realizada
	Informante D	Están relacionadas con un mismo precio en cuestión de competitividad en el producto, todas las asociaciones se ajustan a un solo precio, se ofrece un producto de calidad al mercado, y se cuenta con dos plantas de transformación y maquinaria para el tostado del café
	Informante F	Pregunta no realizada
	InformanteG (Exportador)	Pregunta no realizada
Síntesis de la Información		**Posición competitiva:** Baja producción por clima, mismo precio, igual calidad.
¿Dentro del sector cafetalero es conveniente formar alianzas?	**Informante A**	Si es conveniente, existirán más compras entre ellos mismo y mejoran precios.
	Informante B	Si es conveniente para la asociación realizar alianzas para obtener mayor cantidad de productos y alcanzar mejores compradores y mirar otra asociación y aumentar el volumen.
	Informante C	El entrevistado menciona, que si es necesario tener alianzas, además que es necesario unir a las asociaciones, para obtener mayor nivel de producción y esto sirva para exportar.
	Informante D	El entrevistado menciona que es bueno formar alianzas, actualmente cuentan con un negociante a la empresa Anecafé
	Informante F	El representante menciono que es conveniente formar alianzas, porque permite fijar precios y que los productores pequeños sean no vulnerados por los comerciantes o los intermediarios
	InformanteG (Exportador)	La exportadora menciono que si es muy importante
Síntesis de la Información		**Alianzas:** Si es conveniente para mejorar en precios y aumentar producción, evitar vulneración de productores.
Categoría: Organización		**Subcategoría:** Recursos
Pregunta orientadora	**Informantes**	**Respuestas**

¿Con que recursos materiales y tecnológicos cuenta la asociación para la producción y comercialización del producto?	**Informante A**	La asociación cuenta con despulpadoras maquinas grandes 2 y pequeñas 2, bombas de fumigar, motosierras, detector de humedad.
	Informante B	Cuenta con terrenos propios, mano de obra nacional, compra de fertilizantes y tiene apoyo del Gobierno Provincial del Carchi y COSPE en maquinarias, módulos, despulpadores mediante el MAGAP.
	Informante C	El entrevistado supo manifestar que la asociación cuenta con una trilladora, una tostadora, molino y una despulpadora.
	Informante D	Recursos materiales cuentan con un centro de acopio y planta de transformación donde se trilla, tuesta, molido y empacado, en relación a la comercialización la asociación un punto difícil porque cuando existe buena producción no existe el mercado, por lo tanto tienen que salir a buscar a sus clientes
	Informante F	La asociación cuenta con las fincas y toda la maquinaria que ellos poseen en finca
	Informante G(Exp)	mallas para poder secar el café, la infraestructura de la torrefacción
Síntesis de la Información		**Recursos tecnológicos y materiales:** Fincas, Despulpadoras , bombas de fumigar, motosierras, detector de humedad, módulos, trilladora, una tostadora, molino, mallas de secado, infraestructura de torrefacción.
En el caso de tener que cambiar la materia prima, es decir una semilla por otra para mejorar el cultivo y la calidad del producto. ¿Cuál sería el costo de cambio y cómo afectaría a la asociación?	**Informante A**	Variedad de borbón no tiene analizar el impacto, la altura, taza el nivel de vida y el costo 250 a 300 por / q.
	Informante B	El impacto sería demasiado grande debido a que se dejaría de producir durante 3 años y la asociación se iría a la quiebra porque no aportaría económicamente a todas la familias que forman parte de la asociación y a las que no también.
	Informante C	El cambio no es una opción, puesto que el producto cuenta con un periodo largo de cultivo, por lo tanto, el cambio representaría una gran inversión en tiempo y dinero, considerándose esto como un factor negativo para el cultivo.
	Informante D	El entrevistado manifiesta que afectaría puesto que los cultivos ya están en producción, y el implementar nuevas variantes seria llegar a cero, pero si sería bueno que se cambie para mejorar el cultivo y calidad del café.
	Informante F	El representante menciona que un cambio como este debe hacerse primeramente mediante una evaluación o un análisis que les garantice lo que están haciendo, y así ver si la producción o rendimiento del café mejora
	Informante G (Exportador)	La exportadora menciona que no cambiaría la semilla, porque está adaptada y establecida y un cambio representaría que la planta no se desarrolle, que no se adecue al clima a la altura y puede bajar en la producción
Síntesis de la Información		**Semilla:** No es una opción por el largo tiempo de cultivo, plantas en producción, necesario para mejorar la calidad del café, semillas adaptadas , necesario un proceso largo.
¿Cuál es la inversión que se necesita para poder entrar al mercado del café?	**nformante A**	Necesitan de $ 60 y contar con su propio terreno para la siembra y alcanzar el volumen de la taza y para la producción entre 3500 o 5000.
	nformante B	La persona que quiera ingresar a mercado del café debe contar únicamente con su propio terreno de siembra y tener la mejor disposición
	Informante C	El entrevistado menciona que en cuestión de tiempo se necesita 5 meses para el crecimiento de la planta y 3 años para su cosecha, se tiene un aporte de 5000 hectáreas para cosechar.
	Informante D	La inversión es de 5000 a 7000 dólares para empezar
	Informante F	El representante menciono que se necesita alrededor de 6000 a 7000 mil dólares hasta que la planta da sus primeros frutos
	Informante G (Exportador)	La Exportadora menciona que depende de la cantidad que se desea cultivar es la inversión
Síntesis de la Información		**Inversión:** Inversión dinero 5000 a 7000 dólares - Producción ente 3500 a 5000 h, un terreno y disposición. - **Export:** depende de la cantidad que se cultive
¿En qué invierte la asociación para mejorar la calidad del producto?	**Informante A**	La asociación invierte en materia prima, secadoras, maquinaria con ayuda de COSPE, Gobierno Provincial, MAGAP y realizaron la compra de detector de humedad por café.
	Informante B	La asociación piensa que las capacitaciones para los socios es de gran importancia por eso ellos invierten en este tema y lo realizan mediante talleres.
	Informante C	La asociación invierte principalmente en la gente, es decir las capacitaciones, para que la calidad del producto mejore se utiliza menos fungicidas, se hace uso de abonos orgánicos, y para evitar la broca que es una plaga del cultivo utilizan trampas. En el caso de las maquinarias han tenido una donación por parte de MAGAP, la Prefectura y Cospe, además de bombas de fumigación.
	Informante D	El entrevistado menciona que se invierte en capacitación a los agricultores, y no se ha invertido últimamente en maquinaria ni tampoco en publicidad puesto que están a la espera de una marca para poder realizarla.
	Informante F	En capacitaciones para los agricultores en fertilización del suelo u otros temas donde existe debilidad por parte del agricultor
	Informante G (Exportador)	La asociación no está invirtiendo como asociación, sino el socio invierte en el aprendizaje del tostado de café, torrefacción

Síntesis de la Información		**Inversión interna:** Invierten en materia prima, maquinarias, capacitaciones
Categoría: Sector		**Subcategoría:** Opinión
Pregunta	**Informantes**	
Según su opinión ¿Cuál considera que es la situación actual del mercado cafetalero a nivel de la provincia / departamento y a nivel nacional?	**Informante A**	A nivel provincial la situación de mercado según el secretario de la asociación es competitiva debido a que las parroquias ofrecen café de altura un café especial tipo gourme Tentre una calificación de 82 y 90%.
	Informante B	Es una experiencia nueva apenas se inició en el proyecto por el Gobierno Provincial del Carchi, hace décadas no maneja técnicas y produce mayores cantidades y están fortalecidos para un futuro.
	Informante C	Este mercado está dominado por grandes marcas, y se hace difícil salir al mercado y tienen problemas para sacar el producto por la lejanía, se considera que el sector cafetalero cuenta con una demanda de grandes comerciantes donde el precio, en el caso de la asociación es de 3 dólares, pero para sacarlo a mercados más extensos, la competencia se convierte en un problema, puesto que el precio del producto de estas empresas es más barato, por otro lado es necesario que se mejore el producto en relación a la calidad
	Informante D	A nivel de la provincia no son conocidos, se conoce al Carchi como una provincia lechera y de producción de papas mas no de café, y no se puede competir, ya que dentro de la provincia no se conoce igual
	Informante F	A nivel provincial la situación de mercado según el representante legal de la asociación está creciendo mucho porque existe una brecha que se abre en el extranjero y dentro del país hay empresas están pidiendo café donde es necesario cumplir con los parámetros de calidad, para que esta brecha sea creciente
	InformanteG (Exportador)	En la parte productiva el Carchi tiene mucho potencial, por ejemplo, en mi finca el café esta puntuando en más de 85 puntos en lo que es calidad, tiene mucho potencial, sin embargo, en la parte comercial nosotros tenemos muchos inconvenientes ya que pasan café de Colombia y hacen como que fuera del Carchi y venden a un precio más bajo entonces eso daña a los productores de café de la zona.
Síntesis de la Información		**Situación del sector:** La situación actual del café a nivel nacional y provincial está en crecimiento, el mercado del café es nuevo dentro de la provincia donde es difícil competir por estar dominado por marcas reconocidas, es necesario cumplir con parámetros de calidad para vender al extranjero, el mercado tiene inconvenientes en la comercialización por presencia de café Colombia en el mercado, el cual es más barato.
¿Cuáles son los factores que afectan al mercado cafetalero?	**Informante A**	El principal factor que afecta es el no acoplamiento en un solo volumen del café por parte de todas las asociaciones, debido a que en varias cosechas la calidad el café depende de la taza que marque su aroma y volumen
	Informante B	El principal factor que afecta es el climático porque depende mucho de eso porque la mucha lluvia afecta y la sequía igual, y otro es que no se cuenta con riego mayor cantidad de productos, y también existe la inestabilidad del precio, no se consigue compradores fijos
	Informante C	El entrevistado supo manifestar que el principal factor es la falta de mercado de venta de café.
	Informante D	Los precios internacionales, los precios son bajos y a los agricultores no les favorece, en relación a clima y plagas un 20% afecta a los cultivos, ya que la tierra se considera como sana.
	Informante F	El principal factor que afecta al mercado es el factor clima donde el café se ve amenazado por cambios climáticos donde la temperatura promedio en el evaluó ha subido considerablemente a 0.300 grados centígrados eso hace que el ciclo reproductivo de la broca sea más acelerado, por lo que se hace una plaga más agresiva.
	InformanteG (Exportador)	Una es el contrabando el ingreso de café de Colombia, y otro es el alto costo de los insumos y la mano de obra por ser un país dolarizado
Síntesis de la Información		**Factores:** El principal factor es el climático y también el precio bajo del café a nivel internacional, las plagas presentes en el café, el contrabando desde Colombia, alto precio de insumos y mano de obra.
¿Ha crecido la asociación durante los últimos cinco años? ¿Cómo lo ha hecho?	**Informante A**	El crecimiento de la asociación en los últimos 5 años en la producción ha mejorado ya que cultivaban 6 sacos por hectárea y en la actualidad cosechan máximo hasta 15 sacos por hectárea cada 3 años
	Informante B	No se realiza la pregunta
	Informante C	No se realiza la pregunta
	Informante D	El entrevistado manifiesta que la asociación no ha crecido al contrario existe una disminución de las personas antes eran 30 socios y actualmente son 15, estas personas han salido del mercado puesto que el tiempo de cosecha es muy largo y la inversión es alta los costos de la cosecha y pos cosecha donde se necesita mayor mano de obra.
	Informante F	No existe un crecimiento al contrario hay un descenso.
	InformanteG (Exportador)	La exportadora menciona que no han crecido al contrario ha reducido, hasta donde dice que al inicio había 30 socios y ahora apenas somos 16
Síntesis de la Información		**Crecimiento asociación: Producción:** Antes 6 sacos ahora 15 sacos por hectárea. **Socios:** Disminución de socios por motivos de tiempo de cosecha. No existe crecimiento de productores antes 30 socios hoy 16
¿La asociación tiene algo que	**Informante A**	Si, cuentan con un café de altura con una buena taza y entre asociaciones son los primeros entre ellas.

