

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI



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

**ESCUELA DE COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN COMERCIAL
INTERNACIONAL**

**“Internacionalización de café gourmet “La Casa Nuestra Tulcán” y las
redes de comercio justo”**

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

AUTOR: Jimmy Alexander Valdivieso Aslalema

ASESOR: MSc. Edison Caza

TULCÁN - ECUADOR

AÑO: 2016

CERTIFICADO

Certifico que el estudiante Jimmy Alexander Valdivieso Aslalema con el número de cédula 0401550058 ha elaborado bajo mi dirección la sustentación de grado titulada: “Internacionalización de café gourmet “La Casa Nuestra Tulcán” y las redes de comercio justo”.

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

Ing. Edison Caza Guevara MSc.

Tulcán, 26 de octubre de 2016

AUTORÍA DE TRABAJO

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

Yo, Jimmy Alexander Valdivieso Aslalema con cédula de identidad número 040155005-8 declaro: que la investigación es absolutamente original, autentica, personal y los resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.

f.....

Jimmy Valdivieso

Tulcán, 26 de octubre de 2016

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TESIS DE GRADO

Yo Jimmy Alexander Valdivieso Aslalema, declaro ser autor del presente trabajo y eximo expresamente a la Universidad Politécnica Estatal del Carchi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

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

Tulcán, 26 de octubre de 2016

Jimmy Alexander Valdivieso Aslalema

CI 040155005-8

AGRADECIMIENTO

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

A mis padres el Sr. Iván Valdivieso y la Sra. Martha Aslalema quienes con su amor incondicional y ejemplo de valentía me ayudaron a enfrentar las adversidades de la vida y siempre continuar trabajando para alcanzar mis objetivos personales y académicos.

A mi hermano Jeremy Valdivieso por estar siempre presente, acompañándome y escuchar mis locuras reflejadas en una sonrisa de felicidad.

A mi tía la Sra. Rosa Aslalema, a mi tío el Sr. Felipe Guerra, a mis primos Ing. Mayra Guerra e Ing. Darwin Guerra personas que me han dado siempre su mano y apoyo incondicional para seguir por el camino de la obtención de mi título.

Así mismo agradezco a mi asesor de tesis Ing. Edison Caza Guevara MSc por haberme guiado de la mejor manera durante el desarrollo de este trabajo de investigación y así poder concluirlo satisfactoriamente.

A la Srta. Nataly Guerrón por estar siempre acompañándome en la larga trayectoria Universitaria con su cariño y amor, siempre me supo guiar por el buen camino dándome ánimo cuando estaba en situaciones difíciles.

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

DEDICATORIA

En primer lugar a Dios por darme la fuerza necesaria para superar los obstáculos y dificultades presentados durante toda mi carrera.

A mis padres por su apoyo incondicional tanto moral y económico, porque sin su ayuda hubiesen existido más dificultades para cumplir esta meta.

A mis maestros, quienes han compartido sus conocimientos para poder desarrollarme profesionalmente y personal.

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

ÍNDICE GENERAL

CERTIFICADO	i
AUTORÍA DE TRABAJO	ii
ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TESIS DE GRADO	iii
AGRADECIMIENTO	iv
DEDICATORIA.....	v
RESUMEN EJECUTIVO	xviii
ABSTRACT	xix
INTRODUCCIÓN	xx
I. EL PROBLEMA.....	- 1 -
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.	- 1 -
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.	- 3 -
1.3. DELIMITACIÓN.	- 4 -
1.4. JUSTIFICACIÓN.	- 4 -
1.4. OBJETIVOS.....	- 6 -
1.5.1 OBJETIVO GENERAL.	- 6 -
1.5.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	- 6 -
II. MARCO TEÓRICO.....	- 7 -
2.1. ESTADO DEL ARTE.....	- 7 -
2.2. FUNDAMENTACIÓN LEGAL.	- 13 -
2.3. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.	- 17 -
2.3.1. Internacionalización de la empresa	- 18 -
2.3.1.1. Definición de Internacionalización	- 19 -
2.3.1.2. Razones de la Internacionalización:.....	- 19 -
2.3.1.3. Ventajas de la Internacionalización:	- 20 -
2.3.1.4. Obstáculos en el proceso de Internacionalización:	- 21 -
2.3.2. Proceso de Internacionalización	- 22 -
2.3.3. Los sistemas de comercialización internacional	- 24 -
2.3.3.1. Venta Directa	- 24 -

2.3.3.2. Venta Compartida.....	- 24 -
2.3.3.3. Venta Indirecta.....	- 25 -
2.3.4. Canal de distribución.....	- 26 -
2.3.5. CERTIFICACIÓN INTERNACIONAL	- 28 -
2.3.6. CAFÉ GOURMET.....	- 31 -
2.3.6.1. Definición de Café Gourmet.....	- 31 -
2.3.6.2. Especies de Café	- 31 -
2.3.6.3. Estructura del grano de café	- 33 -
2.3.6.4. Café MEGF Golondrinas y Café Gourmet “La Casa Nuestra Tulcán”	- 33 -
2.3.7. REDES DE COMERCIO JUSTO.....	- 34 -
2.3.7.1. Definición de Comercio Justo	- 34 -
2.3.7.2. FAIRTRADE O COMERCIO JUSTO.....	- 34 -
2.3.7.3. Redes de Comercio Justo.....	- 36 -
2.3.7.5. Beneficios del Comercio Justo para las organizaciones	- 38 -
2.3.7.6. Precios Fairtrade	- 40 -
2.3.7.7. La Prima Fairtrade.....	- 41 -
2.3.7.8. Productos Fairtrade	- 41 -
2.3.7.9. Certificación FAIRTRADE	- 42 -
2.3.7.9.1. Inspecciones y auditorías	- 44 -
2.3.7.9.2. Acreditación ISO 65	- 45 -
2.3.7.9.3. Criterios de comercio justo	- 45 -
2.3.7.10. Tipo de organizaciones certificadas	- 46 -
2.3.7.10.1. Organizaciones involucradas en el Comercio Justo.....	- 47 -
2.4. FUNDAMENTACIÓN CONCEPTUAL.....	- 49 -
2.5. ABREVIACIONES TÉCNICAS	- 53 -
2.6. IDEA A DEFENDER.	- 54 -
2.7. IDENTIFICACIÓN DE VARIABLES.	- 54 -
III. MARCO METODOLÓGICO.....	- 55 -
3.1. ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN.....	- 55 -

3.1.1. Enfoque Cualitativo.....	- 55 -
3.1.2. Enfoque Cuantitativo.....	- 55 -
3.2. MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN.....	- 56 -
3.2.1. Investigación Documental.....	- 56 -
3.2.2. Investigación de Campo.....	- 56 -
3.3. TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	- 57 -
3.3.1. Descriptiva.....	- 57 -
3.3.2. Exploratoria.....	- 57 -
3.3.3. Explicativa.....	- 58 -
3.4. POBLACIÓN Y MUESTRA DE LA INVESTIGACIÓN.....	- 58 -
3.5. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES.....	- 60 -
3.6. PLAN DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN.....	- 65 -
3.7. PROCESAMIENTO, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....	- 66 -
3.7.1. ANÁLISIS SITUACIONAL DEL COMERCIO JUSTO EN EL ECUADOR.....	- 66 -
3.7.1.1. PARTICIPACIÓN DE CERTIFICACIONES DEL COMERCIO JUSTO.....	- 66 -
3.7.1.2. PRECIOS MÍNIMOS Y PRIMA DE COMERCIO JUSTO.....	- 71 -
3.7.1.3. Costo por la certificación de Comercio Justo.....	- 72 -
3.7.1.4. EXPORTACIONES DE LA COORDINADORA ECUATORIANA DE COMERCIO JUSTO - CECJ.....	- 76 -
3.7.2. ANÁLISIS SITUACIONAL DEL CAFÉ EN EL ECUADOR.....	- 121 -
3.7.2.1. Ficha del Producto.....	- 121 -
3.7.2.2. Principales zonas de producción de café en el Ecuador.....	- 122 -
3.7.2.3. Exportación de Café Ecuatoriano hacia mercados internacionales.....	- 125 -
3.7.2.4. Importación de Café desde Mercados internacionales hacia Ecuador.....	- 127 -
3.7.2.5. Exportaciones No petroleros del Ecuador periodo 2011 - 2015.....	- 130 -
3.7.2.6. Evolución del Tipo de cambio de Euros a Dólares 2011 – Mayo 2016.....	- 136 -
3.7.2.7. Participación de las Exportaciones de Comercio Justo en el Ecuador en el periodo 2011 - 2015.....	- 137 -
3.7.2.8. Principales países exportadores de café a Nivel Mundial.....	- 140 -
3.7.2.9. Principales países importadores de café a nivel mundial.....	- 142 -
3.7.3. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS DE LOS PAÍSES SELECCIONADOS.....	- 144 -

3.7.4. DIAGNÓSTICO DE LAS OPORTUNIDADES DE MERCADO	- 145 -
3.7.4.1. Indicadores sociales	- 145 -
3.7.4.1.1. Perfil del Consumidor	- 147 -
3.7.4.2. Indicadores políticos	- 151 -
3.7.4.2.1. Acuerdos Comerciales	- 151 -
3.7.4.2.2. Balanza Comercial	- 152 -
3.7.4.2.3. Estabilidad Política	- 155 -
3.7.4.2.3. Estabilidad del Sistema Bancario	- 157 -
3.7.4.2.4. Barreras Arancelarias y No Arancelarias	- 158 -
3.7.4.3. Indicadores económicos	- 160 -
3.7.5. Perfil de Oportunidades y Amenazas del Medio POAM	- 164 -
3.7.6. Proyección del Estudio	- 166 -
3.7.6.1. Definición de Mercado	- 166 -
3.7.6.2. Perfil de Café en Alemania	- 167 -
3.7.6.3. Proyección de la Población	- 172 -
3.7.6.4. Demanda Efectiva	- 173 -
3.7.6.5. CONSUMO NACIONAL APARENTE	- 174 -
3.7.6.6. Oferta exportable	- 176 -
3.7.6.7. Producción de Café MEGF Golondrinas 2011 - 2015	- 179 -
3.7.6.8. Proyección de la demanda insatisfecha del proyecto	- 180 -
3.7.7. Análisis FODA	- 181 -
3.7.8. CINCO FUERZAS PORTER	- 184 -
CAPÍTULO IV	- 191 -
Conclusiones	- 191 -
Recomendaciones	- 194 -
CAPÍTULO V PROPUESTA	- 196 -
5.1. TÍTULO	- 196 -
5.2. JUSTIFICACIÓN	- 196 -
5.3. OBJETIVOS	- 197 -

5.3.1. OBJETIVO GENERAL	- 197 -
5.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	- 197 -
5.4. MODELO OPERATIVO DE LA PROPUESTA.....	- 198 -
5.4.1. ESTUDIO TÉCNICO	- 198 -
5.4.1.1. Macro Localización.....	- 198 -
5.4.1.2. Micro Localización	- 200 -
5.4.1.3. Tamaño Óptimo de la oficina de Comercio Exterior	- 201 -
5.4.1.4. Requerimiento de la empresa.....	- 202 -
5.4.1.5. Ingeniería de procesos del proyecto	- 203 -
5.4.1.6. Manual de procedimientos operativos.....	- 204 -
5.4.1.7. Presentación del producto	- 208 -
5.4.1.8. Embalaje del producto.....	- 209 -
5.4.2. DISTRIBUCIÓN FÍSICA INTERNACIONAL.....	- 210 -
5.4.2.1. Datos Básicos Producto, embarque e información adicional.	- 210 -
5.4.2.2. Información básica del producto	- 214 -
5.4.2.3. Análisis de costos de certificación de comercio justo para Café MEGF Golondrinas	- 216 -
5.4.2.4. Costos país de exportación	- 217 -
5.4.2.5. Costos tránsito internacional.....	- 217 -
5.4.2.6. Costos país de importación	- 218 -
5.4.2.7. Precio Referencial del Café a nivel Mundial	- 219 -
5.4.2.8. Canal de distribución.....	- 220 -
5.5.3. EVALUACIÓN FINANCIERA	- 226 -
5.5.3.1. Inversión inicial	- 226 -
5.5.3.2. Proyección de costos y gastos	- 229 -
5.5.3.3. Estados financieros	- 231 -
5.5.3.4. Flujo de efectivo	- 233 -
5.5.3.5. Punto de equilibrio.....	- 234 -
5.6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	- 236 -
5.6.1. Conclusiones de la propuesta.....	- 236 -

5.6.2. Recomendaciones de la propuesta	- 237 -
Referencias Bibliográficas	- 238 -
Anexos	- 243 -

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1 Delimitación del problema	- 4 -
Tabla N° 2 Marco Legal.....	- 14 -
Tabla N° 3 Teorías a Utilizar en la Investigación.....	- 17 -
Tabla N° 4 Certificaciones Internacionales aplicadas en productos del Ecuador	- 28 -
Tabla N° 5 Número y tipo de organizaciones registradas en los diferentes ministerios como entidades reguladoras.....	- 47 -
Tabla N° 6 Población y Muestra.....	- 59 -
Tabla N° 7 Participación de certificaciones del comercio justo	- 66 -
Tabla N° 8 Tabla de precios mínimos para el Café	- 71 -
Tabla N° 9 Cuota de Certificación inicial 1er grado	- 73 -
Tabla N° 10 Cuota por producto adicional 1er grado	- 73 -
Tabla N° 11 Cuota inicial para instalaciones de procesamiento 1er grado	- 74 -
Tabla N° 12 Cuota de Certificación inicial 2do y 3er grado	- 74 -
Tabla N° 13 Cuota por producto adicional 2do y 3er grado.....	- 74 -
Tabla N° 14 Cuota inicial para instalaciones de procesamiento 2do y 3er grado.....	- 75 -
Tabla N° 15 Exportaciones de la Coordinadora Ecuatoriana de Comercio Justo del 2010 al 2015 en valor FOB USD	- 76 -
Tabla N° 16 Exportaciones de la Coordinadora Ecuatoriana de Comercio Justo por subpartida arancelaria del 2010 al 2015 en valor FOB USD	- 84 -
Tabla N° 17 Exportaciones de principales productos de la Coordinadora Ecuatoriana de Comercio Justo del 2010 al 2015 en valor FOB USD	- 85 -
Tabla N° 18 Exportaciones de la Coordinadora Ecuatoriana de Comercio Justo por subpartida arancelaria del 2010 al 2015 en valor KGS NETO.....	- 89 -
Tabla N° 19 Exportaciones de principales productos de la Coordinadora Ecuatoriana de Comercio Justo del 2010 al 2015 en valor KGS NETO.....	- 91 -
Tabla N° 20 Exportaciones de la Coordinadora Ecuatoriana de Comercio Justo por país de destino del 2010 al 2015 en valor FOB USD.....	- 94 -
Tabla N° 21 Exportaciones de la Coordinadora Ecuatoriana de Comercio Justo por país de destino del 2010 al 2015 en valor KGS NETO	- 96 -

Tabla N° 22 Precios unitarios de organizaciones productoras de Café del Comercio Justo 2010 - 2015	- 98 -
Tabla N° 23 Precios del Café en Bolsa / Precios mínimos referenciales FOB para exportación ..	- 99 -
Tabla N° 24 Exportaciones de FAPECAFES del 2010 al 2015	- 101 -
Tabla N° 25 Países de destinos de las exportaciones de FAPECAFES 2010 – 2015	- 105 -
Tabla N° 26 Exportaciones por subpartidas arancelarias de FAPECAFES 2010 – 2015.....	- 107 -
Tabla N° 27 Distrito aduanero de exportaciones de FAPECAFES 2010 – 2015.....	- 110 -
Tabla N° 28 Exportaciones de FECAFEM 2010 – 2015.....	- 112 -
Tabla N° 29 Países de destino de las exportaciones de FECAFEM 2010 – 2015	- 115 -
Tabla N° 30 Exportaciones de FECAFEM 2010 – 2015 por subpartida arancelaria	- 117 -
Tabla N° 31 Distritos aduaneros de exportaciones de FECAFEM 2010 – 2015	- 119 -
Tabla N° 32 Superficie cafetalera del Ecuador y Área en producción efectiva 2012.....	- 123 -
Tabla N° 33 Exportaciones de Café Ecuatoriano hacia mercados internacionales.....	- 125 -
Tabla N° 34 Importación de Café desde Mercados internacionales hacia Ecuador	- 127 -
Tabla N° 35 Principales productos No petroleros de exportación por número de capítulo arancelario.	- 130 -
Tabla N° 36 Principales productos No petroleros de Exportación	- 132 -
Tabla N° 37 Principales destinos de las Exportaciones No petroleras de Ecuador – Miles USD FOB.....	- 133 -
Tabla N° 38 Evolución del Tipo de cambio de Euros a Dólares 2011 – Mayo 2016	- 136 -
Tabla N° 39 Porcentaje de participación de las Exportaciones No petroleras en Total Exportaciones del periodo 2011 – 2015 miles de USD FOB.....	- 137 -
Tabla N° 40 Porcentaje de participación de las Exportaciones de la CECJ en Total Exportaciones del periodo 2011 - 2015 USD FOB.....	- 138 -
Tabla N° 41 Porcentaje de participación de las Exportaciones de Café del Comercio Justo en Total Exportaciones de Café Ecuatoriano del periodo 2011 – 2015 FOB MILES USD	- 139 -
Tabla N° 42 Principales países exportadores de café a Nivel Mundial	- 140 -
Tabla N° 43 Principales países importadores de café a nivel mundial	- 142 -
Tabla N° 44 Diagnóstico y selección de Mercado Internacional.....	- 144 -
Tabla N° 45 Distribución por edad.....	- 145 -
Tabla N° 46 Crecimiento de la Población 2010 -2014.....	- 146 -
Tabla N° 47 Perfil del Consumidor Alemania periodo 2012 - 2016	- 147 -
Tabla N° 48 Perfil del Consumidor Estados Unidos de América periodo 2012 - 2016	- 148 -
Tabla N° 49 Perfil del Consumidor Países Bajos periodo 2012 - 2016	- 148 -
Tabla N° 50 Valores Promedio de la PIB PPA y SMI 2012 – 2016	- 149 -
Tabla N° 51 Empleo por sector país.....	- 151 -
Tabla N° 52 Acuerdos Comerciales	- 151 -

Tabla N° 53 Balanza comercial Ecuador y Alemania	- 152 -
Tabla N° 54 Balanza Comercial Ecuador y Estados Unidos de América	- 153 -
Tabla N° 55 Balanza Comercial Ecuador y Países Bajos	- 154 -
Tabla N° 56 Estabilidad Política de Alemania 2010 - 2014	- 155 -
Tabla N° 57 Estabilidad política de Estados Unidos de América 2010 - 2014	- 155 -
Tabla N° 58 Estabilidad política de Países Bajos 2010 - 2014.....	- 156 -
Tabla N° 59 Estabilidad del Sistema Bancario Alemania 2010 - 2014	- 157 -
Tabla N° 60 Estabilidad del Sistema Bancario Estados Unidos de América 2010 - 2014....	- 157 -
Tabla N° 61 Estabilidad del Sistema Bancario Países Bajos 2010 - 2014	- 158 -
Tabla N° 62 Barreras Arancelarias por país	- 158 -
Tabla N° 63 Barreras No Arancelarias por país	- 159 -
Tabla N° 64 Indicadores económicos Alemania 2011 - 2015.....	- 160 -
Tabla N° 65 Indicadores económicos Estados Unidos de América 2011 - 2015.....	- 161 -
Tabla N° 66 Indicadores económicos Países Bajos 2011 - 2015.....	- 162 -
Tabla N° 67 Perfil de Oportunidades y Amenazas del Medio POAM	- 164 -
Tabla N° 68 Ponderación de datos POAM, países de estudio	- 166 -
Tabla N° 69 Consumo per cápita de Café en Alemania.....	- 167 -
Tabla N° 70 Proyección de la Población de Alemania 2015 - 2020	- 173 -
Tabla N° 71 Demanda Efectiva de Alemania	- 173 -
Tabla N° 72 Consumo nacional aparente Alemania.....	- 174 -
Tabla N° 73 Cantidad optima para preparar un cafe	- 175 -
Tabla N° 74 Producción de Café MEGF Golondrinas	- 179 -
Tabla N° 75 Proyección de la demanda insatisfecha del proyecto.....	- 180 -
Tabla N° 76 Matriz FODA.....	- 183 -
Tabla N° 77 Lista de Exportadores de Café del Ecuador 2012 – Mayo 2016	- 187 -
Tabla N° 78 Activos Fijos 2016	- 202 -
Tabla N° 79 Cubicaje Cajas	- 210 -
Tabla N° 80 Cubicaje Pallets.....	- 211 -
Tabla N° 81 Cubicaje Transporte Interno	- 212 -
Tabla N° 82 Cubicaje Contenedor para Transporte Internacional	- 213 -
Tabla N° 83 Proyección de Cubicaje 2016 - 2020.....	- 213 -
Tabla N° 84 Información básica de producto	- 214 -
Tabla N° 85 Información básica de embarque	- 214 -
Tabla N° 86 Información Adicional	- 215 -
Tabla N° 87 Costos por Certificación de Comercio Justo.....	- 216 -
Tabla N° 88 Costos país de exportación	- 217 -
Tabla N° 89 Costos Transito Internacional	- 217 -
Tabla N° 90 Costos país de importación	- 218 -

Tabla N° 91 Precio referencial del Café gourmet	- 219 -
Tabla 92 Análisis de precios referenciales del Café.....	- 219 -
Tabla 93 Lista de comerciantes de café arábica del comercio justo en Alemania 2016	- 223 -
Tabla N° 94 Inversión inicial	- 226 -
Tabla N° 95 Estructura de Financiamiento	- 226 -
Tabla N° 96 Capital de operación.....	- 228 -
Tabla N° 97 Activos diferidos - gastos de constitución.....	- 228 -
Tabla N° 98 Costos de producción.....	- 229 -
Tabla N° 99 Gastos administrativos	- 230 -
Tabla N° 100 Gastos de Exportación	- 230 -
Tabla N° 101 Balance General.....	- 231 -
Tabla N° 102 Estados de resultados	- 232 -
Tabla N° 103 Flujo de Efectivo Neto	- 233 -
Tabla N° 104 Punto de equilibrio.....	- 235 -

ÍNDICE DE GRÁFICAS

Gráfica N° 1 Participación en tipo de Exportación del Comercio Justo en el Ecuador	- 67 -
Gráfica N° 2 Participación de tipo de Organización en el Comercio Justo	- 68 -
Gráfica N° 3 Proceso de internacionalización de empresas.....	- 70 -
Gráfica N° 4 Exportaciones de la Coordinadora Ecuatoriana de Comercio Justo del 2010 al 2015 en valor FOB USD Anual	- 77 -
Gráfica N° 5 Exportaciones de la Coordinadora Ecuatoriana de Comercio Justo del 2010 al 2015 en valor FOB USD Anual	- 78 -
Gráfica N° 6 Exportaciones de la Coordinadora Ecuatoriana de Comercio Justo del 2010 al 2015 en valor FOB USD Anual	- 79 -
Gráfica N° 7 Exportaciones de la Coordinadora Ecuatoriana de Comercio Justo del 2010 al 2015 en valor KGS NETO	- 80 -
Gráfica N° 8 Exportaciones de la Coordinadora Ecuatoriana de Comercio Justo del 2010 al 2015 en valor KGS NETO	- 81 -
Gráfica N° 9 Exportaciones de la Coordinadora Ecuatoriana de Comercio Justo del 2010 al 2015 en valor KGS NETO	- 82 -
Gráfica N° 10 Exportaciones de la Coordinadora Ecuatoriana de Comercio Justo del 2010 al 2015 en valor KGS NETO.....	- 83 -

Gráfica N° 11 Exportaciones de principales productos de la Coordinadora Ecuatoriana de Comercio Justo del 2010 al 2015 en valor FOB USD	- 86 -
Gráfica N° 12 Exportaciones de café de la Coordinadora Ecuatoriana de Comercio Justo del 2010 al 2015 en valor FOB USD	- 87 -
Gráfica N° 13 Exportaciones de principales productos de la Coordinadora Ecuatoriana de Comercio Justo del 2010 al 2015 en valor KGS NETO	- 92 -
Gráfica N° 14 Exportaciones de café de la Coordinadora Ecuatoriana de Comercio Justo del 2010 al 2015 en valor KGS NETO	- 93 -
Gráfica N° 15 Exportaciones de la Coordinadora Ecuatoriana de Comercio Justo por país de destino del 2010 al 2015 en valor FOB USD	- 95 -
Gráfica 16 Exportaciones de la Coordinadora Ecuatoriana de Comercio Justo por país de destino del 2010 al 2015 en valor KGS NETO.....	- 97 -
Gráfica N° 17 Precios unitarios de organizaciones productoras de Café de Comercio Justo 2010 - 2015.....	- 99 -
Gráfica N° 18 Comparación de precios del Café en Bolsa / Precios mínimos referenciales FOB para exportación-	100 -
Gráfica N° 19 Exportaciones de FAPECAFES 2010 – 2015 en valor FOB USD mensual.....	- 102 -
Gráfica N° 20 Exportaciones de FAPECAFES 2010 – 2015 en valor KGS NETO mensual	- 103 -
Gráfica N° 21 Exportaciones de FAPECAFES 2010 – 2015 en valor FOB USD	- 104 -
Gráfica N° 22 Exportaciones de FAPECAFES 2010 – 2015 en valor KGS NETO	- 104 -
Gráfica N° 23 Porcentaje de participación por países de destino de las exportaciones de FAPECAFES 2010 – 2015 en valor FOB USD	- 106 -
Gráfica N° 24 Porcentaje de participación por países de destino de las exportaciones de FAPECAFES 2010 – 2015 en valor KGS NETO	- 106 -
Gráfica N° 25 Exportaciones por subpartidas arancelarias de FAPECAFES 2010 – 2015 en valor FOB USD	- 108 -
Gráfica N° 26 Exportaciones por subpartidas arancelarias de FAPECAFES 2010 – 2015 en valor KGS NETO ..	- 108 -
Gráfica N° 27 Participación de distrito aduanero de exportaciones de FAPECAFES 2010 – 2015 en valor FOB USD ..	- 111 -
Gráfica N° 28 Participación de distrito aduanero de exportaciones de FAPECAFES 2010 – 2015 en valor KGS NETO-	111 -
Gráfica N° 29 Exportaciones de FECAFEM 2010 – 2015 en valor FOB USD mensual	- 113 -
Gráfica N° 30 Exportaciones de FECAFEM 2010 – 2015 en valor KGS NETO mensual.....	- 113 -
Gráfica N° 31 Exportaciones de FECAFEM 2010 – 2015 en valor FOB USD	- 114 -
Gráfica N° 32 Exportaciones de FECAFEM 2010 – 2015 en valor KGS NETO.....	- 114 -
Gráfica N° 33 Participación por países de destino de las exportaciones de FECAFEM 2010 – 2015 en valor FOB USD	- 116 -
Gráfica N° 34 Participación por países de destino de las exportaciones de FECAFEM 2010 – 2015 en valor KGS NETO.....	- 116 -
Gráfica N° 35 Exportaciones por subpartida arancelaria de FECAFEM 2010 – 2015 participación FOB USD	- 118 -

Gráfica N° 36 Exportaciones por subpartida arancelaria de FECAFEM 2010 – 2015 participación KGS NETO...	- 118 -
Gráfica N° 37 Participación por distritos aduaneros de exportaciones de FECAFEM 2010 – 2015 en valor FOB USD .	- 120 -
Gráfica N° 38 Participación por distritos aduaneros de exportaciones de FECAFEM 2010 – 2015 en valor KGS NETO	- 120 -
Gráfica N° 39 Tendencias de las Exportaciones de Café Ecuatoriano hacia mercados internacionales - Miles de USD-	- 126 -
Gráfica N° 40 Tendencia de la Importación de Café desde Mercados internacionales proveedores hacia Ecuador-	- 127 -
Gráfica N° 41 Balanza comercial del Café en el Ecuador 2011 - 2015	- 128 -
Gráfica N° 42 Principales productos No petroleros de exportación por número de capítulo arancelario.	- 131 -
Gráfica 43 Principales productos No petroleros de Exportación 2011 -2015.....	- 132 -
Gráfica N° 44 Exportaciones No petrolera 2010 - 2015.....	- 134 -
Gráfica N° 45 Participación de principales destinos de las Exportaciones No petroleras de Ecuador – Miles USD FOB	- 135 -
Gráfica N° 46 Evolución del Tipo de cambio de Euros a Dólares 2011 – Mayo 2016	- 136 -
Gráfica N° 47 Tendencia de las Exportaciones de Café a nivel Mundial.....	- 141 -
Gráfica N° 48 Tendencia de las Importaciones de Café a nivel Mundial	- 143 -
Gráfica N° 49 Comportamiento del PIB PPA y SMI valor promedio del 2012 - 2016	- 150 -
Gráfica N° 50 Balanza Comercial Ecuador y Alemania Miles USD	- 152 -
Gráfica N° 51 Balanza Comercial Ecuador y Estados Unidos de América.....	- 153 -
Gráfica N° 52 Balanza Comercial Ecuador y Países Bajos	- 154 -
Gráfica 53 Macro localización de Café MEGF Golondrinas	- 198 -
Gráfica 54 Macro localización de oficina de comercio exterior	- 199 -
Gráfica 55 Tamaño óptimo de la oficina de Comercio Exterior	- 201 -
Gráfica N° 56 Diagrama de procesos de exportación de café Comercio Justo	- 203 -
Gráfica N° 57 Presentación del producto Café gourmet.....	- 209 -
Gráfica N° 58 Análisis de precios referenciales del Café	- 220 -
Gráfica N° 59 Canal de distribución	- 225 -

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración N° 1 Estructura del grano de café	- 33 -
Ilustración N° 2 Red internacional del comercio justo.....	- 35 -
Ilustración N° 3 Redes de Comercio Justo	- 36 -
Ilustración N° 4 Sello FAIRTRADE	- 42 -
Ilustración N° 5 Sello Fair for life	- 43 -
Ilustración N° 6 Sello World fair trade organization.....	- 43 -
Ilustración N° 7 Mercado de Esencias de Café en Alemania 2015.....	- 169 -
Ilustración N° 8 Frecuencia de consumo de café tostado en Alemania 2011	- 170 -
Ilustración N° 9 Frecuencia de consumo de café especialidad en Alemania 2011	- 170 -
Ilustración N° 10 Frecuencia de consumo de café instantáneo en Alemania 2011	- 171 -
Ilustración N° 11 Frecuencia de consumo de café de maquina por porciones en Alemania 2011	- 171 -
Ilustración N° 12 Cartón corrugado para café gourmet	- 210 -
Ilustración N° 13 Camión rígido de 3 Ejes de 18 Toneladas	- 212 -
Ilustración N° 14 Comerciantes de café arábica a nivel mundial	- 221 -
Ilustración N° 15 Comerciantes de Café arábica en Alemania.....	- 222 -

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro N° 1 Los sistemas de comercialización internacional	- 24 -
Cuadro N° 2 Canal de distribución.....	- 27 -
Cuadro N° 3 Historia de Fairtrade Internacional	- 37 -
Cuadro N° 4 Fundamentación legal.....	- 49 -
Cuadro N° 5 Manual de procedimiento operativo de Negociación Internacional	- 204 -
Cuadro N° 6 Manual de procedimiento operativo de Acopio.....	- 205 -
Cuadro N° 7 Manual de procedimiento operativo Documentación de Exportación	- 206 -
Cuadro N° 8 Manual de procedimiento operativo Distribución Logística	- 207 -

RESUMEN EJECUTIVO

La presente investigación se desarrolló con el propósito de internacionalizar el café gourmet marca “La Casa Nuestra Tulcán” el cual es producido por el emprendimiento de Café MEGF Golondrinas de la parroquia de Maldonado del cantón Tulcán, provincia del Carchi, a través de las redes de comercio justo.

En el desarrollo de la investigación se determinó que la certificación de comercio justo en el Ecuador está integrada por 10 empresas que conforman la Coordinadora Ecuatoriana de Comercio Justo (CECJ), mismas que desde el año 2010 hasta el año 2015, han participado en la comercialización internacional de 23 Subpartida arancelarias con certificación de comercio justo hacia mercados internacionales, existiendo una tasa de crecimiento del 0,58% durante este periodo, los tres principales productos de exportación han sido el banano, cacao y café, se comercializa con 23 países, la mayoría del continente europeo, los tres principales países de destino de las exportaciones ecuatorianas de comercio justo son Estados Unidos, Países Bajos (es un país conformado por 12 provincias, dos de ellas se llaman Holanda) y Bélgica.

Por otra parte se determinó que las exportaciones de café a través de las redes de comercio justo tuvieron una participación aproximada del 2% de las exportaciones totales del café ecuatoriano en el período 2010 – 2015.

El mercado seleccionado para la comercialización de Café gourmet es Alemania, luego de un análisis a través de la Matriz POAM, por demostrar una alta demanda de su población y existir la oferta del emprendimiento de la MIPYME Café MEGF Golondrinas, intentando alcanzar una cuota de mercado del 0,019% para el año 2017.

En la investigación se obtuvo como resultado un VAN de \$76.602 y un TIR del 23,24%, relación costo beneficio de \$ 1,46 por dólar a recuperar en un lapso de tres años y dos meses por lo que se concluye que el proyecto es rentable, factible y viable.

ABSTRACT

Purpose of this research in to internationalize the “La Casa Nuestra Tulcán” gourmet coffee brand, which is produced by the entrepreneurship of MEGF Golondrinas Coffee from Maldonado Parrish in Tulcan Canton, Carchi Province, through the fair trade network.

On the developing of the investigation it was determined that the fair trade certification in Ecuador is integrated by 10 enterprises that take part of the Ecuadorian Fair Trade Coordinator (Coordinadora Ecuatoriana de Comercio Justo, CECJ), which since the year of 2010 until 2015, have participated in the international commercialization of 23 importing subheadings with fair trade certifications towards international markets, with a 0,58% growth rate during this period. The three main exporting products have been bananas, cocoa and coffee, all of them being commercialized in 23 countries, mostly to the European Continent. The three main fair trade Ecuadorian exports destinations are The U.S.A., The Netherlands (a country which is conformed by 12 provinces, two of them known as Holland) and Belgium.

On the other hand, it was determined that the gourmet coffee exports through the fair trade network had an approximate participation of 2% out of the total Ecuadorian coffee exports within the 2010-2015 period.

After an Opportunities and Threats in the Media Profile Matrix (OTMP) analysis, The selected market for the gourmet coffee commercialization is Germany, for demonstrating a high demand in its population and having a entrepreuneuring offer from the MIPYME MEGF Golondrinas Coffee, intending to reach a 0,019% market share by 2017.

This research had as a result a \$76.602 Net Present Value (NPV), as well as a 23,24% Internal Rate of Return (IRR), with a cost-benefit ratio of \$1.46 per dollar invested within a time frame of three years and two months, which makes this project profitable, feasible and viable.

INTRODUCCIÓN

La investigación pretende analizar dos variables: La certificación internacional del Comercio Justo en el Ecuador y la información del emprendimiento Café MEGF Golondrinas, quienes son los productores del café gourmet con la marca de “La Casa Nuestra Tulcán”, quienes no han logrado exportar su café a los mercados internacionales y ha sido necesario identificar sus diferentes oportunidades para la exportación del producto a través de la adquisición de la certificación internacional del Comercio Justo.

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

En el Primer Capítulo se desarrolló y determinó el problema a resolver de como contribuyen las redes de comercio justo en la Internacionalización de café gourmet “La Casa Nuestra Tulcán” para determinar los objetivos a desarrollar de la misma.

En el Segundo Capítulo se encuentran los antecedentes investigativos y fuentes bibliográficas - teóricas que fundamentan la investigación de internacionalización, café gourmet y la certificación de comercio justos, como también la idea a defender.

En el Tercer Capítulo se determinan los métodos de investigación a utilizar para la recolección de información tanto primaria como secundaria de la oferta y demanda de café a través de la certificación de comercio justo.

El Cuarto Capítulo son las conclusiones y recomendaciones obtenidas del análisis de la información obtenida anteriormente.

En el Quinto capítulo se desarrolla la propuesta que se planteó para la solución del problema de la presente investigación, con un estudio logístico y financiero, que nos ayudará a determinar si la propuesta a plantearse es rentable o no.

I. EL PROBLEMA

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El crecimiento del sector cafetero es una realidad económica y social en la provincia del Carchi a través del emprendimiento iniciado en el 2006 de Café MEGF Golondrinas en las parroquias de Maldonado y Chical, sin embargo hasta la actualidad la necesidad de ingresar su producción en el mercado Internacional no ha sido satisfecha por motivos de competitividad en precios, cantidades y marcas posicionadas en los mercados extranjeros, internacionalizar su producto en el comercio tradicional le ha resultado difícil según lo manifiesta Marcelo Meneses, gerente de Café MEGF Golondrinas(2014), según ANECAFE, de los resultados obtenidos en el concurso anual “Tasa Dorada 2013”. Dentro del Top Ten, se encuentra Café MEGF Golondrinas ocupando el cuarto lugar con una calificación de 86.05 puntos en una escala de 100, como resultado de ser un café gourmet, de tal modo que competir con calidad tienen posibilidad pero tuvieron dificultades por no ser una marca posicionada en el mercado internacional, intentaron competir por precios sin embargo las empresas internacionales tienen precios relativamente más bajos y por último encontraron mercados internacionales que pagaban el precio justo, pero en factores de producción a escala no cuentan con la capacidad para cubrir la demanda de sus interesados.

Para el Consejo Cafetero Nacional de Ecuador en sus siglas COFENAC, en su diagnóstico 2013, manifiesta que la problemática del café ecuatoriano se centra en la baja producción nacional, las principales causas son:

- Prevalencia de los cafetales viejos,
- Baja productividad,
- Deficiente calidad e inocuidad,

- Reducción del área cultivada,
- Falta de incentivos para la producción; y,
- Comportamiento errático del clima.

Por lo cual la baja producción de café ocasiona que los pequeños productores reduzcan su competitividad en el mercado internacional, volviéndose una debilidad para internacionalizarse en el comercio tradicional.

Según la Food and Agriculture Organization en sus siglas en ingles FAO (2013) manifiesta en sus estudios que los factores que afectan la viabilidad de los pequeños agricultores son los obstáculos de la globalización, que ha hecho que se incremente la brecha en la desigualdad económica entre países desarrollados con los países en vías de desarrollo, generando límites en las oportunidades de negocio en la internacionalización.