ofrecer que no ofrezcan sus competidores?	**Informante B**	La asociación cuenta con un trabajo mancomunado de firma familiar y la conservación del medio ambiente.
	Informante C	Se mencionó que la asociación ofrece un producto diferente como es el café orgánico
	Informante D	Se mencionó que la asociación ofrece un producto de altura, ya que ellos ofrecen un café que se cultiva a los 1400 a 2000 metros, contando con un clima subtropical, donde se ha hecho un análisis de la taza del café el cual allegado a un porcentaje de 85 a87 puntos, donde el cultivo no se hace en grandes extensiones de terreno sino en micro-lotes de una hectárea o media hectárea haciendo que el café tenga un sabor diferente
	Informante F	El representante menciono que el café que proveen los asociados es único se mantiene siempre la trazabilidad el soma estos vienen dando en función de la calidad
	InformanteG (Exportador)	La exportadora menciona que ofrecen el producto final un café tostado y molido listo para servirse
Síntesis de la Información		**Café:** Café de altura con una buena tasa, trabajo mancomunado de firma familiar, conservación del medio ambiente, café orgánico, un café tostado y molido listo para servirse
16. ¿Cuáles son las barreras que impiden la entrada al mercado cafetalero?	**Informante A**	No existen barreras debe ser optimo en cada producción
	Informante B	La falta de difusión del producto y no tener una campaña de marketing y publicidad.
	Informante C	En entrevistado menciona que no existen barreras de entrada al sector cafetalero.
	Informante D	El entrevistado menciona que la principal barrera de entrada en este sector es la inversión, puesto que esta es muy alta.
	Informante F	El representante menciono que las barreras son los costos para implantar una hectárea de café, y el escape de mano de obra calificada
	InformanteG (Exportador)	La exportadora menciona que el factor principal es el factor dinero, crédito para la compra de recursos para la plantación de café
Síntesis de la Información		**Barreras:** Inversión muy alta, no tener una campaña de marketing y publicidad, costo para plantación de café, no mano de obra calificada, créditos, dinero.

Colombia es un país reconocido a nivel mundial por su café y según la Federación de cafetaleros, 2016, "el departamento de Nariño es uno de los productores y comercializadores de café con miras de crecimiento dentro del mercado". ¿Cuáles son las medidas que las asociaciones de la provincia del Carchi toman para poder competir con este país, en relación al departamento de Nariño dentro del mercado Internacional y nacional?	**Informante A**	La altura de donde es sembrado el café lo que hace que sea de mejor calidad
	Informante B	Disuadir es difícil no le compete a la asociación como tal el tema sino al Gobierno del país.
	Informante C	Las asociaciones de la provincia del Carchi no compiten de forma directa, tratan de mejorar su producto, y sacarlos al mercado destacando la calidad
	Informante D	El entrevistado menciona que como provincia las autoridades se han descuidado un poco, puesto que como frontera se ha dejado una libre comercialización de diversos productos, entre ellos el café, por lo cual es difícil competir, pero también está como barrera la mentalidad de la gente en pesar que comprar solo café colombiano es bueno y se convierte en una mala competencia y es difícil competir con una marca posicionada en el mercado, y se busca incentivar a la gente que consuma el producto local pero no se puede competir por el precio y el volumen, existe una deslealtad del mercado.
	Informante F	No se toman medidas, porque Carchi lleva 7 años dentro de la producción de café, en comparación a Colombia que tiene 80 años adelante en experiencia, la producción de Nariño tiene ventaja por la investigación que han hecho durante los últimos años.
	InformanteG (Exportador)	Carchi tiene falencias en cuento a producción de café por ser un sector nuevo, la exportadora menciono llevar 4 años en este mercado, el problema la parte dirigencial de las asociaciones, falta de apoyo del gobierno en la frontera, precios en producción, Ecuador es mitad del mundo y ayuda a la promoción como ventaja competitiva.
Síntesis de la Información		**Medidas para competir:** Café de altura que lo hace de alta calidad, y también mencionan que eso le compete al Gobierno, se trata de mejorar el producto destacar la calidad, promoción por ventaja competitiva de países.

Categoría: Sector		**Subcategoría:** Producción
Pregunta orientadora	**Informantes**	**Respuestas**
¿Cuál es el nivel de producción anual de la asociación por hectárea?	**Informante A**	La asociación produce hasta 15 sacos por hectárea cada tres años.
	Informante B	El nivel de producción depende mucho del cuidado que se dé a las plantas del café, pero un promedio es de 10 q por hectárea.
	Informante C	El entrevistado menciona que la producción de la asociación es de 12 a 13 quintales por hectárea.
	Informante D	El entrevistado menciona que son de 10 a 12 quintales por hectáreas
	Informante F	El nivel de producción por hectárea es de 18 sacos
	Informante G (Exportador)	La exportadora menciona que el café se da hasta dos veces al año, dependiendo de la parte, entonces en caso de mi finca la producción anual es de 35 a 40 quintales, sin embargo, si hacemos un promedio con todos los socios la producción quedaría en unos 30 quintales
Síntesis de la Información		**Producción anual :** Un promedio de 12 a 15 quintales por hectárea - Depende del lugar de cosecha se hace un aproximado de 30 quintales por asociación
¿Qué se requiere para entrar en el mercado del sector cafetalero?	**Informante A**	Existe un cupo abierto, debe desear integrarse y ajustarse a los status y reglamentos.
	Informante B	Debe ofrecer un producto de calidad y mejorar los procesos de cosecha y pos cosecha.
	Informante C	El entrevistado menciona que se necesita tener una finca, producir café.
	Informante D	Se requiere tener volumen alto o considerable de café, puesto que son pocos los que producen, a la asociación se le presento la oportunidad de exportar café con la venida

		de un hombre chino a quien le gusto el café que se da en Maldonado, y necesitaba 20 toneladas pero menciona que como asociación produce solo 2 toneladas
	Informante F	El representante menciona que se requiere sembrar café, y estar predispuesto a ser parte de una asociación, además de un terreno, y pago de cuota dentro de la asociación
	Informante G (Exportador)	La exportadora menciona que depende del sector al que se quiera ingresar. En el caso del área productiva se requiere: tierras y conocimiento de sembrío, en el área comercial conocimiento de café para fijar precios y distribución, por otro lado las condiciones climáticas
Síntesis de la Información		**Ingreso al mercado:** Ajustarse a los Status y reglamentos, tener su propio terreno y producir café de calidad, pago de cuotas dentro de la asociación, disposición de pertenecer a la asociación, conocimiento de café.
Categoría: Mercado		**Subcategoría:** Producto
Pregunta orientadora	**Informante s**	**Respuestas**
¿Qué productos considera que amenazan la producción de café?	**Informante A**	Frutas, aguacates, cítricos son opciones que los agricultores toman porque el tiempo de cosecha es menor al café y por eso prefieren sembrar este tipo de productos
	Informante B	Ninguno porque es el producto estrella.
	Informante C	A nivel de mercado no compiten con estos productos puesto que el café es una bebida preferida por la gente, a nivel de cultivo se compite con productos tradicionales como frejol y cacao.
	Informante D	El entrevistado menciona que productos en relación a la siembra se compite por cultivos diferentes como la mora, naranjilla o granadilla, en relación a productos de venta al público como aromática o te de hiervas no existe competencia.
	Informante F	La importación de productos como es el caso de Brasil está ingresando lo que es el café robusto, para lo que es soluble instantáneos, y la además de la compra de cafés de menor calidad
	Informante G (Exportador)	Puede amenazar la comercialización de café instantáneo, además menciono que no existe un sustituto del café especial porque tienen diferentes características, pero si como un café tradicional
Síntesis de la Información		**Sustitutos:** Dos de los entrevistados mencionan que existe productos sustitutos al momento de la siembra, por motivo de tiempo al momento de cosecha, estos productos requieren de menos tiempo que el café como son las frutas cítricas, frejol y cacao, los otros dos de los entrevistado menciona que no tiene productos sustitutitos al momento de consumir porque es el producto estrella, el café tradicional.
Subcategoría: Precio		
¿Cuál es el criterio para fijar el precio del café?	**Informante A**	Mejorar la pos cosecha, cosechar el grano óptimo, un buen secado, marque el puntaje, fermentado.
	Informante B	El principal criterio que la asociación toma en cuenta es la calidad del café o producto, que se califica según el puntaje que dé en la prueba de volumen de taza que adquirió el café.
	Informante C	Según el entrevistado, el precio del producto no lo fija la asociación, sino el mercado donde venden el producto, por lo cual el productor vende sin margen de ganancia.
	Informante D	El entrevistado menciona que hoy ya conocen cuánto vale el café por sus características, tratan de mejorar para que tenga más valor y poder negociar
	Informante F	El representante menciona que para la fijación del precio se somete a pruebas de humedad y rendimiento, luego la catación, todo en presencia del comprador y finalmente se fija el precio según los parámetros de calidad
	Informante G (Exportador)	La exportadora menciona que fija el precio de acuerdo a la calidad del café, donde primero se realiza la catación, y luego se pone el precio y se llega a un acuerdo.
Síntesis de la Información		**Fijar precio producto:** El criterio según los entrevistados para fijar el precio, depende de la prueba de volumen de taza que adquiera el café, como por ejemplo el volumen de 80 y 98%.
¿Los precios de los cultivos sustitutos son bajos o menores que el café?	**Informante A**	Si son más bajos que el café.
	Informante B	El entrevistado no responde a esta pregunta porque en la pregunta anterior considera que el café no tienen productos sustitutos
	Informante C	El entrevistado mención que al no competir con los productos sustitutos, a pesar de tener un precio bajo, el café como producto no baja de precio sino que se mejora en las estaciones de pos cosecha
	Informante D	El entrevistado menciona que el costo de los productos sustitutos antes mencionados tiene un valor más bajo de inversión y costos dentro del cultivo.
	Informante F	Si. Le doy un dato en este caso por ejemplo el café el saco del café robusto del importado llega al país en ochenta dólares vs nosotros comercializamos en ciento cincuenta, ciento sesenta como mínimo
	Informante G (Exportador)	La exportadora menciono que son bajos
Síntesis de la Información		**Precio de sustitutos:** Si los productos sustitutos tienen un valor bajo al café debido a que la inversión para la siembra es menor y los costos también son bajos dentro del cultivo
Subcategoría: Plaza		

¿Qué canal de distribución utilizan para la venta del café?	**Informante A**	Distribución directa, cuenta con 4 compradores dos son de Imbabura y dos de Guayaquil, en Imbabura el Sr Juan Carlos Romo y el Sr Geronio y en Guayaquil café.com y escofi.
	Informante B	Realiza la venta directa.
	Informante C	El entrevistado menciona que se usa un canal directo, y también un indirecto corto, como es la venta del producto a las empresas Café Moro, y a empresa cafetalera en Guayaquil.
	Informante D	El entrevistado menciona que se usan la vía telefónica, los intermediarios que vende el café
	Informante F	El representante menciono que el Canal de distribución es directo
	Informante G (Exportador)	La exportadora menciono que la venta del café se la hace directamente con los clientes
Síntesis de la Información		**Canal distribución:** Cuatro de los entrevistados mencionan que se realiza la distribución de forma directa y uno de ellos manifiesta que lo realizan mediante vía telefónica, los intermediarios que venden el café.
¿Estos canales de distribución ayudan activamente la promoción del producto dentro del mercado?	**Informante A**	Según la respuesta del entrevistado dice que el canal de distribución utilizado si ayuda a la promoción del producto dentro del mercado porque le da un realce total a la asociación.
	Informante B	El presidente de la asociación menciona que no es conveniente debido a que únicamente ellos realizan la comercialización de manera directa lo que los costos de trasporte lo acogen ellos.
	Informante C	El entrevistado afirma que estos canales no ayudan a la promoción del producto
	Informante D	El entrevistado afirma que estos canales no ayudan a la promoción del producto, porque la mayoría compra y vende el café como propio del intermediario
	Informante F	El representante menciono que Si realmente existe una gran demanda de café pergamino seco gracias a los canales que usan
	Informante G (Exportador)	La exportadora menciono que como promoción no porque los clientes son pocos, y en forma individual vende personalmente, pero ayuda con la promoción de café del Carchi
Síntesis de la Información		**Ayuda del canal:** Se menciona los canales de distribución no ayudan activamente a la promoción del producto dentro del mercado por motivo que el café es distribuido por ellos mismos de una forma directa.
¿Los canales de distribución son los adecuados o es necesario que se mejoren de alguna manera?	**Informante A**	No realizada
	Informante B	Se debería mejorar ya que los vehículos son alquilados y no son propios y no son los adecuados para la trasportación del producto.
	Informante C	No se realiza pregunta
	Informante D	No realizo pregunta
	Informante F	El representante menciona que los canales son los adecuados, y que si hay cosas que en cuanto a la venta del café un producto y brindar un servicio a la vez
	Informante G (Exportador)	La exportadora menciona que la distribución se obtiene de los almacenes y simplemente salen a comprar
Síntesis de la Información		**Canal comprador:** Tres de los entrevistados no responden a la pregunta, sin embargo uno de ellos dice que aunque ellos sean los que distribuyan el producto de una manera directa no es la adecuada porque no cuentan con vehículos propios y no son adecuado para la trasportación del producto
Subcategoría: Promoción		
¿Por qué medio realiza la publicidad del producto la asociación?	**Informante A**	De forma directa no utiliza ningún medio de comunicación.
	Informante B	La asociación lo realiza de manera directa a los clientes.
	Informante C	La asociación no realiza publicidad del producto por medio tradicionales solo se hace la venta boca a boca.
	Informante D	El entrevistado menciona que ellos realizan la promoción del producto por medio de ferias, y no se usa otro medio.
	Informante F	Por contactos de forma directa
	Informante G (Exportador)	La asociación todavía no realiza la publicidad de ningún producto, personalmente lo realiza por medio de redes sociales y venta personal en ferias y guía de clientes
Síntesis de la Información		**Publicidad:** Se menciona que el producto no cuenta con publicidad de medios, porque lo realizan de forma directa con el cliente o también con el boca a boca.
Subcategoría: Proveedores		
¿Cuántos vendedores de insumos existen en el sector cafetalero**?**	**Informante A**	La asociación cuenta con 6 proveedores dos en Mira y cuatro en Ibarra, pero la asociación se encarga de ir a comprar los insumos a dichos destinos.
	Informante B	Existen 15 asociados y que no están asociados a y 25 que si lo están y forman parte de la asociación.
	Informante C	El entrevistado manifiesta que proveedores de insumos no existen a nivel de la asociación, sin embargo cada agricultor busca comprar sus propios insumos para la producción del café como son los abonos.
	Informante D	El entrevistado manifiesta que proveedores de insumos para la producción del café como son los abonos, tienen al proveedor San Blass, de ahí que como proveedor para la venta del producto está una empresa de la ciudad de Ibarra, quien compra a cada asociación

	Informante F	Seria todos los asociados abastecen de café a la asociación, para que esta a su vez lo comercialice con todos preferiblemente
	Informante G (Exportador)	De forma organizativa no hemos tenido proveedores de nada, de forma personal yo tengo 4 proveedores la una es proveedores de insumos, otro es proveedores de abonos y proveedores de herramientas
Síntesis de la Información		**Proveedores:** Cada asociación cuenta con distinto proveedores de insumos que están ubicados en Mira, en Ibarra, sin embargo uno de los entrevistados menciona que existen 15 asociados que no están asociados y 25 que si lo están y son parte de la asociación y son los proveedores del café para la asociación.
¿Cuáles son los proveedores de insumos y compradores de café ?	**Informante A**	Los proveedores de insumos es Agripac y no existen proveedores del producto ya que cuentan con una comercialización directa.
	Informante B	Los proveedores son variados y se encuentran en Ibarra en Buenos Aires conocidos y son económicos en la granja
	Informante C	Como cada uno es individual, se tiene como proveedor conocido a San Blass, de ahí que como proveedor para la venta del producto está una empresa de la ciudad de Ibarra, quien compra a cada asociación.
	Informante D	El entrevistado manifiesta que proveedores a los que venden el café utilizan como proveedor de abonos los de la ciudad de Tulcán y a quienes venden el café son Anecafe de Guayaquil y en Ibarra Cosecha Roja, por otro lado, personas que compran de manera directa
	Informante F	proveedores de insumos referente a agroquímicos se lo hace directamente con el distribuidor, con el almacén tal vez este es una in intermediaria, lo que hace el agricultor es acercarse a estos puntos de venta, adquirir los productos de interés los lleva a finca
	Informante G (Exportador)	De forma personal compra en Ibarra a la Agrícola Buenos Aires y en el caso de fertilizantes compra en Nutribon.
Síntesis de la Información		**Insumos:** Agripac, Ibarra, Buenos Aires, San Blass, Tulcán **Venta:** Ane –café - Cosecha Roja
Subcategoría: competencia		
¿Cuántos competidores existen, y cómo se comporta su crecimiento reciente?	**Informante A**	No existen competidores por todas las asociaciones son compañeros de lucha y van hacer una asociación con Imbabura.
	Informante B	No existen competidores porque todas las asociaciones se apoyan entre si y lo que están buscan es obtener la marca Carchi con ayuda de COSPE, UPEC, Prefectura y MAGAP.
	Informante C	Los competidores que existen son la industria colombiana que cuenta con un mercado amplio.
	Informante D	El entrevistado menciona, que sus mayores competidores a nivel nacional es el café colombiano, hace hincapié en que existe dentro de los supermercados grades a nivel nacional el café colombiano, y no se ha permitido que se venda productos como el café de Carchi, o cafés nacionales, puesto que son empresas con dinero que pueden ganar mercado
	Informante F	Todos los productores de café, serian competidores y su comportamiento seria que van ofertando su producto en base a su producción
	Informante G (Exportador)	Los productores de café, seria competidores y su comportamiento seria que van ofertando su producto en base a su producción
Síntesis de la Información		**Competidores:** No competidores a nivel de provincia- A nivel internacional competencia café Colombia.
¿Cuáles empresas o asociaciones consideran que son su mayor competencia en el mercado?	**Informante A**	En el mercado a nivel nacional los mayores competidores son café.com y ESCOFi en Guayaquil porque exportan.
	Informante B	El entrevistado menciona que a nivel internacional se considera a café Juan Valdez y a nivel nacional Café Vélez.
	Informante C	Ninguna.
	Informante D	A nivel de asociaciones no existe competencia a nivel internacional como se menciona anteriormente es Colombia donde se compite por precio y con productos de menor calidad que entran al país.
	Informante F	La competencia seria productores independientes grandes o grandes fincas.
	Informante G (Exportador)	La competencia en si no existe dentro del mercado nacional sino más la competencia viene a ser por la introducción de café de Colombia
Síntesis de la Información		**Nacional:** café.com y Escofi en Guayaquil, café Vélez **Internacional:** Colombia - Café Juan Valdez.
¿Existe un líder absoluto de mercado en este sector?	**Informante A**	Tienen dos años seguidos con un mercado grande café.com y café moro en Imbabura.
	Informante B	No existe.
	Informante C	No existe un líder absoluto, todas buscan estar a un mismo nivel y dar el producto a un mismo precio o similar.
	Informante D	No existe un líder en el mercado en a nivel de todas las asociaciones del Carchi, todos buscan la manera de salir adelante en el mercado, pero ahora se busca que todas las asociaciones se unan para poder comercializar sus productos baja marca Carchi que todavía está en proceso de creación.

	Informante F	No existe un líder absoluto realmente lo que existe es productores independientes o productores muy grandes que de pronto pueden tienen la capacidad de ofertar muchos sacos de su propia finca
	Informante G (Exportador)	Líder absoluto no, lo que, si hay gente que se dedica más o le ponen más pasión al cultivo del café
Síntesis de la Información		**Líder:** **Otro sector:** café.com y café moro en Imbabura **Sector Carchi:** Buscan asociarse para crear marca.
Categoría: Moneda		**Subcategoría:** Tipo de cambio
Pregunta orientadora	**Informantes**	**Respuestas**
¿El tipo de cambio es un factor que puede considerarse como relevante dentro de la comercialización del café a nivel local, nacional (como afecta a la producción local)?	**Informante A**	El tipo de cambio es de gran ventaja porque existen menos puntos a nivel de dólares.
	Informante B	No le afecta porque el producto no sale a Tulcán, sino que lo consumen en Imbabura.
	Informante C	Si es considerado relevante puesto que dentro la producción local se tiene insumos más caros y esto corresponde darle un valor agregado al precio, no se compite a nivel internacional ya que no se exporta.
	Informante D	Si afecta a la producción del café puesto que existe mucho producto que se pasa como contrabando y es más barato al café local, por lo cual se abarata el precio del café que no es conveniente y se hace difícil la salida del café de la asociación al mercado.
	Informante F	Si, afecta directamente el tipo de cambio en nuestro sector porque como ingresa café de contrabando sobre todo porque estamos en una zona fronteriza, y vienen a ofrecer a, las mismas empresas que los productores de Carchi, ofrecen a 120 dólares el quintal
	Informante G (Exportador)	Bueno si nosotros compramos los insumos o lo que necesitamos acá en ecuador a Colombia nos saldría buenísimo porque el dólar es mucho más caro que los pesos, sin embargo, muy pocos los hacen y los insumos dentro del país es más costoso, pero al contario les beneficia por el tipo de cambio venir y vender el café dentro de Ecuador y ellos llevar la diferencia en divisas a Colombia y afecta totalmente
Síntesis de la Información		**Factor cambio:** Si afecta porque existe el contrabando e ingresan productos baratos y ninguna asociación exporta
¿Según su criterio tener una economía dolarizada contribuye a la salida del café de la asociación hacia mercados internacionales?	**Informante A**	Si ayuda a la salida del café hacia mercados internacionales, porque el dólar es una moneda oficial y que se la maneja a nivel mundial igual que el euro.
	Informante B	Si contribuye porque cuenta con una moneda que es oficial a nivel del mundo.
	Informante C	No se realiza pregunta, la asociación no exporta
	Informante D	Si contribuye puesto que es una moneda que se maneja a nivel internacional y se ajusta al mercado del café.
	Informante F	Si ayuda bastante porque primero es una moneda fuerte, segundo afecta en cierta forma la comercialización si vemos los costos de producción de Ecuador vs los costos de producción Colombia por el tema cambiario son bien distintos, entonces para ellos la mano de obra es barata
	Informante G (Exportador)	Tiene sus pros y sus contras, los pros es que se estabilice y no exista la inflación en los precios de compra y existe la diferencia entre año y año en la producción, sin embargo, no que nos haya ayudado, sino que nos perjudica por la diferencia de cambio los costos de producción de un país como Colombia, Perú o Centro América donde los costos de producción son más económicos por el mismo hecho de tener diferente tipo de cambio.
Síntesis de la Información		**Economía dolarizada:** Es una moneda oficial que se maneja a nivel internacional y se ajusta al mercado del café.
¿Existe alguna dificultad al fijar los precios de los productos, teniendo una economía dolarizada?	**Informante A**	No porque eso depende del mercado
	Informante B	No existe ninguna dificultad al fijar el precio ya que el precio se lo pone dependiendo del mercado y la taza de volumen que alcance el café.
	Informante C	No existe problema para poner los precios a los productos puesto que todas las asociaciones manejan un solo precio a nivel local y su venta es igualmente a nivel local
	Informante D	El entrevistado menciona que no existe ninguna dificultad
	Informante F	Los precios de los productos se mantienen, como le digo la moneda es fuerte es una de las bondades que tiene a diferencia de Colombia que cambia drásticamente en el precio del café
	Informante G (Exportador)	no existe ninguna dificultad
Síntesis de la Información		**Precios según dólar:** No afecta porque el precio se lo pone el mercado y la taza de volumen que alcance el café.
¿La asociación cuenta con alguna estrategia que disminuya el riesgo del tipo de cambio, al momento de realizar las transacciones?	**Informante A**	La asociación no cuenta con ninguna estrategia que disminuya el riesgo del tipo de cambio porque aún no exporta como asociación.
	Informante B	No cuenta con ninguna estrategia
	Informante C	No se realiza pregunta la asociación no exporta
	Informante D	No se cuenta con estrategias ya que el producto se lo vende solo a nivel local
	Informante F	No cuentan con ninguna estrategia
	Informante G (Exportador)	No la asociación no cuenta con ninguna estrategia
Síntesis de la Información		**Estrategia:** No tienen estrategias ya que el producto se lo vende solo a nivel local
	Informante A	No se realiza pregunta la asociación no exporta