“[El] libre comercio y la competencia desleal de los países del norte, que hacen que los precios de los productos agrícolas domésticos bajen, (...) otro factor es el control de los principales mercados por algunas corporaciones multinacionales”. (FAO, s.f.)

Para los pequeños emprendimientos que surgen en un mundo globalizado competitivo, se limitan sus oportunidades de negocio en aspectos económicos debido a la gran circulación de capitales en el mundo, pero a su vez perjudicados por la concentración de capital en los países desarrollados, en algunos casos a través de empresas monopolistas que manejan ciertos sectores del mercado a su antojo, todo esto reduce las oportunidades de ingresar a mercados extranjeros, la internacionalización nos permite generar oportunidades de negocio porque está vinculada con actividades económicas transfronterizas como son la inversión extranjera directa, flujo del mercado de capitales, economía de escala, outsourcing en términos de español ‘tercerización’, etc.

Todas estas oportunidades aluden al aumento de beneficios en rendimiento y expansión en los mercados internacionales para pequeños emprendimientos como el caso de Café MEGF Golondrinas.

El problema se origina en las limitadas oportunidades que tienen los pequeños productores en internacionalizarse, a pesar que los países desarrollados tienen economías complementarias con los países en vías de desarrollo, estos no conceden el pago justo a los pequeños productores, dejando una destrucción ecológica a la explotación agrícola del productor, tendiendo a fracasar su economía y vivir en la pobreza, todos los involucrados en el circuito de la cadena de valor del comercio tradicional su objetivo es ganar – ganar sin solidarizarse del estatus económico del pequeño productor.

Carchi siendo una provincia agrícola es imperativo que el sector agricultor empiece a obtener mejores réditos económicos por la calidad de sus productos, el caso de Café MEGF Golondrinas son cerca de 300 caficultores y 350 hectáreas de cultivo de café, siendo un pequeño emprendimiento de las parroquias de Maldonado y Chical con el objetivo de vender su producto al exterior, son vulnerables a obstáculos que podría asumir en la internacionalización, pero a su vez también si no se aprovecha el mercado potencial extranjero, podrían decaer su fuente principal de ingresos que les permite sustentar sus necesidades básicas y el futuro de sus niños en la educación para el progreso de sus parroquias, de la provincia y del país.

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cómo contribuyen las redes de comercio justo en la Internacionalización de café gourmet “La Casa Nuestra Tulcán”?

1.3. DELIMITACIÓN

Tabla N° 1 Delimitación del problema

Objeto de Estudio:	Redes de Comercio Justo
Sujeto de Estudio:	Internacionalización
Área geográfica:	Parroquia de Maldonado y Chical / Mercados Europeos
Tiempo estimado:	12 meses
Grupo Social:	• Productores de Café MEGF Golondrinas • Los miembros de la Coordinadora Ecuatoriana del Comercio Justo

Fuente: Presente investigación

Elaborado por: Jimmy Valdivieso

1.4. JUSTIFICACIÓN

La producción de Café MEGF Golondrinas tiene muy buenas expectativas en impulsar la agricultura familiar y ampliar la comercialización de café Gourmet, pero se ha limitado su venta internacional debido al desconocimiento de nuevos mercados que incentiven a los productores a través del pago justo a fortalecer su producción y sus fuentes de empleo para el desarrollo económico de las parroquias de Maldonado y Chical.

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

En diferentes ferias tanto en Ecuador como en Colombia el café Golondrinas ha dejado su huella y grata impresión en catadores, que incentivan a esta asociación para que amplíe la producción y posicione el producto, identificado por su aroma, consistencia y sabor.

"En Costa Rica obtuvo excelentes comentarios, incluso fue calificado como uno de los diez mejores del mundo, ahora buscamos recursos para capacitar a catadores profesionales que permitirán complementar la iniciativa y acceder a importantes recursos para internacionalizar el producto bajo normas internacionales", comenta Meneses. (Párr. 13)

Por lo tanto existe una oportunidad de negocio en competir con calidad en mercados internacionales, así lo manifiesta el artículo de la Agencia pública de noticias del Ecuador y suramericana (ANDES), con la temática de *Café de altura del norte ecuatoriano, en busca de la excelencia*, (16/12/2013):

La provincia del Carchi, norte andino, se introdujo con éxito en el mercado cafetero, tras haber obtenido el cuarto lugar en el concurso La Taza Dorada de 2013, el siguiente paso es alcanzar las certificaciones que lo ubiquen entre los mejores cafés del mundo, en especial la de buenas prácticas agrícolas, certificación que otorga Agrocalidad, entidad fitosanitaria nacional, a los agricultores para que puedan expandirse a mercados extranjeros. (Párr. 1)

Por lo expuesto, este trabajo de investigación aportará con propuestas que analice la problemática de comercialización del café ecuatoriano, y que permitan dar soluciones para fortalecer el nivel competitivo. Para el emprendimiento del cultivo de café en la parroquia de Maldonado y Chical, contribuirá en mejorar el nivel de vida y alcanzar resultados en el desarrollo del Plan Nacional del Buen Vivir en sus objetivos 9 y 10 que habla acerca de Garantizar el trabajo digno en todas sus formas e Impulsar la transformación de la matriz productiva.

El trabajo es pertinente en líneas investigativas del comercio exterior, que forma parte de una oportunidad de negocio para el pequeño emprendimiento de la parroquia de Maldonado y Chical con café MEGF Golondrinas, a través de su marca de café gourmet "La Casa Nuestra Tulcán", produciría un impacto comercial y económico directamente a su comunidad y al progreso económico de la provincia del Carchi.

El proyecto es factible porque los costos de investigación no son elevados y la financiación para mejorar el emprendimiento de Café MEGF Golondrinas podría llegar a nivel nacional a través del Plan Nacional del Buen Vivir con el cambio de la matriz productiva y la otra alternativa podría llegar a través de la financiación internacional otorgada por Fairtrade – FLO institución que pertenece al comercio justo certificando el Sello Max Havelaar.

El camino del perfeccionamiento a través de la ingeniería en Comercio Exterior es el de buscar soluciones viables y actuales que nos permitan ser parte integradora del mejoramiento continuo de los procesos comerciales internacionales de nuestro medio y es precisamente lo que busca con la realización de este proyecto, dar soluciones acordes al pequeño emprendimiento de café MEGF Golondrinas en el camino hacia su evolución comercial.

1.5. OBJETIVOS

1.5.1 OBJETIVO GENERAL

Evaluar la contribución de las redes de comercio justo en la internacionalización de café gourmet “La Casa Nuestra Tulcán”.

1.5.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Fundamentar documentalmente la Internacionalización y las redes de Comercio Justo.
- Diagnosticar la situación de las redes de comercio justo y la producción de café gourmet “La Casa Nuestra Tulcán”.
- Realizar un estudio de factibilidad para la Internacionalización de café gourmet “La Casa Nuestra Tulcán” mediante las redes de Comercio Justo.

II. MARCO TEÓRICO

2.1. ESTADO DEL ARTE

Como antecedente para el proyecto de investigación se mencionan temas similares en forma, desarrollo y estructura.

Tema	“Estrategia ecuatoriana de Comercio Justo” 2014 - 2017
Título Profesional	Aporte del sector de Comercio Justo para promover el desarrollo de un sistema económico social, soberano, justo, democrático, solidario y sustentable.
Resumen	El Comercio Justo, es una alternativa real para pequeños productores y productoras más desfavorecidos, creando oportunidades de acceso al mercado en condiciones más justas, bajo principios y valores, que busca cambiar las reglas injustas del comercio mundial. Favorece y fomenta el desarrollo de sus capacidades y la generación de valor agregado de sus productos. Las herramientas utilizadas para medir el auge del Comercio Justo fueron en base a las estadísticas de Exportaciones de Empresas y Organizaciones con Certificación de Comercio Justo, desarrolladas por las siguientes instituciones SENA, FLO, WFTO, IMO y ECOCERT.
Institución	Ministerio de Comercio Exterior y VECO Andino Facilitación (2014)
Ubicación	Quito – Ecuador
Fuente:	http://issuu.com/vecoandino/docs/publicacion_estrategia_ecuatoriana

Es necesario esta investigación por la gran utilidad en su contenido que abarca información actual del modus operandi del comercio justo en el Ecuador, además presenta un programa de propuestas para el fortalecimiento de la Coordinadora Ecuatoriana de Comercio Justo (CECJ), con el principal objetivo de promocionar el comercio justo a través del proyecto de inclusión de exportación en un porcentaje a favor del Comercio Justo en el acuerdo para el desarrollo con la Unión Europea, toda la información se aprovechará para analizar el capítulo 4 y diagnosticar la tendencia del comercio justo para el caso del Café Gourmet de la parroquia de Maldonado y Chical de la provincia del Carchi.

Tema	“Cómo lograr que el comercio justo sea una opción sostenible de acceso a mercados para organizaciones de pequeños productores”
Título Profesional	Previo a la obtención de Ingeniero comercial con especialización en Administración de empresas
Resumen	Esta investigación del comercio justo se investiga en base a datos obtenidos de la Red Nacional de Comercio Justo vinculados a ONGs, como resultado de la investigación establece que comercio justo Si es una alternativa viable para organizaciones de pequeños productores ecuatorianos y sus familias para mejorar su calidad de vida. Porque es evidente en varias zonas del país que las familias que hacen comercio justo tienen una calidad de vida superior a las demás familias.
Autor	John Alfonso Forero Lozano (2010)
Institución	UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA SEDE QUITO
Ubicación	Quito – Ecuador
Fuente:	http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/4609/1/UPS-QT02104.pdf

Este antecedente investigativo servirá para analizar los indicadores con los cuales se ha mejorado el nivel de vida de las familias productoras mediante el comercio justo y en si aplicarla a su actualidad con el objetivo 9 y 10 del Plan Nacional del Buen Vivir, también permitirá analizar cuál es la mejor alternativa viable diferente al comercio tradicional para la internacionalización del café Gourmet mediante las redes de comercio justo.

Tema	“Las cadenas de valor del café orgánico/comercio justo de INTAG y su impacto en el desarrollo local”
Título Profesional	Tesis para obtener el título de maestría en ciencias Sociales con mención en desarrollo local y territorial.
Resumen	Trata de un conflicto ideológico sobre la explotación minera y su posible contribución al desarrollo local en la zona de Intag, Imbabura, Ecuador se ha generado graves problemas sociales: la gran industria capitalista extractiva versus el pequeño productor/agricultor y asociaciones solidarias basadas en los valores del comercio justo. El proyecto trata del desarrollo local contruidos en base de la solidaridad y los principales de comercio justo, como la producción cafetalera de la Asociación Agroartesanal de Caficultores Río Intag (AACRI), este proyecto permiten que los pequeños productores se agrupen de una manera más equitativa, creando economías de escala que se les vuelven más poderosos, lo cual les permite subir la cadena de valor, acercándose más al consumidor final. Sin embargo, no existen estudios que analicen, de manera profunda, los efectos en el desarrollo local de dicho proyecto. Este estudio es un intento de hacer precisamente esto: analizar la eficacia de si la producción de café orgánico/comercio justo por parte de a través de una asociación solidaria como una alternativa económica que

	contribuya al desarrollo local para los pequeños agricultores de la zona de INTAG, las herramientas utilizadas para la investigación fueron estadísticas del mercado del café arábica (1998-2008): Comparación del comercio justo y los precios de Nueva York, Tamaño y valor de los mercados mundiales de cafés sostenible/especial (2000) y Precios Mínimos para Comercio Justo, Costos de la certificación de comercio justo (para las organizaciones locales).
Autor	Matthew Willis McBurney (2010)
Institución	FACULTAD LATINOAMERICANA DE CIENCIAS SOCIALES (FLACSO) SEDE ECUADOR
Ubicación	Quito – Ecuador
Fuente:	http://repositorio.flacsoandes.edu.ec/handle/10469/3928

Es importante este antecedente porque permite analizar la industria capitalista extractiva versus el pequeño productor/ agricultor en panorama general pero con una similitud parecida al objeto de estudio “el caficultor”, también difiere analizar en cómo ha sido injusto el pago a los agricultores, mientras que la gran industria se lleva la mayor parte económica.

Por ultimo aporta en analizar los resultados del comercio justo a través de una asociación solidaria como una alternativa económica que contribuya al desarrollo local para los pequeños agricultores de la zona, esto me es muy relevante como una posible solución a mi tema de estudio.

Tema	“Análisis del comercio justo en Bolivia: Caso sector cafetalero (2000- 2010)”
Título Profesional	Tesis de grado de la Facultad de Ciencias Económicas y Financieras Carrera de Economía
Resumen	Como objetivo de investigación es realizar un análisis comparativo de las OPPs (Organizaciones de pequeños productores) de café en Bolivia, que permita conocer si el Comercio Justo es una alternativa ventajosa para estos productores, aplicando el método abstracto deductivo, método descriptivo y el método observacional que servirán para recabar datos de la realidad sin introducir ningún tipo de artificio, ni ejercer un control sobre las variables independientes o sobre los sujetos a estudiar. Se utilizan como herramientas para comprobar la hipótesis, la estadística descriptiva y la econometría, a partir del cumplimiento de la investigación se ha comprobado la hipótesis principal. Se concluye que el Comercio Justo es una alternativa comercial ventajosa para el pequeño productor de café boliviano, al menos en la primera etapa de vida de la organización exportadora.
Autor	Adriana Belén Foronda Barrionuevo (2014)
Institución	UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS
Ubicación	La Paz – Bolivia
Fuente:	http://bibliotecadigital.umsa.bo:8080/rddu/bitstream/123456789/3910/1/T-1465.pdf

Esta investigación como antecedente del 2014, es muy actual y me permite ver la relevancia que tiene mi tema de investigación ya que no solo es necesario en mi país sino que también es un problema que está actualmente ocurriendo a nivel de los países de la Comunidad Andina como es el caso de este antecedente investigativo el hermano país “Bolivia”.

A través de esta investigación que fue realizada en Bolivia me permitirá dar pertinencia mis objetivos específicos e Idea a defender, así como lo manifiesta el antecedente investigativo que el Comercio Justo es una alternativa comercial ventajosa para el pequeño productor de café boliviano, esto podría describirse como una herramienta cualitativa de investigación, lo cual es favorable estudiar a fondo el objeto de estudio y posiblemente encontrar una gama problemática que ha transcurrido desde años atrás.

Tema	“COMERCIO JUSTO SUR-SUR Problemas y potencialidades para el desarrollo del comercio justo en la Comunidad Andina de Naciones”
Título Profesional	Lanzamiento del libro sobre los problemas y potencialidades del Comercio Justo en la Comunidad Andina de Naciones
Resumen	El propósito de este trabajo es caracterizar la situación actual del comercio justo en la región andina, identificando los problemas y las potencialidades que reviste el desarrollo de este tipo de mercado en Colombia, Ecuador, Bolivia y Perú, y a nivel intrarregional, a fin de perfilar lineamientos de estrategias y acciones que permitan promover y desarrollar el Comercio Justo en esta región, las herramientas empleadas para pronosticar son las experiencias emblemáticas de Comercio justo en la Comunidad Andina de Naciones.
Autor	Cotera A., et al, 2009
Institución	Red Intercontinental de Promoción de Economía Social Solidaria Región América Latina y el Caribe – RIPESS LAC
Ubicación	Lima - Peru
Fuente:	http://www.gresp.org.pe/recursos_publicaciones/Comercio%20justo%20sur-sur.pdf

Esta investigación como antecedente del 2009, es importante a un nivel intrarregional ya que permite analizar los problemas y el desarrollo de los productos de los países de la comunidad andina en el comercio justo, por otro lado la relevancia que tiene el tema de investigación con grandes organizaciones investigadoras como lo es la Red Intercontinental de Promoción de Economía Social Solidaria y la Región América Latina y el Caribe – RIPESS LAC, este antecedente me permitirá perfilar los lineamientos y estrategias para promover el comercio justo en los pequeños productores de café de la parroquia de Maldonado y Chical.

2.2. FUNDAMENTACIÓN LEGAL

La fundamentación legal de la Investigación a realizarse se basa en el Art. 425 de la Constitución del Ecuador, el cual menciona el orden jerárquico de aplicación de las normas nacionales e internacionales necesarias para realizar el estudio de forma que facilitará la internacionalización de café gourmet “La Casa Nuestra Tulcán” mediante las redes de comercio justo.

Tabla N° 2 Marco Legal

NORMA	DESCRIPCIÓN
Constitución 2008.	Art. 276 Objetivos del régimen de desarrollo, numeral 2: Construir un sistema económico, justo, democrático, productivo, solidario y sostenible basado en la distribución igualitaria de los beneficios del desarrollo, de los medios de producción y en la generación de trabajo digno y estable.
	Art. 304 Objetivos de la política comercial, numeral 5: impulsar el desarrollo de las economías de escala y del Comercio Justo.
	Art. 306: El Estado promoverá las exportaciones ambientalmente responsables, con preferencia de aquellas que generen mayor empleo y valor agregado, y en particular las exportaciones de los pequeños y medianos productores y del sector artesanal.
	Art. 336: El Estado impulsará y velará por el Comercio Justo como medio de acceso a bienes de calidad, que minimice las distorsiones de la intermediación y promueva la sustentabilidad.

La OMC y los Objetivos de Desarrollo del Milenio	Objetivo 7: Garantizar la sostenibilidad del medio ambiente: Meta 7d : Haber mejorado considerablemente, en 2020, la vida de al menos 100 millones de habitantes de barrios marginales.
	Objetivo 8: Fomentar una alianza mundial para el desarrollo: Meta 8b : Atender las necesidades especiales de los países menos adelantados
Las redes de comercio Justo	Norma para Certificaciones ISO 17065, es la normativa internacional para la certificación de productos más aceptada a nivel mundial. FLOCERT sigue la norma ISO 17065 en todas sus gestiones de certificación que garantiza un sistema de control de calidad y procedimientos transparentes, además FLO-CERT es inspeccionado por un organismo independiente que asegura el cumplimiento de las normas ISO 17065.
Trato Arancelario a las mercancías originarios del Ecuador en el marco de UE	REGLAMENTO (UE) No 1384/2014 DEL PARLAMENTO EUROPEO Y DEL CONSEJO de 18 de diciembre de 2014 relativo al trato arancelario a las mercancías originarias de Ecuador.

El Sistema Generalizado de Preferencias – Plus	El SGP Plus es el Sistema de Preferencias Arancelarias. Ecuador es beneficiario del convenio con la Unión Europea a través de su Reglamento (CEE) N° 2454/93 para cumplan con las reglas y pueda pagar menos aranceles en la exportación a la Unión Europea para una larga lista de productos.
SISTEMA ANDINO DE FRANJA DE PRECIOS (SAFP)	Es un mecanismo adoptado mediante la Decisión 371 de la CAN, tiene como objetivo estabilizar el costo de importación de un grupo especial de productos agropecuarios que son afectados por la inestabilidad de sus precios internacionales, o por graves distorsiones de los mismos.
Código Orgánico De La Producción Comercio E Inversiones (COPCI)	Art. 4: Fomentar y diversificar las exportaciones.
	Art. 19: Libertad de exportar o importar salvo las limitaciones de la normativa.
	Art. 93: fomenta la exportación.
	Art. 108: Tributos al comercio exterior.
	Art. 154: Exportación definitiva.
COFENAC	Norma técnica INEN 285, su objetivo principal es establecer la clasificación y los requisitos del café verde en grano, esta norma se aplica al café verde de las especies arábica y robusta para su comercialización.

Fuente: Art 425 de la Constitución del Ecuador

Elaborado por: Jimmy Valdivieso

2.3. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

Tabla Nº 3 Teorías a Utilizar en la Investigación

TEORÍAS	CARACTERÍSTICAS	RELACIÓN CON LA INVESTIGACIÓN
Teoría de la Ventaja Comparativa	Según David Ricardo esta teoría muestra que los países tienden a especializarse en la producción y exportación de aquellos bienes que fabrican con un coste relativamente más bajo respecto al resto del mundo, los demás tenderán a importar los bienes en los que son más ineficaces.	Su análisis teórico permitirá conocer que las pequeñas asociaciones de caficultores se forman a partir de las cualidades para transformar la materia prima basándose en la tendencia de preferencias y gustos del consumidor, su necesidad puede hacerlo tomando en cuenta los recursos que disponen.
Teoría de la Ventaja Competitiva	Según la idea de Michael Porter busca instruir cómo la estrategia seleccionada por una organización puede determinar y mantener su suceso competitivo, hay tres tipos de estrategias genéricas: Liderazgo por costos, Diferenciación y Enfoque. Esta sirve para orientar en la toma de decisiones para promover la competitividad de una nación.	El aporte de esta teoría permitirá analizar la diferenciación y el liderazgo en costos, resaltando los atributos del producto en comparación que serán la fuente generadora de ventajas competitivas ante las características de la organización en la competencia.

Nueva teoría de Comercio Internacional Paul Krugman	Según la idea de Paul Krugman se enfoca en su teoría "economías de escalas" según dice el que donde hallan insumos habrá mayor producción y aumentará el doble disminuyendo el costo por cada unidad producida. a estos aspectos también aumento que el comercio internacional en la realidad no era sólo "interindustrial" como le decía la teoría tradicional, con esta teoría Paul dice que los consumidores son los beneficiados por sus bajos precios en el mercado.	El aporte de esta teoría permitirá analizar una problemática en cuanto a recursos escasos y cuando las cantidades de venta no son suficientes para satisfacer un mercado internacional, a través de esta teoría se intentará predecir una comparación de costo y beneficio para internacionalizar el café Gourmet de la parroquia de Maldonado y Chical.
---	--	---

Fuente: Teorías de la Investigación

Elaborado por: Jimmy Valdivieso

2.3.1. Internacionalización de la empresa

La economía mundial se encuentra actualmente en uno de los momentos de mayor dinamismo y cambio. La unificación de los mercados, la estandarización de los productos, la homogeneización de los gustos y las necesidades de los consumidores en el mundo desarrollado, los nuevos canales de comunicación, distribución y venta, y la cantidad y calidad de productos y servicios existentes, marcan una tendencia que lleva a la internacionalización de las empresas.

2.3.1.1. Definición de Internacionalización

En la actualidad las empresas han estandarizado sus productos y servicios para homogenizar las necesidades y gustos de los consumidores en el mercado mundial, los nuevos canales de comunicación, distribución y venta marcan una tendencia viable para aprovechar las oportunidades y ventajas de internacionalizar la empresa.

“La internacionalización de la empresa se puede definir como el conjunto de actividades que la empresa desarrolla fuera de los mercados que constituyen su entorno geográfico natural”. (Estrada Heredia & Estrada Cevallos, 2013)

2.3.1.2. Razones de la Internacionalización:

1. Seguir creciendo en su sector, dado que el mercado interno se ha quedado pequeño.
2. Aprovechar la capacidad ociosa de fabricación.
3. Exportar porque el mercado externo es el mercado natural por escasez de estos productos.
4. Diversificar el riesgo de operar en un solo mercado.
5. Ganar prestigio en el mercado interno.
6. Compensar una crisis en el mercado interno.
7. Acceder a un mercado más grande (mayor volumen) y así poder competir en un sector donde otras firmas obtienen economías de escala a nivel mundial.
8. Ganar competitividad al luchar con competidores más eficientes.
9. Por la dura competencia en el mercado interno o como reacción ante el ataque de un competidor internacional que amenaza su posición.
10. Porque el mercado internacional es más rentable. (Estrada Heredia & Estrada Cevallos, 2013)

2.3.1.3. Ventajas de la Internacionalización:

Producción

- Utilizar toda la capacidad productiva.
- Economías de escala.
- Ventaja Competitiva.
- En los factores de producción (mano de obra, materias primas o energía).
- Racionalización óptima de la producción.

Comercialización

- Acceso a un mercado más amplio.
- Estabilidad en las ventas.
- Proximidad al cliente.
- Mejora de la imagen (interna y externa).
- Eliminación de barreras culturales.
- Supresión de barreras proteccionistas.
- Eliminación del coste del transporte internacional.
- Reacción frente a la competencia.

Finanzas

- Diversificación de riesgos.
- Compensación de resultados.
- Acceso a la financiación internacional.
- Planificación fiscal internacional.

Recursos Humanos

- Aprendizaje.
- Experiencias aplicables al mercado nacional. (Estrada Heredia & Estrada Cevallos, 2013)

2.3.1.4. Obstáculos en el proceso de Internacionalización:

Obstáculos financieros

- Falta de adecuados créditos a la exportación.
- Volatilidad de los tipos de cambio.

Obstáculos comerciales

- Desconocimiento de oportunidades comerciales.
- Difícil acceso a compradores potenciales en el extranjero.
- Falta de contactos y de conocimiento de la forma de actuar en el mercado de destino.

Obstáculos logísticos

- Elevados costes de los transportes, de la coordinación y del control, que se acentúan cuanto más lejos se encuentre el país elegido.

Obstáculos culturales

- Idioma.
- Gustos, costumbres y tradiciones.

Restricciones legales impuestas por los gobiernos

- Barreras arancelarias: derechos aduaneros.
- Barreras no arancelarias: controles de calidad, sanidad, especificaciones técnicas, normas de seguridad, etc.

Obstáculos en la inversión directa impuestos por los gobiernos

- Controles a la propiedad de la empresa.
- Restricciones para la repatriación de beneficios.
- Obligación de fabricar productos con contenido local.
- Obligación de contratar a mano de obra del país y limitar el número de empleados extranjeros. (Estrada Heredia & Estrada Cevallos, 2013)

Dado lo anterior el proceso de internacionalización tiene varios caminos estratégicos de modo de entrada y selección de mercado internacional.

2.3.2. Proceso de Internacionalización

La decisión de una empresa en internacionalizarse tiene un proceso gradual, al inicio puede resultar difícil su brecha en la búsqueda de clientes, generalmente la mayoría tienen etapas de crecimiento en su proceso de internacionalización, según PROECUADOR (2015), son 5 etapas las cuales son las siguientes:

- **Exportación ocasional**

Es la primera etapa la cual cumple la empresa en satisfacer pedidos esporádicos a sus clientes de mercados internacionales, la empresa exporta sobre una base no permanente, se limita a negociar el precio y condiciones de pago.

- **Exportación experimental**

Es la segunda etapa, es una fase avanzada ya que la empresa explora las posibilidades de exportación en mercados extranjeros, aun no tiene un compromiso permanente con los clientes, pero normalmente se utilizan intermediarios locales como agentes, consorcios de exportación o empresas trading.

- **Exportación regular:**

Es la tercera etapa, la empresa obtiene resultados positivos en la etapa experimental, las exportaciones tienen adecuación de cantidad y precios en una estable base de clientes, puede recurrir a varios agentes a comisión o distribuidores en los países con mayor potencial de mercado.

- **Establecimiento de filiales de venta en el exterior**

Es la cuarta etapa donde la empresa ha consolidado un mercado y opera con filial comercial en el país de destino, esta requiere de una inversión

considerable de recursos humanos y financieros, además está vinculado y debe cumplir con las políticas comerciales del mercado extranjero.

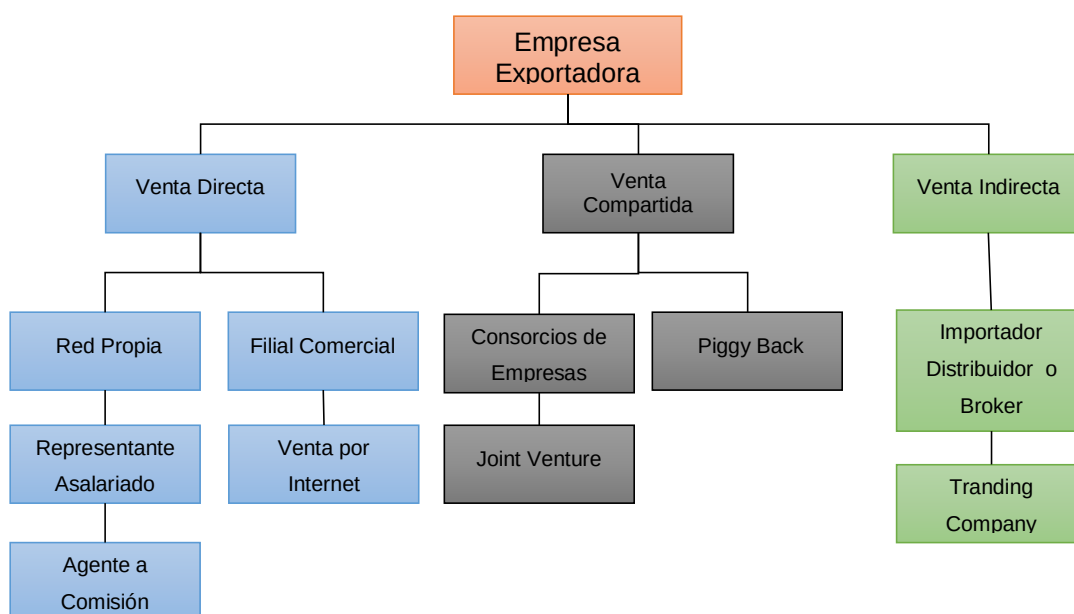
- **Establecimiento de subsidiarias productivas en el exterior**

Es la quinta etapa puede ser considerada la etapa final de la internacionalización, para adoptar esta etapa suelen dar una serie de circunstancias previas como son: La existencia de un gran mercado potencial que permite recuperar la inversión. Existencia de aranceles muy altos u otras restricciones que vuelvan inviable la exportación. El gobierno local ofrece incentivos para invertir en el país.

Los altos costos logísticos por la distancia geográfica, lo cual no compensa la exportación del mismo. Existen recursos productivos a bajo costos, lo vuelve rentable para la inversión y aprovecha obtener productos con menor costo en comparación a su país de origen. Finalmente para la empresa en esta etapa se añaden nuevas actividades de marketing, distribución y servicio a sus clientes.

2.3.3. Los sistemas de comercialización internacional

Cuadro N° 1 Los sistemas de comercialización internacional



Fuente: PROMPERÚ

Elaborado por: Jimmy Valdivieso

2.3.3.1. Venta Directa

“El exportador capta a sus clientes a través de sus agentes o vendedores propios que se encarga de situar en los mercados donde llevan a cabo su labor comercial. Se puede utilizar esta medida para sectores muy específicos y localizados”. (Martínez Martelo & Lombana Coy, PYME rutas para la exportación, 2013)

2.3.3.2. Venta Compartida

“Permite que la empresa comparta con terceros la soberanía comercial. Las ventajas que presenta esta opción se basan en la puesta en común de recursos, que se comparten para conseguir beneficios para todas las empresas que colaboran”. (Martínez Martelo & Lombana Coy, PYME rutas para la exportación, 2013)

- **Consortios de Empresas**

“Es una agrupación temporal de empresas productoras con la finalidad de introducir sus productos o consolidar sus ventas en los mercados exteriores. En él se delegan todas las acciones exportadoras.” (Estrada Heredia & Estrada Cevallos, 2013)

- **Joint Venture**

“Es una asociación con empresas extranjeras con la finalidad de compartir los medios y los conocimientos prácticos de marketing y exportación obtenidos de los respectivos mercados, para conseguir la venta de nuestros productos en ellos a cambio de que comercialicemos los productos extranjeros en el mercado nacional”. (Estrada Heredia & Estrada Cevallos, 2013)

- **Piggy Back**

“Consiste en el establecimiento de un contrato con una empresa ya establecida en el mercado exterior para utilizar su red de distribución, a cambio del pago de comisiones sobre las ventas realizadas.” (Estrada Heredia & Estrada Cevallos, 2013)

2.3.3.3. Venta Indirecta

“Consiste en recurrir a una estructura de distribución de intermediarios que poseen los recursos y la competencia en materia comercial, cultural y lingüística, así como experiencia y conocimiento del mercado”. (Martínez Martelo & Lombana Coy, PYME rutas para la exportación, 2013)

- **Importador-distribuidor**

“Es una persona física o empresa comerciante, que compra en firme nuestros productos para su reventa, esta dispone de medios para almacenarlos y distribuirlos al mayor o incluso detallista”. (Estrada Heredia & Estrada Cevallos, 2013)

- **Broker**

“Son personas o entidades que actúan como intermediarios entre un comprador y un vendedor en una transacción de valores, cobrando una comisión”. (Estrada Heredia & Estrada Cevallos, 2013)

- **Trading Company**

“Son empresas multinacionales que realizan importaciones y exportaciones cuenta con red de distribución propia. Estas compañías estudian primeramente si el producto es vendible en un determinado mercado llegando a conocer las necesidades de compra de la clientela”. (Estrada Heredia & Estrada Cevallos, 2013)

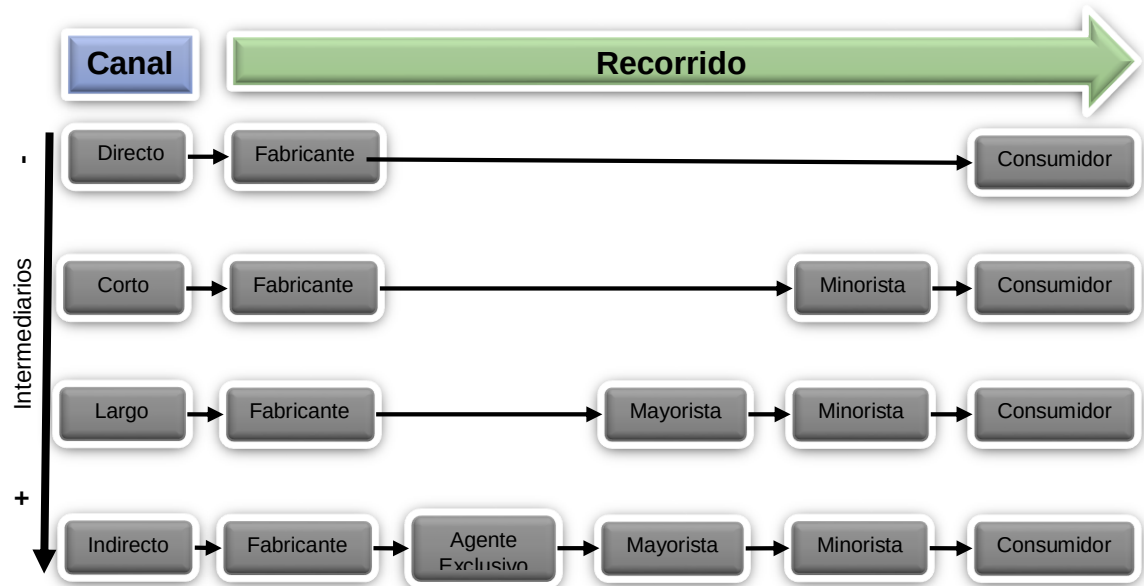
2.3.4. Canal de distribución

Es un sistema interactivo de negociación y organización que va desde un punto de origen del producto hasta el consumidor, esta estructura está formado por personas y compañías que intervienen en la entrega del producto al consumidor.

“El canal de distribución representa un sistema interactivo que implica a todos los componentes del mismo: fabricante, intermediario y consumidor. Según sean las etapas de propiedad que recorre el producto o servicio hasta el cliente, así será la denominación del canal”. (Velazquez, 2012)

Los canales de distribución se clasifican en:

Cuadro Nº 2 Canal de distribución



Fuente: Velazquez, 2012

Elaborado por: Jimmy Valdivieso

- **Canal Directo**

Según Velazquez E. (2012), pág. 49, el canal Directo permite que el productor de un bien o servicio lo pueda comercializar al mismo de forma directa al consumidor final, sin la necesidad de intermediarios. Tiene gran aplicación en los servicios vendidos, en cambio, es poco aplicado para los productos comercializados.

- **Canal Indirecto.**

Según Velazquez E. (2012), pág. 45, en este canal existe intermediarios entre el proveedor y el consumidor final, el tamaño del canal se mide por el número de intermediarios que intervengan en el recorrido del producto. Dentro de los canales indirectos se puede distinguir entre canal corto y canal largo.

Canal Corto: Tiene un canal reducido de intermediarios por ejemplo venta de automóviles.

Canal Largo: Este canal tiene una cantidad numerosa de intermediarios, la gran mayoría son propios de los productos de consumo.

Los factores que intervienen en la elección de un canal de distribución son el tipo de mercado, clientes, lugar geográfico, pedido para procesamiento industrial, pedido para consumo y necesidades de servicios que requiera el demandante.

2.3.5. CERTIFICACIÓN INTERNACIONAL

Son un sistema productivo para identificar un producto con ciertas características específicas, todas ellas se ajustan a cumplir estándares de calidad, sustentabilidad, orgánico, amigable con el medio ambiente, etc. Las certificaciones internacionales “verifican que el producto cumple con las normas necesarias para que este pueda salir del país o ingresar a un nuevo mercado con sus propias regulaciones” (PROECUADOR, 2012).

Las certificaciones y sellos privados más importantes en el Ecuador son:

Tabla N° 4 Certificaciones Internacionales aplicadas en productos del Ecuador

HACCP (Hazard Analysis Critical Control Points) 	USDA Organic Certification 	EU ECOLABEL 
GLOBAL G.A.P. 	CEE Reglamento Europeo 	JAS Japanese Agricultural Standards 

Fairtrade International 	Naturland 	FLP Flower Label Program 
ISO 9001 (International Organization of Standardization) 	ISO 14001 (International Organization of Standardization) 	RAS (Red de Agricultura Sostenible) 
Veriflora 	MSC Marine Stewardship Council 	FSC Forest Stewardship Council 
Fair Flowers Fair Plants 	UTZ Kapeh Good inside 	C.A.F.E (Coffee and Farmer Equity) Practices – Starbucks 

ISO 22000 (International Organization of Standardization) 	IFS (International Food Standard) 	O.H.S.A.S Occupational Health & Safety Advisory Services 
ETI Ethical Trade Initiative 	Kosher 	

Fuente: PROECUADOR

Elaborado por: Jimmy Valdivieso

Por qué obtener una certificación internacional

En la actualidad se han convertido en un requisito indispensable para ingresar a ciertos mercados internacionales y generar confianza en toda la cadena de valor, “en el mundo globalizado, la clave del éxito se encuentra en la diferenciación y competitividad. Las certificaciones internacionales son una alternativa cada día más utilizada por las empresas, con la finalidad de mejorar la productividad, conquistar mercados y generar confianza entre los clientes” (PROECUADOR, 2012).

2.3.6. CAFÉ GOURMET

2.3.6.1. Definición de Café Gourmet

El café gourmet tiene un valor agregado en su sabor, fineza, aroma y calidad, lo cual lo diferencia y destaca entre el café normal, su calidad origina en la selección de los granos de café y la elaboración por la vía húmeda para conseguir un sabor fino.