¿Cuál es el mayor reto que la asociación tiene con relación a la gestión del riesgo del tipo de cambio?	**Informante B**	No se realiza pregunta la asociación no exporta
	Informante C	No se realiza pregunta la asociación no exporta
	Informante D	No respuesta la asociación no exporta café
	Informante F	No se realizo
	Informante G (Exportador)	No realizada por tiempo
Síntesis de la Información		**Reto:** No exportan

Anexo 6. Triangulación de las entrevistas realizadas en el departamento de Nariño

Categoría: Organización **Subcategoría:** Estructura interna de la asociación

Pregunta orientadora	**Informante s**	**Respuestas**
¿Cómo está estructurada internamente la asociación?	**Informante H**	Junta directiva que consta de presidente, secretario, fiscal, revisor fiscal y suplentes
	Informante I	Directiva legalmente constituida con representante legal, vicepresidente, secretario, tesorero y el fiscal
	Informante J	Presidente, vicepresidente, secretario, tesorera, fiscal, productores
	Informante K	Presidente, vicepresidente, tesorero, secretario, fiscal y vocal
	Informante L	Junta directiva presidente. Vicepresidente, fiscal y tesorero
	Informante M	Presidente, vicepresidente, secretario, tesorero, vocal
Síntesis de la Información		**Estructura Organizacional:** Junta directiva formada por presidente o representante legal, vicepresidente, tesorero, secretario fiscal y vocal
¿La asociación cuenta con un plan estratégico que le ayude como guía dentro de su actividad?	**Informante H**	No cuentan con un plan estratégico
	Informante I	No cuenta con un plan estratégico
	Informante J	No cuentan con un plan estratégico
	Informante K	Un plan estratégico no tiene, pero si un objetivo ya planificado que es buscar un mercado especial, un mercado propio y una marca propia de café.
	Informante L	No cuentan con un plan estratégico cada uno hace sus actividades
	Informante M	No cuentan con ningún documento, cada quien conoce sus responsabilidades
Síntesis de la Información		**Plan Estratégico:** No tienen un plan estratégico
¿Los integrantes de la asociación realizan su trabajo en relación a un manual de funciones?	**Informante H**	Si cuentan con un manual de funciones cada uno de los agricultores
	Informante I	Si cuenta con un manual de funciones cada uno como agricultor
	Informante J	No cuentan con manual de funciones, si un cronograma de funciones
	Informante K	Si tienen un manual de funciones en donde miran tanto sus deberes y derechos.
	Informante L	No cuentan, pero la presidenta dice lo que se debe hacer y todos cumplen.
	Informante M	El entrevistado menciona que son especialistas los guías, no manual de funciones
Síntesis de la Información		**Manual de Funciones:** Tres de las asociaciones tienen manual de funciones y una con un cronograma de funciones
¿Cuáles son las amenazas, fortalezas, oportunidades y debilidades que tiene la asociación?	**Informante H**	**Fortalezas:** Todos son campesinos minifundistas que la meta de todos es sacar un producto de calidad y aun buen precio **Oportunidades:** El mercado internacional se está expandiendo, lo que hace que sea una oportunidad para ellos poder exportar. **Debilidades**: Existen muchos socios. **Amenazas**: A la asociación pertenecen 140 asociados y lo considera como amenaza porque son muchos y no todos realizan las mismas actividades
	Informante I	**Fortalezas:** El compromiso de la gente que pertenece a la asociación. **Oportunidades:** El mercado internacional **Debilidades:** Falta de compromiso por parte de algunos socios **Amenazas:** El cambio climático
	Informante J	**Fortalezas:** El sitio geográfico **Oportunidades:** El café de esta zona es bueno en la tasa de calidad y unos buenos prospectos para que sean degustados a nivel internacional **Debilidades:** A la gente le gusta el dinero fácil y eso le da los cultivos ilícitos entonces la gente prefiere irse a ese sector. **Amenazas:** Existen cultivos ilícitos y eso hace que la mano de obra sea más costosa
	Informante K	**Fortalezas:** buscan nuevos mercados, Formados por junta directiva, persistencia de la asociación durante 16 años **Amenaza:** No rendimiento en la asociación y renuncias **Oportunidades:** Prestar un producto nuevo a la región, capacitaciones en producción de abonos orgánicos **Debilidades:** Desacuerdos con los socios
	Informante L	**Fortalezas:** Disponibilidad de tiempo de todas las mujeres. **Oportunidades:** Separarse a vender por grupos **Amenaza:** Ninguna
	Informante M	**Debilidades:** No tener tantos conocimientos **Fortalezas;** Todos los integrantes de la asociación son unidos. **Oportunidades:** Empresa La Pastoral busca comprar café sin procesos **Debilidades:** Ninguna **Amenazas:** Ninguna

Síntesis de la Información		**FODA= Fortaleza:** Compromiso de la gente minifundistas sacar un café de calidad a un buen precio y el sitio geográfica **Oportunidades:** El café de la zona es de buena calidad para exportarlo al mercado internacional, capacitación en abonos orgánicos **Debilidades:** Falta de compromiso y el éxito de muchos socios **Amenazas:** Cambio climático, existencia de cultivos ilícitos
¿Los miembros de la asociación reciben capacitaciones?	**Informante H**	Si reciben capacitaciones cada tres meses por parte de los lideres e ingenieros de la federación de cafetaleros
	Informante I	Por el momento no, pero si sabían recibir de ESNA.
	Informante J	Pues propiamente por la asociación no, pero si existen proyectos para la asociación, por parte de las Naciones Unidas, en producción de abonos orgánicos, manejo de cafés especiales
	Informante K	Si reciben extensiones de la Asistencia técnica y otras instituciones como la Universidad Cooperativa de Colombia, en temas de manejo de cultivo, el tiempo, pero no tienen un programa establecido para recibir las capacitaciones.
	Informante L	Si reciben capacitaciones por parte de la Federación, Alcaldía y Cooperativa de caficultores en los temas de trabajo de café, comercialización y calidad del café.
	Informante M	Si reciben capacitaciones, en temas como lavado, secado, cosecha y pos-cosecha del café
Síntesis de la Información		**Capacitaciones:** Si reciben capacitaciones por parte de los líderes e ingenieros de la federación, como también por ESNA, Naciones Unidas, Universidad Cooperativa de Colombia en temas de manejo de cultivo cada tres meses.
¿Cuál es la posición competitiva de la empresa dentro del sector?	**Informante H**	Aun no son competitivos porque están en el desarrollo de mejorar para poder exportar directamente sin necesidad de pertenecer a la federación de cafetaleros
	Informante I	Está por arriba de otras asociaciones por cuestiones de experiencia en el manejo de cultivos
	Informante J	No son competitivos se puede decir porque no cuentan con una infraestructura como asociación, no tiene buenos secaderos
	Informante K	No es la mejor
	Informante L	Aun no son competitivos
	Informante M	Pregunta no realizada
Síntesis de la Información		**Posición Competitiva:** Aun no son competitivos, pero si tienen experiencia en el manejo de cultivos
¿Dentro del sector cafetalero es conveniente formar alianzas?	**Informante H**	Si es muy importante, incluso ya las están haciendo con asociaciones que exportan y ellos los están asesorando para que también lleguen a exportar.
	Informante I	Si es conveniente formar alianzas para poder unirse y cumplirle a los comerciantes con una buena cantidad
	Informante J	En lo comercial si es el objetivo a veces hacer alianzas porque uno tiene un monto de en este caso del café para ofertar
	Informante K	Claro que sí pero primero ahí que concientizar a la gente para que vea la importancia que se tiene al comercializar
	Informante L	Si es conveniente formar alianzas porque sirve para promocionar el café y al mismo tiempo producir mas
	Informante M	El entrevistado menciono de forma directa que si es bueno formar alianzas
Síntesis de la Información		**Alianzas:** SI es conveniente para lograr alcanzar producir más cantidad de café.
Categoría: organización		**Subcategoría:** Recursos
Pregunta orientadora	**Informantes**	**Respuestas**
¿Con que recursos materiales y tecnológicos cuenta la asociación para la producción y comercialización del producto?	**Informante H**	La asociación no tiene recursos materiales y tecnológicos, ellos como asociación tienen las ganas de producir, pero como agricultores en cada finca tienen su propio beneficiador que beneficia al café
	Informante I	La asociación no tiene recursos materiales y tecnológicos, pero si cada uno de los caficultores tienen sus maquinarias en sus propias fincas.
	Informante J	No contamos con nada nomas con nuestro trabajo y el café, en infraestructura y tecnología nada una porque la zona ha sido criticada por los cultivos ilícitos
	Informante K	En recursos materiales tienen un proyecto para la elaboración de abono orgánico y en recursos tecnológicos como a asociación no tienen, cada caficultor tiene sus máquinas en sus fincas.
	Informante L	Cada integrante de la asociación cuenta con sus propios instrumentos y lo necesario para el café, pero como asociación no cuentan con recursos
	Informante M	El entrevistado menciono que cuentan con tanques para el lavado del café, patios, mallas para secar el café.
Síntesis de la Información		**Recursos tecnológicos y materiales:** Como asociación no cuenta con recursos materiales y tecnológicos, pero si tienen cada uno de los caficultores.
En el caso de tener que cambiar la materia prima, es decir una semilla por otra para mejorar el cultivo y la calidad del producto. ¿Cuál sería el costo de cambio y	**Informante H**	Por el momento no es necesario cambiar porque están en plena producción y tocaría empezar de cero se invierte mucho tiempo, trabajo y sobre todo dinero y por el momento no están en la capacidad de cambiar y el costo es de seis millones de pesos
	Informante I	Tener un gasto en el caso de implementar una variedad por otra se empieza desde cero