El café gourmet es aquel que ha sido cultivado en condiciones ideales, cuidando los aspectos del cultivo, tales como una fertilización adecuada, control de plagas y enfermedades. Es importante, además, tener un control de la cosecha y el procesamiento del grano, que da como resultado una mayor calidad del café servido al consumidor final. (ANACAFÉ, 2012)

2.3.6.2. Especies de Café

- **Café Arábica**

Este tipo de café es cultivado en Centroamérica, Sudamérica, Asia y Este de África, el cultivo de este café representa entre el 70 y 75% de la producción mundial de café. “Es Originaria de las regiones montañosas de Etiopía, sensible al calor y la humedad, crece en altitudes superiores a los 800 metros y cuanto más alta sea la cota, mejor suelen ser las cualidades del grano de café”. (Pérez Toro, 2013) Tiene un gran número de variedades dependiendo de su lugar de cultivo, suelos, altitudes, climas, etc.

“Los cafés Arábica son muy perfumados, dulces, ligeramente ácidos y con más matices de sabor, con una crema color avellana claro que tiende al rojizo y un agradable toque amargo”. (Pérez Toro, 2013)

- **Café Robusta**

Es cultivada en África, Brasil y Asia, esta especie de café es resistente a climas calientes y a los parásitos, es cultivada en tierras bajas tropicales y zonas de fáciles de acceder a la gestión de la plantación, puede crecer hasta 200 y 300 metros, el costo de su recolección es bajo ya que el grano maduro aún queda en la planta

“Los cafés Robusta son, en cambio, ásperos, astringentes, poco perfumados y más amargos, con una crema marrón grisácea. La robusta tiene aproximadamente el doble de cafeína que la Arábica”. (Pérez Toro, 2013)

Producción de Café

Según PROECUADOR, entre las principales variedades producidas en Ecuador, tanto para consumo nacional e internacional son:

- Arábigo Lavado
- Arábigo Natural
- Robusta Natural
- Tostado y/o Molido

Proceso de Café Natural

El método es antiguo y no requiere de maquinaria, una vez recogido las cerezas del árbol de café, son secadas en el suelo, camas elevadas o secadores mecánicos, durante unas semanas se secan lentamente y endurecen con la pérdida de humedad, finalmente los granos son liberados de la cascara y pergamino, puede ser de manera manual o mecánica.

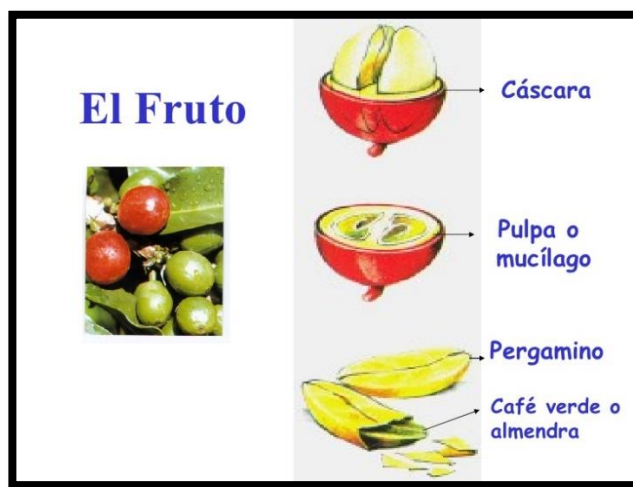
“A pesar de ser un proceso bastante sencillo el café puede presentar malos sabores en taza si el secado no es regular”. (Samper & Topik, 2012)

Proceso de Café lavado

Este café se prepara eliminando la piel y pulpa del grano mientras que el fruto del café está todavía húmedo. La mayoría de los mejores cafés del mundo son procesados usando el método húmedo, el cual generalmente intensifica la acidez. En el proceso tradicional húmedo, la piel del café es eliminada (despulpado), los granos pelados se ubican en el fondo de tanques donde los enzimas despegan la pulpa pegajosa de la fruta o mucílago (fermentación), después de lo cual la fruta aflojada es removida de los granos (lavado). En los métodos modernos de desmucilado, la pulpa o mucílago es limpiado en los granos por una máquina. Después del proceso una pequeña capa todavía está presente alrededor del grano. Cuando está seco, se lo denomina pergamino. El café exportado con el pergamino es comercializado como café pergamino. El pergamino es removido antes del tostado a través de un molido. (Samper & Topik, 2012, pág. 89)

2.3.6.3. Estructura del grano de café

Ilustración N° 1 Estructura del grano de café



Fuente: slideshare.net, 2012

2.3.6.4. Café MEGF Golondrinas y Café Gourmet “La Casa Nuestra Tulcán”

El café gourmet "La Casa Nuestra Tulcán" es un producto y no es una empresa o compañía, el propietario es el Abogado Cristian Benavides MSc. quien en negociaciones en el año 2014 con Café MEGF Golondrinas empresa productora de café de altura de la parroquia de Maldonado, provincia del Carchi – Ecuador, llegaron a un acuerdo de vender el mejor café con la marca "La Casa Nuestra" para representar las expresiones posibles de arte local del Carchi.

Café MEGF Golondrinas está conformada por la asociación de 325 pequeños caficultores de las parroquias Juan Montalvo, El Goaltal, JJ Caamaño, Chical y Maldonado, nace en el 2006, este proyecto tuvo una inversión de 104000 USD por parte del Gobierno Provincial del Carchi y 118000 USD por parte de la Cooperación Belga.

Actualmente tiene 159 hectáreas y un aproximado de 100 hectáreas cultivadas, produce tres variedades de café las cuales son: café molido, café especial y café gourmet. Por lo tanto café gourmet "La Casa Nuestra Tulcán" es producido y empacado por Café MEGF Golondrinas, está elaborado bajo norma INEN 1123 con registro sanitario 012710INHQAN0111.

2.3.7. REDES DE COMERCIO JUSTO

2.3.7.1. Definición de Comercio Justo

El comercio justo es una forma alterna al comercio tradicional promovido por varias organizaciones no gubernamentales como las Naciones Unidas, movimientos sociales y políticos, el objetivo es promover una relación comercial voluntaria y justa entre productores y consumidores para beneficiar las condiciones laborales y salarios adecuados hacia los productores, que les permitan vivir con dignidad.

El concepto de comercio justo se aplica a la comercialización de una variedad de productos. Diferentes organizaciones de Comercio Justo están tratando de lograr una mejora en las condiciones laborales en los países en desarrollo que viven por medio de certificados de Comercio Justo, mediante el pago de un precio notablemente por encima del estándar del mercado mundial. Con ello se pretende llevar a la consecución de los estándares sociales básicos, sobre todo en la producción agrícola. (Almeida G., 2014, pág 120).

Para el Comercio Justo el elemento más importante es elevar la indemnización de los productores por la venta de sus productos a un precio que esté por encima del precio del mercado mundial.

La definición de Comercio Justo consensuada internacionalmente es:

“Es un sistema comercial basado en el diálogo, la transparencia y el respeto, que busca una mayor equidad en el comercio internacional prestando especial atención a criterios sociales y medioambientales. Contribuye al desarrollo sostenible ofreciendo mejores condiciones comerciales y asegurando los derechos de productores/as y trabajadores/as desfavorecidos, especialmente en el Sur”. (Coordinadora Estatal de Comercio Justo, 2016)

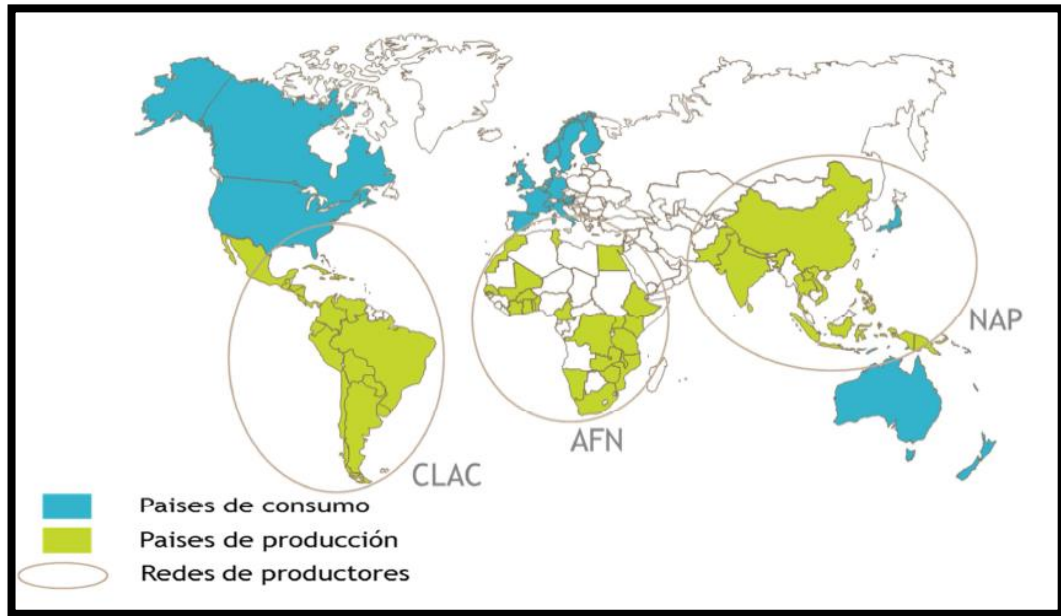
2.3.7.2. FAIRTRADE O COMERCIO JUSTO

Según la página web oficial de Fairtrade Internacional “El sistema internacional de Fairtrade, conformado por Fairtrade International y sus organizaciones miembros, representa el sistema de Comercio Justo más grande y reconocido en el mundo.”

Para la organización Fairtrade ofrece a los productores condiciones comerciales justas a través de su sello FAIRTRADE, Esta permite reducir la pobreza a través de sus compras diarias en cualquier Red Internacional de Comercio Justo.

Fairtrade Internacional en su página web muestra que es una red internacional, en la que participan organizaciones con la constitución de las redes a niveles continentales e integrados en la estructura del sistema (ilustración 1):

Ilustración N° 2 Red internacional del comercio justo



Fuente: Fairtrade Internacional, 2016.

Elaborado por: Jimmy Valdivieso

CLAC, Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Pequeños Productores y Trabajadores de Comercio Justo

AFN, African Fairtrade Network, en español Red Africana de Comercio Justo

NAP, Red de Productores de Asia y Pacífico

2.3.7.3. Redes de Comercio Justo

Las Redes de Comercio Justo engloba a 25 asociaciones Fairtrade y tres redes continentales de productores (CLAC, AFN y NAPP), la participación de todos los socios tienen validez a nivel global y se benefician de apoyo en asesoramiento en el comercio internacional tanto para productores y comerciantes certificados.

Todos los actores que participan en Fairtrade se someten a auditorías regulares por parte de la auditora independiente FLOERT, cuyo sistema de certificación cumple con las exigencias de la norma para certificaciones, la ISO 65. Auditores independientes auditan a más de 1.000 comerciantes a nivel mundial así como a los grupos productores.

Ilustración Nº 3 Redes de Comercio Justo



Fuente: Fairtrade International

2.3.7.4. Historia de Fairtrade Internacional.

Se expresa una breve cronología de la Historia de Fairtrade Internacional a partir de sus fechas claves que marcaron su historia:

Cuadro Nº 3 Historia de Fairtrade Internacional

1988	La agencia de ayuda al desarrollo holandesa “Solidaridad” creó el primer sello de Comercio Justo, Max Havelaar. Se puso a la venta el primer café de Comercio Justo procedente de México en supermercados holandeses. El sello se bautizó como Max Havelaar en honor al protagonista de una novela que luchó contra la explotación de caficultores javaneses por mercaderes colonos de Holanda.
Finales de los 80/principios de los 90	La iniciativa Max Havelaar ganó popularidad y en cuestión de años surgieron iniciativas similares de sellos de garantía a lo largo de Europa y Norte América: Max Havelaar (en Bélgica, Suiza, Dinamarca, Noruega y Francia), Transfair (en Alemania, Austria, Luxemburgo, Italia, los Estados Unidos, Canadá y Japón), el Sello Fairtrade en el Reino Unido e Irlanda, Rättvisemärkt en Suecia y Reilu Kauppa en Finlandia.
1997	En 1997 estas organizaciones crearon Fairtrade Labelling Organizations Internacional (FLO), con base en Bonn, Alemania. El objetivo de FLO era unir a las diferentes iniciativas bajo una organización paraguas y armonizar los criterios y el proceso de certificación Fairtrade.

2002	En 2002, FLO lanzó un nuevo Sello de Certificación Internacional de Comercio Justo FAIRTRADE (Internacional Fairtrade Certification Mark). Los objetivos del lanzamiento eran mejorar la visibilidad del sello en los estantes de los supermercados, facilitar el comercio internacional y simplificar los procedimientos de exportación para los productores y exportadores.
2004	FLO se divide en dos organizaciones independientes: FLO, que establece los criterios de Comercio Justo Fairtrade y proporciona apoyo a los productores, y FLO-CERT, que inspecciona y certifica las organizaciones de productores y hace la auditoría de los comerciantes.
2007	FLO es reconocida por ISEAL (es una organización no gubernamental cuya misión es fortalecer los sistemas de normas de sostenibilidad para el beneficio de las personas y el medio ambiente) como una de las siete organizaciones que han alcanzado los más altos criterios para la definición del comercio ético. Las ventas mundiales de productos Fairtrade aumentaron un 47 por ciento.

Fuente: Fairtrade Internacional, 2016.

Elaborado por: Jimmy Valdivieso

2.3.7.5. Beneficios del Comercio Justo para las organizaciones

En la página web de Fairtrade Internacional presenta los beneficios para los productores en cinco importantes directrices.

Precios Estables

En la actualidad la estabilidad de precios varía constantemente, su franja de precio piso y techo es peligrosa para cualquier economía de pequeños productores agrícolas, es por eso que Fairtrade Internacional presenta un beneficio “Para la mayoría de los productos, los precios cubren los costes de

producción sostenible - incluso cuando caen los precios en el mercado mundial”. (Fairtrade Internacional, 2016)

Una Prima de Fairtrade

Para Fairtrade Internacional es muy importante para todos sus miembros con la certificación de comercio justo el recibir un beneficio de la Prima de Comercio Justo, “La Prima ayuda a los productores a mejorar su calidad de vida. Es una suma de dinero adicional y los productores deciden democráticamente cómo usarla. Generalmente la invierten en proyectos educativos, sanitarios, mejoras agrícolas o instalaciones de procesamiento para incrementar sus ingresos”. (Fairtrade Internacional, 2016)

Asociación

Otro de sus beneficios de Fairtrade Internacional es la asociación el cual “Los productores participan en la toma de decisiones que afectan su futuro. A través de la Junta Directiva de FLO, sus comités y procesos de consulta, los productores pueden influir en los precios, las primas, las normas y la estrategia global”. (Fairtrade Internacional, 2016)

Otorgamiento de poderes a productores y trabajadores

Este es un objetivo de Fairtrade. Los grupos de pequeños productores deben tener una estructura democrática y transparente, a fin de poder ser certificados. Los trabajadores deben tener la posibilidad de tener representantes en un comité que decide sobre el uso de la Prima Fairtrade. Ambos grupos cuentan con el apoyo de FLO para desarrollar sus capacidades en estos ámbitos. (Fairtrade Internacional, 2016)

Medioambiente

En la página web de Fairtrade Internacional presenta los beneficios para el Medioambiente el cual nos menciona que “el Comercio Justo Fairtrade incentiva y alienta a la agricultura y las prácticas de producción que sean medioambientalmente sostenibles. También se ofrecen incentivos a los

productores para que alcancen la certificación orgánica. Los productores deben” (Fairtrade Internacional, 2016):

- Proteger el medio ambiente en el que trabajan y viven. Esto incluye las áreas de aguas naturales, bosques vírgenes y otras áreas de interés. También deben ocuparse de los problemas relacionados con la erosión y la gestión de los residuos.
- Elaborar, ejecutar y supervisar un plan de operaciones sobre sus técnicas agrícolas. Este plan debe reflejar un equilibrio entre la protección del medio ambiente y los buenos resultados de negocio.
- Seguir las normas nacionales e internacionales para la manipulación de productos químicos. Hay una lista de productos químicos que no deben utilizarse.
- No utilizar de manera intencionada productos que incluyen organismos genéticamente modificados (OGM).
- Averiguar qué efectos tienen sus actividades sobre el medio ambiente. A continuación, deben elaborar un plan de cómo se pueden disminuir los impactos y mantener control de que este plan se lleve a cabo.

2.3.7.6. Precios Fairtrade

Para todos los miembros con certificación de Comercio Justo tienen un precio mínimo referenciado para cada producto, estos precios están determinados por los criterios de FAIRTRADE, “este precio intenta garantizar que los productores puedan cubrir sus costos medios de producción sostenible. Actúa como una red de seguridad para los productores en los momentos en que los precios en el mercado mundial sean inferiores a un nivel sostenible”. (Cárdenas Muñoz, 2014).

Sin este mecanismo de precios mínimos todos los agricultores que trabajan con la certificación de Comercio Justo estarían a la merced del mercado, pero los productores y comerciantes pueden elevar los precios del producto en base a la calidad y otros atributos que sean necesarios.

Los precios mínimos de FAIRTRADE permiten que los productos tengan un precio estable, incluso cuando los precios del mercado mundial caen, con esta estabilidad de precios permite que cubran los costes de producción.

2.3.7.7. La Prima Fairtrade

La Prima de Comercio Justo es un pago adicional dentro del sistema de certificación FAIRTRADE, la intención es ser una herramienta de desarrollo socioeconómico para los agricultores.

Además del precio Fairtrade, hay una suma de dinero adicional, llamada Prima de Comercio Justo Fairtrade. Este dinero va a un fondo comunal para los trabajadores y los productores con la finalidad de ser utilizado para mejorar la situación social, económica y las condiciones medioambientales de la comunidad.

El uso de este dinero adicional se decide democráticamente por los productores en el seno de la organización de pequeños agricultores, o por los trabajadores en una plantación. La Prima se invierte en proyectos educativos y sanitarios, educación, mejoras agrícolas para aumentar el rendimiento y la calidad, o en instalaciones de procesamiento para aumentar los ingresos.

Puesto que muchos de los proyectos financiados por la Prima son de carácter comunitario, la comunidad en general, fuera de la organización de productores, también toca los beneficios del Comercio Justo Fairtrade. (CECJ, 2016).

2.3.7.8. Productos Fairtrade

En el proceso de desarrollo del Comercio Justo hay miles de productos que llevan el sello de FAIRTRADE, recoge una amplia oferta de productos que va incrementando periódicamente. Los productos son alimenticios y no alimenticios, por ejemplo en el grupo alimenticios abarcan té, café, frutas, etc. En el grupo no alimenticio abarcan flores, plantas, balones deportivos, semillas de algodón, etc.

En el Ecuador los productos con sello de FAIRTRADE son netamente alimenticios, en 42 organizaciones y empresas certificadas con Comercio Justo, comprende 16 productos alimenticios en base a los criterios de FAIRTRADE.

2.3.7.9. Certificación FAIRTRADE

El Sello FAIRTRADE es una certificación independiente, opera a nivel global que sigue las normas de ISO 65, esta certificación sirve para acceder a algunos mercados internacionales, también avalan buenas prácticas de comercio responsable

La certificación de Comercio Justo opera en un sistema de acreditación internacional, este sello es reconocido a nivel mundial el cual permite una fácil identificación de productos y ayuda a orientar las ventas en cualquiera de sus medios habilitados para la distribución al consumidor.

Para el Comercio Justo existe tres tipos de acreditaciones reconocidas internacionalmente, las cuales mencionaremos a continuación:

FAIRTRADE

La certificación Fairtrade fue creada en el 2002, es una marca comercial internacional que busca proteger el etiquetado de los productos en base a las normas ISO 65, la propiedad de certificación es exclusiva de empresa denominada FLO-CERT, la certificación verifica cumplimientos de los criterios Fairtrade para garantizar la calidad de los productos.

Ilustración N° 4 Sello FAIRTRADE



Fuente: FLO-CERT

FAIR FOR LIFE

La certificación Fair for life fue creada en mayo del 2006, es una marca neutra para la certificación de comercio justo en la elaboración de productos manufacturados y las operaciones comerciales, además se basa en estándares sociales establecidos por ILO, SA8000, FLO y IFOAM Social Chapter.

Ilustración N° 5 Sello Fair for life



Fuente: FLO-CERT

WFTO

La Organización Mundial de Comercio Justo (WFTO), es la red mundial de Organizaciones de Comercio Justo alrededor de 73 países en África, Asia, América Latina, Europa, América del Norte y el Pacífico, sirve para mejorar los medios de vida y sus comunidades a través del Comercio Justo.

Ilustración N° 6 Sello World fair trade organization



Fuente: FLO-CERT

El logotipo WFTO no es una marca de producto, se utiliza por organizaciones comprometidas al 100% con el Comercio Justo. WFTO tiene dialogo directo con instituciones multilaterales de las Naciones Unidas, UNIFEM, UNDP-África, IFAD, PNUMA, así como otras por ejemplo: Cumbre Iberoamericana, etc.

WFTO está compuesta por miembros y asociados del comercio justo, hay cinco tipos de miembros:

1. Organizaciones de Comercio Justo (FTOs): compañías, sociedades y otras entidades legales, que se dedican a vender sus bienes productos.
2. Organizaciones de Apoyo de Comercio Justo (FTSOs): Entidades legales cuya misión principal es promover el Comercio Justo a través de la oferta de servicios técnicos, financieros, de asesoría de negocios u otros a productores de Comercio Justo.
3. Redes de Comercio Justo (FTNs): Entidades legales cuya función principal es servir como asociaciones nacionales o internacionales de productores de Comercio Justo y/o Organizaciones de Comercio Justo. Por ejemplo: WFTO es una Red de Comercio Justo.
4. Organizaciones Asociadas: Éstas son organizaciones benefactoras; agencias nacionales o internacionales que apoyan o promueven condiciones más justas de comercio.
5. Asociados Individuales: Los individuos que tienen un conocimiento particular de comercio, ciencias sociales, cultura o los derechos humanos, o que han contribuido al crecimiento de Comercio Justo y han ganado reconocimiento internacional. (Cubillos, 2016).

2.3.7.9.1. Inspecciones y auditorías

Todas las organizaciones para poder ser certificadas por el Comercio Justo primero deben ser inspeccionadas sobre el terreno del cultivo, producción y transformación del mismo. Existen muchas organizaciones que tienen cientos y otras cuentan con miles de miembros, este factor hace muy difícil al auditor visitar a todas las parcelas de cada uno de los miembros, es por esta razón que FLO-CERT opera un método de certificación en grupo, el cual consiste en la auditoria de la propia organización de productores y selecciona una muestra representativa de los productores individuales, estas auditorías pueden durar cuatro días para una pequeña organización de productores y hasta siete semanas para organizaciones grandes, el tiempo del auditor dependerá del tamaño de la organización y del número de productos certificados por Fairtrade que pretenden vender. El costo de la auditoría depende del número de días de trabajo para inspección del auditor, el pago inicial varia de las condiciones

económicas de la organización, podría ser costoso el pago total por la organización o en ciertos casos recibiría apoyo de entidades del estado, también del fondo de certificaciones de Fairtrade Internacional y en ocasiones la combinación de las dos mencionadas.

Una vez terminada la auditoria, es enviado un informe a FLOR-CERT para la evaluación respectiva, la decisión de la otorgación de la certificación es tomada por especialistas certificados que conforman un comité independiente, si el caso es favorable, este recibe la certificación de Comercio Justo, las organizaciones de productores son inspeccionadas anualmente en el sitio de su ubicación, si las organizaciones muestran un cumplimiento excelente durante muchos años, estas pueden calificar para una inspección de escritorio como parte de un ciclo de inspección de tres años.

2.3.7.9.2. Acreditación ISO 65

La certificación es otorgada por FLO-CERT la cual da acreditación a las normas ISO 65, es la normativa para los organismos que trabajan con la certificación de Comercio Justo, además es una certificación más aceptada internacionalmente, en todas sus gestiones esta garantiza un excelente sistema de control de calidad con procedimientos transparentes.

La certificación FLO-CERT es inspeccionado por el organismo independiente ISEAL es la asociación mundial de miembros de estándares de sostenibilidad, que asegura el cumplimiento de las normas ISO 65, el beneficio de las personas y el medio ambiente.

2.3.7.9.3. Criterios de comercio justo

A lo largo de la historia del Comercio justo se han establecido 10 criterios, los cuales representan los principios internacionales a cumplir por parte de todos los que participan en el sello de Comercio Justo. La Organización Mundial del Comercio Justo ha establecido estos 10 criterios los cuales rige en torno a los siguientes estándares (COORDINADORA ESTATAL DE COMERCIO JUSTO, 2016):

1. Creación de oportunidades para productores con desventajas económicas.
2. Transparencia y responsabilidad.
3. Prácticas comerciales justas.
4. Pago de un precio justo.
5. Asegurar ausencia de trabajo infantil y trabajo forzoso.
6. Compromiso con la no discriminación, equidad de género y libertad de asociación (sindical).
7. Asegurar buenas condiciones de trabajo.
8. Facilitar el desarrollo de capacidades.
9. Promoción del Comercio Justo.
10. Respeto por el medio ambiente.

2.3.7.10. Tipo de organizaciones certificadas

El Comercio Justo establece tres tipos de certificación:

Una organización de productores de **primer grado** es una organización de pequeños productores cuyos miembros legales son, única y exclusivamente, pequeños productores de forma individual.

Una organización de productores de **segundo grado** es una organización de pequeños productores cuyos miembros legales son, única y exclusivamente, productores afiliados a organizaciones de primer grado.

Una organización de productores de **tercer grado** es una organización de pequeños productores cuyos miembros legales son, única y exclusivamente, productores afiliados a organizaciones de segundo grado. (Ministerio de Comercio Exterior - Publicación Estrategia Ecuatoriana de Comercio Justo 2014- 2017).

En el Ecuador no existe organización certificadas de tercer grado. Para las organizaciones de segundo grado enfrentan un vacío legal ya que no existe la claridad de las instituciones responsables para su registro, entonces las organizaciones han concurrido a registrarse a la SEPS (Superintendencia de Economía Popular y Solidaria), y los diferentes Ministerios para cumplir con este requisito sin encontrar respuesta legal.

Tabla N° 5 Número y tipo de organizaciones registradas en los diferentes ministerios como entidades reguladoras

ENTIDAD REGULADORA	TIPO DE ORGANIZACIÓN
Superintendencia de Economía Popular y Solidaria	Primer Grado
	Segundo grado
Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca (MAGAP)	Primer Grado
	Segundo grado
Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO)	Segundo grado
Ministerio de Inclusión Económica y Social (MIES)	Segundo grado

Fuente: Cárdenas Muñoz, 2014

Elaborado por: Jimmy Valdivieso

2.3.7.10.1. Organizaciones involucradas en el Comercio Justo

A continuación se expresan las organizaciones involucradas en el Comercio Justo, principalmente las encargadas del correcto desarrollo:

Organización Certificadora del Comercio Justo (FLO) Fairtrade Labelling Organization

Su actividad es garantizar que un producto se venda bajo todos los criterios del Comercio Justo, también realiza la inspección y certifica a las organizaciones productoras en más de 50 países de África, Asia y América Latina, esta se divide en dos organizaciones que son:

- **FLO Internacional**

"Agrupa a organizaciones de productores y comerciantes y ayuda a sacar provecho a los pequeños productores, analizando criterios de las oportunidades en el mercado". (González Almeida, 2014).

- **FLO- CERT**

"Coordina todas las tareas y tramita toda la información relativa a la inspección y a la certificación de los productores y del comercio". (González Almeida, 2014).

Federación Internacional de Comercio Justo (IFAT)- International Federation of Alternative Trade

"Está compuesto por 200 miembros de 55 países, son cooperativas que abarcan la cadena del Comercio Justo, desde la producción hasta la comercialización-redes nacionales y regionales". (González Almeida, 2014).

La red europea de Tiendas del Mundo (NEWS)

"Se encuentra en más de 2.700 almacenes en 13 países. Está encargada de coordinar las tiendas del mundo de Comercio Justo que realizan distribución al detalle". (González Almeida, 2014).

Asociación Europea de Comercio Justo (EFTA) European Fair Trade Association

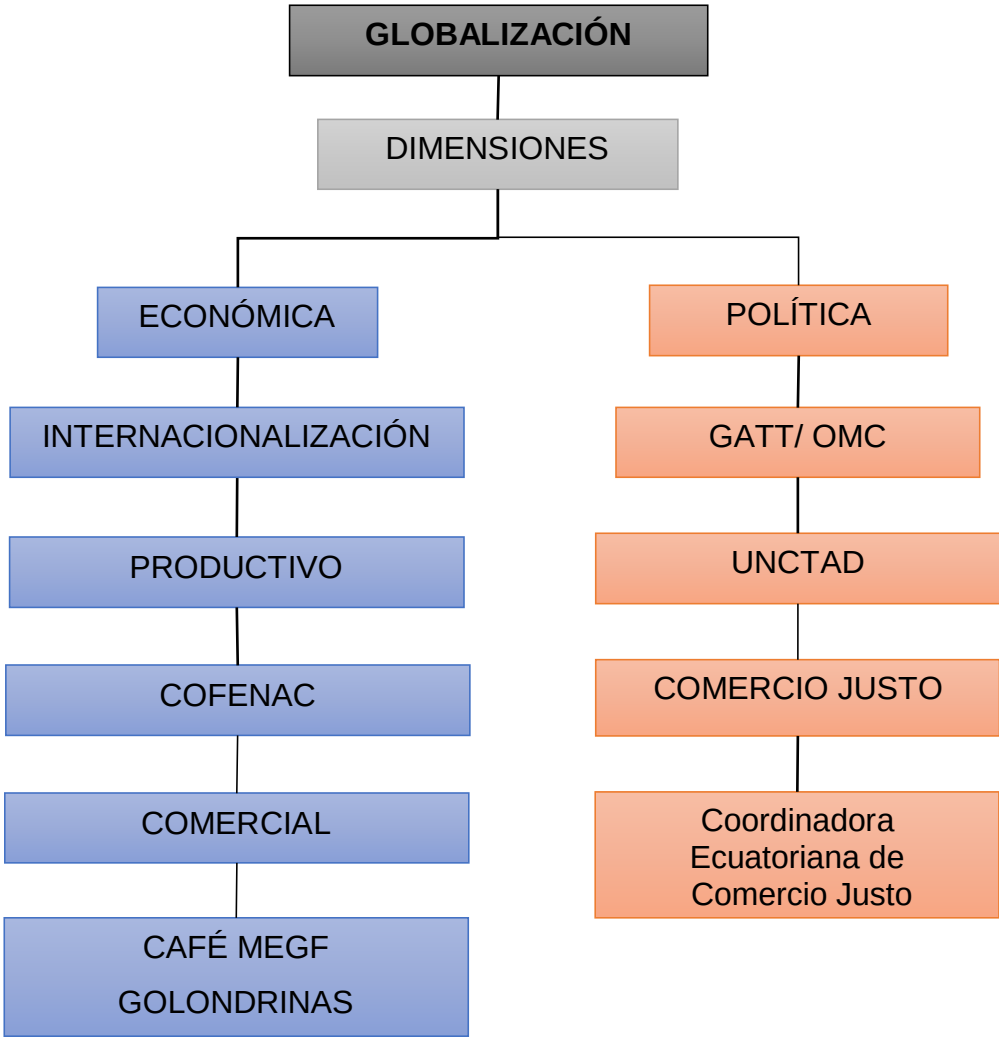
"A través de la colaboración de los miembros y el cumplimiento de los principios, se busca incrementar la eficiencia de importación de productos de Comercio Justo y establecer políticas de bien común". (González Almeida, 2014).

FINE

La palabra FINE lleva la inicial de cada palabra formada representa por las 4 redes internacionales del Comercio Justo las cuales son: FLO, IFAT, NEWS y EFTA, el objetivo es establecer estándares para las 4 organizaciones, también monitorear e intercambiar información para que el Comercio Justo sea más eficiente y de calidad.

2.4. FUNDAMENTACIÓN CONCEPTUAL

Cuadro N° 4 Fundamentación legal



Elaborado por: Jimmy Valdivieso

Globalización: de acuerdo al Banco Mundial:

“La globalización, la creciente integración de economías y sociedades alrededor del mundo, ha sido uno de los temas más candentes en economía internacional de los últimos años. El rápido crecimiento y la reducción de la pobreza en China, India y otros países que eran pobres hacen 20 años, ha sido un aspecto positivo de la globalización. Pero también ha generado una significativa oposición internacional por la preocupación de que ha aumentado la inequidad y la degradación medioambiental”.

Globalización Económica: de acuerdo al portal web recursostic.educacion.es

Los rasgos que caracterizan la globalización económica son los siguientes:

- Las empresas son cada vez más internacionales, puesto que están presentes en muchos países distintos.
- La producción se divide en distintas tareas que se realizan en diferentes lugares del mundo.
- Los mercados financieros, en los que se mueve el dinero y la inversión, son internacionales y funcionan las 24 horas del día.
- Las mercancías se mueven por todo el planeta encontrando cada vez menos barreras.

Internacionalización:

El dinamismo de la economía mundial ha cambiado a los mercados, la comunicación, distribución y venta, marcan una tendencia a las empresas a extender sus actividades comerciales a otros países, las empresas participan en la adopción de la internacionalización.

Según la gran Enciclopedia de Economía (2009), Internacionalización es un “Proceso consistente en la eliminación de las barreras al libre comercio, y en la expansión del comercio mundial, de forma que las empresas de un país extienden sus actividades a otros países, saliendo de su ámbito geográfico natural.”

Productivo:

Es la capacidad de un sistema para elaborar productos requeridos por el mercado, en algunos aprovechando los recursos utilizados en el valor agregado. “Una mayor productividad utilizando los mismos recursos o produciendo los mismos bienes o servicios resulta en una mayor rentabilidad para la empresa. Por ello, el Sistema de gestión de la calidad de la empresa trata de aumentar la productividad”. (La gran Enciclopedia de Economía, 2009)

COFENAC: de acuerdo a su portal web <http://www.cofenac.org/>:

El Consejo Cafetalero Nacional (COFENAC), es una institución de derecho privado con finalidad social y pública, creado mediante la emisión, por parte del Congreso Nacional, de la Ley Especial del Sector Cafetalero, publicada en el Registro Oficial N 657 del 20 de Marzo de 1995. La citada Ley, le faculta al COFENAC, la organización, dirección y definición de la Política Cafetalera Nacional.

“Salir del modelo primario exportador, democratizar el acceso a los medios de producción, crear las condiciones para incrementar productividad y generar empleo de calidad de manera inmediata resulta inviable. Se trata de aplicar un proceso de mediano y largo alcance y avanzar en este horizonte de manera progresiva y racional”.

Café MEGF Golondrinas: Es una asociación de la parroquia de Maldonado de la provincia del Carchi, encargada de producir y acopiar el llamado Café de Altura, nace en el 2006 como un micro emprendimiento para apoyar a la economía de los pequeños agricultores de este sector.

Globalización Política: de acuerdo al portal web recursostic.educacion.es

“Es el proceso que permite desarrollar instituciones y mecanismos a escala planetaria para tratar los temas que afectan a todos los habitantes de la Tierra. Algunas organizaciones internacionales como la ONU trabajan por todo el mundo para ocuparse de asuntos que nos afectan globalmente”.

GATT/OMC: de acuerdo a la organización mundial del comercio:

“El 1º de enero de 1995, la OMC sustituyó al GATT, que llevaba en funcionamiento desde 1947, como organización encargada de supervisar el sistema multilateral de comercio. A los países signatarios del GATT se les denominaba oficialmente “Partes Contratantes del GATT”. Con la firma de los nuevos acuerdos de la OMC (entre los que se incluye el GATT actualizado, conocido como GATT desde 1994) se convirtieron oficialmente en “Miembros de la OMC”, En ella figuran los 128 signatarios del GATT a finales de 1994”.

UNCTAD: de acuerdo al portal web unctad.org:

La Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD) fue creada en Ginebra (Suiza), donde también tiene su sede, el 30 de diciembre de 1964 por la resolución 1.995 de la Asamblea General de la ONU, con el objetivo de analizar e intentar resolver los problemas relativos al comercio internacional de los países subdesarrollados.

COMERCIO JUSTO: La Asociación Europea de Comercio Justo, EFTA, lo define como:

“una iniciativa que intenta corregir algunos de los países perjuicios que sufren los pequeños productores y los trabajadores explotados. Quiere ser un símbolo de un comercio diferente, en el que todos ganen, tanto consumidores como productores, en el que los marginados puedan participar en la globalización en beneficio propio y no como explotados”.

CECJ: de acuerdo al portal web cecjecuador.org.ec:

Es la Unión Nacional de Asociaciones de Pequeños Productores Agropecuarios Certificados en Comercio Justo del Ecuador – CECJ.

La CECJ nace en el año 2003 bajo la iniciativa de organizaciones bananeras en la Provincia de El Oro, reactiva sus actividades en agosto del 2008, esta vez gracias al esfuerzo y la participación de organizaciones productoras de café, banano, plantas medicinales, cacao y quínoa. Ahora se encuentra legalmente reconocida por el Ministerios de Agricultura Ganadería, Acuacultura y pesca – MAGAP con acuerdo Ministerial # 534 del 20 de Octubre de 2010.

2.5. ABREVIACIONES TÉCNICAS

AFN: African Fairtrade Network, en español Red Africana de Comercio Justo.

CECJ: Coordinadora Ecuatoriana de Comercio Justo.

CLAC: Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Pequeños Productores y Trabajadores de Comercio Justo.

FAIRTADE: Es un sello de garantía de producto que certifica el cumplimiento de los estándares de comercio justo establecidos por Fairtrade.

FLOCERT: Es una sociedad de responsabilidad limitada que coordina todas las tareas y tramita toda la información relativa a la inspección y a la certificación de los productores y del comercio justo.

FTNs: Redes de Comercio Justo. Son entidades legales cuya función principal es servir como asociaciones nacionales o internacionales de productores de Comercio Justo y/o Organizaciones de Comercio Justo. Por ejemplo: WFTO es una Red de Comercio Justo.

FTOs: Organizaciones de Apoyo de Comercio Justo. Son entidades legales cuya misión principal es promover el Comercio Justo a través de la oferta de servicios técnicos, financieros, de asesoría de negocios u otros a productores de Comercio Justo y/o Organizaciones de Comercio Justo.