cómo afectaría a la asociación?	**Informante J**	Si es un poco costoso para levantar un cafetal nuevo, pero sería lo más primordial se está intentando cambiar las semillas del café, trayendo las semillas por Keiza que es muy conocido en Panamá
	Informante K	Por el momento los caficultores están ya concientizados de que las variedades que debemos utilizar son las que recomienda la Federación nacional de cafeteros, porque hubo una crisis en el año 2010--2011 por esta situación ya que nuestros caficultores sembraron cafés no resistentes a la Roya y otras enfermedades lo que fue una crisis bastante grande. Y por el momento no hay necesidad de cambiar
	Informante L	No pueden experimentar sabiendo que el futuro de ellos va estar en riesgo por el cambio
	Informante M	El entrevistado menciona que dentro de su sector ya se había cambiado la semilla y que se la cambio porque la semilla anterior era más propensa a las enfermedades, y por lo tanto mejoro el cultivo
Síntesis de la Información		**Semilla:** No es necesario cambiar porque sería muy costoso y ellos utilizan una variedad de café que es aceptada por la Federación de Cafetaleros, pero una asociación desea cambiar a semillas de Keiza Panamá.
¿Cuál es la inversión que se necesita para poder entrar al mercado del café?	**Informante H**	6.000000 de pesos más el costo del terreno que esta entre 5.000000 o 6.000000 de pesos la hectárea
	Informante I	10.000000 de pesos por hectárea
	Informante J	Tener una buena infraestructura, seleccionar una buena semilla, manejo de recolección y secado, apropiado una hectárea de café Los cálculos que uno debe tener son una
	Informante K	Hectárea de tierra limpia vale 5 millones de pesos para plantar 5500 a 6000 árboles y para ponerlos a producir se necesita 15 millones.
	Informante L	Promedio de 5 millones de pesos
	Informante M	El entrevistado menciono que necesito de un total de 5 millones de pesos para comenzar a cultivar
Síntesis de la Información		**Inversión:** 15 millones con terreno y todo u solo para la producción con unos 6 millones de pesos
¿En qué invierte la asociación para mejorar la calidad del producto?	**Informante H**	Cosecha y Postcosecha
	Informante I	Como asociación no invierte, pero cada agricultor invierte en sus propias fincas para mejorar la calidad del café.
	Informante J	Se invierte es en charlas, capacitaciones
	Informante K	Capacitaciones
	Informante L	Consejos, actividades, reuniones y aprendizajes para sacar café de calidad.
	Informante M	El entrevistado menciono que desconoce cuál es la inversión de la asociación, solo capacitaciones
Síntesis de la Información		**Inversión interna:** Como asociación no invierte algunas veces en capacitaciones pero cada caficultor invierte en su propia finca

Categoría: Sector		**Subcategoría:** Opinión
Pregunta orientadora	**Informantes**	**Respuestas**
Según su opinión ¿Cuál considera que es la situación actual del mercado cafetalero a nivel de la provincia/departamento y a nivel nacional?	**Informante H**	Afecta los precios porque mientras que ellos cosechan el precio del mercado nacional baja y eso es algo que están en proceso de mejorarlo para poder llegar a exportar
	Informante I	No tienen un mercado fijo en el municipio, pero si están trabando en ya no tener intermediarios sino ellos comercializar el producto de forma directa.
	Informante J	Mala, por precios bajos en las multinacionales, el mercado está cerrado y se van por la producción de cafés especiales
	Informante K	A nivel de departamento es mala porque los precios ponen la federación y por el momento estos 5800 pesos y a cuentas de la asociación están en perdida
	Informante L	Departamental el precio del café es muy bajo no valoran el trabajo de los campesinos y a nivel nacional no pueden vender a lo nacional porque únicamente venden en la zona el café
	Informante M	El entrevistado mencionó que la situación del mercado cafetalero es baja, la producción es buena, pero el precio del café es bajo
Síntesis de la Información		**Situación del sector:** La situación actual es mala porque no cuentan con un mercado fijo y los precios afectan en el momento de la cosecha porque bajan
¿Cuáles son los factores que afectan al mercado cafetalero?	**Informante H**	El precio es un factor que afecta por la subida o bajada del dólar
	Informante I	Los intermediarios son los que afectan.
	Informante J	Los factores que afectan son la volatilidad de los precios cuando existe un aumento en la producción de Brasil
	Informante K	Que el precio del café esta evaluado de acuerdo a la bolsa de Nueva Your y esto perjudica a la asociación.
	Informante L	El precio y la calidad del café, si no se siembra café de buena calidad no se logra vender
	Informante M	El entrevistado menciono que los factores que afectan al sector son los precios de los insumos y las enfermedades del café.
Síntesis de la Información		**Factores:** Los precios porque es evaluado por la bolsa de Nueva York y por el aumento en la producción de Brasil y los intermediarios
	Informante H	Si ha crecido en número de socios de 40 a 140 y también en las hectáreas del café.

¿Ha crecido la asociación durante los últimos cinco años? ¿Cómo lo ha hecho?	**Informante I**	Ha crecido en producción del café.
	Informante J	Ha habido más desarrollo más un juego de la asociación, este año ha crecido en lo intelectual
	Informante K	Si la asociación es creada en el año 2016 y eran 36 socios en la actualidad son 42, y lo han logrado gracias a la promoción de las bondades del café y lo bueno que es estar asociado.
	Informante L	Si ha crecido mucho pero aun así necesitan más personajes para poder comercializar y poder formalizar el gremio cafetalero.
	Informante M	No
Síntesis de la Información		**Crecimiento asociación:** Si han crecido tanto en producción como en socios en cada una de las asociaciones
¿La asociación tiene algo que ofrecer que no ofrezcan sus competidores?	**Informante H**	No ofrecen lo mismo que las otras asociaciones.
	Informante I	Si porque la zona donde están ubicados tiene los tres climas cálido, medio, frio entonces, con esas ventajas se produce un café de los mejores con un aroma incomparable y sabores únicos
	Informante J	Contamos con diferentes cafés de altura en el mismo Municipio desde los 800m de altura hasta los 1200m entonces por eso hay diversidad
	Informante K	Por el momento no porque solo producen el café común y corriente, pero están en proceso de producir cafés especiales.
	Informante L	La calidad del café.
	Informante M	El entrevistado menciono que no tienen nada diferente que ofrecer simplemente el café molido
Síntesis de la Información		**Café:** Dos asociaciones concuerdan que no y dos que si por el sitio geográfico donde se encuentra que tiene tres climas ayudando al café tener una buena calidad con aromas incomparables y saberes únicos
¿Cuáles son las barreras que impiden la entrada al sector cafetalero?	**Informante H**	No existe ninguna barrera, pero en la federación de cafetaleros exigen tener su zona cafetalera con una temperatura adecuada para el sembrío.
	Informante I	No existen barreras
	Informante J	Que no tenemos un apoyo un desarrollo tecnológico o no contamos con la infraestructura
	Informante K	Necesaria, falta herramientas
	Informante L	Ninguna - El costo y los insumos
	Informante M	El entrevistado menciona que no existe ninguna barrera para ingresar al mercado del café.
Síntesis de la Información		**Barreras:** No existen ningunas barreras aunque la federación de cafetaleros piden que tenga zona cafetalera con una temperatura adecuada

Conociendo que Carchi es una de las Provincia que actualmente está comenzando a potencializar la producción y la comercialización de café con miras de crecimiento dentro del mercado nacional e internacional. ¿Cuáles son las medidas de las asociaciones o productores del departamento de Nariño toman para poder competir con este país, en relación a la Provincia del Carchi o dentro de nivel nacional o internacional?	**Informante H**	**Colombia o el departamento de Nariño no miran a Ecuador como competencia, pero si recomiendan a la provincia de Carchi fijarse en la clase de beneficios que se puede hacer con el café.**
	Informante I	Como asociación no tienen ninguna clase de medida, pero van hablar con la federación para tener apoyo de esta institución.
	Informante J	Contamos con nuestras propiedades del suelo, el clima la experiencia que por naturaleza Colombia ha sido un potencial
	Informante K	En el departamento en este momento la prioridad es entrar en la elaboración de cafés especiales, primero la producción y luego el posicionamiento de nuestro café especial en el mercado nacional e internacional, creo que esa es la principal alternativa para competir con otros países
	Informante L	Tener un café de calidad y la producción sea extensa.
	Informante M	Pregunta no realizada
Síntesis de la Información		**Medidas para competir:** No miran a Ecuador como una competencia por ello no toman medidas se concentran en la elaboración de cafés especiales para llegar de forma directa a los mercados internacionales

Categoría: Sector		**Subcategoría:** Producción
Pregunta orientadora	**Informantes**	**Respuestas**
¿Cuál es el nivel de producción anual de la asociación por hectárea?	**Informante H**	La producción anual es de 20 kilos de café pergamino seco, pero la idea es subirlo por lo menos a 350 kilos esa meta se han propuesto como asociación.
	Informante I	La producción anual está entre los 2000 kilos
	Informante J	Más o menos son hasta 100 toneladas por año.
	Informante K	2500 kilos al año, pero según el entrevistado esta baja porque son 42 socios y debería haber más producción
	Informante L	1000 kilos por hectárea
	Informante M	El entrevistado menciona que el personalmente cultiva 3000 kilos de café, contando con 4000platas de café.
Síntesis de la Información		**Producción:** Esta entre 2500 kilos a 2000 kilos o 100 toneladas
¿Qué se requiere para entrar en el mercado del sector cafetalero?	**Informante H**	Simplemente sembrar café
	Informante I	Pagar una afiliación y trabajar como asociación
	Informante J	Tener un producto diferente
	Informante K	Tener una finca, y realizar las operaciones que se deben para el cultivo, no hay ningún impedimento, ninguna limitación