FTSOs: Organizaciones de Comercio Justo. Son compañías, sociedades y otras entidades legales determinadas por los reglamentos del país del miembro que están directamente involucradas con el Comercio Justo.

ISO 65: Es la normativa para los organismos de certificación que trabajan con sistemas de certificación de productos más aceptada internacionalmente. FLO-CERT sigue esta normativa en todas sus gestiones de certificación.

NAP: Red de Productores de Asia y Pacífico.

ONGs: Es la sigla de Organización No Gubernamental. Se trata de entidades de iniciativa social y fines humanitarios, que son independientes de la administración pública y que no tienen afán lucrativo.

PIB: Producto Interno Bruto, es un indicador representativo que ayuda a medir el crecimiento o decrecimiento de la producción de bienes y servicios de las empresas de cada país, únicamente dentro de su territorio.

WFTO: La Organización Mundial de Comercio Justo.

2.6. IDEA A DEFENDER.

Las redes de comercio justo contribuyen en la internacionalización de café gourmet “La Casa Nuestra Tulcán” que permitan mejorar los niveles socio - económico de los caficultores de la parroquia de Maldonado y Chical.

2.7. IDENTIFICACIÓN DE VARIABLES.

Variable Dependiente: Internacionalización.

Variable Independiente: Comercio Justo.

III. MARCO METODOLÓGICO

3.1. ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN

3.1.1. Enfoque Cualitativo

“Se guía por áreas o temas significativos de investigación. Sin embargo, en lugar de que la claridad sobre las preguntas de investigación e hipótesis preceda a la recolección y el análisis de los datos (como en la mayoría de los estudios cuantitativos), los estudios cualitativos pueden desarrollar preguntas e hipótesis antes, durante o después de la recolección y el análisis de los datos. Con frecuencia, estas actividades sirven, primero, para descubrir cuáles son las preguntas de investigación más importantes, y después, para refinarlas y responderlas. La acción indagatoria se mueve de manera dinámica en ambos sentidos: entre los hechos y su interpretación, y resulta un proceso más bien “circular” y no siempre la secuencia es la misma, varía de acuerdo con cada estudio en particular”. (Hernández, S, et al, 2010. p.7)

Se aplica este enfoque de investigación cualitativo por su aplicación en el estudio de las características de producción y cumplimiento de la certificación de comercio justo, además permitirá analizar datos bibliográficos no estandarizados por lo cual el análisis es no estadístico, esto ayudara visualizar el alcance del estudio en obtener las perspectivas expresadas durante el desarrollo del diseño investigativo.

3.1.2. Enfoque Cuantitativo

“El enfoque cuantitativo representa un conjunto de procesos, es secuencial y probatorio. Cada etapa precede a la siguiente y no se puede “brincar o eludir” pasos, el orden es riguroso, aunque podemos redefinir alguna fase. Parte de una idea, que va acotándose y, una vez delimitada, se derivan objetivos y preguntas de investigación, se revisa la literatura y se construye un marco o una perspectiva teórica. De las preguntas se establecen hipótesis y determinan variables; se desarrolla un plan para probarlas (diseño); se miden las variables en un determinado contexto; se analizan las mediciones obtenidas (con frecuencia utilizando métodos estadísticos), y se establece una serie de conclusiones respecto de la(s) hipótesis”. (Hernández, S, et al, 2010. p.4)

Se aplica el enfoque cuantitativo para la descripción de la calidad en el comercio justo en el Ecuador, también la importancia en el mercado de destino para el pago de un precio justo y su promoción con la difusión de la tecnología tradicional de las familias productoras, una vez conseguido la información de

los productores, importadores, puntos de distribución y el consumidor se procede a interpretar mediante cuadros y tablas estadísticas que orientaran a conocer la realidad del problema investigado mediante un análisis subjetivo e individual.

3.2. MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

3.2.1. Investigación Documental

“Tiene el propósito de detectar, ampliar y profundizar diferentes enfoques, teorías, conceptualizaciones y criterios de diversos autores sobre una cuestión determinada, basándose en documentos (fuentes primarias), o en libros, revistas, periódicos y otras publicaciones (fuentes secundarias)” (Herrera, S, et al, 2014. p. 95)

La modalidad a emplear tendrá dos particularidades a través de la manera bibliográfica – documental para ampliar y profundizar el esbozo teórico basado en información de fuente primaria y secundaria del Comercio Justo tanto a factores endógenos y exógenos. Además se utiliza esta modalidad debido a su aplicación dentro del desarrollo de los objetivos planteados del presente proyecto, permitiendo obtener aportes que ayuden a ampliar y profundizar el estudio investigativo, para la recolección de información se la realizará mediante la utilización de fuentes primarias y secundarias, que pueden ser documentos, libros, páginas web, etc.

3.2.2. Investigación de Campo

“También llamada in situ, es el estudio sistemático de los hechos en el lugar en que se producen. En esta modalidad el investigador toma contacto en forma directa con la realidad, para obtener información de acuerdo con los objetivos.” (Herrera, S, et al, 2014. p. 95)

La aplicación de la modalidad investigativa de campo para adquirir la información directa de los productores de café MEGF Golondrinas y productores asociados a la Coordinadora Ecuatoriana de Comercio justo (CECJ), de tal manera su aplicación es relevante a lo planteado en los objetivos del presente proyecto, la técnica empleada para la recolección de información fue la entrevista que permitió facilitar un control sobre los

fenómenos del entorno a través de las comparaciones con estudios similares y analizar las características del productor en los productos similares, así como las políticas nacionales e internacionales que influyen sobre el comercio justo, esta información será importante para adoptar nuestra propuesta.

3.3. TIPO DE INVESTIGACIÓN

3.3.1. Descriptiva

Los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. Es decir, únicamente pretenden medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refieren, esto es, su objetivo no es indicar cómo se relacionan éstas. (Hernández, R, et al, 2010. p. 80)

El tipo de investigación es no experimental descriptiva ya que consiste en describir la relación de los pequeños productores con el comercio justo que permitirá una interpretación correcta. Esta investigación es adecuada utilizarla, ya que para realizar una investigación eficiente se analiza las situaciones que actualmente tiene la internacionalización a través del comercio justo y poder describir cada una de las situaciones de forma clara y precisa.

3.3.2. Exploratoria

Los estudios exploratorios sirven para preparar el terreno, generan un sentido de entendimiento y son altamente estructurados. Se realizan cuando el objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado, del cual se tienen muchas dudas o no se ha abordado antes. Es decir, cuando la revisión de la literatura reveló que tan sólo hay guías no investigadas e ideas vagamente relacionadas con el problema de estudio, o bien, si deseamos indagar sobre temas y áreas desde nuevas perspectivas. (Hernández, S, et al, 2010. p.78.79)

Además se aplica la investigación exploratoria para reconocer y sondear las debilidades y fortalezas que tiene el comercio justo en el Ecuador a través de la información proporcionada por la coordinadora ecuatoriana de comercio justo, ya que la información es aproximada y poco conocida en el Ecuador, esto servirá para analizar los aspectos más importantes que servirán en la elaboración de la propuesta de esta investigación.

3.3.3. Explicativa

Los estudios explicativos van más allá de la descripción de conceptos o fenómenos o del establecimiento de relaciones entre conceptos; es decir, están dirigidos a responder por las causas de los eventos y fenómenos físicos o sociales. Como su nombre lo indica, su interés se centra en explicar por qué ocurre un fenómeno y en qué condiciones se manifiesta, o por qué se relacionan dos o más variables. (Hernández, R, et al, 2010. p. 83,84)

Para finalizar se aplica una investigación Explicativa para expresar una comprensión causal orientada a un estudio prospectivo identificando la relación que puede tener Café MEGF Golondrinas al ingresar a las Redes de Comercio Justo, dicho en otras palabras se describe el comportamiento de las variables en base al análisis correlacional con el objetivo de interpretar la realidad que otorgue una adecuada solución a la investigación.

3.4. POBLACIÓN Y MUESTRA DE LA INVESTIGACIÓN

Para el desarrollo de la investigación, se utilizó el tipo de muestreo probabilístico, Según Herrera (2014), dentro del muestro regulado expresa lo siguiente: “forman parte de la muestra los elementos del universo en los cuales se hace presente el problema de investigación” (p. 99).

La población la conformaran todos los involucrados en la certificación de Comercio Justo y los productores de café gourmet “La Casa Nuestra Tulcán”, a partir de este criterio se justifica que la población está conformada por las organizaciones ecuatorianas que poseen la certificación de Comercio Justo y a los productores del café gourmet los cuales corresponde a Café MEGF Golondrinas que se encuentra en la parroquia de Maldonado provincia del Carchi.

En el Ecuador las organizaciones con certificación de Comercio Justo están asociadas por la Coordinadora Ecuatoriana de Comercio Justo (CECJ), esta representa a nivel nacional e internacional, se caracterizan por la utilización de la certificación de comercio justo en las exportaciones de sus diferentes productos, a continuación se enumera a todos los miembros de la CECJ:

Tabla N° 6 Población y Muestra

Nº	Nombre	Provincia	Producto	#Socios
1	ASOCIACIÓN CERRO AZUL	El Oro	Banano	1.300
2	ASOGUABO	El Oro	Banano	140
3	COPROBICH	Chimborazo	Quínoa, trigo y cebada	1.636
4	FAPECAFES	Loja y Zamora Chinchipe	Café, chifles, mermeladas	1.449
5	FECAFEM	Manabí	Café	600
6	FONMSOEAM	Esmeraldas	Cacao	400
7	FORTALEZA DEL VALLE	Manabí	Cacao	600
8	JAMBI KIWA	Chimborazo	Aromáticas	263
9	UNOCACE	Los Ríos	Cacao	2.250
10	UROCAL	El Oro	Banano, Cacao	2.000
TOTAL				10.638

Fuente: Ministerio de Comercio Exterior (Publicación Estrategia Ecuatoriana de Comercio Justo 2014- 2017)

Elaborado por: Jimmy Valdivieso

3.5. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES.

MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES							
IDEA A DEFENDER: La internacionalización de café gourmet “La Casa Nuestra Tulcán” a través de las redes de comercio justo permitirán mejorar la condición económica de los caficultores de la parroquia de Maldonado y Chical.							
VARIABLES	DEFINICIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	TÉCNICA	INSTRUMENTOS	FUENTES
Comercio Justo	Según FAIRTRADE (2014), el Comercio Justo es una certificación de producto, el cual brinda garantía al consumidor por ser un producto de calidad procedente de los países en vía de desarrollo. Los productos vendidos con sello de comercio justo han sido producidos en condiciones de trabajo digno y comprados a un precio justo que apoya el desarrollo sostenible de la organización productora.	Entorno	Entorno Político-Legal	¿Qué son las certificaciones Internacionales?	Documental	Análisis Linkográfico y Bibliográfico entre otros.	Pro Ecuador
				¿Para qué sirven las certificaciones Internacionales?	Documental	Análisis Linkográfico y Bibliográfico entre otros.	Pro Ecuador
				¿Qué es FAIRTRADE o Comercio Justo?	Documental	Análisis Linkográfico y Bibliográfico entre otros.	Internet: archivos, sitios web.
				¿Cuál es la Historia de FAIRTRADE?	Documental	Análisis Linkográfico y Bibliográfico entre otros.	Internet: archivos, sitios web.
				¿Cuáles son los beneficios del Comercio Justo para las organizaciones?	Entrevista	Guía de la entrevista	Coordinador Técnico de la CECJ y CLAL
				¿Qué es la certificación FAIRTRADE?	Documental	Análisis Linkográfico y Bibliográfico entre otros.	Internet: archivos, sitios web.
				¿Cuáles son las organizaciones que conforman la Coordinadora Ecuatoriana de Comercio Justo?	Documental	Análisis Linkográfico y Bibliográfico entre otros.	Internet: archivos, sitios web.
				¿Cuántas organizaciones de productores certificadas del Comercio Justo existen en el Ecuador?	Documental	Análisis Linkográfico y Bibliográfico entre otros.	Ministerio de Comercio Exterior
				¿Qué tipo de certificación tienen las organizaciones de comercio justo?	Documental	Análisis Linkográfico y Bibliográfico entre otros.	Internet: archivos, sitios web.

				¿Cuáles son los estatutos legales de las organizaciones de comercio justo?	Entrevista	Guía de la entrevista	Coordinador Técnico de la CECJ y CLAL
				¿Cuáles son los costos por la Certificación de Comercio Justo?	Documental	Análisis Linkográfico y Bibliográfico entre otros.	FLOCERT
				¿Cuál es la participación por tipo de certificación del Comercio Justo en las organizaciones del Ecuador?	Documental	Análisis Linkográfico y Bibliográfico entre otros.	Ministerio de Comercio Exterior
				¿Cuáles son los precios mínimos del Comercio Justo?	Documental	Análisis Linkográfico y Bibliográfico entre otros.	FAIRTRADE
				¿Qué es la prima del Comercio Justo?	Documental	Análisis Linkográfico y Bibliográfico entre otros.	FLOCERT
		Mercado	Oferta	¿Cuál es la tendencia de las exportaciones del comercio justo?	Documental	Análisis Linkográfico y Bibliográfico entre otros.	Cobus Group
				¿Cuáles son los principales productos exportados con el comercio justo?	Documental	Análisis Linkográfico y Bibliográfico entre otros.	Cobus Group
				¿Cuáles son los principales mercados del comercio Justo?	Documental	Análisis Linkográfico y Bibliográfico entre otros.	Cobus Group
			Demanda	¿Cuáles es potencial consumidor del Comercio Justo?	Documental	Análisis Linkográfico y Bibliográfico entre otros.	Cobus Group

Internacionalización	Según Rave (2010), La internacionalización de la economía es un proceso que se enmarca en el fenómeno de la globalización. A las empresas participantes en la economía del siglo XXI, si quieren perdurar en el mercado, crecer y obtener márgenes de rentabilidad interesantes, les apremia involucrarse con celeridad en la carrera de internacionalización	Mercado	Producto	¿Cuáles son las características del Producto?	Documental	Análisis Linkográfico y Bibliográfico entre otros.	Internet: archivos, sitios web.
				¿Cuál es la capacidad de producción de café gourmet "La Casa Nuestra Tulcán"?	Entrevista	Guía de la entrevista	Gerente de Café MEGF Golondrinas
				¿Cuál es la situación actual de Café MEGF Golondrinas?	Entrevista	Guía de la entrevista	Gerente de Café MEGF Golondrinas
			Oferta	¿Cuál es la competencia nacional de la producción de café?	Documental	Análisis Linkográfico y Bibliográfico entre otros.	COFENAC
				¿Cuál es la competencia Internacional del café?	Documental	Análisis Linkográfico y Bibliográfico entre otros.	Trade Map
				¿Cuál es la situación actual de las importaciones y exportaciones del café?	Documental	Análisis Linkográfico y Bibliográfico entre otros.	Trade Map
			Demanda	¿Cuáles son los principales países consumidores de Café?	Documental	Análisis Linkográfico y Bibliográfico entre otros.	Trade Map
				¿Qué capacidad de oferta existe en el mercado de café?	Documental	Análisis Linkográfico y Bibliográfico entre otros.	Trade Map
				¿Cuáles es el perfil del consumidor?	Documental	Análisis Linkográfico y Bibliográfico entre otros.	Santander Trade y INDEXMUNDI
				¿Cuáles son los potenciales consumidores?	Documental	Análisis Linkográfico y Bibliográfico entre otros.	Santander Trade, INDEXMUNDI y Datosmacro
				¿Cuál es la tendencia del Consumidor?	Documental	Análisis Linkográfico y Bibliográfico entre otros.	Santander Trade, INDEXMUNDI y Datosmacro

		ENTORNO ECONOMICO	Socioeconómicos	¿Cuál es la situación socioeconómica de cada país?	Documental	Análisis Linkográfico y Bibliográfico entre otros.	Santander Trade, INDEXMUNDI, Datosmacro y Banco Mundial
				¿Cuál es la situación política de cada país?	Documental	Análisis Linkográfico y Bibliográfico entre otros.	The Global Economy, Santander Trade, INDEXMUNDI, Datosmacro, SICE y Banco Mundial
				¿Cuál es la situación económica de cada país?	Documental	Análisis Linkográfico y Bibliográfico entre otros.	The Global Economy, Santander Trade, INDEXMUNDI, Datosmacro, Banco Mundial y World Economic forum
				¿Cuál es la situación del PIB en cada país?	Documental	Análisis Linkográfico y Bibliográfico entre otros.	Santander Trade, INDEXMUNDI y Datosmacro
				¿Cuánto es la inflación de cada país?	Documental	Análisis Linkográfico y Bibliográfico entre otros.	Santander Trade, INDEXMUNDI, Datosmacro y Banco Mundial
				¿Cuál es la población de cada país?	Documental	Análisis Linkográfico y Bibliográfico entre otros.	INDEXMUNDI y Datosmacro
				¿Cuáles es el índice de riesgo país?	Documental	Análisis Linkográfico y Bibliográfico entre otros.	Banco Mundial y World Economic forum
			Producto	¿Cuáles es la demanda insatisfecha?	Documental	Análisis Linkográfico y Bibliográfico entre otros.	Santander Trade, INDEXMUNDI, Datosmacro y Banco Mundial
				¿Cuáles es el precio referencial del producto?	Documental	Análisis Linkográfico y Bibliográfico entre otros.	COFENAC y Pro Ecuador
				¿Cuáles son los productos sustitutos en el mercado?	Documental	Análisis Linkográfico y Bibliográfico entre otros.	Pro Ecuador

				¿Cuáles son las barreras arancelarias y no arancelarias?	Documental	Análisis Linkográfico y Bibliográfico entre otros.	Economipedia, SICE, Ministerio de Comercio Exterior y Pro Ecuador
			Políticos	¿Cuál es la política comercial de cada país?	Documental	Análisis Linkográfico y Bibliográfico entre otros.	The Global Economy, Santander Trade, INDEXMUNDI, Datosmacro, Banco Mundial y World Economic forum
				¿Cuáles es la política económica de cada país?	Documental	Análisis Linkográfico y Bibliográfico entre otros.	The Global Economy, Santander Trade, INDEXMUNDI, Datosmacro, Banco Mundial y World Economic forum
				¿Cuáles es la balanza comercial con cada país?	Documental	Análisis Linkográfico y Bibliográfico entre otros.	Trade Map y Datosmacro
			Logístico	¿Cuál es la situación de desempeño logístico de cada país?	Documental	Análisis Linkográfico y Bibliográfico entre otros.	World Economic forum
				¿Cuál es la red de transporte adecuada?	Documental	Análisis Linkográfico y Bibliográfico entre otros.	World Economic forum y Cobus Group
		Estudio de Factibilidad		Estudio técnico	PROPUESTA		
				Estudio financiero			
				Proceso logístico			

3.6. PLAN DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

Información primaria

Para la recolección de información primaria se utilizó la entrevista, según Herrera (2014), propone tres tipos de entrevistas, no estructurada, parcialmente estructurada y estructurada.

De acuerdo a la investigación exploratoria, se determinó realizar la entrevista parcialmente estructurada, ya que el tema se estructura en forma muy general, la entrevista es dirigida al Gerente de café MEGF Golondrinas el Sr. Marcelo Meneses, tomando en cuenta aspectos importantes de capacidad de producción y comercialización, ya que la información es aproximada y poco expuesta al público.

Información Secundaria

De acuerdo a la investigación Descriptiva, fue necesario investigar a profundidad a cada uno de los miembros de la CECJ, resulta difícil debido a la privacidad interna de sus datos de producción y comercialización, de tal manera se sustenta en una investigación con fuentes secundarias, a partir del RUC obtenido del directorio de empresas de la página web de FEDEXPOR, podemos acceder a investigar cifras exactas de exportación de todos los miembros de la CECJ a través del portal web Cobus Group, este nos brindará toda la información de comercio exterior requerida para la investigación.

Por otro lado, se determinó la demanda, a través del estudio del entorno de los países involucrados en las exportaciones de Café con certificación de Comercio Justo, del cual en base a la Matriz POAM para la selección del país de destino, tomando como referencia datos estadísticos, documentales y fuentes secundarias que ayudaron al desarrollo del estudio.

3.7. PROCESAMIENTO, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

3.7.1. ANÁLISIS SITUACIONAL DEL COMERCIO JUSTO EN EL ECUADOR

3.7.1.1. PARTICIPACIÓN DE CERTIFICACIONES DEL COMERCIO JUSTO

Según el Ministerio de Comercio Exterior (2014), el Comercio Justo en el Ecuador representa aproximadamente el 1% del total de exportaciones no petroleras, la participación la tiene 42 organizaciones agrupadas en 10 empresas certificadas, las cuales comercializan 16 productos a nivel internacional con el sello de Comercio Justo.

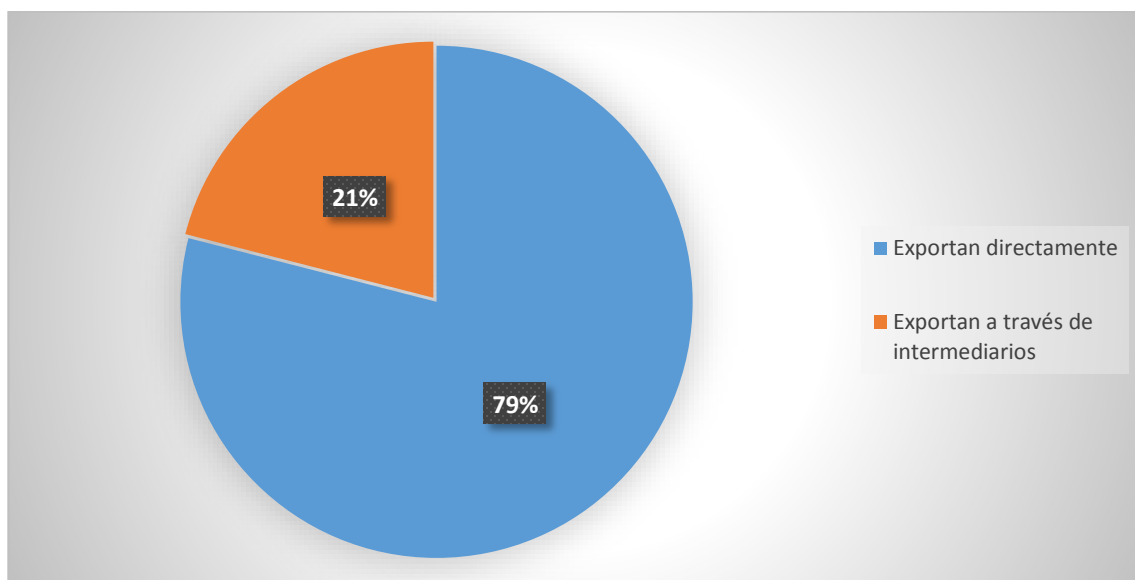
Tabla N° 7 Participación de certificaciones del comercio justo

Certificación	# Organizaciones	%
Fairtrade International (FLO) y Fairtrade USA	30	71%
WFTO (Organización Mundial de Comercio Justo)	6	14%
ECOCERT (Organismo de certificación para el desarrollo sostenible)	4	10%
IMO (Institute for Marketecology)	2	5%
Total	42	100%

Fuente: Ministerio de Comercio Exterior (Publicación Estrategia Ecuatoriana de Comercio Justo 2014- 2017)

Elaborado por: Jimmy Valdivieso

Gráfica N° 1 Participación en tipo de Exportación del Comercio Justo en el Ecuador

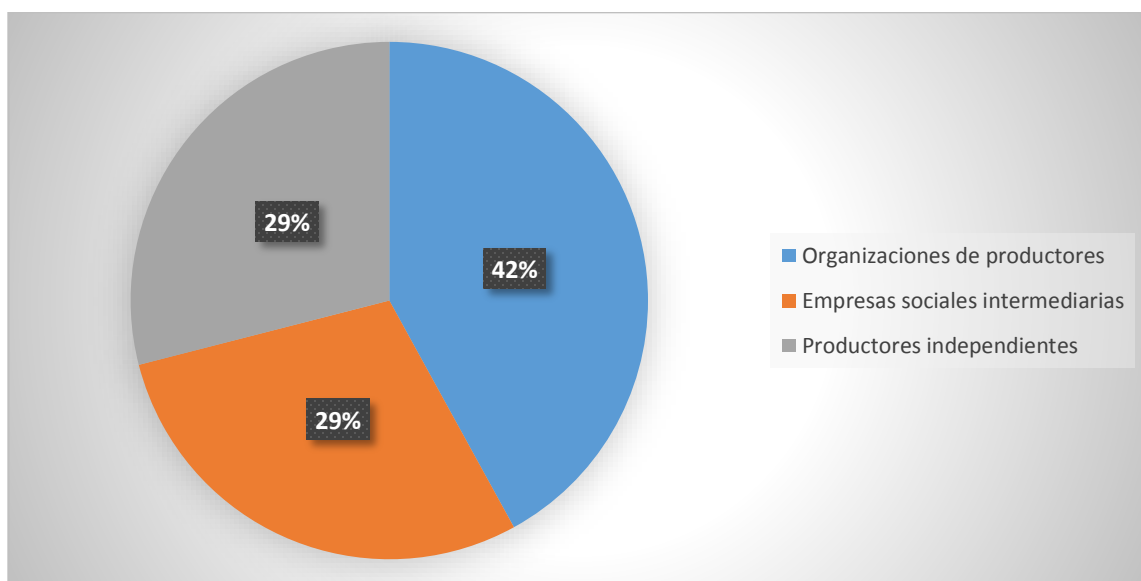


Fuente: Ministerio de Comercio Exterior (Publicación Estrategia Ecuatoriana de Comercio Justo 2014- 2017)

Elaborado por: Jimmy Valdivieso

Según el Ministerio de Comercio Exterior (2014), entre el 2007 y 2013 las exportaciones directamente son del 79% superior a las exportaciones a través de intermediarios, pero estas a su vez están compuestas de las siguientes organizaciones en su participación:

Gráfica N° 2 Participación de tipo de Organización en el Comercio Justo



Fuente: Ministerio de Comercio Exterior (Publicación Estrategia Ecuatoriana de Comercio Justo 2014- 2017)

Elaborado por: Jimmy Valdivieso

Las organizaciones de productores son los miembros que conforman la Coordinadora Ecuatoriana de Comercio Justo, las empresas sociales intermediarias son las FTSOs, FTOs y ONGs, estas son las Organizaciones de Apoyo de Comercio Justo, por último los productores independientes son organizaciones con certificación de comercio justo en el Ecuador, pero que no están asociados a la CECJ y trabajan independientemente en el Ecuador.

A continuación se detallan las organizaciones y actores que corresponden a la participación por tipo de organización en el comercio justo:

Organizaciones e instituciones participantes en el proceso 2015, por tipo de actor

COORDINADORA ECUATORIANA DE COMERCIO JUSTO, CECJ		
1	ASOCIACION	CERRO AZUL
2	ASOGUABO	
3	COPROBICH	
4	FAPECAFES	
5	FECAFEM	
6	FONMSOEAM	
7	FORTALEZA DEL VALLE	
8	JAMBI KIWA	
9	UNOCACE	
10	UROCAL	

ORGANIZACIONES DE COMERCIO JUSTO CERTIFICADAS POR WFTO	
1	WFTO Latinoamérica
2	MCCH
3	RELACC
4	Fundación Sinchi Sacha
5	Fundación Chankuap
6	KUEN S.A.
7	Corporación Grupo Salinas
8	FEPP - CAMARI

OTRAS ORGANIZACIONES DE COMERCIO JUSTO	
1	APAO TIERRA NUEVA
2	FUNDAMYF

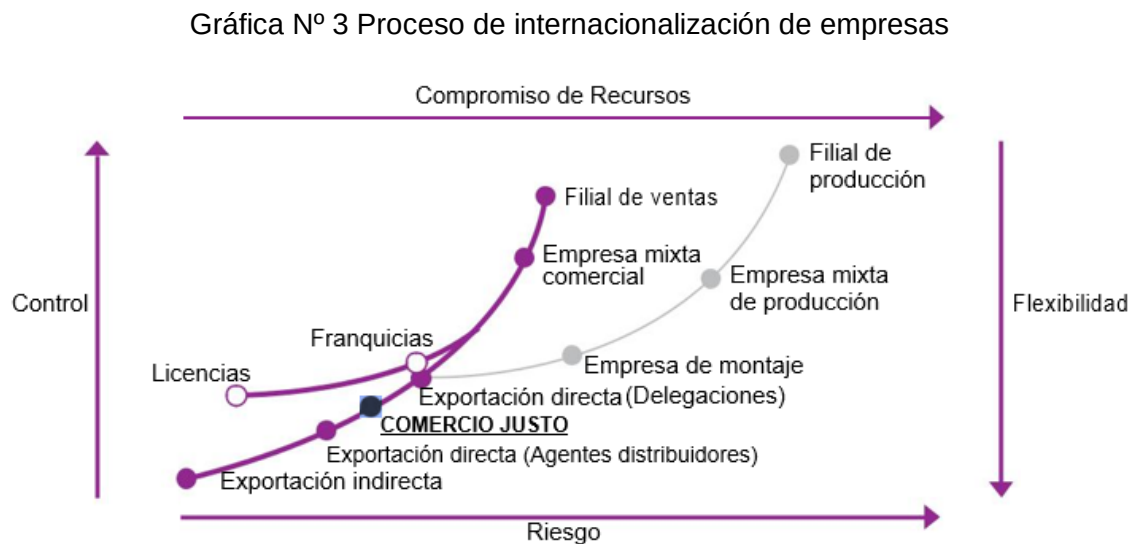
EMPRESAS PRIVADAS QUE TRABAJAN CON CADENAS PRODUCTIVAS	
1	PACARI
2	CAFÉ VALDEZ

Fuente: Ministerio de Comercio Exterior (Publicación Estrategia Ecuatoriana de Comercio Justo 2014- 2017)

Elaborado por: Jimmy Valdivieso

Como exponen las gráficas número 1 y 2, las organizaciones de productores es el más alto en porcentaje de participación de exportaciones directas que abarca el 79%, esto es favorable ya que en las estrategias de internacionalización de la empresas son de venta directa.

Según Araya (2009), el proceso de internacionalización de la empresa está en función del control, compromiso de recursos, riesgo y flexibilidad como lo muestra la siguiente gráfica:



Fuente: Araya, 2009

Elaborado por: Jimmy Valdivieso

El 78% de las exportaciones de comercio justo fueron de forma directa, eso quiere decir que se eliminó intermediarios innecesarios entre el productor y comerciante, además como muestra la anterior gráfica donde está ubicado el punto de Comercio justo, internacionalizar por venta directa tiene sus ventajas en la combinación adecuada, ya que tiene mayor flexibilidad entre el productor y comerciante para transmitir experiencias e innovaciones que caracterice al producto del comercio justo frente a la competencia.

La otra combinación está dada por menor control, compromiso de recursos y riesgo, estos factores de internacionalización son característicos en los compromisos del comercio justo ya que busca un nicho de mercado en el cual ayude a reducir la pobreza de los pequeños productores, de tal manera

asumiendo menor riesgo de precios inestables, pero para los factores de control y compromiso de recursos se da cuando la empresa desea invertir capital en países extranjeros, como se da en las empresas multinacionales en realizar inversiones extranjeras, pero realizar esto llevaría mayor riesgo para la empresa, ya que en algún momento puede caer en la quiebra a causa de la competencia y los precios inestables de los productos en el comercio tradicional.

3.7.1.2. PRECIOS MÍNIMOS Y PRIMA DE COMERCIO JUSTO

Fairtrade publica anualmente los precios mínimos para cada producto con el sello de Comercio Justo, además se publican las primas de Comercio Justo, todos estos valores son válidos para conocer detalles sobre los criterios del producto y requerimientos específicos que complementen o añadan a la información de precio mínimo y la prima de Comercio Justo.

La información esta presentada en una tabla, cada columna tiene un criterio específico, la estructura está compuesta de: Producto, calidad, forma, características del ítem, país/ región, tipo de producto, nivel de precio, unidad, cantidad, moneda, precio mínimo de comercio justo, prima de comercio justo y fecha de validez en caso de ser aplicable.

Tabla Nº 8 Tabla de precios mínimos para el Café

Criterio	Específico	de	Café
Producto			Arábigo
Calidad			Convencional
Forma			natural
Características del Producto			
	País / Región		a nivel mundial
	Tipo de Producto		OPP (Organización de Pequeños Productores)
	Nivel de precio		FOB

Términos especiales de precio	
Unidad	Libra
Cantidad	1
Moneda	USD
Precio mínimo Fairtrade	1,35
Prima Fairtrade	0,20 (de los cuales al menos 0,05 para productividad y/o calidad)
Fecha de validez	01/04/2011

Fuente: FAIRTRADE.NET, 2016

Elaborado por: Jimmy Valdivieso

3.7.1.3. Costo por la certificación de Comercio Justo

FLOCERT es una entidad de certificación y verificación de los productos de Fairtrade o más conocido como comercio justo, fue establecida en el 2003, el objetivo es alcanzar un comercio global más justo.

La adquisición de la certificación de comercio justo tiene un Sistema de Cuotas para Organizaciones de Pequeños Productores, regulada por FLOCERT, además la certificación es anual, cubren un periodo de 12 meses desde la fecha inicial de facturación y depende la certificación de la auditoría que se haya llevado para su adaptación.

Los procedimientos para la certificación de comercio justo son los siguientes:

Solicitud del Certificado Fairtrade

“A las organizaciones de pequeños productores que soliciten la Certificación Fairtrade se les cobra una cuota fija de 597 USD por el servicio de solicitud. Tengan en cuenta que la cuota de solicitud no es reembolsable”. (FLOCERT, 2015)

Solicitud para una excepción a los Criterios

“Para la solicitud de evaluación de una excepción de los Criterios Fairtrade y sus correspondientes Requisitos de Certificación FLOCERT facturará una cuota de 228 USD”. (FLOCERT, 2015)”

Cuota de Certificación inicial (primeros 12 meses)

Esta cuota se cobra una sola vez y deberá ser abonada antes de la auditoría inicial, además la cuota inicial se basa por el tipo de organización y el número de miembros de la organización que desea ser certificada con el sello de comercio justo.

Organizaciones de primer grado

Tabla N° 9 Cuota de Certificación inicial 1er grado

Tipo de Organización	Miembros	Cuota total facturada USD
1er grado	< 50	1.627
	50-100	2.321
	101-250	2.560
	251-500	2.787
	501-1000	3.482
	> 1000	3.949

Fuente: FLOCERT

Elaborado por: Jimmy Valdivieso

Los costos de la cuota inicial incluyen el primer producto, para la certificación de los productos adicionales serán facturados según el criterio de producto establecido por Fairtrade International.

Tabla N° 10 Cuota por producto adicional 1er grado

Tipo de Organización	Indicador	Cuota total facturada USD
1er grado	Producto adicional	204

Fuente: FLOCERT

Elaborado por: Jimmy Valdiviesor

Si la organización de 1er grado cuenta con instalaciones de procesamiento, se cobrarán costos por el número de trabajadores, estos pueden ser permanentes, estacionales y ocasionales:

Tabla N° 11 Cuota inicial para instalaciones de procesamiento 1er grado

Tipo de Organización	Indicador	Cuota total facturada USD
	Trabajadores por instalación de procesamiento	
1er grado	1-10 trabajadores	239
	11-100 trabajadores	466
	> 100 trabajadores	705

Fuente: FLOCERT

Elaborado por: Jimmy Valdivieso

Organizaciones de segundo y tercer grado

Tabla N° 12 Cuota de Certificación inicial 2do y 3er grado

Tipo de Organización	Miembros	Cuota total facturada USD
2do/ 3er grado	< 50	1.047
	50-100	1.161
	101-250	1.286
	251-500	1.400
	501-1000	1.741
	> 1000	1.980

Fuente: FLOCERT

Elaborado por: Jimmy Valdivieso

Tabla N° 13 Cuota por producto adicional 2do y 3er grado

Tipo de Organización	Indicador	Cuota total facturada USD
2do/ 3er grado	Producto adicional	204

Fuente: FLOCERT

Elaborado por: Jimmy Valdivieso

Tabla N° 14 Cuota inicial para instalaciones de procesamiento 2do y 3er grado

Tipo de Organización	Indicador	Cuota total facturada USD
	Trabajadores por instalación de procesamiento	
2do/ 3er grado	1-10 trabajadores	239
	11-100 trabajadores	466
	> 100 trabajadores	705

Fuente: FLOCERT

Elaborado por: Jimmy Valdivieso

Modificaciones en las cuotas de certificación

Las cuotas por la certificación de comercio justo se incrementarán o disminuirán según los siguientes factores:

- A los productores que exporten para otros productores se les facturará un 15% adicional sobre su cuota de certificación.
- FLOCERT se reserva el derecho de cargar costos adicionales a las cuotas de certificación si se superan los costos previstos para la auditoría. Podría deberse a días adicionales de auditoría (la tasa diaria es de 397 USD) y/o a costos de desplazamiento relacionados con la auditoría (gastos estimados de viaje más un 20% de contingencia).
- Si FLOCERT identifica que se ha comercializado con productos Fairtrade antes de la emisión del permiso de comercialización, se facturará el doble de la parte proporcional de la cuota anual de certificación desde la fecha de la primera venta hasta la fecha de emisión del permiso de comercialización. (como máximo 5551 USD)
- Se aplicará un descuento del 12% para la emisión del certificado orgánico, su vigilancia y auditorías de renovación
- La cuota anual de certificación no incluye los gastos de viaje entre las diferentes filiales de una misma organización. (FLOCERT, 2015)

3.7.1.4. EXPORTACIONES DE LA COORDINADORA ECUATORIANA DE COMERCIO JUSTO - CECJ

Tabla N° 15 Exportaciones de la Coordinadora Ecuatoriana de Comercio Justo del 2010 al 2015 en valor FOB USD

Miembros del Comercio Justo	Total FOB USD						Tasa de Crecimiento 2010 -2015
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	
ASOCIACIÓN CERRO AZUL	3.099.912,76	4.992.804,23	7.053.595,37	15.016.416,23	15.192.834,48	19.631.492,09	36,02%
ASOGUABO	13.394.872,82	11.628.652,88	10.668.365,78	7.641.908,12	6.761.761,32	9.657.347,79	-5,31%
COPROBICH	77.842,16	103.594,10	126.701,98	67.684,80	400.281,90	604.034,08	40,70%
FAPECAFES	1.337.964,71	2.723.324,09	2.381.742,86	868.151,76	779.158,61	1.004.006,02	-4,67%
FECAFEM	161.075,22	194.720,92	0,00	85.709,00	49.985,40	0,00	-17,72%
FONMSOEAM	58.629,55	399.413,98	342.664,08	418.381,50	106.156,50	743.095,50	52,69%
CORPORACIÓN FORTALEZA DEL VALLE	0,00	0,00	910.785,47	898.669,43	482.202,10	1.564.512,69	9,44%
JAMBI KIWA	148.740,20	202.463,40	170.225,60	254.350,60	156.697,78	1.564.512,69	48,02%
UNOCACE	3.306.701,12	4.093.384,75	2.419.643,69	2.304.362,26	1.035.438,61	1.564.512,69	-11,73%
UROCAL	1.337.914,98	2.316.758,71	2.177.805,53	1.530.578,71	668.646,00	2.791.243,24	13,04%
TOTAL CECJ	22.925.663,52	26.657.128,06	26.253.542,36	29.088.225,41	25.635.176,70	39.126.771,79	9,32%

Fuente: CobusGroup

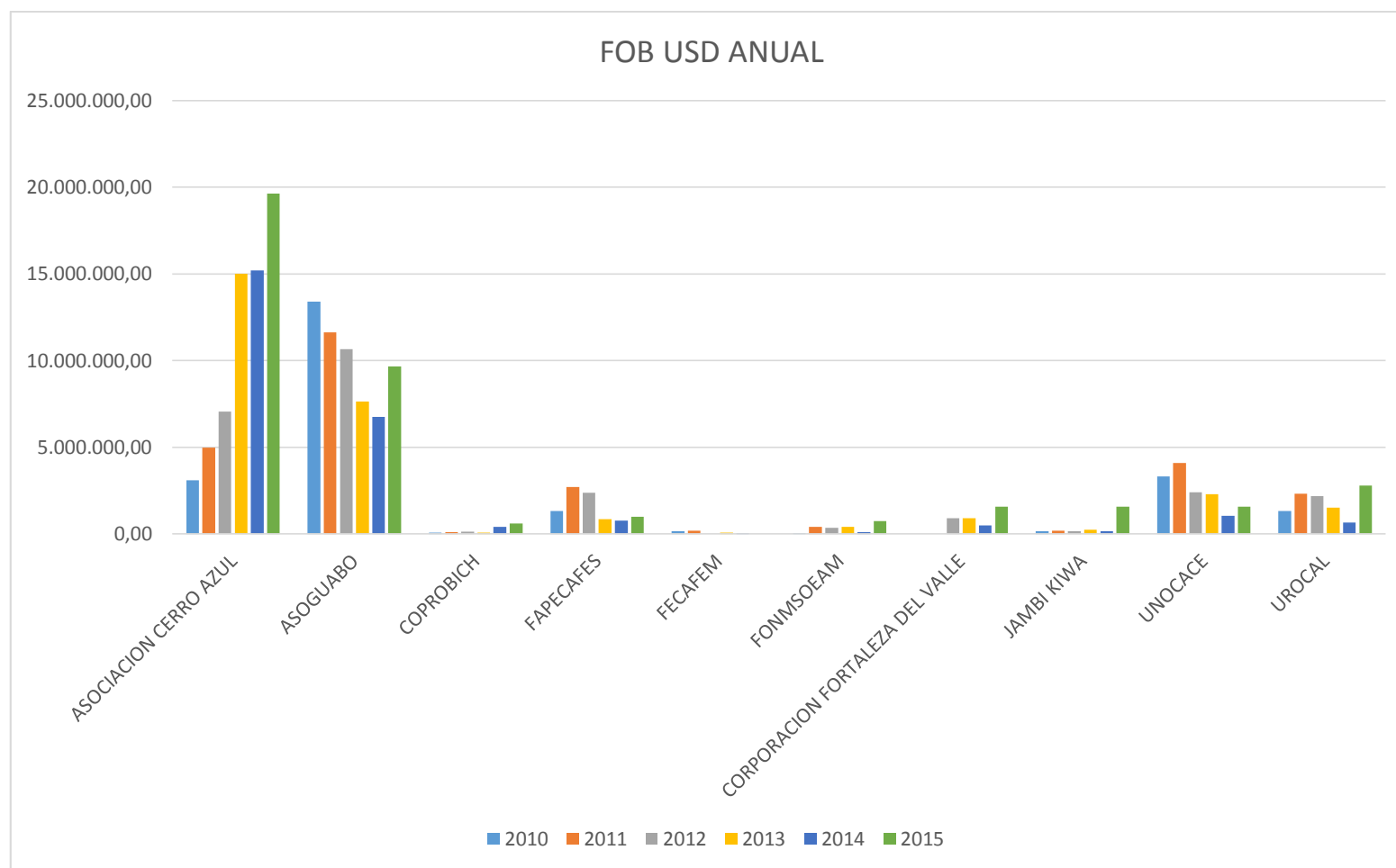
Elaborado por: Jimmy Valdivieso

La fórmula para calcular la tasa de crecimiento anual es:

$$\text{Tasa de crecimiento anual} = \left(\left(\frac{f}{s} \right)^{\frac{1}{y}} - 1 \right) \times 100$$

Donde f es el valor final, s es el valor inicial y “Y” es la cantidad de años.

Gráfica N° 4 Exportaciones de la Coordinadora Ecuatoriana de Comercio Justo del 2010 al 2015 en valor FOB USD Anual



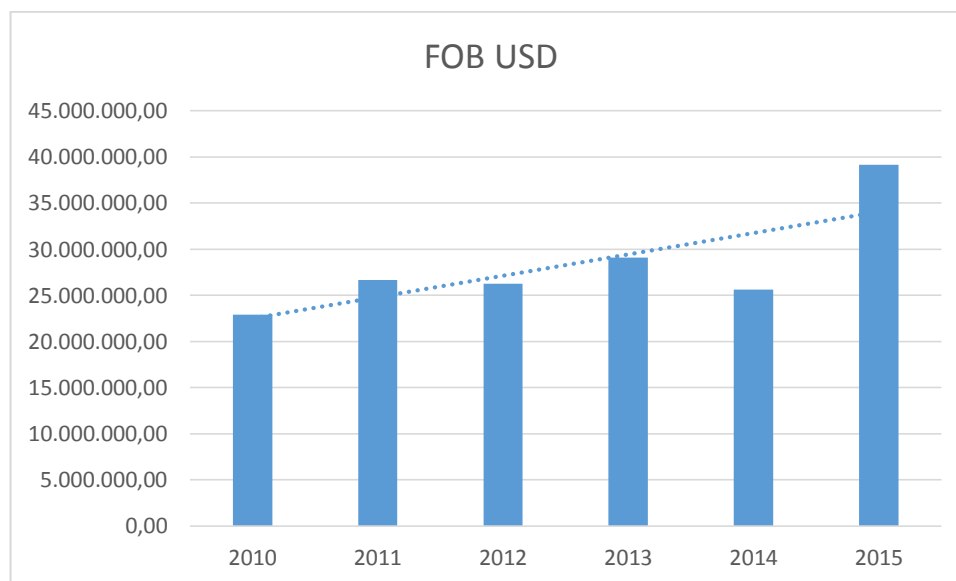
Fuente: CobusGroup
Elaborado por: Jimmy Valdivieso

EL 60% de los miembros de la CECJ, han tenido una tendencia creciente en sus exportaciones, FONMSOEAM con el 52,69% es el miembro con mayor porcentaje de tasa de crecimiento en sus exportaciones en valor FOB USD del periodo 2010 - 2015, su producción está dedicada a la comercialización del cacao y sus elaborados.

Por otro lado los miembros productores de café que son FAPECAFES y FECAFEM su tendencia de crecimiento ha sido negativa con un porcentaje del -4,67% y -17,72% respectivamente, de tal manera las exportaciones de café empezaron a decaer desde el año 2011.

FECAFEM es el miembro que menos ha exportado en valor FOB USD y no tuvo participación en las exportaciones de los años 2012 y 2015, además su participación en la CEJ es tan solo del 0,29% en FOB USD, para FAPECAFES su participación es de 5,36% en FOB USD.

Gráfica N° 5 Exportaciones de la Coordinadora Ecuatoriana de Comercio Justo del 2010 al 2015 en valor FOB USD Anual

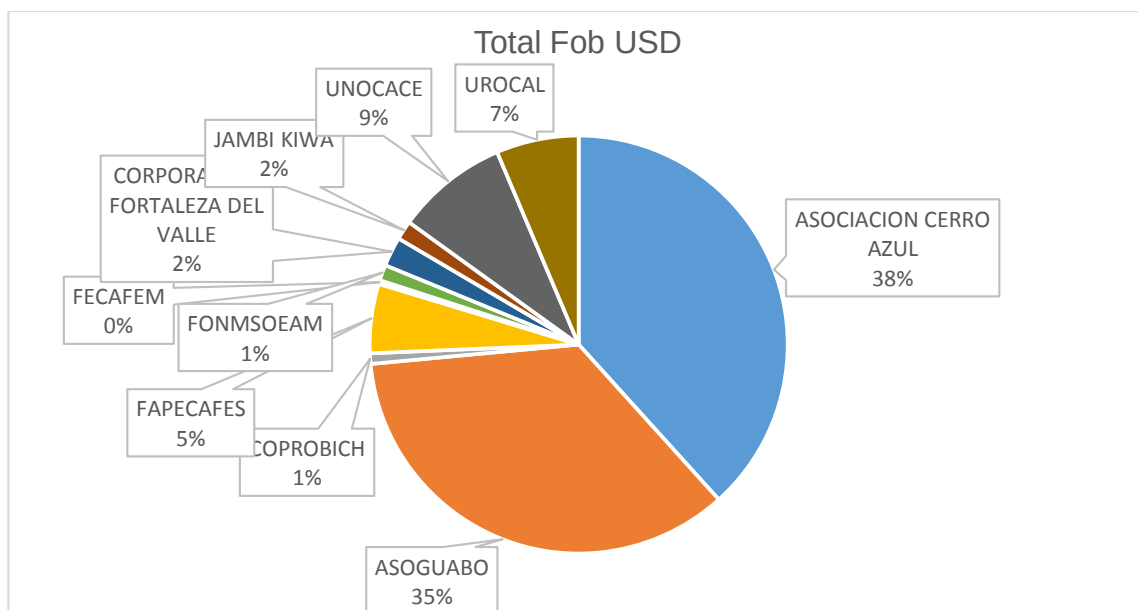


Fuente: CobusGroup

Elaborado por: Jimmy Valdivieso

El total de exportaciones de la Coordinadora Ecuatoriana de Comercio Justo tuvo una tasa de crecimiento anual del 9,32% del valor FOB USD, su tendencia es creciente para los próximos años.

Gráfica N° 6 Exportaciones de la Coordinadora Ecuatoriana de Comercio Justo del 2010 al 2015 en valor FOB USD Anual



Fuente: CobusGroup

Elaborado por: Jimmy Valdiviesor

Como muestra la gráfica número 6, la Asociación Cerro Azul y ASOGUABO son productoras de banano y sus elaborados, las dos asociaciones son las más altas en exportación de productos de comercio justo del periodo 2010 - 2015, entre las dos asociaciones cubren el 73,52% FOB USD, por otro lado las asociaciones FAPECAFES y FECAFEM, son productoras de café y entre las dos cubren el 5,65% FOB USD.

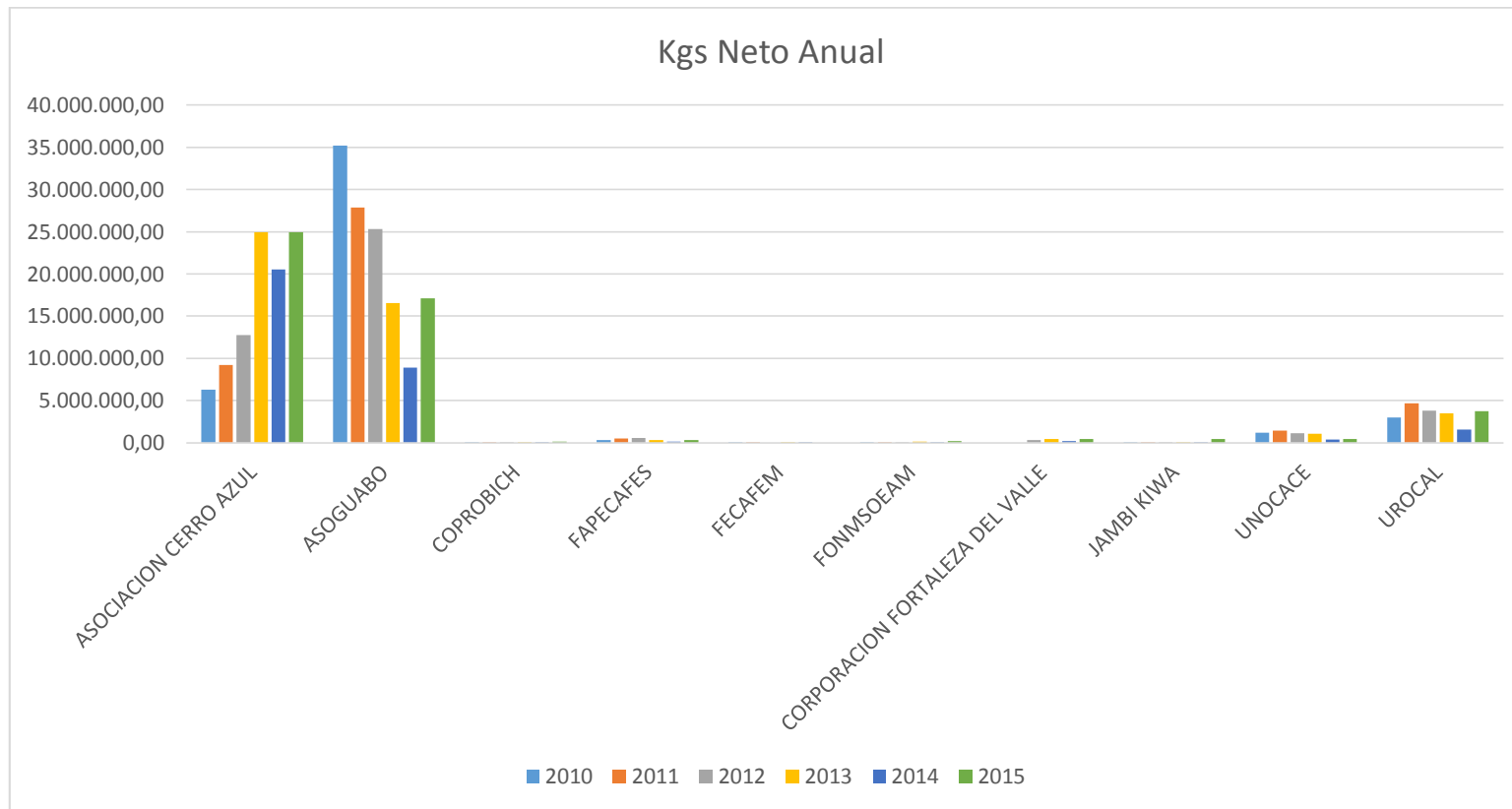
Gráfica N° 7 Exportaciones de la Coordinadora Ecuatoriana de Comercio Justo del 2010 al 2015 en valor KGS NETO

Miembros del Comercio justo	Total KGS NETO						Tasa de Crecimiento 2010 -2015
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	
ASOCIACIÓN CERRO AZUL	6.305.160,68	9.201.899,40	12.780.053,65	24.956.417,84	20.523.949,46	24.914.023,36	25,74%
ASOGUABO	35.199.412,33	27.864.648,18	25.320.838,19	16.543.954,24	8.923.404,40	17.110.516,61	-11,33%
COPROBICH	26.244,00	35.082,40	37.156,88	19.839,20	69.124,00	111.208,00	27,21%
FAPECAFES	331.925,76	484.469,10	542.185,01	291.528,10	151.827,53	298.498,33	-1,75%
FECAFEM	37.950,00	37.950,00	0,00	3.149,25	18.975,00	0,00	-10,91%
FONMSOEAM	10.600,00	64.268,16	66.018,00	99.912,00	24.978,00	174.846,00	59,55%
CORPORACIÓN FORTALEZA DEL VALLE	0,00	0,00	300.012,00	415.656,00	175.329,00	450.846,00	7,02%
JAMBI KIWA	17.679,14	22.786,59	15.726,46	22.786,65	13.240,47	450.846,00	71,56%
UNOCACE	1.159.650,00	1.461.334,80	1.095.919,70	1.036.579,00	363.059,00	450.846,00	-14,57%
UROCAL	2.995.544,58	4.674.895,54	3.825.478,32	3.477.161,94	1.533.445,44	3.735.819,83	3,75%
TOTAL CECJ	46.086.176,49	43.849.345,17	43.985.400,20	46.868.997,22	31.799.346,30	47.699.465,13	0,58%

Fuente: CobusGroup

Elaborado por: Jimmy Valdiviesor

Gráfica N° 8 Exportaciones de la Coordinadora Ecuatoriana de Comercio Justo del 2010 al 2015 en valor KGS NETO



Fuente: CobusGroup

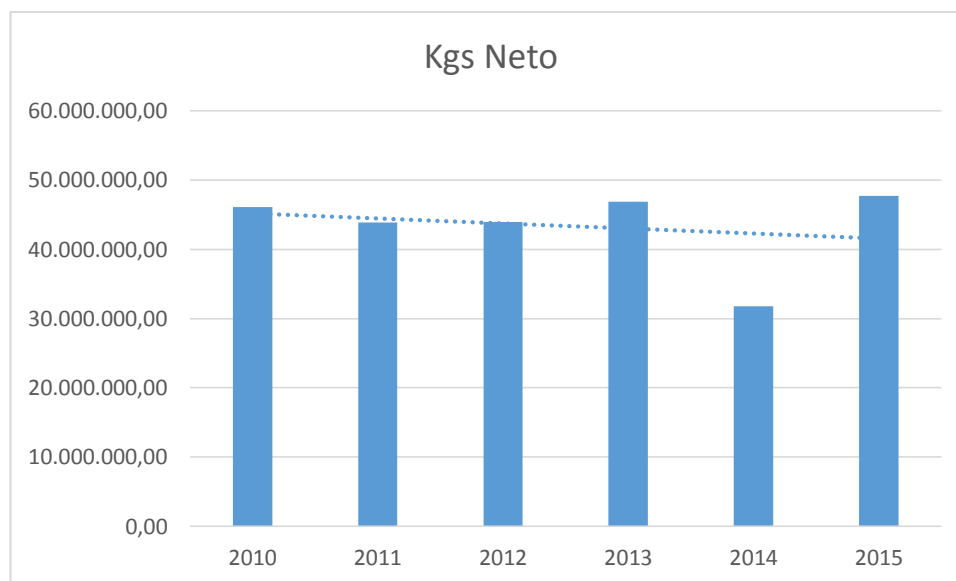
Elaborado por: Jimmy Valdivieso

EL 60% de los miembros de la CECJ, han tenido una tendencia creciente en sus exportaciones, JAMBI KIWA con el 91,12% es el miembro con mayor porcentaje de tasa de crecimiento en sus exportaciones en valor KGS NETO del periodo 2010 - 2015, su producción está dedicada a la comercialización de Aromáticas y sus elaborados.

Por otro lado los miembros productores de café que son FAPECAFES y FECAFEM su tendencia ha sido decreciente con un porcentaje del 1,75% y 10,91% respectivamente, de tal manera las exportaciones de café empezaron a decaer desde el año 2012.

FECAFEM es el miembro que menos ha exportado en KGS NETO y no tuvo participación en las exportaciones de los años 2012 y 2015, además su participación en la CEJ es tan solo del 0,04% en KGS NETO, para FAPECAFES su participación es del 0,81% en KGS NETO.

Gráfica N° 9 Exportaciones de la Coordinadora Ecuatoriana de Comercio Justo del 2010 al 2015 en valor KGS NETO

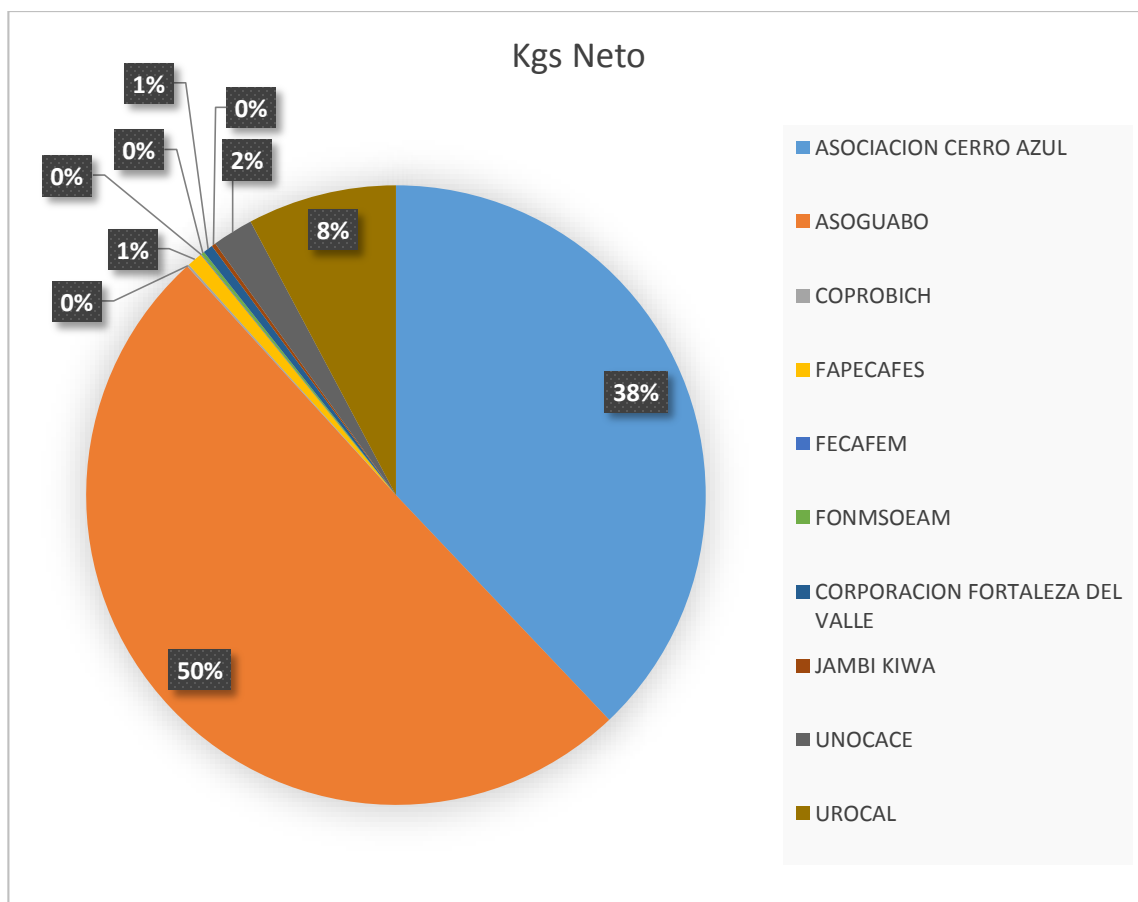


Fuente: CobusGroup

Elaborado por: Jimmy Valdivieso

El total de exportaciones de la Coordinadora Ecuatoriana de Comercio Justo tuvo una tasa de crecimiento anual del 0,69% en Kgs Neto, su tendencia es creciente para los próximos años.

Gráfica N° 10 Exportaciones de la Coordinadora Ecuatoriana de Comercio Justo del 2010 al 2015 en valor KGS NETO



Fuente: CobusGroup

Elaborado por: Jimmy Valdivieso

Como muestra la gráfica N° 10, la Asociación Cerro Azul y ASOGUABO son productoras de banano y sus elaborados, las dos asociaciones son las más altas en exportación de productos de comercio justo del periodo 2010 - 2015, entre las dos asociaciones cubren el 88,23% KGS NETO, por otro lado las asociaciones FAPECAFES y FECAFEM, son productoras de café y entre las dos cubren el 0,84% KGS NETO.

Las exportaciones de todos los productos de CECJ con certificación de comercio justo han crecido en un 0,58% por año, en el 2014 se registró el valor más bajo de FOB en dólares americanos entre el periodo del 2010 al 2015, pero las estrategias de exportación en el 2015 se registró el valor más alto de FOB USD, dando un efectividad de crecimiento.

Tabla N° 16 Exportaciones de la Coordinadora Ecuatoriana de Comercio Justo por subpartida arancelaria del 2010 al 2015 en valor FOB USD

#	Subpartida arancelaria	Producto	2010	2011	2012	2013	2014	2015	Total FOB USD	% FOB USD
			FOB USD	FOB USD	FOB USD	FOB USD	FOB USD	FOB USD		
1	0803.00.11.00	BANANOS CAVENDISH	18.025.320,95	19.570.379,47	21.575.302,73	0,00	4.224.646,86	6.430.989,90	69.826.639,91	41,15%
2	0803.00.13.00	BANANO ORITO	187,90	72.999,81	7.981,91	0,00	0,00	0,00	81.169,62	0,05%
3	0803.90.11.00	BANANA ORGÁNICO	0,00	0,00	91.402,10	25.509.438,63	19.400.633,22	27.952.669,12	72.954.143,07	42,99%
4	0901.11.90.00	CAFÉ LAVADO EN GRANO	435.637,98	2.242.374,16	1.701.092,37	458.141,74	434.665,44	541.386,56	5.813.298,25	3,43%
5	0901.21.20.00	CAFÉ TOSTADO ORGÁNICO	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	69.030,83	69.030,83	0,04%
6	0901.90.00.00	CAFÉ LIOFIZADO	0,00	38.350,46	60.361,76	0,00	0,00	34.534,28	133.246,49	0,08%
7	1008.50.10.00	QUINUA	67.714,29	9.007,41	85.460,36	21.636,61	250.069,03	402.236,43	836.124,12	0,49%
8	1008.90.90.00	QUINUA ORGANICA	0,00	78.260,71	19.322,64	22.464,35	0,00	0,00	120.047,71	0,07%
9	1211.90.60.00	INFUSIONES AROMATICAS	63.691,07	169.966,70	140.777,20	165.725,61	97.894,16	0,00	638.054,74	0,38%
10	1301.90.90.00	RESINAS NATURALES	0,00	589,35	0,00	0,00	0,00	0,00	589,35	0,00%
11	1701.99.10.00	AZÚCAR BLANCA	0,00	0,00	39.380,61	0,00	0,00	0,00	39.380,61	0,02%
12	1801.00.19.00	CACAO EN GRANO	2.877.506,86	3.730.502,24	1.855.400,97	2.359.581,28	1.014.382,57	3.672.291,89	15.509.665,82	9,14%
13	1803.10.00.00	PASTA DE CACAO SIN DESGRASAR	49.876,66	334.304,97	348.465,60	0,00	55,98	0,00	732.703,21	0,43%
14	1804.00.12.00	MANTECA DE CACAO	150.249,17	50.307,86	55.167,17	19.106,84	0,00	0,00	274.831,04	0,16%
15	1805.00.00.00	POLVO DE CACAO	0,00	0,00	0,00	2.426,86	0,00	0,00	2.426,86	0,00%
16	2007.99.91.00	MERMELADA PAPAYA - MARACUYÁ	0,00	0,00	1.746,63	2.802,25	0,00	0,00	4.548,88	0,00%
17	2007.99.92.00	MERMELADA DE GUAYABA ORGÁNICA	0,00	0,00	0,00	0,00	6.578,43	0,00	6.578,43	0,00%
18	2008.11.10.00	PASTA DE MANÍ	0,00	0,00	0,00	10.806,16	13.769,72	17.278,54	41.854,42	0,02%
19	2008.11.90.00	MANÍ ORGÁNICO	0,00	0,00	0,00	0,00	3.158,40	6.336,93	9.495,33	0,01%
20	2008.99.90.00	DURAZNOS EN ALMÍBAR	1.255.478,65	360.084,92	271.647,68	460.250,21	140.235,80	0,00	2.487.697,26	1,47%
21	2101.11.00.00	CAFÉ SOLUBLE	0,00	0,00	0,00	55.844,87	49.087,09	0,00	104.931,96	0,06%
22	9806.00.00.00	MUESTRA DE PRODUCTOS POSCOSECHA	0,00	0,00	32,63	0,00	0,00	0,00	32,63	0,00%
23	9807.20.40.00	MUESTRA DE ECUADOR CAFÉ ARÁBICA	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	11,99	11,99	0,00%
24	9807.20.90.90	MUESTRA DE CAFÉ SIN VALOR COMERCIAL	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	5,33	5,33	0,00%
Total			22.925.663,52	26.657.128,06	26.253.542,36	29.088.225,41	25.635.176,70	39.126.771,79	169.686.507,84	100,00%

Fuente: CobusGroup

Elaborado por: Jimmy Valdivieso

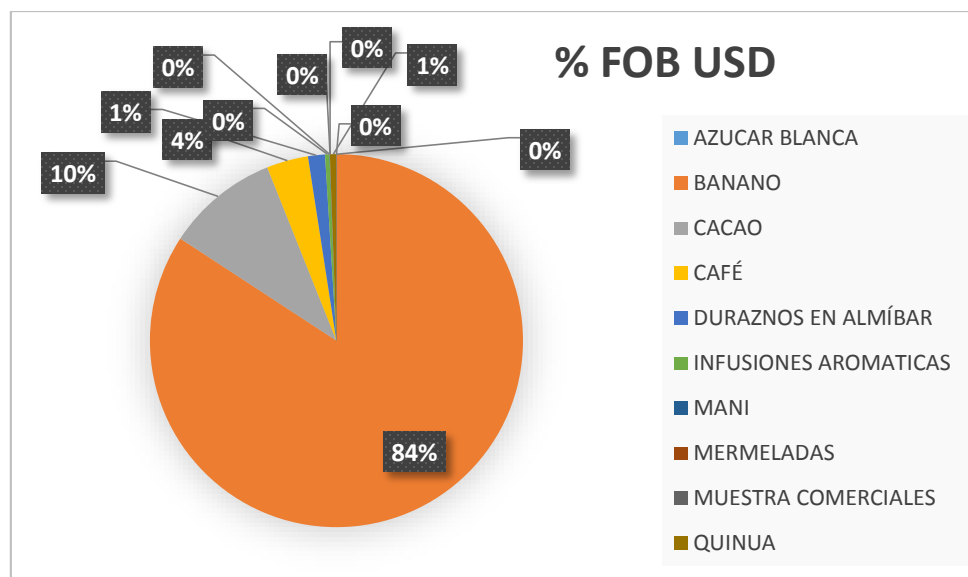
Tabla N° 17 Exportaciones de principales productos de la Coordinadora Ecuatoriana de Comercio Justo del 2010 al 2015 en valor FOB USD

#	Producto	2010	2011	2012	2013	2014	2015	Total FOB USD	% FOB USD	RANKING FOB USD
		FOB USD	FOB USD	FOB USD	FOB USD	FOB USD	FOB USD			
1	AZÚCAR BLANCA	0,00	0,00	39.380,61	0,00	0,00	0,00	39.380,61	0,02%	8
2	BANANO	18.025.508,84	19.643.379,28	21.674.686,74	25.509.438,63	23.625.280,09	34.383.659,02	142.861.952,60	84,19%	1
3	CACAO	3.077.632,69	4.115.115,07	2.259.033,74	2.381.114,99	1.014.438,55	3.672.291,89	16.519.626,92	9,74%	2
4	CAFÉ	435.637,98	2.280.724,62	1.761.454,13	513.986,61	483.752,53	644.951,66	6.120.507,53	3,61%	3
5	DURAZNOS EN ALMÍBAR	1.255.478,65	360.084,92	271.647,68	460.250,21	140.235,80	0,00	2.487.697,26	1,47%	4
6	INFUSIONES AROMÁTICAS	63.691,07	169.966,70	140.777,20	165.725,61	97.894,16	0,00	638.054,74	0,38%	6
7	MANÍ	0,00	0,00	0,00	10.806,16	16.928,12	23.615,47	51.349,75	0,03%	7
8	MERMELADAS	0,00	0,00	1.746,63	2.802,25	6.578,43	0,00	11.127,31	0,01%	9
9	MUESTRA COMERCIALES	0,00	0,00	32,63	0,00	0,00	17,31	49,94	0,00%	11
10	QUINUA	67.714,29	87.268,12	104.783,00	44.100,96	250.069,03	402.236,43	956.171,82	0,56%	5
11	RESINAS NATURALES	0,00	589,35	0,00	0,00	0,00	0,00	589,35	0,00%	10
TOTAL		22.925.663,52	26.657.128,06	26.253.542,36	29.088.225,41	25.635.176,70	39.126.771,79	169.686.507,84	100,00%	

Fuente: CobusGroup

Elaborado por: Jimmy Valdivieso

Gráfica N° 11 Exportaciones de principales productos de la Coordinadora Ecuatoriana de Comercio Justo del 2010 al 2015 en valor FOB USD



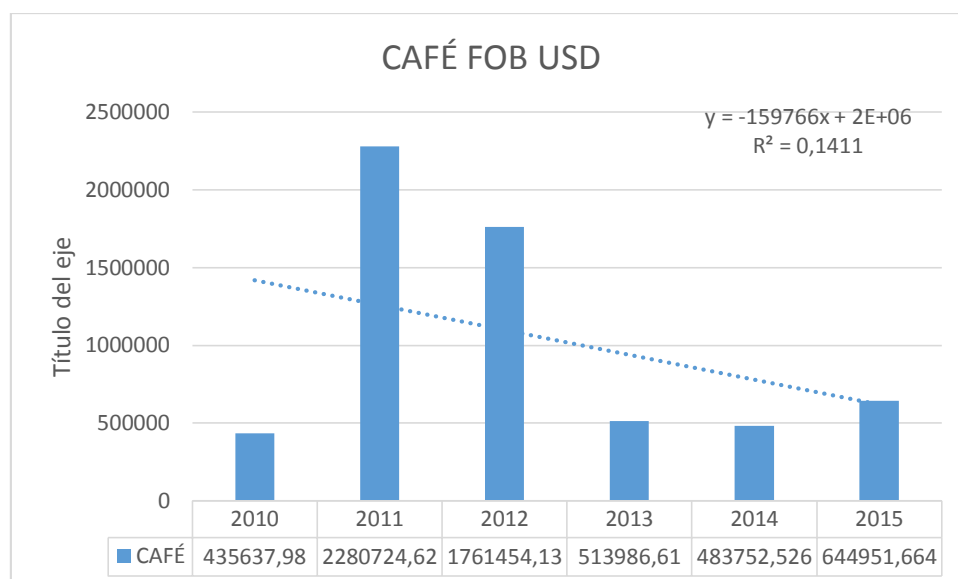
Fuente: CobusGroup

Elaborado por: Jimmy Valdivieso

Según la tabla número 11, la CECJ del año 2010 al 2015, por subpartida arancelaria ha exportado 23 productos agrícolas, además ha exportado algunas muestras comerciales para flexibilizar las negociaciones con los comerciantes del comercio justo.

El producto con mayor exportación ha sido el banano, mientras que el café apenas ocupa el 3,61% siendo el tercer producto más vendido con certificación de comercio justo en el Ecuador.

Gráfica N° 12 Exportaciones de café de la Coordinadora Ecuatoriana de Comercio Justo del 2010 al 2015 en valor FOB USD



Fuente: CobusGroup

Elaborado por: Jimmy Valdivieso

Las exportaciones de café con certificación de comercio justo ha decrecido su tendencia en el periodo del 2010 al 2015, como muestra la gráfica 12 en el año 2013 el valor FOB USD del café bajó el 71% en comparación al año 2012, la causa de la baja exportación en el 2013 se debe a una enfermedad producido por el hongo la Roya, es una las siete enfermedades más catastróficas de toda la historia en los últimos 100 años, esta provoca la pérdida de producción de café.

El 31 de octubre de 2013, el MAGAP declaró en estado de emergencia para controlar la Roya del café en todas las provincias del Ecuador, Mediante Resolución No. 391-2013 del MAGAP puso en ejecución inmediata el Proyecto de Reactivación de Café y Cacao Nacional Fino de Aroma, para contrarrestar los problemas causado por el hongo de la Roya (*Hemileia Vastarix*), según el sitio web revistaencontexto.com, los factores que facilitan la propagación de la roya son tres: El agua, Insectos y el Clima.

El agua da la existencia de una epidemia de roya ya que requiere de lluvia para la dispersión y liberación de esporas. En la India hay especies de insectos que se alimentan de pústulas de la roya y llevan esporas en su cuerpo las cuales contaminan las plantaciones de café en una alta propagación.

La roya necesita un clima con condiciones especiales para parasitar la hoja, en algunas regiones productoras de américa, en los últimos años se han presentado alteraciones climáticas debido al aumento de precipitaciones, cambios de temperatura, disminución del brillo solar y alta humedad.

Todos estos factores ha causado la epidemia de la Roya en las plantaciones de café ecuatoriano que carecen de genes de resistencia al hongo la Roya.

El MAGAP empleo como estrategia para mitigar la emergencia del sector productivo del café la entrega de semillas de café importadas desde Brasil, la semilla es de alta productividad y tiene tolerancia al hongo de la Roya.

Cabe destacar que un cafeto recién sembrado, demora 4 años para comenzar a producir, estos nos daría una proyección que a partir del 2016 y 2017 empezaría a crecer la producción de café en el Ecuador.