	Informante L	La calidad del café, tener una finca, dinero propio, sembrar café y después tner una cedula cafetalera
	Informante M	El entrevistado menciono que se necesita un cedula cafetera, crédito y un terreno para la siembra
Síntesis de la Información		**Ingreso al mercado:** Pagar una afiliación, tener una finca o zona para sembrar café de buena calidad
Categoría: Mercado		**Subcategoría:** Producto
Pregunta orientadora	**Informante s**	**Respuestas**
¿Qué productos considera que amenazan la producción de café?	**Informante H**	En la zona es la coca existen muchos cultivos ilícitos y eso afecta la mano de obra también la calidad del café.
	Informante I	Al momento de sembrar el cacao, la caña y cultivos ilícitos y al momento de consumir no existen productos sustitutos
	Informante J	Los cultivos ilícitos
	Informante K	El cultivo del limón y los cultivos ilícitos
	Informante L	Los cultivos ilícitos
	Informante M	El entrevistado menciona que no existe un sustituto del café, pero a nivel de cultivo se siembra tomate y cabuya dentro de su misma zona
Síntesis de la Información		**Sustitutos:** En la producción los cultivos ilícitos, cacao, caña y el limón
Subcategoría: **Precio**		
¿Cuál es el criterio para fijar el precio del café?	**Informante H**	Lo fijo la Federación de cafetaleros por calidad y el trasporte lo paga la asociación para trasladar el café a la Cooperativa de cafetaleros del norte de Nariño.
	Informante I	El precio lo fijan los intermediarios ellos se basan en la bolsa
	Informante J	Precio dado por la Federación nacional de cafeteros
	Informante K	El precio lo fija la federación nacional de cafetaleros, pero como asociación nos sentimos perjudicados porque a veces no nos cuadran las cuentas que hace la federación de la tasa de cambio con el precio de la libra a nivel internacional, y como asociación tenemos que ceñirnos a esas reglas
	Informante L	Quien pone el precio es la federación y la cooperativa si el caficultor lleva el café de una buena calidad el precio es más alto
	Informante M	El entrevistado menciono que ellos no ponen el precio al producto, sino la Federación o Cooperativa
Síntesis de la Información		**Fijar precio producto:** El precio lo fija la federación nacional de cafetaleros basándose en el tipo de cambio y los intermediarios pequeños
¿Los precios de los cultivos sustitutos son bajos o menores que el café?	**Informante H**	No el cultivo ilícito es muy rentable, la mano de obra toda se va para ellos porque les pagan más por la siembra
	Informante I	En el caso del cacao, la caña es variables, pero en los cultivos ilícitos son mucho mayores a los del café.
	Informante J	Sin son más bajos
	Informante K	El cultivo ilícito es muy rentable ya que se cosecha cuatro veces en el año como el limón y el precio de limón por bulto esta entre 15000, 80000 y 90000 pesos
	Informante L	Es el doble los cultivos ilícitos valen más por ejemplo la coca
	Informante M	El entrevistado menciona que son más baratos
Síntesis de la Información		**Precio sustitutos:** Los de los cultivos ilícitos son mayores por eso la mano de obra se va a trabajar a la coca y en cuestión de cacao, caña, limón son variables
Subcategoría: **Plaza**		
¿Qué canal de distribución utilizan para la venta del café?	**Informante H**	De forma directa**,** el caficultor procesa su café lo seca, lo beneficia después de seco lo venden a la Cooperativa de Caficultores.
	Informante I	No tienen un canal fijo
	Informante J	Canal directo, y vehículos que compran directamente en las fincas de los cafeteros
	Informante K	La asociación nacional de cafetaleros y los intermediarios de la zona
	Informante L	Las mujeres campesinas caficultoras lo reúnen el café y lo acopian en la Cooperativa de caficultores
	Informante M	El entrevistado menciono que el café se vende directamente al cliente, tanto personalmente en otras ciudades, como la venta directa a la Cooperativa
Síntesis de la Información		**Canal distribución:** De forma directa y por medio de la federación nacional de cafetaleros
¿Estos canales de distribución ayudan activamente la promoción del producto dentro del mercado?	**Informante H**	No ayudan en nada
	Informante I	No ayuda porque los intermediarios no colocan ningún valor agregado.
	Informante J	No porque no existe un canal adecuado y el actual no da resultados
	Informante K	No porque es una entidad privada y a ellos no les interesa promocionar el producto.
	Informante L	Si porque se informa el precio del café y algunos compradores se acercan a las fincas por el café
	Informante M	El entrevistado menciono que este medio a ellos les ayuda mucho por la venta que se realiza a la Cooperativa, de ahí que saca el café hacia oros lugares de forma personal
Síntesis de la Información		**Ayuda del canal:** No ayudan porque no promocionan se lo quedan el café y lo venden o exportan como federación.
¿Los canales de distribución son los adecuados o es	**Informante H**	Por parte de los proveedores de insumos está bien porque los insumos llegan de la cuidad al pueblo en cuanto a la venta por el momento si porque se lo realiza directamente
	Informante I	Se debe mejorar porque se utiliza intermediarios

necesario que se mejoren de alguna manera?	**Informante J**	No son los adecuados es necesario que se mejoren para mejorar la producción y venta del café
	Informante K	No porque no existe un sitio en donde reciban el café fijo solo lo reciben por días y le cancelan el rato que entrega el % de la cantidad y el resto después de 8 días y eso perjudica a nuestros ingresos
	Informante L	Es el adecuado pero si tiene que mejorarse
	Informante M	El entrevistado menciono que el mismo debe comprar los insumos, y si es necesario que se mejore
Síntesis de la Información		**Canal comprador:** En cuestión de insumos si son adecuados pero los de venta no porque se usa intermediarios quienes cancelan el 10% al entregar el producto y el resto después de ocho días
Subcategoría: **Promoción**		
¿Por qué medio realiza la publicidad del producto la asociación?	**Informante H**	Por el momento por boca a boca, pero están en el proceso de realizarlo por pancartas, volantes, comerciales por radio y televisión, regionales.
	Informante I	Boca a boca
	Informante J	Boca a boca pero quieren implementar wasap y Facebook
	Informante K	Boca a boca
	Informante L	En eventos de reuniones, emisoras, la cooperativa y el boca a boca
	Informante M	La asociación no hace publicidad, si la Federación
Síntesis de la Información		**Publicidad:** Utilizan boca a boca de forma directa, pero están por implementar volantes, comerciales por radio, tv, washapp y facebook
Subcategoría: **Proveedores**		
¿Cuántos vendedores de insumos existen en el sector cafetalero?	**Informante H**	Seis o siete dentro del Municipio donde ellos trabajan.
	Informante I	Diez proveedores
	Informante J	Alrededor de 180 productores
	Informante K	Solamente la Federación Nacional de Cafetaleros.
	Informante L	La cooperativa , la federación y los gremios de caficultores
	Informante M	El entrevistado menciono que dentro del sector donde labora existe 1 proveedor de insumos y la mayor parte se encuentran en la ciudad de Pasto
Síntesis de la Información		**Proveedores:** Varia la respuesta de 6,7,10,180 o solo la federación nacional de cafetaleros
¿Cuáles son los proveedores de insumos y compradores del café?	**Informante H**	Existen 4 proveedores de insumos Agropecuaria Leiva, Agrícola Leiva, Elsy Bolaños, Mechi y proveedores o compradores del café es la Cooperativa de Caficultores del Norte de Nariño y dos pequeños Sr. Isaías y el Sr. José
	Informante I	Los que están ubicados en el Municipio como los almacenes en cuestión de insumos y de venta los intermediarios son varios que nos ayudan a llevar el producto a la Cooperativa de Caficultores de Norte de Nariño
	Informante J	Cada caficultor conoce donde comprar los instrumentos e insumos como los abonos y fertilizantes
	Informante K	La Cooperativa de caficultores del norte es la que da créditos a sus caficultores de acuerdo a las ventas que hace y los particulares los negocios particulares que existen en la zona en insumos y en venta la federación de cafetaleros.
	Informante L	Nutribon
	Informante M	El entrevistado menciono que La Cooperativa le vende abonos, además de buscar por sus medios.
Síntesis de la Información		**Insumos** Agropecuaria Leiva- Agrícola Leiva- Almacenes comercializadores de insumos del municipio de cada asociación **Venta** : la Cooperativa de Caficultores de Norte de Nariño
Subcategoría: **competencia**		
¿Cuántos competidores existen, y cómo se comporta su crecimiento reciente?	**Informante H**	Existen cuatro asociaciones más en Leiva, pero una de ellas la asociación AZONE ya ha logrado exportar
	Informante I	A nivel de cafeteros no tienen competencia.
	Informante J	Dos asociaciones del cauca que se dedican al tueste del café y su venta
	Informante K	No existen competidores
	Informante L	Si personas particulares existen demasiados
	Informante M	El entrevistado menciona que si existen y dice que son La Pastoral y la Cooperativa
Síntesis de la Información		**Competidores:** No tienen competidores, pero existen dos asociaciones del cauca que tuestan el café
¿Cuáles empresas o asociaciones consideran que son su mayor competencia en el mercado?	**Informante H**	No existe competencia simplemente entre todas las asociaciones se están ayudando y apoyando
	Informante I	A nivel departamental si existe competencia, pero a nivel regional no porque son los únicos
	Informante J	No existe competencia por estar recién comenzando con el proceso de comercialización
	Informante K	A nivel del departamento hay muchas porque se están especializando en cafés especiales y día a día nacen y aparecen unas asociaciones unos grupos con cafés de Buena calidad y son bastantes porque Nariño Colombia es catalogado como uno de los departamentos que producen el mejor café de Colombia
	Informante L	Los particulares los que trasportan el café de forma directa
	Informante M	El entrevistado menciona que si existen y dice que son La Pastoral y la Cooperativa

Síntesis de la Información		**Nacional:** A nivel regional si existen y a nivel departamental si porque se están especializando en cafés especiales
¿Existe un líder absoluto de mercado en este sector?	**Informante H**	No existe
	Informante I	Hay la federación de cafetaleros y otras instituciones que comercializan entonces decir en si un líder no
	Informante J	La Federación es la única que compra, es el líder mayor
	Informante K	Organización de los caficultores y los intermediarios
	Informante L	No la única que estabilizo el precio es la cooperativa
	Informante M	El entrevistado mencionó que si existe la empresa recién constituida llamada La Pastoral
Síntesis de la Información		**Líder:** Federación nacional de caficultores