Tabla N° 18 Exportaciones de la Coordinadora Ecuatoriana de Comercio Justo por subpartida arancelaria del 2010 al 2015 en valor KGS NETO

#	Subpartida arancelaria	Producto	2010 KGS NETO	2011 KGS NETO	2012 KGS NETO	2013 KGS NETO	2014 KGS NETO	2015 KGS NETO	Total KGS NETO	% KGS NETO
1	0803.00.11.00	BANANOS CAVENDISH	44.468.167,58	42.857.882,70	42.774.728,94	0,00	5.419.167,65	11.240.129,68	146.760.076,55	56,38%
2	0803.00.13.00	BANANO ORITO	287,41	180.320,88	9.097,55	0,00	0,00	0,00	189.705,85	0,07%
3	0803.90.11.00	BANANA ORGÁNICO	0,00	0,00	208.518,45	45.516.358,11	25.858.459,19	35.170.374,34	106.753.710,09	41,01%
4	0901.11.90.00	CAFÉ LAVADO EN GRANO	124.160,57	412.869,48	382.530,07	169.493,84	91.406,89	175.495,48	1.355.956,32	0,52%
5	0901.21.20.00	CAFÉ TOSTADO ORGÁNICO	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	13.606,87	13.606,87	0,01%
6	0901.90.00.00	CAFÉ LIOFILIZADO	0,00	5.228,73	2.487,02	0,00	0,00	3.122,47	10.838,23	0,00%
7	1008.50.10.00	QUINUA	24.410,39	2.974,97	27.128,31	6.967,42	41.977,07	73.054,04	176.512,21	0,07%
8	1008.90.90.00	QUINUA ORGÁNICA	0,00	26.844,81	7.048,24	5.952,05	0,00	0,00	39.845,10	0,02%
9	1211.90.60.00	INFUSIONES AROMÁTICAS	6.346,54	19.270,69	12.419,47	14.838,88	8.040,57	0,00	60.916,16	0,02%
10	1301.90.90.00	RESINAS NATURALES	0,00	97,75	0,00	0,00	0,00	0,00	97,75	0,00%
11	1701.99.10.00	AZÚCAR BLANCA	0,00	0,00	18.905,86	0,00	0,00	0,00	18.905,86	0,01%
12	1801.00.19.00	CACAO EN GRANO	1.078.716,26	75.121,65	375.186,48	1.010.772,81	342.086,05	1.019.812,91	3.901.696,16	1,50%
13	1803.10.00.00	PASTA DE CACAO SIN DESGRASAR	9.673,38	53.932,05	60.148,89	0,00	30,36	0,00	123.784,68	0,05%
14	1804.00.12.00	MANTECA DE CACAO	19.439,76	16.808,61	7.186,44	4.395,66	0,00	0,00	47.830,47	0,02%
15	1805.00.00.00	POLVO DE CACAO	0,00	0,00	0,00	8.872,73	0,00	0,00	8.872,73	0,00%
16	2007.99.91.00	MERMELADA PAPAYA - MARACUYÁ	0,00	0,00	970,09	560,14	0,00	0,00	1.530,23	0,00%
17	2007.99.92.00	MERMELADA DE GUAYABA ORGÁNICA	0,00	0,00	0,00	0,00	4.263,05	0,00	4.263,05	0,00%
18	2008.11.10.00	PASTA DE MANÍ	0,00	0,00	0,00	1.325,11	1.559,17	1.985,52	4.869,80	0,00%
19	2008.11.90.00	MANÍ ORGÁNICO	0,00	0,00	0,00	0,00	841,68	1.877,25	2.718,93	0,00%
20	2008.99.90.00	DURAZNOS EN ALMÍBAR	354.974,60	197.992,85	99.038,07	127.409,64	26.751,88	0,00	806.167,03	0,31%
21	2101.11.00.00	CAFÉ SOLUBLE	0,00	0,00	0,00	2.050,82	4.762,74	0,00	6.813,56	0,00%
22	9806.00.00.00	MUESTRA DE PRODUCTOS POSCOSECHA	0,00	0,00	6,32	0,00	0,00	0,00	6,32	0,00%
23	9807.20.40.00	MUESTRA DE ECUADOR CAFÉ ARÁBICA	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	6,57	6,57	0,00%
24	9807.20.90.90	MUESTRA DE CAFÉ SIN VALOR COMERCIAL	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00%
Total			46.086.176,49	43.849.345,17	43.985.400,20	46.868.997,22	31.799.346,30	47.699.465,13	260.288.730,51	100,00%

Fuente: CobusGroup

Elaborado por: Jimmy Valdivieso

Son 23 productos exportados por subpartida arancelaria en el Comercio Justo, también se han exportado muestras comerciales de café para flexibilizar las negociaciones con los comerciantes de Comercio Justo en los mercados Internacionales. La subpartida arancelaria que mayor participación tuvo en el periodo 2010 y 2015 fue la 0803.00.11.00 que corresponde a BANANOS CAVENDISH, esta ocupa el 56,38% en valor Kgs Neto, el caso del café apenas ocupa el 1% entre sus cuatro variedades que son café lavado en grano, café tostado orgánico, café liofilizado y café soluble.

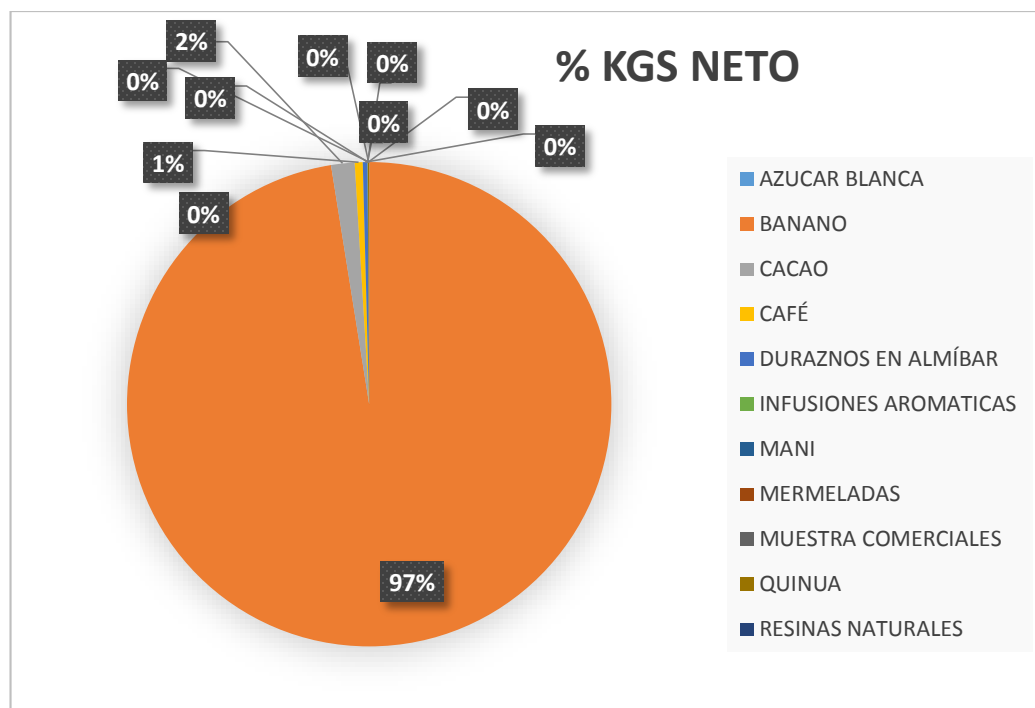
Tabla Nº 19 Exportaciones de principales productos de la Coordinadora Ecuatoriana de Comercio Justo del 2010 al 2015
en valor KGS NETO

#	Producto	2010	2011	2012	2013	2014	2015	Total KGS NETO	% KGS NETO	RANKING KGS NETO
		KGS NETO	KGS NETO	KGS NETO	KGS NETO	KGS NETO	KGS NETO			
1	AZÚCAR BLANCA	0,00	0,00	18.905,86	0,00	0,00	0,00	18.905,86	0,01%	7
2	BANANO	44.468.454,99	43.038.203,58	42.992.344,95	45.516.358,11	31.277.626,84	46.410.504,02	253.703.492,49	97,47%	1
3	CACAO	1.107.829,40	145.862,31	442.521,81	1.024.041,20	342.116,41	1.019.812,91	4.082.184,04	1,57%	2
4	CAFÉ	124.160,57	418.098,21	385.017,09	171.544,66	96.169,63	192.224,82	1.387.214,98	0,53%	3
5	DURAZNOS EN ALMÍBAR	354.974,60	197.992,85	99.038,07	127.409,64	26.751,88	0,00	806.167,03	0,31%	4
6	INFUSIONES AROMÁTICAS	6.346,54	19.270,69	12.419,47	14.838,88	8.040,57	0,00	60.916,16	0,02%	6
7	MANÍ	0,00	0,00	0,00	1.325,11	2.400,85	3.862,77	7.588,73	0,00%	8
8	MERMELADAS	0,00	0,00	970,09	560,14	4.263,05	0,00	5.793,28	0,00%	9
9	MUESTRA COMERCIALES	0,00	0,00	6,32	0,00	0,00	6,57	12,89	0,00%	11
10	QUINUA	24.410,39	29.819,79	34.176,54	12.919,47	41.977,07	73.054,04	216.357,31	0,08%	5
11	RESINAS NATURALES	0,00	97,75	0,00	0,00	0,00	0,00	97,75	0,00%	10
TOTAL		46.086.176,49	43849345,17	43985400,2	46868997,22	31799346,3	47699465,13	260.288.730,51	100,00%	

Fuente: CobusGroup

Elaborado por: Jimmy Valdivieso

Gráfica N° 13 Exportaciones de principales productos de la Coordinadora Ecuatoriana de Comercio Justo del 2010 al 2015 en valor KGS NETO

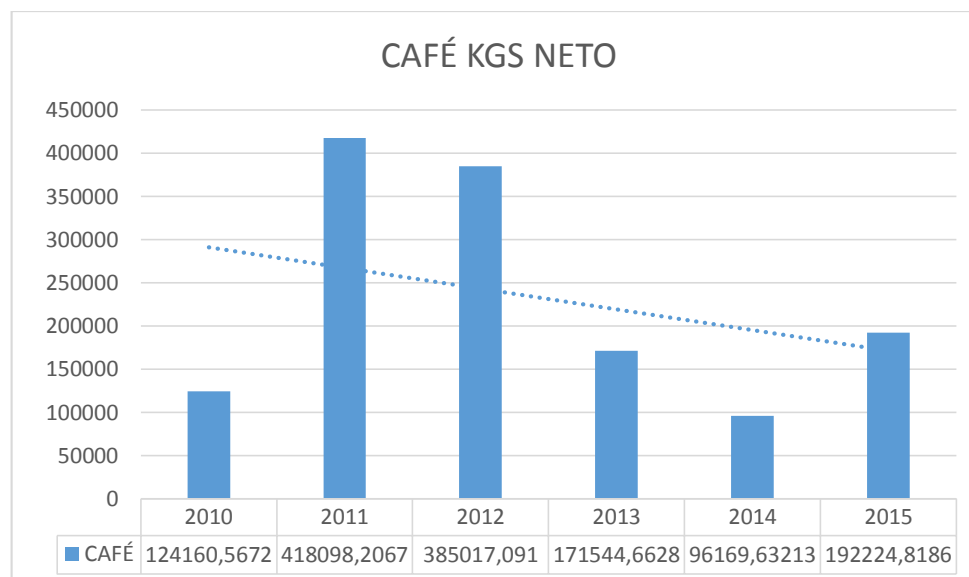


Fuente: CobusGroup

Elaborado por: Jimmy Valdivieso

EL banano es el producto que mayor participación tiene en cuanto al valor Kgs Neto de las exportaciones de Comercio Justo 2010 – 2015, por otro lado el café ocupa el 0,53% siendo ese el tercer producto más vendido en las exportaciones de Comercio Justo.

Gráfica N° 14 Exportaciones de café de la Coordinadora Ecuatoriana de Comercio Justo del 2010 al 2015 en valor KGS NETO



Fuente: CobusGroup

Elaborado por: Jimmy Valdivieso

Las exportaciones de café con certificación de comercio justo han decrecido su tendencia en el periodo del 2010 al 2015, como muestra la gráfica x en el año 2013 la producción en valor Kgs Neto de café bajó el 45% en comparación al año 2012, la causa de la baja exportación en el 2013 se debe principalmente al hongo la Roya enfermedad que afecta a las plantaciones de café. Otras causas según COFENAC (2012), manifiesta que la baja de producción nacional se debe a los siguientes factores:

- Prevalencia de cafetales viejos.
- Falta de zonificación agroecológica.
- Falta de incentivos para la producción.
- Comportamiento errático del clima.
- Falta de tecnología apropiada para el manejo del cultivo.
- Falta de desarrollar materiales genéticos mejorados.
- Alto impacto de la contaminación del grano.

Los cafetales viejos oscila entre 15 a 80 años de edad, prácticamente son improductivos, las plantaciones menores o igual a 15 años pueden ser sometidas a rehabilitación para recuperar su capacidad productiva.

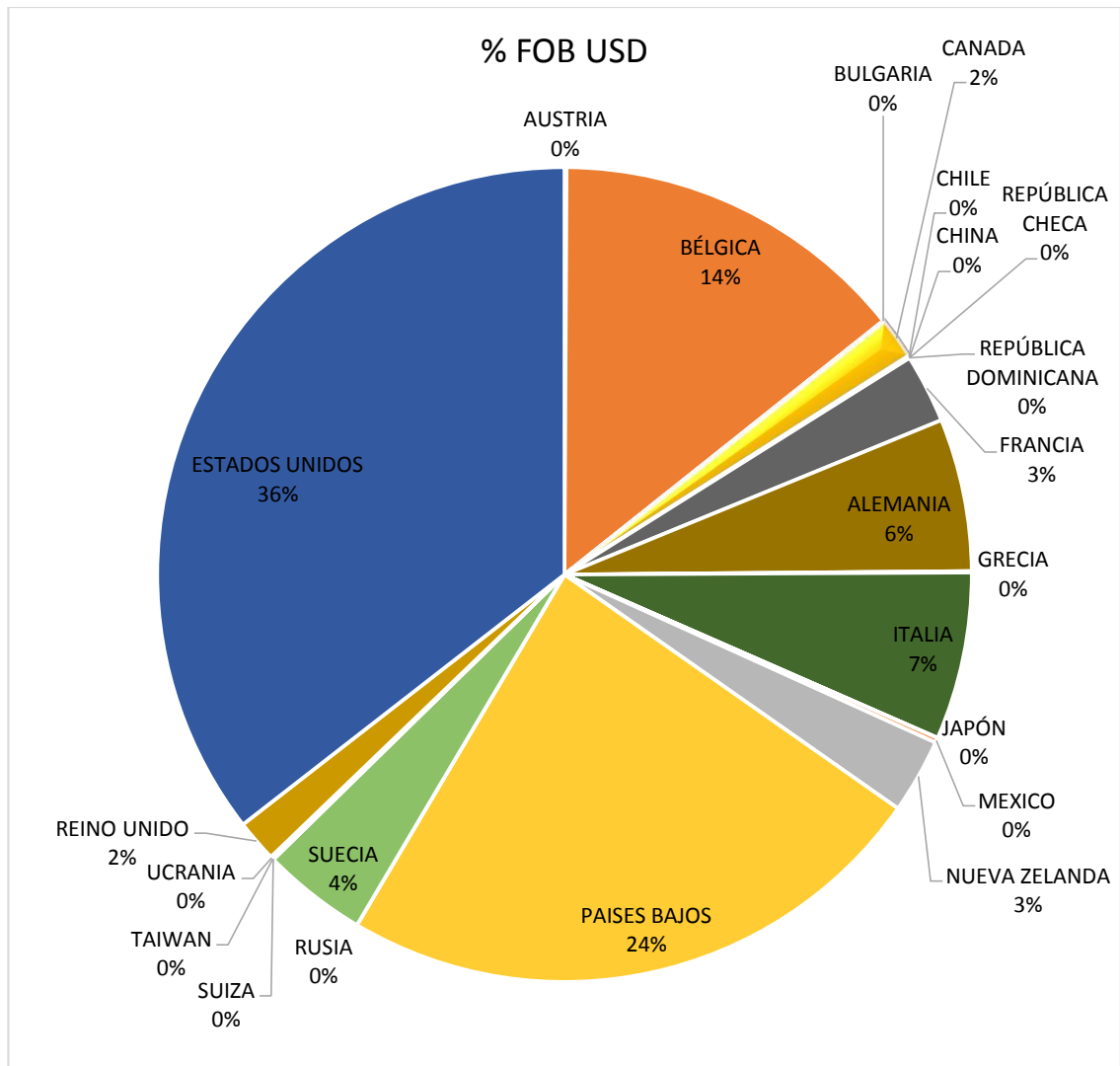
Tabla N° 20 Exportaciones de la Coordinadora Ecuatoriana de Comercio Justo por país de destino del 2010 al 2015 en valor FOB USD

#	PAÍS	2010	2011	2012	2013	2014	2015	Total FOB USD	% FOB USD	RANKING FOB USD
		FOB USD	FOB USD	FOB USD	FOB USD	FOB USD	FOB USD			
1	ALEMANIA	1.894.378,76	2.420.729,32	1.601.024,74	1.204.492,66	1.102.595,79	2.049.782,15	10.273.003,41	6,05%	5
2	AUSTRIA	136.511,31	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	136.511,31	0,08%	14
3	BÉLGICA	6.513.630,21	6.435.286,81	6.266.239,34	1.185.982,44	612.436,48	3.109.171,81	24.122.747,08	14,22%	3
4	BULGARIA	0,00	0,00	0,00	0,00	59.944,71	10.826,03	70.770,74	0,04%	16
5	CANADÁ	718.833,68	623.566,59	167.670,55	327.818,76	303.521,85	660.132,82	2.801.544,25	1,65%	10
6	CHILE	0,00	0,00	0,00	0,00	144.021,47	0,00	144.021,47	0,08%	13
7	CHINA	0,00	0,00	0,00	5.014,04	0,00	0,00	5.014,04	0,00%	18
8	ESTADOS UNIDOS	4.754.032,46	6.967.621,13	8.527.936,89	12.929.806,04	13.225.338,64	13.857.842,53	60.262.577,69	35,51%	1
9	FRANCIA	670.749,29	1.003.449,20	924.719,35	542.973,26	452.698,97	1.038.180,50	4.632.770,57	2,73%	8
10	GRECIA	0,00	0,00	0,00	0,00	9.990,78	84.172,36	94.163,15	0,06%	15
11	ITALIA	43.927,05	1.171.082,79	905.607,56	3.066.629,77	2.081.971,00	4.010.614,06	11.279.832,24	6,65%	4
12	JAPÓN	0,00	0,00	0,00	0,00	89,61	0,00	89,61	0,00%	23
13	MÉXICO	0,00	187.187,42	152.406,19	0,00	0,00	0,00	339.593,61	0,20%	11
14	NUEVA ZELANDA	344.835,94	568.360,13	721.786,50	856.569,67	1.010.944,36	1.527.802,62	5.030.299,22	2,96%	7
15	PAÍSES BAJOS	6.815.400,93	6.391.893,78	6.267.623,25	7.682.132,80	4.217.722,37	8.978.186,60	40.352.959,72	23,78%	2
16	REPÚBLICA CHECA	1.751,39	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1.751,39	0,00%	21
17	REPÚBLICA DOMINICANA	103,18	3.755,44	0,00	0,00	0,00	0,00	3.858,62	0,00%	19
18	REINO UNIDO	1.016.661,01	883.507,70	537.726,45	384.450,54	16.612,76	0,00	2.838.958,46	1,67%	9
19	RUSIA	0,00	687,77	0,00	0,00	0,00	0,00	687,77	0,00%	22
20	SUECIA	14.848,32	0,00	0,00	844.810,35	2.393.971,61	3.800.060,31	7.053.690,59	4,16%	6
21	SUIZA	0,00	0,00	61.183,67	0,00	0,00	0,00	61.183,67	0,04%	17
22	TAIWÁN	0,00	0,00	0,00	0,00	3.316,30	0,00	3.316,30	0,00%	20
23	UCRANIA	0,00	0,00	119.617,86	57.545,08	0,00	0,00	177.162,94	0,10%	12
TOTAL		22.925.663,52	26.657.128,06	26.253.542,36	29.088.225,41	25.635.176,70	39.126.771,79	169.686.507,84	100,00%	

Fuente: CobusGroup

Elaborado por: Jimmy Valdivieso

Gráfica N° 15 Exportaciones de la Coordinadora Ecuatoriana de Comercio Justo por país de destino del 2010 al 2015 en valor FOB USD



Fuente: CobusGroup

Elaborado por: Jimmy Valdivieso

Las exportaciones de los productos de comercio justo del Ecuador en el periodo 2010 – 2015 en valor FOB USD, tiene como principal destino a Estados Unidos con el 35,51% de participación, pero su tasa de crecimiento ha sido del 23,86% por año, en cambio para Italia que es el cuarto destino de las exportaciones de comercio justo, ocupa el 6,65% de participación, pero con el 146,66% de tasa de crecimiento del 2010 al 2015, Italia es el más alto en tasa de crecimiento de los destinos de las exportaciones de productos de comercio justo del Ecuador.

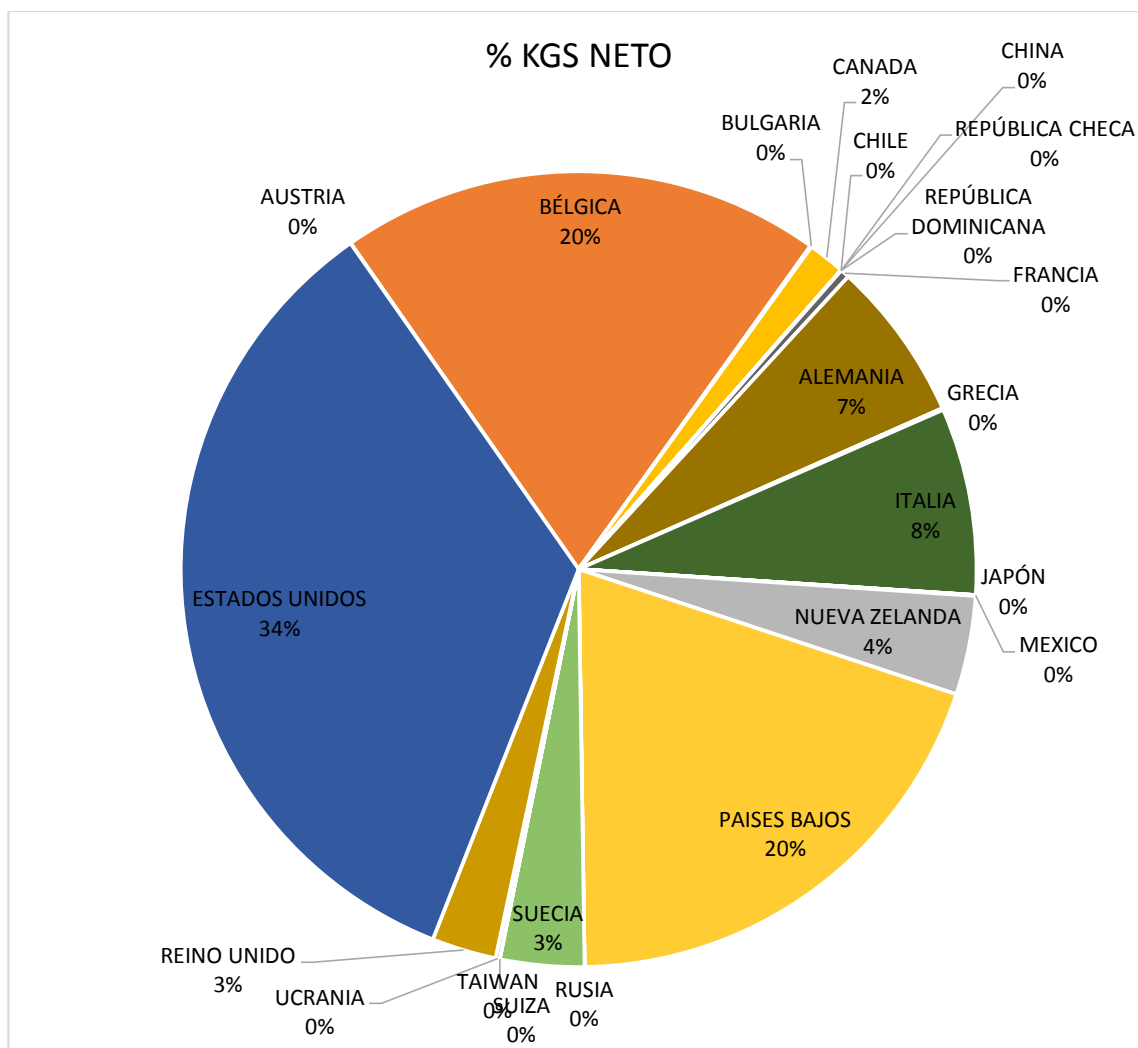
Tabla N° 21 Exportaciones de la Coordinadora Ecuatoriana de Comercio Justo por país de destino del 2010 al 2015 en valor KGS NETO

#	PAÍS	2010	2011	2012	2013	2014	2015	Total KGS NETO	% KGS NETO	RANKING KGS NETO
		KGS NETO	KGS NETO	KGS NETO	KGS NETO	KGS NETO	KGS NETO			
1	ALEMANIA	4.238.676,92	3.996.941,41	2.576.528,98	2.320.208,02	1.300.061,88	2.536.197,74	16.968.614,96	6,52%	5
2	AUSTRIA	40.435,09	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	40.435,09	0,02%	16
3	BÉLGICA	16.812.699,79	14.645.953,83	14.135.356,89	1.287.321,87	812.734,05	3.341.863,72	51.035.930,15	19,61%	3
4	BULGARIA	0,00	0,00	0,00	0,00	117.554,65	20.375,05	137.929,69	0,05%	13
5	CANADÁ	1.316.002,15	308.149,49	270.089,20	678.347,25	441.918,38	902.693,63	3.917.200,09	1,50%	9
6	CHILE	0,00	0,00	0,00	0,00	50.097,17	0,00	50.097,17	0,02%	15
7	CHINA	0,00	0,00	0,00	501,02	0,00	0,00	501,02	0,00%	18
8	ESTADOS UNIDOS	9.314.591,09	11.271.145,32	13.059.656,54	21.146.015,41	17.711.471,25	16.788.380,63	89.291.260,23	34,30%	1
9	FRANCIA	148.035,93	188.294,34	195.004,77	147.194,27	62.284,29	225.326,53	966.140,15	0,37%	10
10	GRECIA	0,00	0,00	0,00	0,00	20.305,29	162.791,99	183.097,27	0,07%	12
11	ITALIA	124.316,82	2.980.654,15	1.857.820,94	5.891.428,90	2.894.995,32	6.026.674,77	19.775.890,91	7,60%	4
12	JAPÓN	0,00	0,00	0,00	0,00	50,00	0,00	50,00	0,00%	22
13	MÉXICO	0,00	50.016,13	50.076,65	0,00	0,00	0,00	100.092,78	0,04%	14
14	NUEVA ZELANDA	970.510,07	1.476.543,74	1.752.606,84	2.002.385,60	1.400.387,84	2.849.661,85	10.452.095,94	4,02%	6
15	PAÍSES BAJOS	10.609.865,83	6.741.257,24	8.504.379,38	11.172.126,51	4.485.740,02	9.690.127,28	51.203.496,26	19,67%	2
16	REPÚBLICA CHECA	337,76	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	337,76	0,00%	19
17	REPÚBLICA DOMINICANA	111,88	52,72	0,00	0,00	0,00	0,00	164,59	0,00%	20
18	REINO UNIDO	2.473.483,67	2.190.221,97	1.274.709,42	882.076,62	1.080,75	0,00	6.821.572,43	2,62%	8
19	RUSIA	0,00	114,82	0,00	0,00	0,00	0,00	114,82	0,00%	21
20	SUECIA	37.109,50	0,00	0,00	1.192.768,67	2.500.665,41	5.155.371,94	8.885.915,52	3,41%	7
21	SUIZA	0,00	0,00	25.038,33	0,00	0,00	0,00	25.038,33	0,01%	17
22	TAIWÁN	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00%	23
23	UCRANIA	0,00	0,00	284.132,27	148.623,07	0,00	0,00	432.755,34	0,17%	11
TOTAL		46.086.176,49	43.849.345,17	43.985.400,20	46.868.997,22	31.799.346,30	47.699.465,13	260.288.730,51	100,00%	

Fuente: CobusGroup

Elaborado por: Jimmy Valdivieso

Gráfica 16 Exportaciones de la Coordinadora Ecuatoriana de Comercio Justo por país de destino del 2010 al 2015 en valor KGS NETO



Fuente: CobusGroup

Elaborado por: Jimmy Valdivieso

Las exportaciones de los productos de comercio justo del Ecuador en el periodo 2010 – 2015 en valor KGS NETO, tiene como principal destino a Estados Unidos con el 34,30% de participación, pero su tasa de crecimiento ha sido del 12,50% por año, en cambio para Italia que es el cuarto destino de las exportaciones de comercio justo, ocupa el 6,65% de participación, pero con el 117,32% de tasa de crecimiento del 2010 al 2015, Italia es el más alto en tasa de crecimiento de los destinos de las exportaciones de productos de comercio justo del Ecuador.

Tabla N° 22 Precios unitarios de organizaciones productoras de Café del Comercio Justo 2010 - 2015

FAPECAFES y FECAFEM	Precios Unitarios Café						Tasa de Crecimiento 2010 - 2015
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	
Total FOB USD	435.637,98	2.280.724,62	1.761.454,13	513.986,61	483.752,53	644.951,66	8,16%
Total Kgs Neto	124.160,57	418.098,21	385.017,09	171.544,66	96.169,63	192.224,82	9,14%
Precio Unitario USD/KGS	3,51	5,45	4,58	3,00	5,03	3,36	-0,89%
US\$/FOB/45,36 Kg.	159,15	247,44	207,52	135,91	228,17	152,19	-0,89%

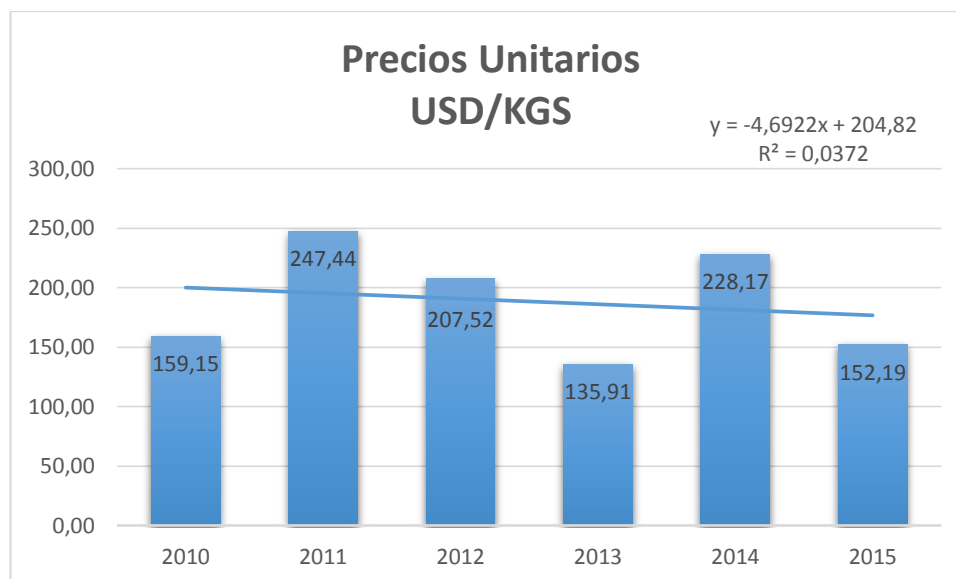
Fuente: CobusGroup

Elaborado por: Jimmy Valdivieso

En la coordinadora ecuatoriana de comercio justo, de los diez miembros que la integran, dos son productores de café, los cuales son FAPECAFES y FECAFEM, en la tabla 22 se representa el total de café producido y su precio FOB representado en dólares de las dos asociaciones en el periodo 2010 – 2015, se ha dividido el precio para cantidad para obtener su precio unitario por cada Kgs Neto, del cual se lo multiplica por 45,36 Kgs que representa un saco de café, este precio unitario nos permitirá analizar la competitividad y tendencia del precio del café de exportación en el Ecuador.

Los resultados muestran una tasa decreciente, aproximadamente del -1%, es desfavorable el precio unitario sobre todo a partir del año 2012, donde el café ecuatoriano sufrió una caída en la producción a causa del hongo la roya, de tal manera afecta directamente a la reactivación productiva del café ecuatoriano y a las economías de los productores de café.

Gráfica N° 17 Precios unitarios de organizaciones productoras de Café de Comercio Justo 2010 - 2015



Fuente: CobusGroup

Elaborado por: Jimmy Valdivieso

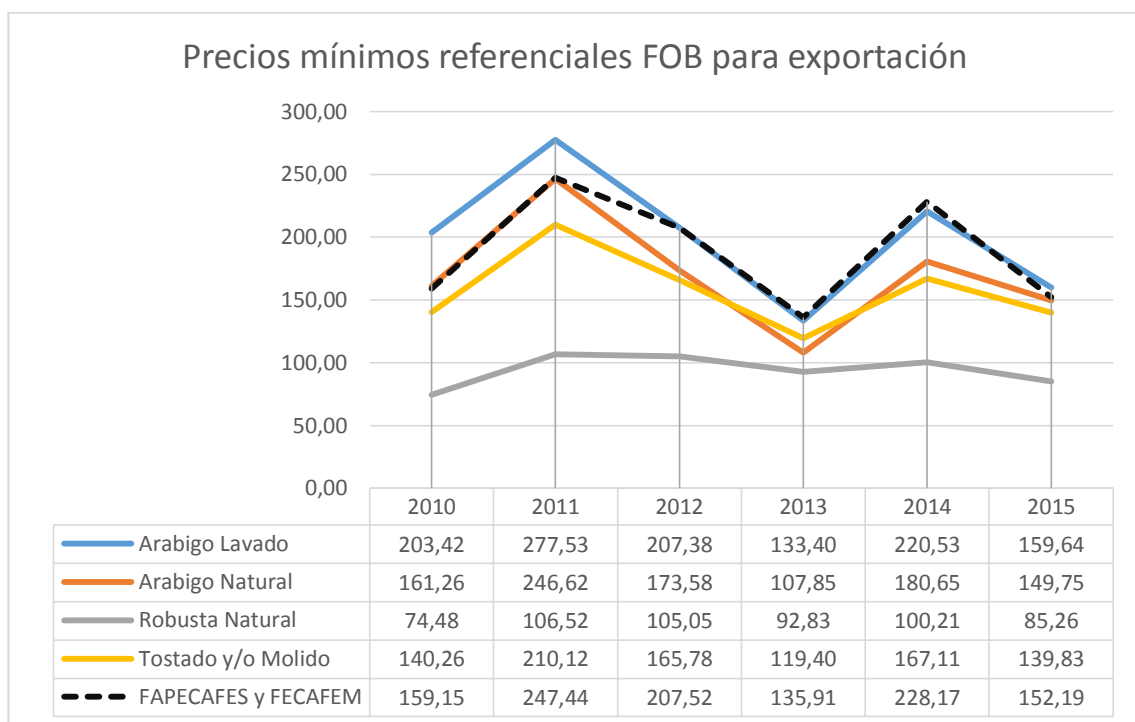
Tabla N° 23 Precios del Café en Bolsa / Precios mínimos referenciales FOB para exportación

Producción y variedades en el Ecuador	Precios del Café en Bolsa / Precios mínimos referenciales FOB para exportación						Tasa de Crecimiento 2010 - 2015
	Precio						
US\$/FOB/45,36 Kg.	2010	2011	2012	2013	2014	2015	
Arábigo Lavado	203,42	277,53	207,38	133,40	220,53	159,64	-4,73%
Arábigo Natural	161,26	246,62	173,58	107,85	180,65	149,75	-1,47%
Robusta Natural	74,48	106,52	105,05	92,83	100,21	85,26	2,74%
Tostado y/o Molido	140,26	210,12	165,78	119,40	167,11	139,83	-0,06%
Total	579,42	840,79	651,79	453,48	668,5	534,48	-1,60%

FUENTE: COFENAC y Actas de fijación de precios - MAGAP - MIPRO

ELABORADO POR: Jimmy Valdivieso

Gráfica N° 18 Comparación de precios del Café en Bolsa / Precios mínimos referenciales FOB para exportación



FUENTE: COFENAC y Actas de fijación de precios - MAGAP – MIPRO y CobusGroup

ELABORADO POR: Jimmy Valdivieso

Los precios referenciales del café para exportación han tenido una tendencia decreciente en el periodo 2010 - 2015, para el caso de FAPECAFES y FECAFEM su producción de café es arábigo y sus precios se mantienen igual o bajo el rango de los precios mínimos que expresa COFENAC, esto refleja que los productores de café con certificación de comercio justo son competitivos en precios de exportación de café, pero la caída del precio en el café podría afectar mucho al desarrollo de la producción de café en el Ecuador.

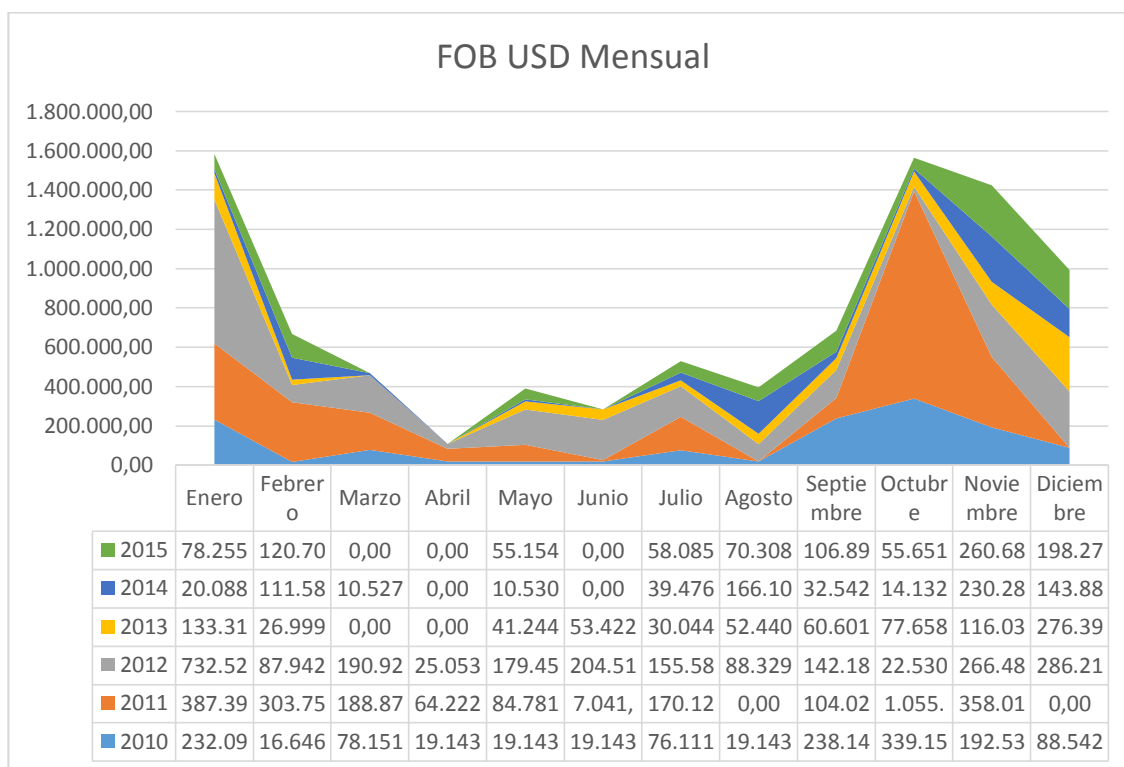
Tabla N° 24 Exportaciones de FAPECAFES del 2010 al 2015

FEDERACIÓN REGIONAL DE ASOCIACIONES DE PEQUEÑOS CAFETALEROS ECOLÓGICOS DEL SUR (FAPECAFES)												
Meses	2010		2011		2012		2013		2014		2015	
	FOB U\$S	KGS NETO	FOB U\$S	KGS NETO	FOB U\$S	KGS NETO	FOB U\$S	KGS NETO	FOB U\$S	KGS NETO	FOB U\$S	KGS NETO
Enero	232.097,86	76.562,00	387.393,54	83.078,00	732.525,38	154.924,64	133.310,42	37.085,16	20.088,00	2.340,00	78.255,73	16.891,50
Febrero	16.646,40	2.937,60	303.758,82	55.128,24	87.942,87	17.250,00	26.999,79	3.683,22	111.587,61	37.858,00	120.701,31	33.887,30
Marzo	78.151,52	22.698,24	188.877,64	33.186,24	190.923,31	38.295,00	0,00	0,00	10.527,01	1.598,18	0,00	0,00
Abril	19.143,36	3.378,24	64.222,59	9.903,99	25.053,66	3.984,12	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Mayo	19.143,36	3.378,24	84.781,47	13.282,23	179.456,44	42.199,20	41.244,13	13.650,00	10.530,00	7.020,00	55.154,25	5.788,25
Junio	19.143,36	3.378,24	7.041,88	2.898,00	204.510,10	46.183,32	53.422,84	12.243,54	0,00	0,00	0,00	0,00
Julio	76.111,46	19.455,24	170.122,94	27.038,88	155.588,50	38.295,00	30.044,13	4.317,36	39.476,25	1.542,75	58.085,28	18.975,00
Agosto	19.143,36	3.378,24	0,00	0,00	88.329,10	19.320,00	52.440,95	18.975,00	166.104,03	22.650,00	70.308,78	21.832,68
Septiembre	238.148,37	58.923,24	104.028,53	18.975,00	142.183,28	22.124,25	60.601,14	20.480,08	32.542,74	6.391,85	106.893,81	36.708,00
Octubre	339.159,60	77.533,24	1.055.084,19	177.937,36	22.530,22	3.574,08	77.658,08	26.344,74	14.132,85	1.906,75	55.651,31	18.975,00
Noviembre	192.534,00	40.983,24	358.012,49	63.041,16	266.484,83	74.615,08	116.034,57	48.162,00	230.280,15	19.320,00	260.680,72	78.071,83
Diciembre	88.542,06	19.320,00	0,00	0,00	286.215,17	81.420,32	276.395,71	106.587,00	143.889,97	51.200,00	198.274,83	67.368,77
Total	1.337.964,71	331.925,76	2.723.324,09	484.469,10	2.381.742,86	542.185,01	868.151,76	291.528,10	779.158,61	151.827,53	1.004.006,02	298.498,33

Fuente: CobusGroup

Elaborado por: Jimmy Valdivieso

Gráfica N° 19 Exportaciones de FAPECAFES 2010 – 2015 en valor FOB USD mensual

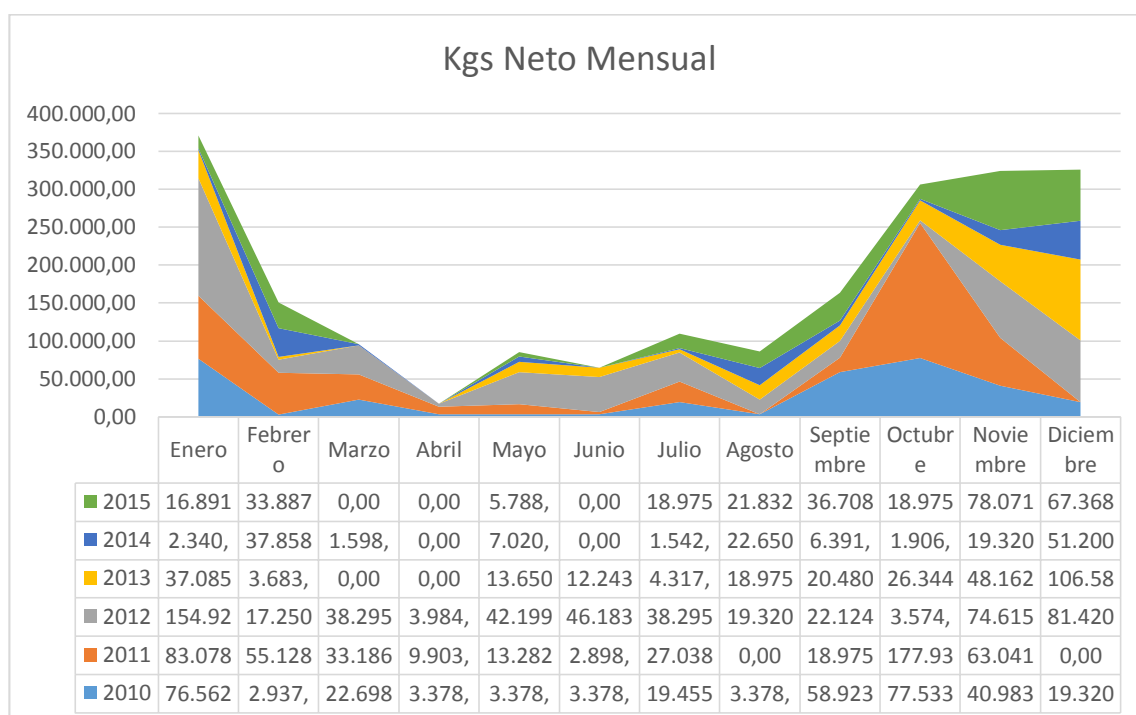


Fuente: CobusGroup

Elaborado por: Jimmy Valdivieso

FAPECAFES del periodo 2010 – 2012 han tenido exportaciones regulares durante todos los meses del año, mientras que el periodo 2013 - 2015 las exportaciones fueron ocasionales en algunos meses. Los meses que mayor valor FOB USD se obtuvo fueron en octubre, noviembre, diciembre y enero, las causas son debido a perspectivas culturales del consumo del café por condiciones climáticas del invierno, las cuales son imperantes en algunas regiones del norte de países consumidores del comercio justo.

Gráfica N° 20 Exportaciones de FAPECAFES 2010 – 2015 en valor KGS NETO mensual

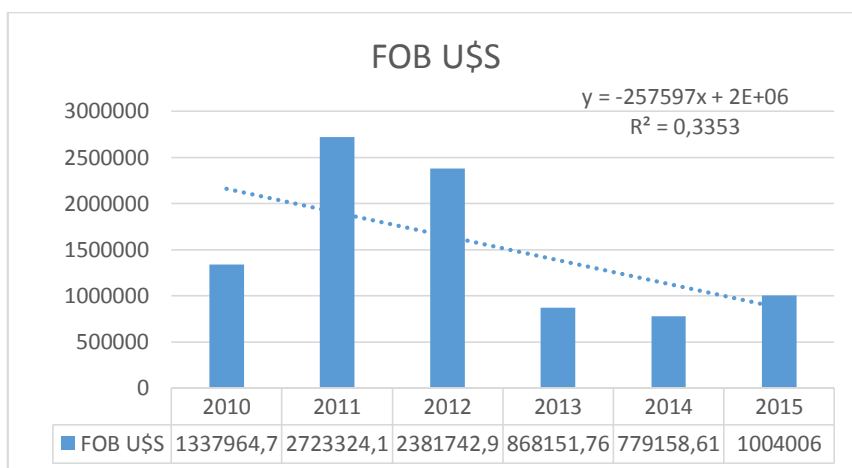


Fuente: CobusGroup

Elaborado por: Jimmy Valdivieso

FAPECAFES del periodo 2010 – 2012 han tenido exportaciones regulares durante todos los meses del año, mientras que el periodo 2013 - 2015 las exportaciones fueron ocasionales en algunos meses. Los meses que mayor cantidad en valor Kgs Neto de exportación fueron en octubre, noviembre, diciembre y enero, para el caso de los meses de noviembre y diciembre el precio del café es menor debido a la gran oferta de café de exportación en todo el mundo, las causas son debido a perspectivas culturales del consumo del café por condiciones climáticas del invierno, las cuales son imperantes en algunas regiones del norte de países consumidores del comercio justo.

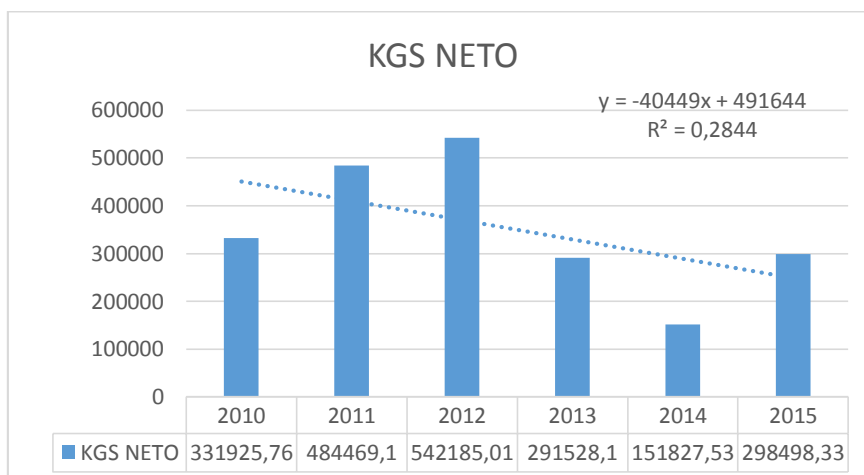
Gráfica N° 21 Exportaciones de FAPECAFES 2010 – 2015 en valor FOB USD



Fuente: CobusGroup

Elaborado por: Jimmy Valdivieso

Gráfica N° 22 Exportaciones de FAPECAFES 2010 – 2015 en valor KGS NETO



Fuente: CobusGroup

Elaborado por: Jimmy Valdivieso

Para FAPECAFES la tendencia de exportación de café tanto en valor FOB USD y KGS NETO han sido decrecientes, en el año 2012 en comparación de cantidad y precio, se exporta la mayor cantidad de café pero a bajo precio mínimo de exportación.

El año 2013 fue el menos beneficioso para FAPECAFES, el precio del café fue el más bajo y la cantidad exportada disminuyó en el 53,77% en relación al año 2012.

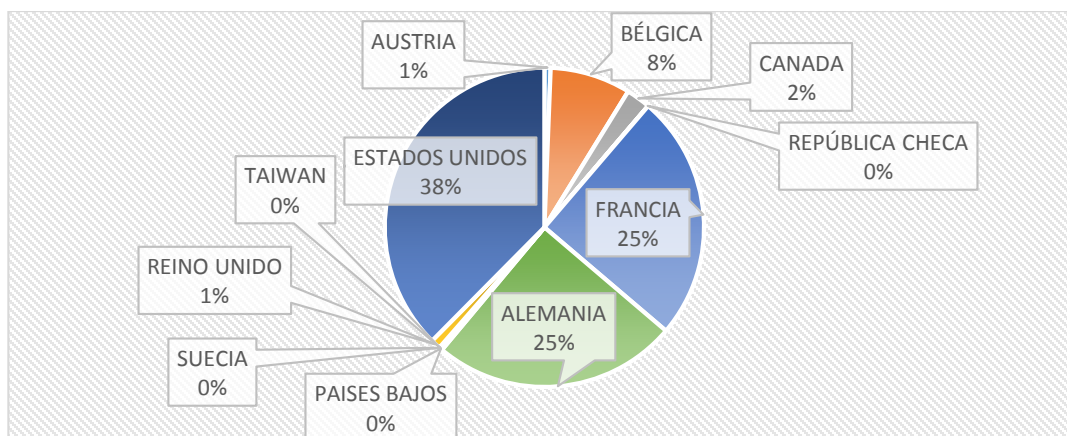
Tabla N° 25 Países de destinos de las exportaciones de FAPECAFES 2010 – 2015

PAÍSES	2010		2011		2012		2013		2014		2015		2010 - 2015	2010 - 2015
	FOB USD	KGS NETO	FOB USD	KGS NETO	FOB USD	KGS NETO	FOB USD	KGS NETO	FOB USD	KGS NETO	FOB USD	KGS NETO	Total FOB USD	Total KGS NETO
ALEMANIA	340.336,95	87.062,48	719.330,42	134.233,00	560.397,40	135.179,00	181.659,80	70.939,16	194.976,41	41.970,00	264.108,28	90.141,80	2.260.809,26	559.525,44
AUSTRIA	57.034,14	18.975,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	57.034,14	18.975,00
BÉLGICA	93.520,53	30.502,48	318.441,80	55.890,00	330.623,57	78.878,40	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	742.585,90	165.270,88
CANADÁ	58.176,16	18.975,00	59.314,47	10.488,00	0,00	0,00	41.676,36	17.250,00	0,00	0,00	64.113,77	19.093,50	223.280,76	65.806,50
ESTADOS UNIDOS	474.505,03	121.237,48	1.165.687,18	213.578,00	1.055.712,62	235.359,00	207.488,77	71.967,00	317.747,70	70.083,00	196.133,48	63.642,77	3.417.274,78	775.867,25
FRANCIA	253.847,81	35.881,32	460.550,22	70.280,10	427.563,57	91.774,33	414.474,93	120.259,86	233.581,50	31.156,35	479.650,49	125.620,26	2.269.668,52	474.972,22
PAÍSES BAJOS	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	15.120,00	10.080,00	10.530,00	7.020,00	0,00	0,00	25.650,00	17.100,00
REINO UNIDO	58.761,81	18.975,00	0,00	0,00	7.445,70	994,28	7.731,90	1.032,08	16.611,45	1.080,68	0,00	0,00	90.550,86	22.082,04
REPÚBLICA CHECA	1.782,30	317,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1.782,30	317,00
SUECIA	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	2.395,51	517,50	0,00	0,00	2.395,51	517,50
TAIWÁN	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	3.316,04	No Especifica	0,00	0,00	3.316,04	0,00
TOTAL	1.337.964,71	331.925,76	2.723.324,09	484.469,10	2.381.742,86	542.185,01	868.151,76	291.528,10	779.158,61	151.827,53	1.004.006,02	298.498,33	9.094.348,05	2.100.433,83

Fuente: CobusGroup

Elaborado por: Jimmy Valdivieso

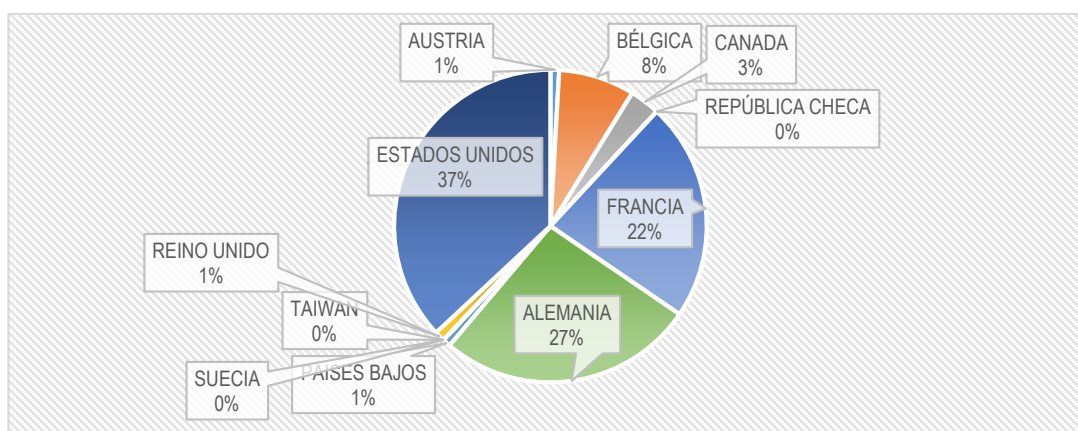
Gráfica N° 23 Porcentaje de participación por países de destino de las exportaciones de FAPECAFES 2010 – 2015 en valor FOB USD



Fuente: CobusGroup

Elaborado por: Jimmy Valdivieso

Gráfica N° 24 Porcentaje de participación por países de destino de las exportaciones de FAPECAFES 2010 – 2015 en valor KGS NETO



Fuente: CobusGroup

Elaborado por: Jimmy Valdivieso

Los tres principales destinos de exportación de los productos de FAPECAFES en el periodo 2010 – 2015 fueron Estados Unidos, Alemania y Francia, entre los tres países cubren más del 80% de los destinos de exportación, además el mercado de Francia es el segundo en tener el precio unitario más alto para el desembolso de las exportaciones de FAPECAFES, delante de Francia se encuentra República Checa pero su cantidad exportada es del 0,02% el cual no representa mucho para el desarrollo de la organización de comercio justo.

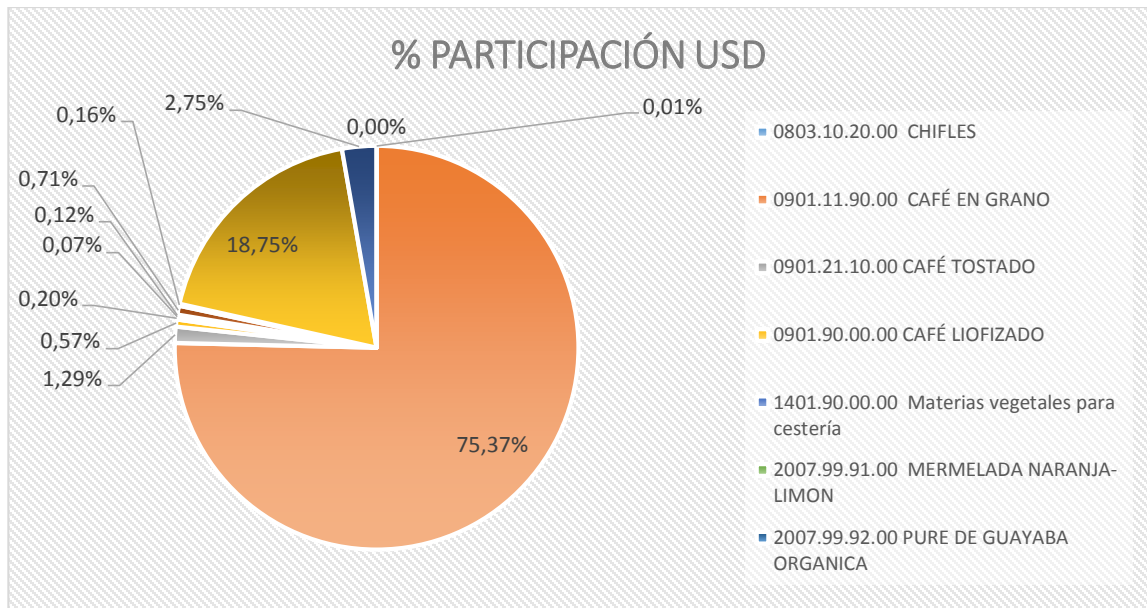
Tabla N° 26 Exportaciones por subpartidas arancelarias de FAPECAFES 2010 – 2015

SUBPARTIDA ARANCELARIA	2010		2011		2012		2013		2014		2015		2010 - 2015	2010 - 2015
	FOB U\$S	KGS NETO	FOB U\$S	KGS NETO	FOB U\$S	KGS NETO	FOB U\$S	KGS NETO	FOB U\$S	KGS NETO	FOB U\$S	KGS NETO	Total FOB U\$S	Total KGS NETO
0803.10.20.00 CHIFLES	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	570,24	385,00	0,00	0,00	570,24	385,00
0901.11.90.00 CAFÉ EN GRANO	168.075,52	38.247,66	2.467.153,04	447.782,88	2.056.934,46	484.388,00	703.141,93	260.275,46	645.777,32	131.545,50	812.994,32	267.138,57	6.854.076,59	1.629.378,07
0901.21.10.00 CAFÉ TOSTADO	14.061,43	37.605,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	103.662,85	20.713,33	117.724,28	58.318,33
0901.90.00.00 CAFÉ LIOFIZADO	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	51.859,75	4.753,25	51.859,75	4.753,25
1401.90.00.00 MATERIAS VEGETALES PARA CESTERÍA	0,00	0,00	18.210,00	3.690,90	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	18.210,00	3.690,90
2007.99.91.00 MERMELADA NARANJA- LIMÓN	0,00	0,00	0,00	0,00	2.112,00	1.228,40	4.300,80	860,16	0,00	0,00	0,00	0,00	6.412,80	2.088,56
2007.99.92.00 PURÉ DE GUAYABA ORGÁNICA	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	10.530,00	7.020,00	0,00	0,00	10.530,00	7.020,00
2008.11.10.00 PASTA DE MANÍ	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	16.584,96	2.034,84	22.041,00	2.567,50	25.947,00	3.022,50	64.572,96	7.624,84
2008.11.90.00 MANÍ ORGÁNICO	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	5.055,60	1.386,00	9.516,10	2.857,68	14.571,70	4.243,68
2008.99.90.00 CHIPS DE PLÁTANO	1.084.505,15	249.254,50	210.646,05	30.534,72	249.707,90	53.419,36	144.124,07	28.357,64	16.611,45	1.080,68	0,00	0,00	1.705.594,62	362.646,90
2101.30.00.00 CAFÉ LIOFOLIZADO	71.322,60	6.818,60	27.315,00	2.460,60	72.988,50	3.149,25	0,00	0,00	78.573,00	7.842,85	0,00	0,00	250.199,10	20.271,30
9807.20.90.90 MUESTRA DE CAFÉ SIN VALOR COMERCIAL	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	26,00	13,00	26,00	13,00
TOTAL	1.337.964,71	331.925,76	2.723.324,09	484.469,10	2.381.742,86	542.185,01	868.151,76	291.528,10	779.158,61	151.827,53	1.004.006,02	298.498,33	9.094.348,05	2.100.433,83

Fuente: CobusGroup

Elaborado por: Jimmy Valdivieso

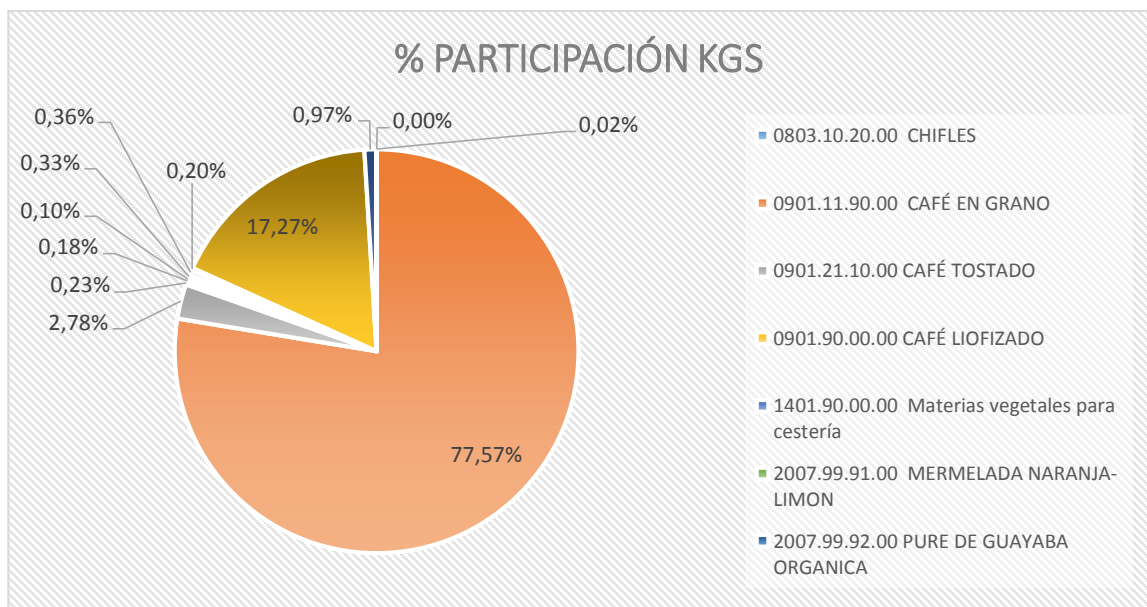
Gráfica N° 25 Exportaciones por subpartidas arancelarias de FAPECAFES 2010 – 2015 en valor FOB USD



Fuente: CobusGroup

Elaborado por: Jimmy Valdivieso

Gráfica N° 26 Exportaciones por subpartidas arancelarias de FAPECAFES 2010 – 2015 en valor KGS NETO



Fuente: CobusGroup

Elaborado por: Jimmy Valdivieso

Las exportaciones por subpartida arancelaria de FAPECAFES en el periodo del 2010 – 2015, tuvo como principal producto de exportación al café en grano con un porcentaje de participación del 75,37% en valor FOB USD y 77,57% en KGS NETO, las exportación fueron regulares en todo su periodo al igual que los chips de plátano que es su segundo producto más exportado, su participación cubre el 18,75% en valor FOB USD y 17,27% en KGS NETO, los demás productos fueron exportaciones ocasionales en el periodo del 2010 al 2015. Todos los productos exportados referentes a Café cubren el 80% en valor FOB USD y 82% en KGS NETO.

Tabla N° 27 Distrito aduanero de exportaciones de FAPECAFES 2010 – 2015

ADUANA	2010		2011		2012		2013		2014		2015		2010 - 2015	2010 - 2015
	FOB USD	KGS NETO	FOB USD	KGS NETO	FOB USD	KGS NETO	FOB USD	KGS NETO	FOB USD	KGS NETO	FOB USD	KGS NETO	Total FOB USD	Total KGS NETO
GUAYAQUIL MARÍTIMO	1.336.182,41	331.608,76	2.723.324,09	484.469,10	2.381.742,86	542.185,01	868.151,76	291.528,10	779.158,61	151.827,53	994.740,02	298.297,83	9.083.299,75	2.099.916,33
GUAYAQUIL AÉREO	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	26,00	13,00	26,00	13,00
QUITO	1.782,30	317,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	9.240,00	187,50	11.022,30	504,50
TOTAL	1.337.964,71	331.925,76	2.723.324,09	484.469,10	2.381.742,86	542.185,01	868.151,76	291.528,10	779.158,61	151.827,53	1.004.006,02	298.498,33	9.094.348,05	2.100.433,83

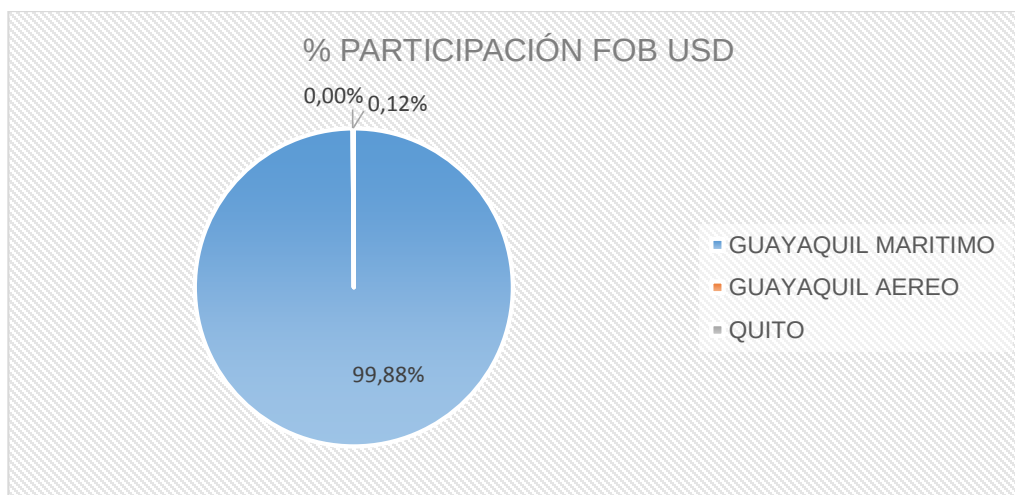
Fuente: CobusGroup

Elaborado por: Jimmy Valdivieso

Las exportaciones de los productos de FAPECAFES tuvieron con mayor participación por el distrito aduanero de Guayaquil Marítimo, la participación en valor FOB USD tiene el 99,88% y 99,98% en KGS NETO.

El porcentaje de participación por el medio de transporte aéreo fue por el distrito aduanero de Quito, el cual fue utilizado para la exportación de muestras comerciales de café sin valor comercial.

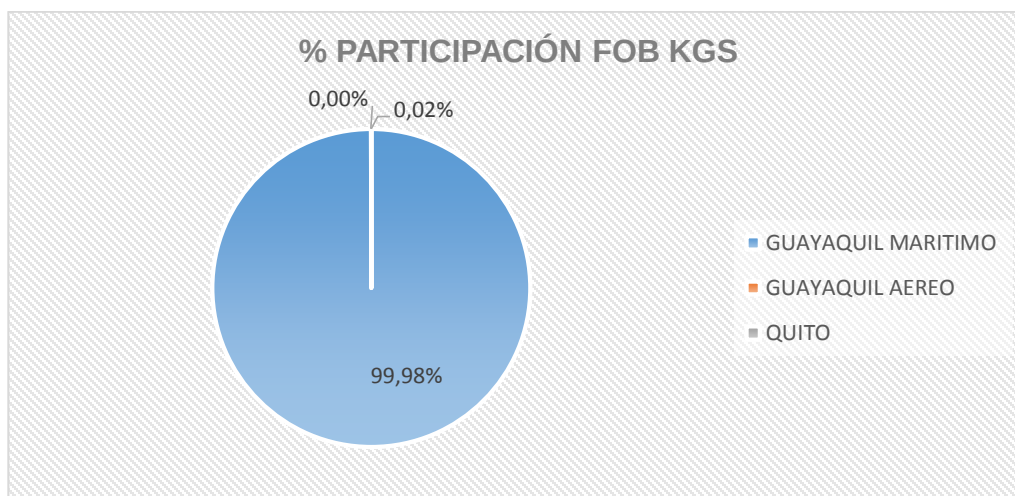
Gráfica N° 27 Participación de distrito aduanero de exportaciones de FAPECAFES 2010 – 2015 en valor FOB USD



Fuente: CobusGroup

Elaborado por: Jimmy Valdivieso

Gráfica N° 28 Participación de distrito aduanero de exportaciones de FAPECAFES 2010 – 2015 en valor KGS NETO



Fuente: CobusGroup

Elaborado por: Jimmy Valdivieso

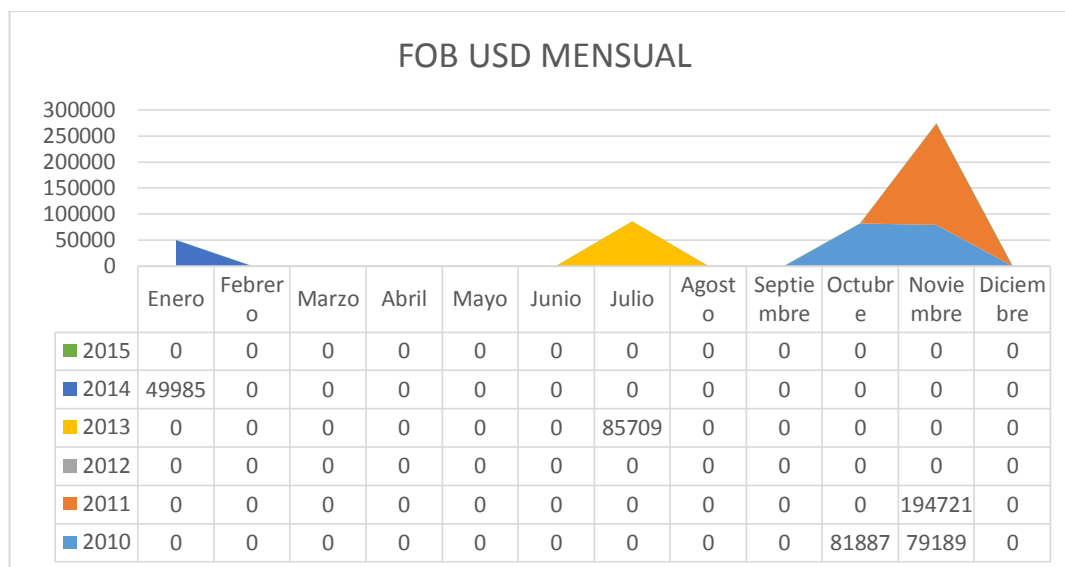
Tabla N° 28 Exportaciones de FECAFEM 2010 – 2015

FEDERACIÓN DE ASOCIACIONES ARTESANALES DE PRODUCCIÓN CAFETALERA ECOLÓGICA DE MANABÍ (FECAFEM)												
Mes	2010		2011		2012		2013		2014		2015	
	FOB USD	KGS NETO	FOB USD	KGS NETO	FOB USD	KGS NETO	FOB USD	KGS NETO	FOB USD	KGS NETO	FOB USD	KGS NETO
Enero	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	49.985,40	18.975,00	0,00	0,00
Febrero	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Marzo	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Abril	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Mayo	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Junio	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Julio	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	85.709,00	3.149,25	0,00	0,00	0,00	0,00
Agosto	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Septiembre	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Octubre	81.886,70	18.975,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Noviembre	79.188,52	18.975,00	194.720,92	37.950,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Diciembre	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Total	161.075,22	37.950,00	194.720,92	37.950,00	0,00	0,00	85.709,00	3.149,25	49.985,40	18.975,00	0,00	0,00

Fuente: CobusGroup

Elaborado por: Jimmy Valdivieso

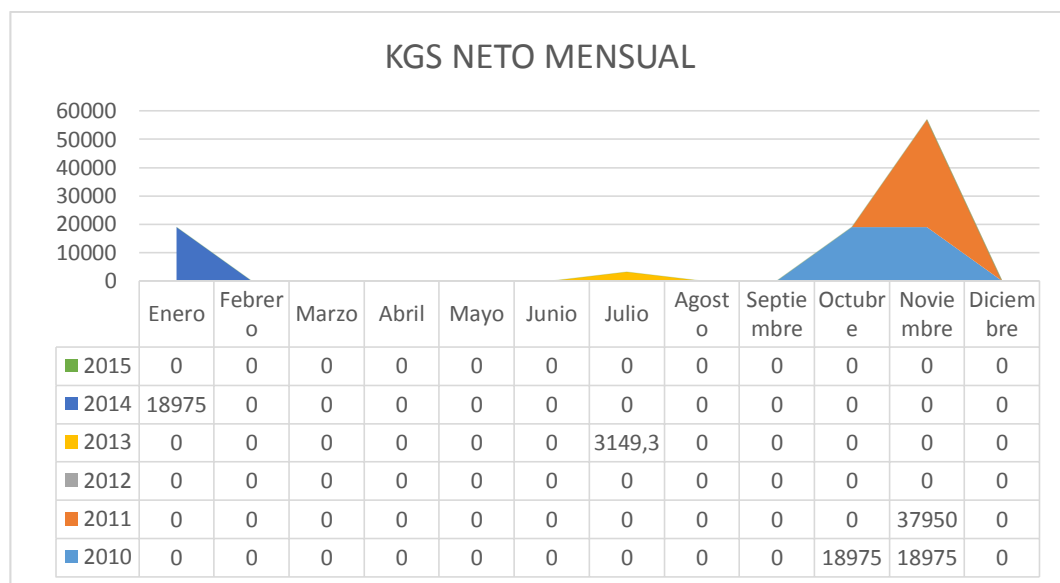
Gráfica N° 29 Exportaciones de FECAFEM 2010 – 2015 en valor FOB USD mensual



Fuente: CobusGroup

Elaborado por: Jimmy Valdivieso

Gráfica N° 30 Exportaciones de FECAFEM 2010 – 2015 en valor KGS NETO mensual

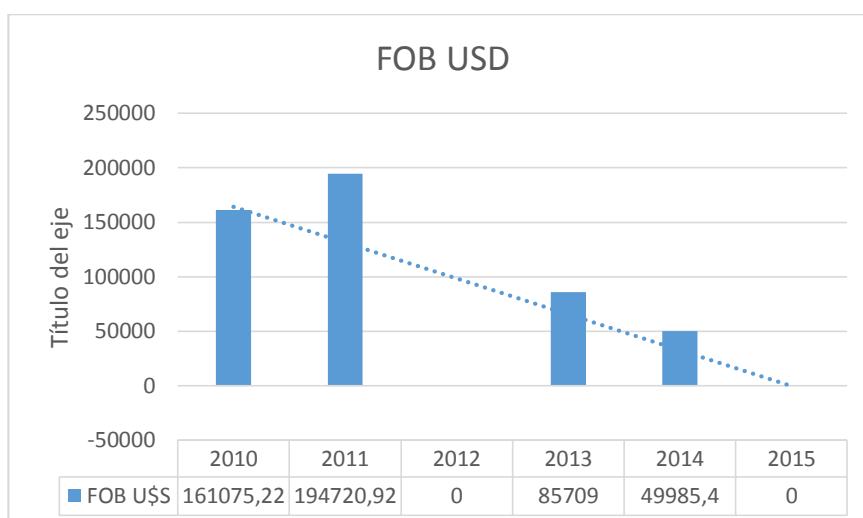


Fuente: CobusGroup

Elaborado por: Jimmy Valdivieso

Las exportaciones de FECAFEM fueron experimentales en el periodo del 2010 al 2015, su mayor concentración de exportación fue en los meses de octubre y noviembre de los años 2010 y 2011.