Categoría: Moneda		**Subcategoría:** Tipo de cambio
Pregunta orientadora	**Informantes**	**Respuestas**
¿El tipo de cambio es un factor que puede considerarse como relevante dentro de la comercialización del café a nivel local, nacional (como afecta a la producción local)?	**Informante H**	Si afecta mucho porque siempre el precio lo fijan mediante el dólar y en Colombia manejan el peso colombiano.
	Informante I	Si afecta en cuestión de que el dólar si afecta al precio del departamento
	Informante J	El tipo de cambio es considerado como relevante y menciona que a veces es una desventaja porque en ellos trabajan con el peso el cual tiene un valor menor al dólar y por lo general la bolsa de valores se trabaja en dólares
	Informante K	La comercialización es basada mediante el dólar y no el peso.
	Informante L	Si porque en Colombia se maneja pesos colombianos
	Informante M	El entrevistado menciono que cuando el dólar alza el precio del café es malo
Síntesis de la Información		**Factor cambio:** Si afecta porque el precio del café lo abarcan por el dólar americano y ellos tienen una economía de pesos colombianos y eso les perjudica así no exporten porque quien les pone el precio a ellos es la federación nacional de cafetaleros
¿Según su criterio tener una economía dolarizada contribuye a la salida del café de la asociación hacia mercados internacionales?	**Informante H**	Si, esa es una ventaja que tiene Ecuador.
	Informante I	Si es mejor tener esta moneda porque a nivel mundial se maneja el dólar y euros.
	Informante J	Si ayudaría porque al momento del cambio existe una pérdida de pesos
	Informante K	No porque para comercializar primero hay que ver la calidad y la bondad que ofrece el café
	Informante L	No porque sería mejor estabilizar el precio del café y que no dependa por el dólar
	Informante M	El entrevistado menciono que tener una economía dolarizada es buena y si la venta del café se hace en dólares es bueno
Síntesis de la Información		**Economía dolarizada:** Si ayuda y esa es una ventaja que tiene el país de Ecuador porque el café lo compran por el dólar y el euro
¿Existe alguna dificultad al fijar los precios de los productos, teniendo una economía de dólares (pesos)?	**Informante H**	Si porque lo fijan mediante el dólar.
	Informante I	Si porque se maneja el dólar a nivel mundial
	Informante J	Respuesta englobada en pregunta anterior
	Informante K	No existiría, pero como en Colombia se maneja pesos colombianos y quien pone el precio es la federación por la que no estamos convencidos al tipo de cambio que nos hace.
	Informante L	Si existe dificultad porque el precio lo ponen mediante el dólar y ellos manejan pesos una moneda menos fuerte
	Informante M	No responde, la asociación pone precios al café.
Síntesis de la Información		**Precio según dólar:** Si porque el precio lo fijan mediante el dólar
¿La asociación cuenta con alguna estrategia que disminuya el riesgo del tipo de cambio, al momento de realizar las transacciones?	**Informante H**	No tienen ninguna estrategia
	Informante I	La asociación no porque por ahora no tienen un mercado fijo entonces no han hecho estrategias
	Informante J	No existe ninguna estrategia para mitigar el riesgo del tipo de cambio
	Informante K	No porque no tienen la oportunidad de salir a mercados internacionales
	Informante L	No existe estrategias por el momento
	Informante M	No realizada por tiempo
Síntesis de la Información		**Estrategia:** No porque ninguna asociación exporta
¿Cuál es el mayor reto que la asociación tiene con relación a la gestión del riesgo del tipo de cambio?	**Informante H**	Exportar y eso ayudaría a la asociación a que llegue el dinero en dólares o euros
	Informante I	Todavía no se plantean ningún reto porque aún no exportan
	Informante J	Mayor reto es como le dije no producir un café común y corriente porque una te lo van a pagar bajo y enfocarnos en producir cafés especiales y con esto mitigar el riesgo del cambio
	Informante K	Lo aran mediante transacción y no habría problema de ninguna manera
	Informante L	Trabajar duro y producir para que el gremio de mujeres caficultoras siga creciendo y desarrollando
	Informante M	No realizada por tiempo
Síntesis de la Información		**Reto:** Exportar porque eso ayudaría a las asociaciones para que llegue el dinero en dólares euros

Anexo 7. Modelo econométrico Ecuador

En el presente modelo se toma en cuenta para la variable dependiente el total de exportaciones que realiza Ecuador de todos sus tipos de café, como robusto, arábigo e industrializado; y como variables independientes: la cantidad exportada en miles de sacos de café de 60kg, tipo de cambio y el precio internacional de café, siendo todos valores constantes. A continuación, se presenta el desarrollo del modelo:

Modelo Teórico $\widehat{y} = \beta 1 + \beta 2X1 + \beta 2\ X2 + \beta 3X3 + \beta 4X4 + E$

TABLA DE NOMENCLATURA		
VARIABLE	**SIMBOLO**	**UNIDAD**
Exportaciones	Y	millones de dólares
Sacos de café	X1	miles de sacos de 60 kg
Tasa de cambio dólar /peso	X2	un peso colombiano
Precio internacional	X3	un dólar

Se puede observar las variables utilizadas en el modelo de regresión lineal múltiple para Ecuador, donde se evidencia su respectiva simbología y datos a utilizar para la interpretación del modelo.

AÑOS	**Exportaciones (Millones de Dólares)**	**SACOS 60 KG (miles de sacos)**	**Promedio (tipo de cambio peso colombiano con respecto al dólar)**	**Precio promedio del café según bolsa de valores NY**
	Y	**X1**	**X2**	**X3**
1998	99,69	1080	1426	129,29
1999	78,47	990	1757	104,8
2000	45,48	696	2088	91,33
2001	44,21	756	2300	57,42
2002	42,62	579	2507	56,02
2003	48,04	624	2876	64,18
2004	59,2	706	2628	78,47
2005	88,5	995	2321	110,11
2006	104,78	1029	2359	110,94
2007	123,4	992	2076	120,4
2008	125,58	874	1967	135,02
2009	146,03	1127	2153	127,36
2010	172,74	1201	1899	164,02
2011	269,92	1546	1847	255,24
2012	273,9	1571	1798	177,78
2013	218,07	1262	1869	128,25
2014	178,5	1132	2000	180,11
2015	145,3	870	2743	135,55
2016	146,05	921	3051	138,4
2017	116,69	695	2951	135,63

Modelo Empírico

Función de regresión Lineal Múltiple

$\widehat{y} = -220,10 + 0,20X1 + 0,040\ X2 + 0,52X3$

B1: La disminución anual de las exportaciones de café serian de 220,10 millones de dólares americanos independientemente de las variables sacos de café, tipo de cambio y precio internacional.

B2(X1): Por cada 1000 sacos de 60 kg de café que aumenten en promedio las exportaciones aumenta en 195.629,32.

B3(X2): Por cada peso que aumenta el tipo de cambio las exportaciones por año aumentan en 400.230,22.

B4(X3): Por cada dólar que aumente el precio internacional en promedio las exportaciones aumentaran en 519.982,30 anual.

Análisis de Correlación.

R2: 0.916334744, en un 92% de la viabilidad de las variables sacos de café y tasa de cambio explican a la variable exportaciones.

Correlación: 0.957253751, alta correlación positiva.

Prueba individual T-student

Prueba T-student para los parámetros de la variable independiente, con un95% es decir con nivel de confianza del 5%.

Nivel de confianza: 0,05/2- 0,025
n= 20
k= 4
(n-k) = 16 grados de libertad

SB1	54,018629	**SB3**	0,01546103
tb1	-4,074504941	**tb3**	2,58865125
SB2	0,040216464	**SB4**	0,19830444
tb2	4,864408599	**tb4**	2,62214147

Prueba de Hipótesis para evaluar a los parámetros dependientes β2, β3, β4

HO: β*2=0
H1:β*2 ≠ 0

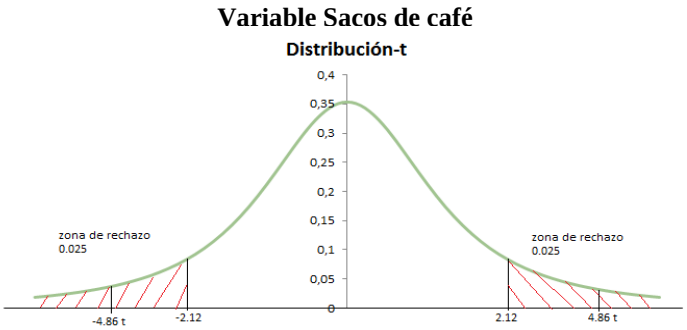

Figura 24 Prueba Tstudent para la variable sacos 60kg de café
Fuente: Internacional Coffee Organization, Anecafé, Banco Central del Ecuador.

HO: β*3=0
H1: β*3≠ 0

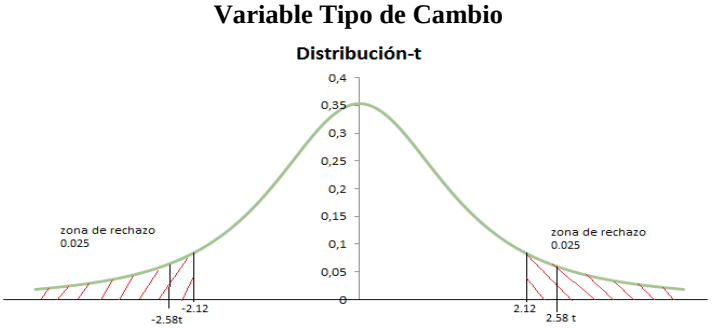

Figura 25 Prueba T student variable tipo de cambio peso colombiano
Fuente: Internacional Coffee Organization, Anecafé, Banco Central del Ecuador

HO: β*4=0

H1: β*4≠ 0

Variable Precio Internacional

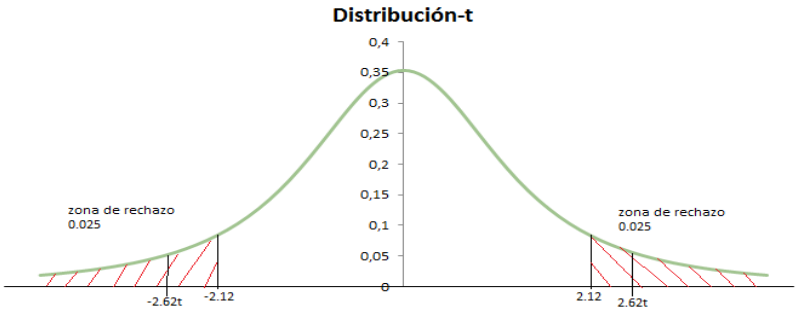

Figura 26 Prueba T student variable precio internacional de café por la bolsa de valores de NY
Fuente: Internacional Coffee Organization, Anecafé, Banco Central del Ecuador

Fisher para los parámetros de la Variable Independiente, 95% es decir con nivel de confianza del 5%

f(k-1)(n-k)	
n	20
k	4
∝	5%
f(4-1)(20-4)	[3,16]

Fβ^2-3-4	58,41276145	f-calculado
	3,239	f-crítico

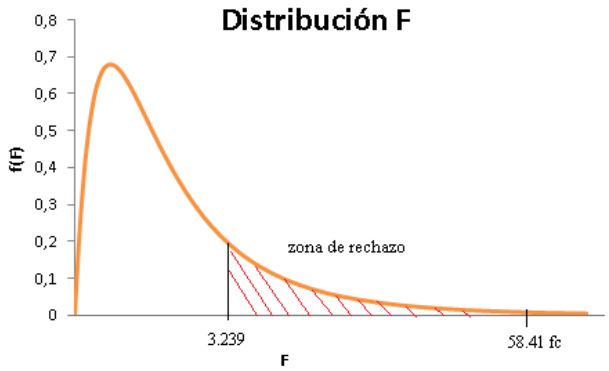

Figura 27 Prueba global F de Fisher para el modelo econométrico Ecuador
Fuente: Internacional Coffee Organization, Anecafé, Banco Central del Ecuador

Anexo 8. Modelo Econométrico Colombia

Al igual que para Ecuador se tomó en cuenta las variables sacos de café, tipo de cambio y precio internacional de café, con respecto a la variable dependiente exportaciones de café Colombia, donde se obtuvo la siguiente tabla que muestra en resumen los datos de las respectivas variables:

Modelo Teórico

$$\widehat{y} = \beta 1 + \beta 2X1 + \beta 2\ X2 + \beta 3X3 + \beta 4X4 + E$$

TABLA DE NOMENCLATURA		
VARIABLE	**SIMBOLO**	**UNIDAD**
Exportaciones	Y	millones de dólares
Sacos de café exportados	X1	miles de sacos de 60kg
Tasa de cambio dólar /peso	X2	un peso colombiano
Precio internacional	X3	cientos de dólares

Fuente: Internacional Coffee Organization, Federación Nacional de Cafeteros Colombia, Banco de la Republica de Colombia

Se evidencia las diferentes denominaciones dadas para cada una de las variables del modelo econométrico, así mismo la unidad de medida.

AÑOS	**Exportaciones café (Millones de dólares)**	**Sacos de 60kg (miles de sacos)**	**Promedio (tipo de cambio peso colombiano con respecto al dólar)**	**Precio promedio del café según bolsa de valores NY**
	Y	**X1**	**X2**	**X3**
1998	473,00	11.260	1426	129,29
1999	303,00	9.995	1757	104,80
2000	224,00	9.177	2088	91,33
2001	153,00	9.944	2300	57,42
2002	144,00	10.273	2507	56,02
2003	141,00	10.244	2876	64,18
2004	157,00	10.194	2628	78,47
2005	225,00	10.871	2321	110,11
2006	224,00	10.945	2359	110,94
2007	239,00	11.300	2076	120,40
2008	256,00	11.085	1967	135,02
2009	195,00	7.894	2153	127,36
2010	246,00	7.822	1899	164,02
2011	306,00	7.734	1847	255,24
2012	222,00	7.170	1798	177,78
2013	220,00	9.670	1869	128,25
2014	266,00	10.954	2000	180,11
2015	263,00	12.716	2743	135,55
2016	227,00	12.831	3051	138,40
2017	236,00	12.985	2951	135,63

Fuente: Internacional Coffee Organization, Federación Nacional de Cafeteros Colombia, Banco de la Republica de Colombia

Modelo empírico

Función de regresión Lineal Múltiple

$$\widehat{y} = 165{,}02 + 0.03\ X1 - 0{,}14\ X2 + 0.57X3$$

B1: El aumento anual de las exportaciones de café seria de 165,02 millones de dólares americanos independientemente de las variables sacos de café, tipo de cambio y precio internacional.

B2X1: Por cada 1000 sacos de 60kg de café que aumenten, en promedio las exportaciones aumentan en 30.620,43 millones de dólares.

B3X2: Por cada peso que aumenta el tipo de cambio las exportaciones por año disminuyen en 138.208, 05 millones de dólares.

B4X3: Por cada dólar que aumente el precio internacional en promedio las exportaciones aumentaran en 568.495,31 millones de dólares anualmente.

Análisis de Correlación

- **R2 = 0,77: e**n un 77% de la variabilidad de las variables sacos de café y tasa de cambio y precio internacional, explican a la variable exportaciones.
- **Correlación: 0,88 =** moderada correlación positiva.

Prueba Individual de T-student

T-student para los parámetros de la variable Independiente, con 95% es decir con nivel de confianza del 5%.

Nivel de confianza: 0,05/2 - 0,025

n=20

k=4

(n-k) 16 grados de libertad

SB1	73,06954704	**SB3**	0,02463544
tb1	2,258381287	**tb3**	-5,61013098
SB2	0,006286414	**SB4**	0,20130629
tb2	4,782126586	**tb4**	2,82403146

Prueba de Hipótesis para evaluar a los parámetros dependientes β2, β3, β4

HO: β*2=0

H1: β*2 ≠ 0

tβ^2= 4,7821 t-calculado

±2,1200 t-crítico

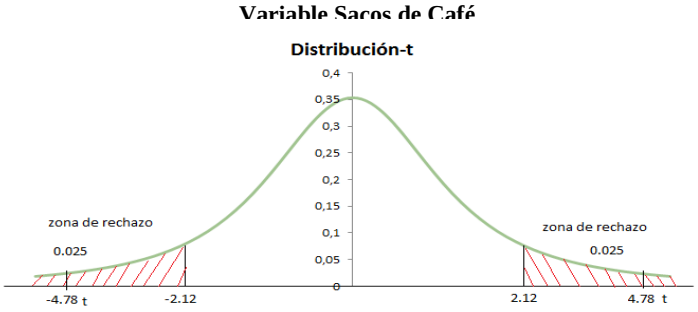

Figura 28 Prueba individual de T student para la variable sacos de café
Fuente: Internacional Coffee Organization, Federación Nacional de Cafeteros Colombia, Banco de la Republica de Colombia.

HO: β*3=0

H1: β*3≠ 0

tβ^3

-5,6101 t-calculado

±2,1200 t-crítico

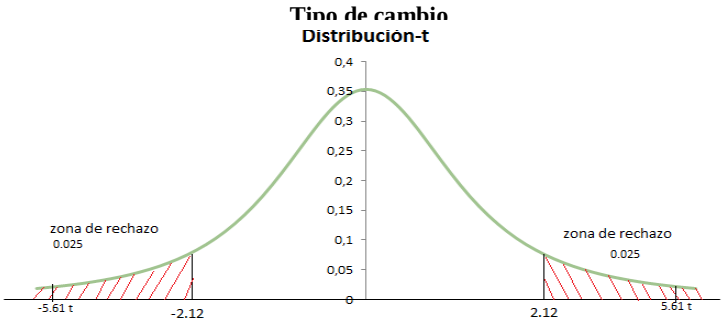

Figura 29 Prueba individual de T student para la variable tipo de cambio
Fuente: Internacional Coffee Organization, Federación Nacional de Cafeteros Colombia, Banco de la Republica de Colombia

HO: β*4=0

H1:β*4≠ 0

tβ^4

2,8240: t-calculado

2,1200: t-crítico

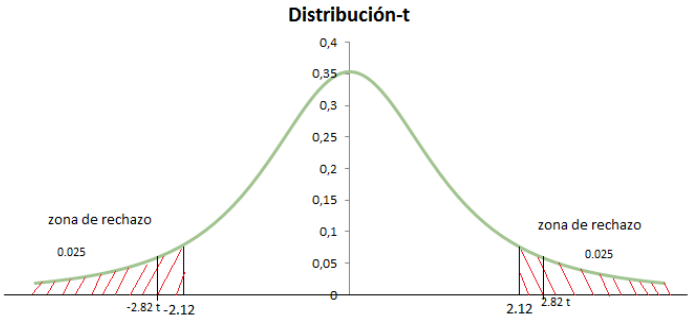

Figura 30 Prueba individual de T student para la variable precio internacional NY
Fuente: Internacional Coffee Organization, Federación Nacional de Cafeteros Colombia, Banco de la Republica de Colombia

Prueba F de Fisher

F-Fisher para los parámetros de la variable Independiente, 95% es decir con nivel de confianza del 5%

f(k-1)(n-k)	
n	20
k	4
∝	5%
f(4-1)(20-4)	[3,16]

Fβ^2-3-4

17,94: f-calculado

3,239: f-crítico

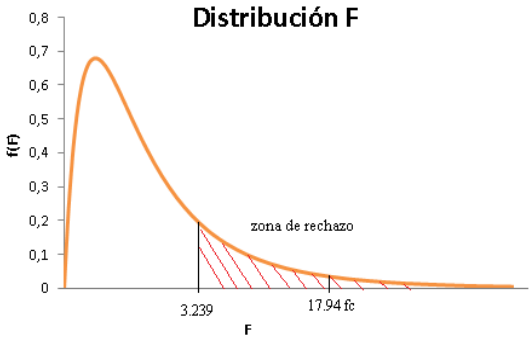

Figura 31 Prueba Global de F de Fisher para modelo econométrico de Colombia
Fuente: Internacional Coffee Organization, Federación Nacional de Cafeteros Colombia, Banco de la Republica de Colombia.

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI
FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACIÓN, ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA EMPRESARIAL
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y MARKETING

ACTA

DE LA SUSTENTACIÓN DE PREDEFENSA DEL INFORME DE INVESTIGACIÓN DE:

NOMBRE: VERÓNICA SHISSELL RECALDE MADROÑERO **CÉDULA DE IDENTIDAD:** 0401730346

NIVEL/PARALELO: DÉCIMO **PERIODO ACADÉMICO:** UBRE 2018- FEBRERO 2

TEMA DE INVESTIGACIÓN: ANÁLISIS DE LA COMPETITIVIDAD DEL CAFÉ ECUATORIANO FRENTE AL COLOMBIANO, A PARTIR DEL TIPO DE CAMBIO PESO - DÓLAR.

Tribunal desigando por la dirección de esta Carrera, conformado por:

PRESIDENTE: MSC. FREDDY QUINDE SARI

LECTOR: MSC. SONIA MALQUÍN VERA

ASESOR: MSC. YOSKIRA NAYLETT CORDERO DE JIMÉNEZ

De acuerdo al artículo 21: Una vez entregados los requisitos para la realización de la pre-defensa el Director de Carrera integrará el Tribunal de Pre-defensa del informe de investigación, fijando lugar, fecha y hora para la realización de este acto:

EDIFICIO DE AULAS: 1 **AULA:** 11

FECHA: lunes, 18 de febrero de 2019

HORA: 12H10

Obteniendo las siguientes notas:

1) Sustentación de la predefensa:	5,10
2) Trabajo escrito	2,20
Nota final de PRE DEFENSA	**7,30**

Por lo tanto: **APRUEBA CON OBSERVACIONES** ; debiendo acatar el siguiente artículo:

Art. 24.- De los estudiantes que aprueban el Plan de Investigación con observaciones. - El estudiante tendrá el plazo de 10 días laborables para proceder a corregir su informe de investigación de conformidad a las observaciones y recomendaciones realizadas por los miembros Tribunal de sustentación de la pre-defensa.

Para constancia del presente, firman en la ciudad de Tulcán el lunes, 18 de febrero de 2019

MSC. FREDDY QUINDE SARI
PRESIDENTE

MSC. YOSKIRA NAYLETT CORDERO DE JIMÉNEZ
TUTOR

MSC. SONIA MALQUÍN VERA
LECTOR

Adj.: Observaciones y recomendaciones

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI
FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACION, ADMINISTRACION Y ECONOMIA EMPRESARIAL
CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS Y MARKETING

ACTA

DE LA SUSTENTACIÓN DE PREDEFENSA DEL INFORME DE INVESTIGACIÓN DE:

NOMBRE: LENDY PAOLA FUEL CASTILLO
CÉDULA DE IDENTIDAD: 0401839139
NIVEL/PARALELO: DÉCIMO
PERIODO ACADÉMICO: UBRE 2018- FEBRERO :

TEMA DE INVESTIGACIÓN: ANÁLISIS DE LA COMPETITIVIDAD DEL CAFÉ ECUATORIANO FRENTE AL COLOMBIANO, A PARTIR DEL TIPO DE CAMBIO PESO - DÓLAR.

Tribunal desigando por la dirección de esta Carrera, conformado por:

PRESIDENTE: MSC. FREDDY QUINDE SARI
LECTOR: MSC. SONIA MALQUÍN VERA
ASESOR: MSC. YOSKIRA NAYLETT CORDERO DE JIMÉNEZ

De acuerdo al artículo 21: Una vez entregados los requisitos para la realización de la pre-defensa el Director de Carrera integrará el Tribunal de Pre-defensa del informe de investigación, fijando lugar, fecha y hora para la realización de este acto:

EDIFICIO DE AULAS: 1 **AULA:** 11
FECHA: lunes, 18 de febrero de 2019
HORA: 12H10

Obteniendo las siguientes notas:

1) Sustentación de la predefensa:	5,10
2) Trabajo escrito	2,20
Nota final de PRE DEFENSA	**7,30**

Por lo tanto: **APRUEBA CON OBSERVACIONES** ; debiendo acatar el siguiente artículo:

Art. 24.- De los estudiantes que aprueban el Plan de Investigación con observaciones. - El estudiante tendrá el plazo de 10 días laborables para proceder a corregir su informe de investigación de conformidad a las observaciones y recomendaciones realizadas por los miembros Tribunal de sustentación de la pre-defensa.

Para constancia del presente, firman en la ciudad de Tulcán el lunes, 18 de febrero de 2019

MSC. FREDDY QUINDE SARI
PRESIDENTE

MSC. YOSKIRA NAYLETT CORDERO DE JIMÉNEZ
TUTOR

MSC. SONIA MALQUÍN VERA
LECTOR

Adj.: Observaciones y recomendaciones