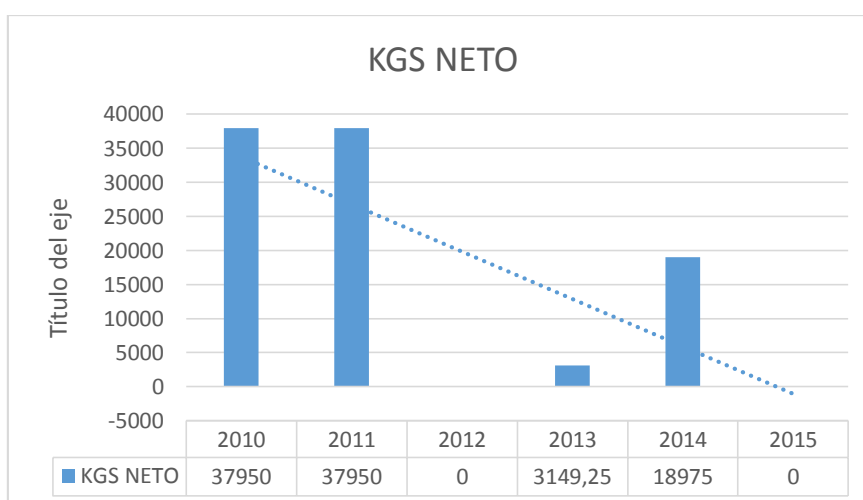
Gráfica N° 31 Exportaciones de FECAFEM 2010 – 2015 en valor FOB USD



Fuente: CobusGroup

Elaborado por: Jimmy Valdivieso

Gráfica N° 32 Exportaciones de FECAFEM 2010 – 2015 en valor KGS NETO



Fuente: CobusGroup

Elaborado por: Jimmy Valdivieso

La tendencia de las exportaciones de FECAFEM en el periodo del 2010 al 2015 son decrecientes tanto para valores FOB USD y KGS NETO, sus exportaciones solo satisface pedidos esporádicos, la organización con certificación de comercio justo exporta sobre una base no permanente, los aspectos de negociación son limitados por lo cual preocupan tomar decisiones respecto al desarrollo de los productos que exporte FECAFEM.

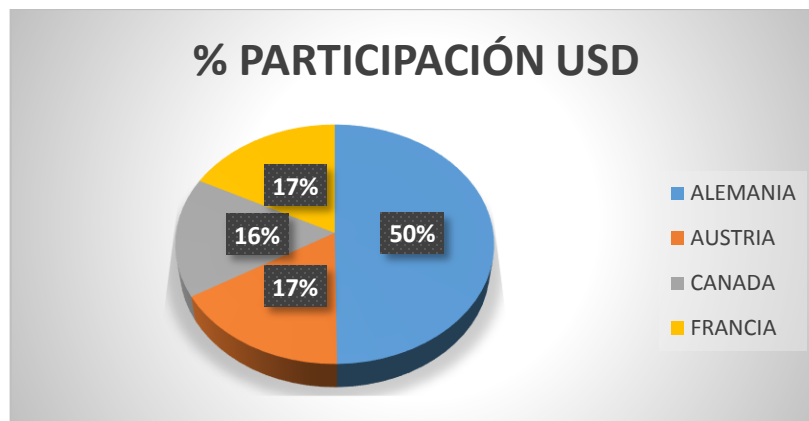
Tabla N° 29 Países de destino de las exportaciones de FECAFEM 2010 – 2015

PAÍSES	2010		2011		2012		2013		2014		2015		2010 - 2015	2010 - 2015
	FOB USD	KGS NETO	FOB USD	KGS NETO	FOB USD	KGS NETO	FOB USD	KGS NETO	FOB USD	KGS NETO	FOB USD	KGS NETO	Total FOB USD	Total KGS NETO
AUSTRIA	81886,7	18975	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	81886,7	18975
ALEMANIA	0	0	194720,92	37950	0	0	0	0	49985,4	18975	0	0	244706,32	56925
CANADÁ	79188,52	18975	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	79188,52	18975
FRANCIA	0	0	0	0	0	0	85709	3149,25	0	0	0	0	85709	3149,25
TOTAL	161075,22	37950	194720,92	37950	0	0	85709	3149,25	49985,4	18975	0	0	491490,54	98024,25

Fuente: CobusGroup

Elaborado por: Jimmy Valdivieso

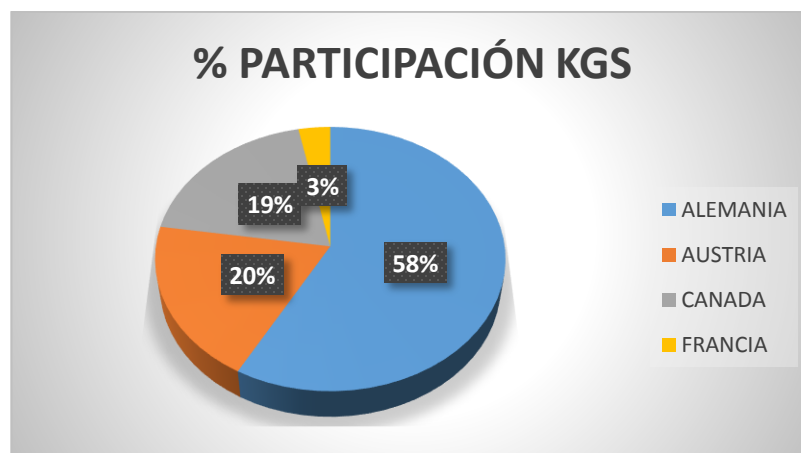
Gráfica N° 33 Participación por países de destino de las exportaciones de FECAFEM 2010 – 2015 en valor FOB USD



Fuente: CobusGroup

Elaborado por: Jimmy Valdivieso

Gráfica N° 34 Participación por países de destino de las exportaciones de FECAFEM 2010 – 2015 en valor KGS NETO



Fuente: CobusGroup

Elaborado por: Jimmy Valdivieso

El principal destino de exportación de FECAFEM en el período 2010 y 2015 fue el mercado de Alemania, el cual cubre una participación del 50% en valor FOB USD y 58% en KGS NETO, para el caso de Francia tiene el precio unitario más alto que los demás pero solo ocupa una participación del 17% en valor FOB USD y 3% en KGS NETO.

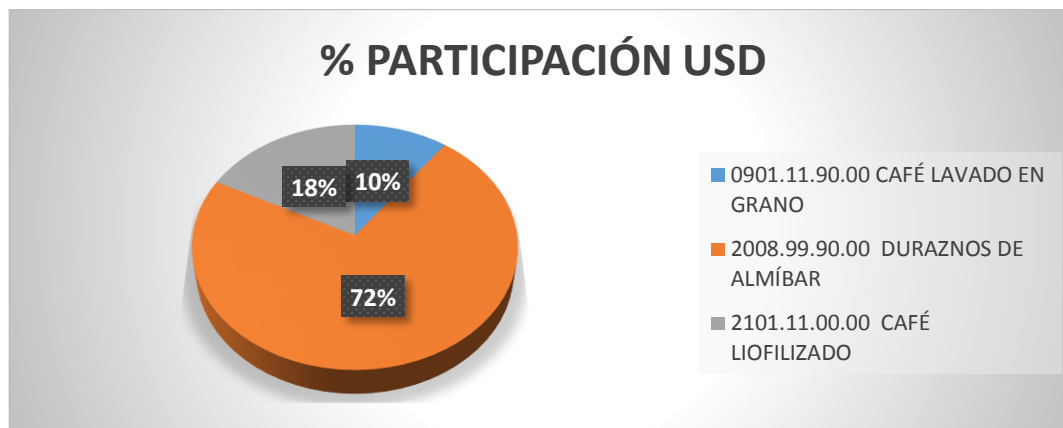
Tabla N° 30 Exportaciones de FECAFEM 2010 – 2015 por subpartida arancelaria

SUBPARTIDA ARANCELARIA	2010		2011		2012		2013		2014		2015		2010 - 2015	2010 - 2015
	FOB USD	KGS NETO	FOB USD	KGS NETO	FOB USD	KGS NETO	FOB USD	KGS NETO	FOB USD	KGS NETO	FOB USD	KGS NETO	Total FOB USD	Total KGS NETO
0901.11.90.00 CAFÉ LAVADO EN GRANO	0	0	0	0	0	0	0	0	49985,4	18975	0	0	49985,4	18975
2008.99.90.00 DURAZNOS EN ALMÍBAR	161075,22	37950	194720,92	37950	0	0	0	0	0	0	0	0	355796,14	75900
2101.11.00.00 CAFÉ LIOFILIZADO	0	0	0	0	0	0	85709	3149,25	0	0	0	0	85709	3149,25
TOTAL	161075,22	37950	194720,92	37950	0	0	85709	3149,25	49985,4	18975	0	0	491490,54	98024,25

Fuente: CobusGroup

Elaborado por: Jimmy Valdivieso

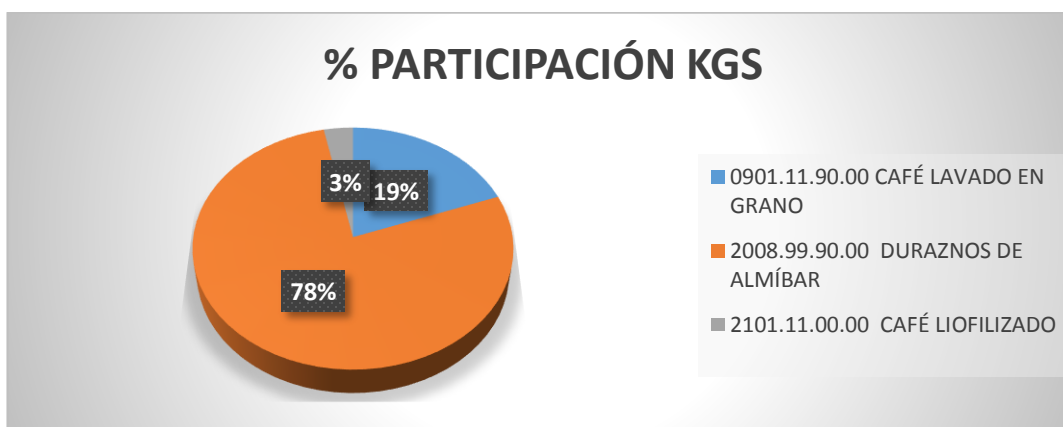
Gráfica N° 35 Exportaciones por subpartida arancelaria de FECAFEM 2010 – 2015 participación FOB USD



Fuente: CobusGroup

Elaborado por: Jimmy Valdivieso

Gráfica N° 36 Exportaciones por subpartida arancelaria de FECAFEM 2010 – 2015 participación KGS NETO



Fuente: CobusGroup

Elaborado por: Jimmy Valdivieso

Las exportaciones de FECAFEM en el periodo 2010 – 2015, su producto con mayor participación es el Durazno de Almíbar posee el 72% en valor FOB USD y 78% en KGS NETO, para el caso del café de exportación tiene en dos ítem los cuales tienen una participación del 28% en valor FOB USD y 22% en KGS NETO.

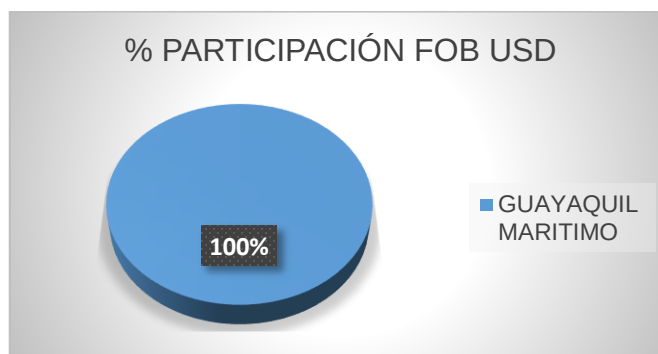
Tabla N° 31 Distritos aduaneros de exportaciones de FECAFEM 2010 – 2015

ADUANA	2010		2011		2012		2013		2014		2015		2010 - 2015	2010 - 2015
	FOB USD	KGS NETO	FOB USD	KGS NETO	FOB USD	KGS NETO	FOB USD	KGS NETO	FOB USD	KGS NETO	FOB USD	KGS NETO	Total FOB USD	Total KGS NETO
GUAYAQUIL MARITIMO	161075,22	37950	194720,92	37950	0	0	85709	3149,25	49985,4	18975	0	0	491490,54	98024,25
TOTAL	161075,22	37950	194720,92	37950	0	0	85709	3149,25	49985,4	18975	0	0	491490,54	98024,25

Fuente: CobusGroup

Elaborado por: Jimmy Valdivieso

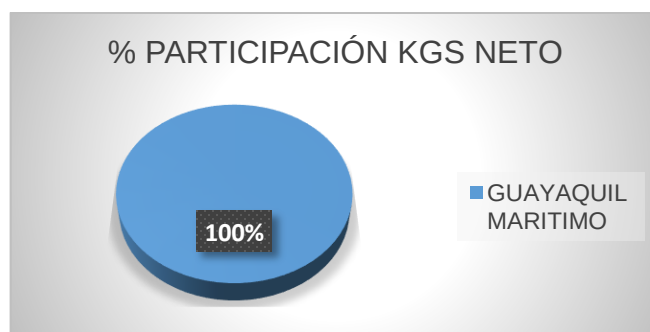
Gráfica N° 37 Participación por distritos aduaneros de exportaciones de FECAFEM 2010 – 2015 en valor FOB USD



Fuente: CobusGroup

Elaborado por: Jimmy Valdivieso

Gráfica N° 38 Participación por distritos aduaneros de exportaciones de FECAFEM 2010 – 2015 en valor KGS NETO



Fuente: CobusGroup

Elaborado por: Jimmy Valdivieso

Las exportaciones de FECAFEM en el período 2010 – 2015, el 100% se realizaron por el distrito aduanero de Guayaquil Marítimo, los productos que exportan no son perecibles por lo cual resulta factible el medio de transporte marítimo.

3.7.2. ANÁLISIS SITUACIONAL DEL CAFÉ EN EL ECUADOR

3.7.2.1. Ficha del Producto

FICHA TÉCNICA CAFÉ	
	
CARACTERÍSTICAS:	
Nombre Científico: Coffea arabica L.	
USO: Bebida Caliente.	
Beneficios: Tiene antioxidantes polifenoles son uno de los principales nutrientes del café tienen como misión equilibrar a las moléculas que se crean al entrar el oxígeno en nuestro organismo e interactuar con diversos tejidos.	
Composición: En una taza hay 6,2 mg de colina, que es de la familia de las vitaminas B; 4,7 microgramos de ácido fólico (vitamina B), 0,5 mg de niacina (vitamina B3), 0,2 microgramos de vitamina K, vitamina B12 a través de la riboflavina y vitamina B5 a través de 0,6 mg de ácido pantoténico.	
Las vitaminas del grupo B están relacionadas con el metabolismo y contribuyen al correcto funcionamiento del mismo de distintas maneras, por lo que es necesario tenerlas en cuenta a la hora de analizar nuestra alimentación.	
SECCIÓN:II PRODUCTOS DEL REINO VEGETAL	
CAPITULO:9 CAFÉ, TÉ, YERBA MATE Y ESPECIAS	
Subpartida: 0901.21.20.00 - - - Molido	
Arancel Advalorem: 30%	
Antidumping: 0%	
Fodinfra: 0.5%	
ICE Advalorem: 0%	
Salvaguardia: 0%	
IVA: 12%	
Unidad Física: Kilogramo bruto	

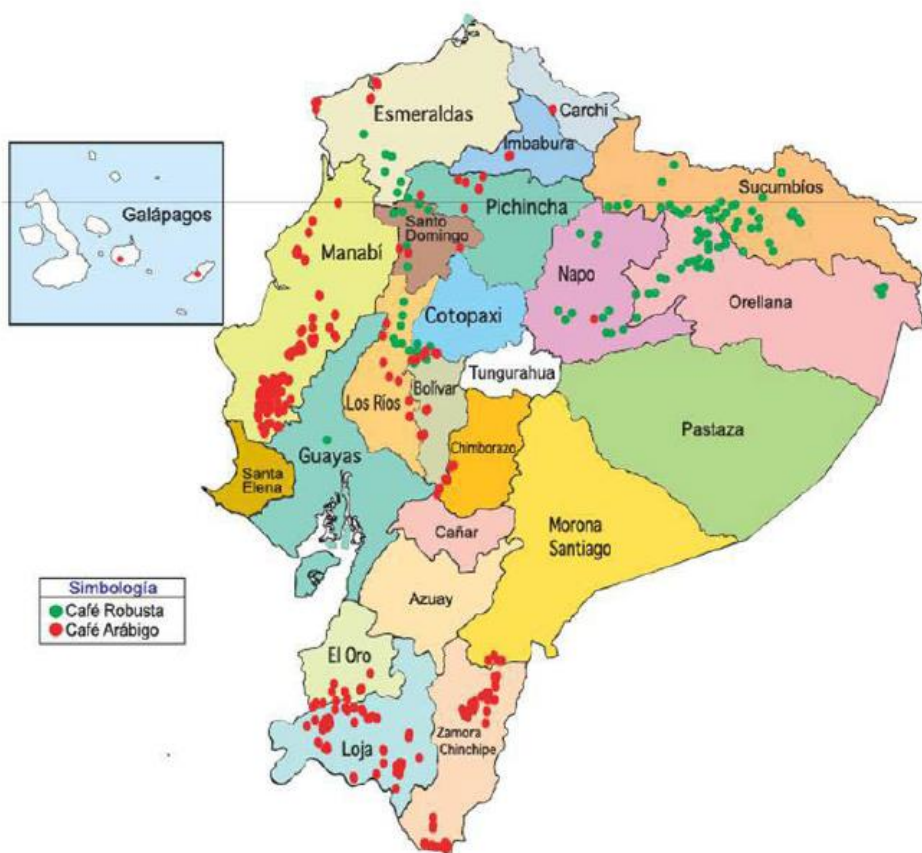
Fuente: Café Jurado / Ecuapass.

Elaborado por: Jimmy Valdivieso

3.7.2.2. Principales zonas de producción de café en el Ecuador

En el Ecuador la producción de café es de tipo arábigo y robusta las cuales están distribuidas en todo el territorio tal como lo demuestra la siguiente ilustración:

Ilustración 7 Principales zonas de producción de café en el Ecuador



Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Jimmy Valdivieso

Tabla N° 32 Superficie cafetalera del Ecuador y Área en producción efectiva 2012

	CAFÉ ARÁBIGO		CAFÉ ROBUSTA		ÁREA CAFETALERA NACIONAL		Porcentaje de Participación
Provincias	SUPERFICIE TOTAL	ÁREA EN PRODUCCIÓN	SUPERFICIE TOTAL	ÁREA EN PRODUCCIÓN	SUPERFICIE TOTAL	ÁREA EN PRODUCCIÓN	
Datos en hectáreas							
Esmeraldas	900	675	6345	4759	7245	5434	3,63%
Manabí	70050	52538	0	0	70050	52538	35,14%
Santa Elena	1800	1350	0	0	1800	1350	0,90%
Guayas	6355	4766	425	319	6780	5085	3,40%
Los Ríos	3520	2640	6610	4958	10130	7598	5,08%
El Oro	9730	7298	0	0	9730	7298	4,88%
Carchi	195	146	0	0	195	146	0,10%
Imbabura	300	225	0	0	300	225	0,15%
Pichincha	850	638	1300	975	2150	1613	1,08%
Santo Domingo	0	0	2650	1988	2650	1988	1,33%
Cotopaxi	1000	750	800	600	1800	1350	0,90%
Bolívar	3410	2558	2580	1935	5990	4493	3,00%
Chimborazo	650	488	0	0	650	488	0,33%
Cañar	270	203	0	0	270	203	0,14%
Azuay	230	173	0	0	230	173	0,12%
Loja	29345	22009	0	0	29345	22009	14,72%
Sucumbíos	0	0	17320	12990	17320	12990	8,69%
Orellana	0	0	20000	15000	20000	15000	10,03%
Napo	0	0	4800	3600	4800	3600	2,41%
Pastaza	40	30	0	0	40	30	0,02%
Morona Santiago	290	218	120	90	410	308	0,21%
Zamora Chinchipe	6350	4763	0	0	6350	4763	3,19%
Galápagos	1100	825	0	0	1100	825	0,55%
Total	136385	102293	62950	47214	199335	149507	100,00%

Fuente: PROECUADOR

Elaborado por: Jimmy Valdivieso

Ecuador tiene dos gremios del sector del Café, los cuales son: Asociación Nacional de Exportadores ANECAFE y Asociación de Cafés Especiales del Ecuador ACEDE, También existen federaciones y asociaciones productoras de café que Exportan como son:

- Federación Regional de Asociaciones de Pequeños Productores Ecológicos del Sur, FAPECAFES.
- Federación de Asociaciones Artesanales de Producción Cafetalera Ecológica Manabí, FECAFEM.
- Asociación Cafetalera de Santa Cruz, Galápagos.
- Asociación Agro artesanal de Caficultores Rio Intag, Imbabura.

Según PROECUADOR, en el Ecuador alrededor del 90% de la superficie es cultivado de manera tradicional, para el caso de la provincia del Carchi la cuota de participación en el mercado de café es del 0,10%.

3.7.2.3. Exportación de Café Ecuatoriano hacia mercados internacionales

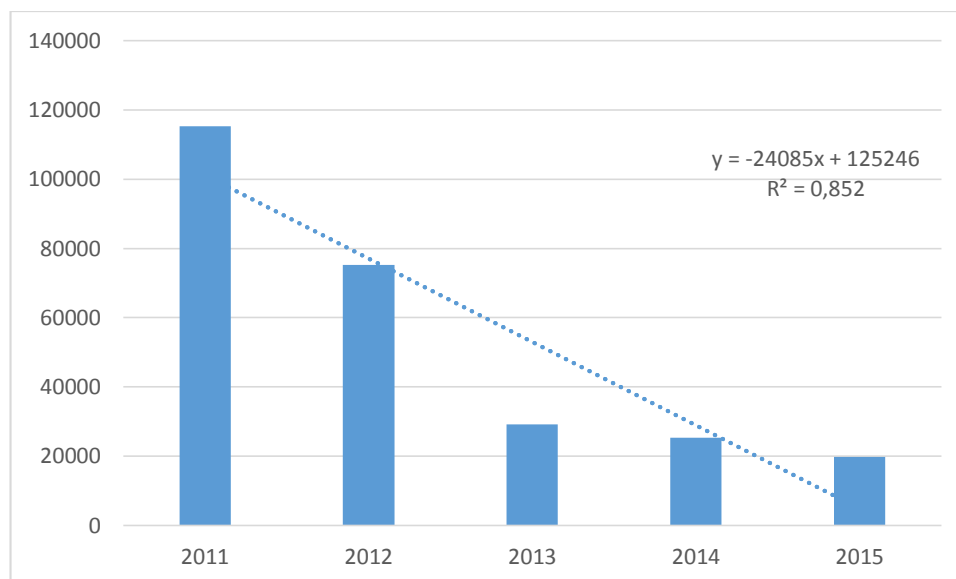
Tabla N° 33 Exportaciones de Café Ecuatoriano hacia mercados internacionales

#	Importadores	Valor exportado en 2011 (miles de USD)	Valor exportado en 2012 (miles de USD)	Valor exportado en 2013 (miles de USD)	Valor exportado en 2014 (miles de USD)	Valor exportado en 2015 (miles de USD)	Participación de las exportaciones para Ecuador (%)	Tasa de crecimiento de los valores exportados entre 2011-2015 (% p.a.)	Tasa de crecimiento de las cantidades exportadas entre 2011-2015 (% p.a.)	Participación de los países socios en las importaciones mundiales (%)	Tasa de crecimiento de las importaciones totales del país socio entre 2011-2015 (% p.a.)
	Mundo	115349	75188	29240	25323	19858	100	-37	-36	100	-4
1	Estados Unidos de América	21640	8008	7517	10846	9558	48,1	-12	-7	20,1	-6
2	Colombia	83510	61566	16367	10979	4966	25	-52	-47	0,1	-47
3	Cuba	677	730	1355	493	2220	11,2	22	32	0,1	4
4	Japón	1065	1257	1022	982	965	4,9	-4	-4	5,3	-7
5	Chile	30	307	506	579	705	3,6	100	86	0,2	1
6	Francia	163	181	397	218	488	2,5	27	34	7,9	1
7	Alemania	7388	2116	1602	689	432	2,2	-49	-46	11,3	-10
8	Reino Unido	0	2	4	4	111	0,6			3,1	-1
9	Canadá	60	1	55	4	105	0,5	28	22	4,1	-4
10	Argentina	0	0	0	0	84	0,4			0,3	-7
11	República Checa	1	10	13	5	49	0,2	103		1,4	21
12	China	0	17	3	5	43	0,2			0,8	13
13	Rusia, Federación de	0	0	85	105	40	0,2			1,7	0
14	Australia	0	65	4	0	25	0,1			1,6	3
15	Bélgica	452	205	63	0	21	0,1	-68	-60	3,7	-10
16	Taipei Chino	0	1	1	18	15	0,1			0,5	9
17	Países Bajos	31	3	22	11	14	0,1	-3	-24	3,1	5
18	Corea, República de	54	88	65	115	6	0	-33	-32	1,8	-1
19	Italia	3	1	0	0	4	0	5		5,9	-3
20	España	231	589	0	122	4	0	-61	-60	3,4	0

Fuente: Trademap

Elaborado por: Jimmy Valdivieso

Gráfica N° 39 Tendencias de las Exportaciones de Café Ecuatoriano hacia mercados internacionales - Miles de USD



Fuente: trademap

Elaborado por: Jimmy Valdivieso

Las exportaciones de café ecuatoriano hacia mercados internacionales en el periodo 2011 – 2015, su tendencia ha sido decrecientes debido a crisis productiva afectada por el hongo de la Roya (*Hemileia Vastarix*), esta enfermedad afecta en la producción del café y apareció en el año 2012 por lo cual ha reducido la cantidad de producción de café en el Ecuador en -37% en valor USD y -36% en cantidad.

Los tres mercados con mayor participación en el periodo 2011 – 2015 fue Estados Unidos con 20,1%, Alemania con 11,3% y Francia con el 7,9%, sus tasas de crecimientos fueron del -6%, -10% y 1% respectivamente, de tal manera solo el mercado de Francia se mantuvo en crecimiento las exportaciones de café, pero el mercado con mayor tasa de crecimiento fue República Checa obtuvo el 21% y 1,4% en participación de mercado.

3.7.2.4. Importación de Café desde Mercados internacionales hacia Ecuador

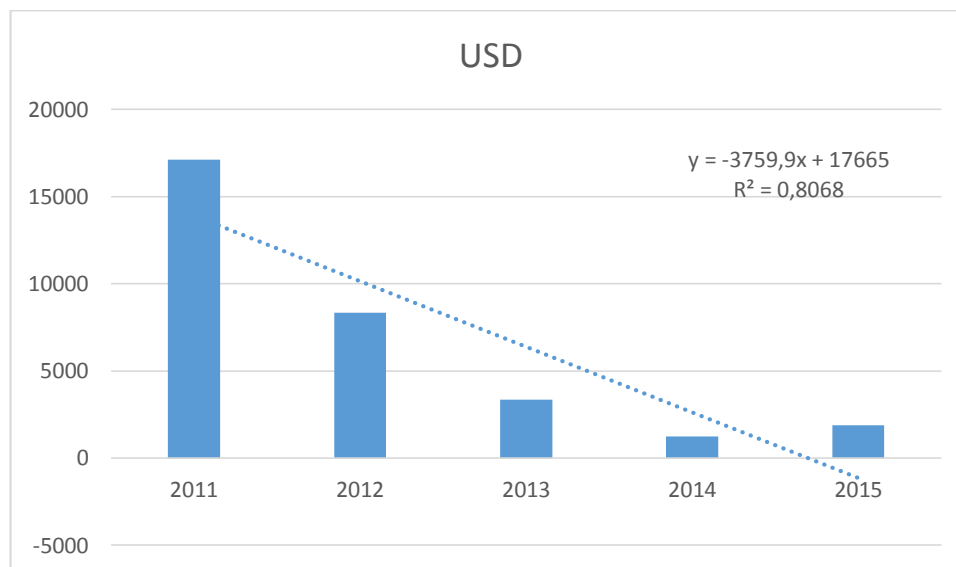
Tabla N° 34 Importación de Café desde Mercados internacionales hacia Ecuador

#	Exportadores	Valor importada en 2011 USD	Valor importada en 2012 USD	Valor importada en 2013 USD	Valor importada en 2014 USD	Valor importada en 2015 USD	Porcentaje de Participación 2011 - 2015
	Mundo	17122	8347	3343	1236	1878	100%
1	Colombia	1080	1345	1335	1136	1624	20,42%
2	Brasil	0	0	1140	0	250	4,35%
3	Italia	0	4	0	5	4	0,04%
4	Zona franca	0	0	0	57	0	0,18%
5	Indonesia	1849	1197	0	0	0	9,54%
6	Costa de Marfil	1256	0	0	0	0	3,93%
7	México	0	528	24	33	0	1,83%
8	Perú	11452	5259	0	5	0	52,36%
9	Viet Nam	1478	0	836	0	0	7,25%
10	Estados Unidos de América	6	14	8	0	0	0,09%

Fuente: trademap

Elaborado por: Jimmy Valdivieso

Gráfica N° 40 Tendencia de la Importación de Café desde Mercados internacionales proveedores hacia Ecuador

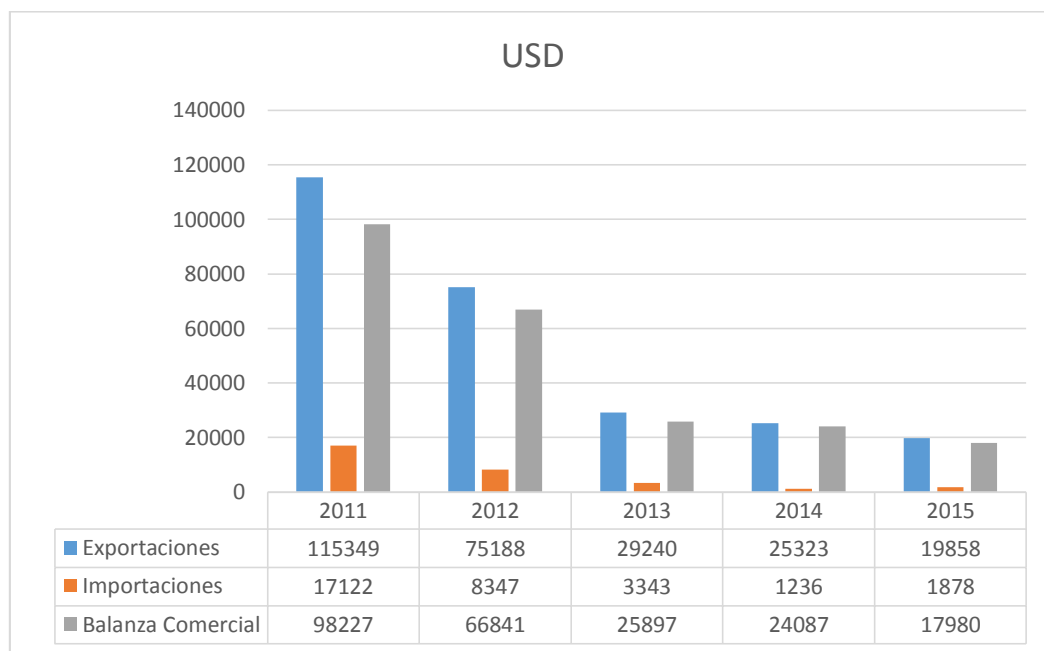


Fuente: trademap

Elaborado por: Jimmy Valdivieso

Las importaciones de café en el Ecuador durante el periodo 2011 – 2015 han tenido una tendencia decreciente, su tasa de crecimiento ha sido de -35,73% por año, el país ha dejado de consumir café extranjero en el 2015 se ha importado el 11% de lo que fue en el 2011. Colombia ha sido uno de los pocos proveedor constante de café, pero el que mayor participación en valor USD fue Perú, solo tuvo participación en las importaciones en los años 2011 y 2012 pero sus valores fueron altos que hasta el 2015 cubre el 52,36% del total de las importaciones de café. Es importante reducir las importaciones intracomunitarias de la CAN ya que afectan a la producción de café Ecuatoriano por medio de los regímenes preferenciales que aplican aranceles favorables por ejemplo la Decisión 416 Normas de Origen de la Comunidad Andina (CAN), como también se puede dar restricción al comercio intrasubregional adoptadas por resoluciones del Comité de Comercio Exterior de la República del Ecuador (COMEX).

Gráfica N° 41 Balanza comercial del Café en el Ecuador 2011 - 2015



Fuente: Trademap

Elaborado por: Jimmy Valdivieso

El Ecuador a pesar de tener una producción de café decreciente en los últimos 5 años se ha mantenido estable en cubrir el mercado nacional, las exportaciones de café han decrecido al igual que las importaciones, pero a lo largo del periodo 2011 – 2015 la balanza comercial del Café se ha mantenido con un saldo superávit, aunque este ha tenido una tasa de crecimiento negativo en su saldo del 28,79%.

En el año 2013 las exportaciones bajaron en un 39% en comparación al año 2012, las causas se deben a la crisis productiva del café afectada por el hongo de la Roya (*Hemileia Vastarix*), el MAGAP aspira en los próximos años reactivar las exportaciones de café ya que su campaña empezó en el 2013 con la cultivación de la semilla de café proveniente de Brasil ya que es resistente al hongo la Roya y esta necesita 4 años para dar su primera cosecha, posterior a esta solo necesitará de 9 a 11 meses para las próximas cosechas de café cultivado en territorio Ecuatoriano.

3.7.2.5. Exportaciones No petroleros del Ecuador periodo 2011 - 2015.

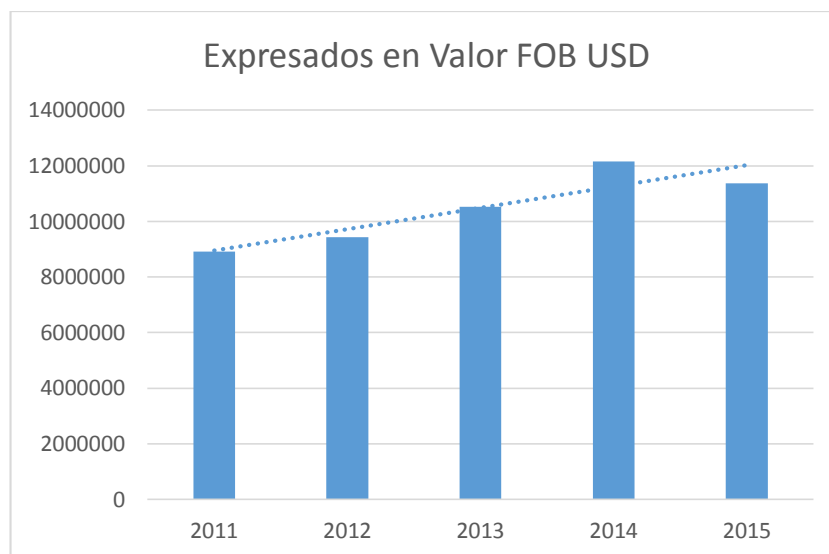
Tabla N° 35 Principales productos No petroleros de exportación por número de capítulo arancelario.

Código de Capítulo Arancelario	Descripción del producto	2011	2012	2013	2014	2015	Total	% de participación 2011 - 2015	Tasa de Crecimiento 2010 - 2015
		FOB MILES USD	FOB MILES USD	FOB MILES USD	FOB MILES USD	FOB MILES USD			
'08	Frutos comestibles; cortezas de agrios o de melones	2344297	2185593	2471700	2724726	2935493	12661809	24,16%	4,60%
'03	Pescados y crustáceos, moluscos y otros invertebrados acuáticos	1480780	1617863	2093236	2878219	2553873	10623971	20,27%	11,52%
'16	Preparaciones de carne, de pescado o de crustáceos, de moluscos.	880041	1125836	1352099	1262386	952189	5572551	10,63%	1,59%
'06	Plantas vivas y productos de la floricultura	684321	776230	841159	802246	824453	3928409	7,50%	3,80%
'18	Cacao y sus preparaciones	582988	453252	531169	709720	812382	3089511	5,90%	6,86%
'71	Perlas finas o cultivadas, piedras preciosas, semipreciosas y similares	134145	396459	479721	858334	745775	2614434	4,99%	40,93%
'15	Grasas y aceites animales o vegetales; grasas alimenticias; ceras	390176	389011	306414	300833	312276	1698710	3,24%	-4,36%
'44	Madera, carbón vegetal y manufacturas de madera	227640	230621	231414	282947	320777	1293399	2,47%	7,10%
'20	Preparación de legumbres, hortalizas, frutos o de otras partes de planta.	249039	212647	236300	284578	256754	1239318	2,37%	0,61%
'21	Preparaciones alimenticias diversas	150064	192286	198181	159376	135097	835004	1,59%	-2,08%
'23	Residuos, desperdicios de las industrias alimentarias; alimentos para animales	157132	154482	188386	144684	160502	805186	1,54%	0,43%
'39	Materias plásticas y manufacturas de estas materias	129881	146970	160622	172077	131329	740879	1,41%	0,22%
'73	Manufacturas de fundición, de hierro o de acero	116691	166825	162152	146173	135246	727087	1,39%	3,00%
'84	Maquinas, reactores nucleares, calderas, aparatos y artefactos mecánicos.	112164	148582	116040	125807	95412	598005	1,14%	-3,18%
'07	Legumbres y hortalizas, plantas, raíces y tubérculos alimenticios	122406	116647	110768	118503	125987	594311	1,13%	0,58%
'26	Minerales, escorias y cenizas	30338	44380	75163	228882	2432	381195	0,73%	-39,63%
'09	Café, té, yerba mate y especias	120626	81596	34572	34461	33837	305092	0,58%	-22,45%
'17	Azúcares y artículos de confitería	62177	55844	42511	52402	51783	264717	0,51%	-3,59%
'48	Papel, cartón; manufactura. de pasta de celulosa, de papel/de cartón	58601	60078	50864	53067	41922	264532	0,50%	-6,48%
'74	Cobre y manufacturas de cobre	52855	56404	58207	55789	38322	261577	0,50%	-6,23%
	Otros	821574	818831	777004	769448	713148	3900005	7,44%	-2,79%
Total Productos		8907936	9430437	10517682	12164658	11378989	52399702		

Fuente: CobusGroup

Elaborado por: Jimmy Valdivieso

Gráfica N° 42 Principales productos No petroleros de exportación por número de capítulo arancelario.



Fuente: CobusGroup

Elaborado por: Jimmy Valdivieso

Las exportaciones No petroleras del Ecuador en el periodo 2011 – 2015 han tenido una tendencia creciente con una tasa de crecimiento del 4,60%, el código de capítulo arancelario con mayor participación fueron los frutos comestibles; cortezas de agrios o de melones, con un porcentaje de 24,16%, este corresponde al principal producto de producción del Ecuador el cual es el banano de exportación.

Para el caso del capítulo arancelario del café, tan solo cubre el 0,58% como lo muestra en la tabla 36 y gráfica 43, y la tasa de crecimiento es negativa con - 22,45% del periodo 2011 – 2015.

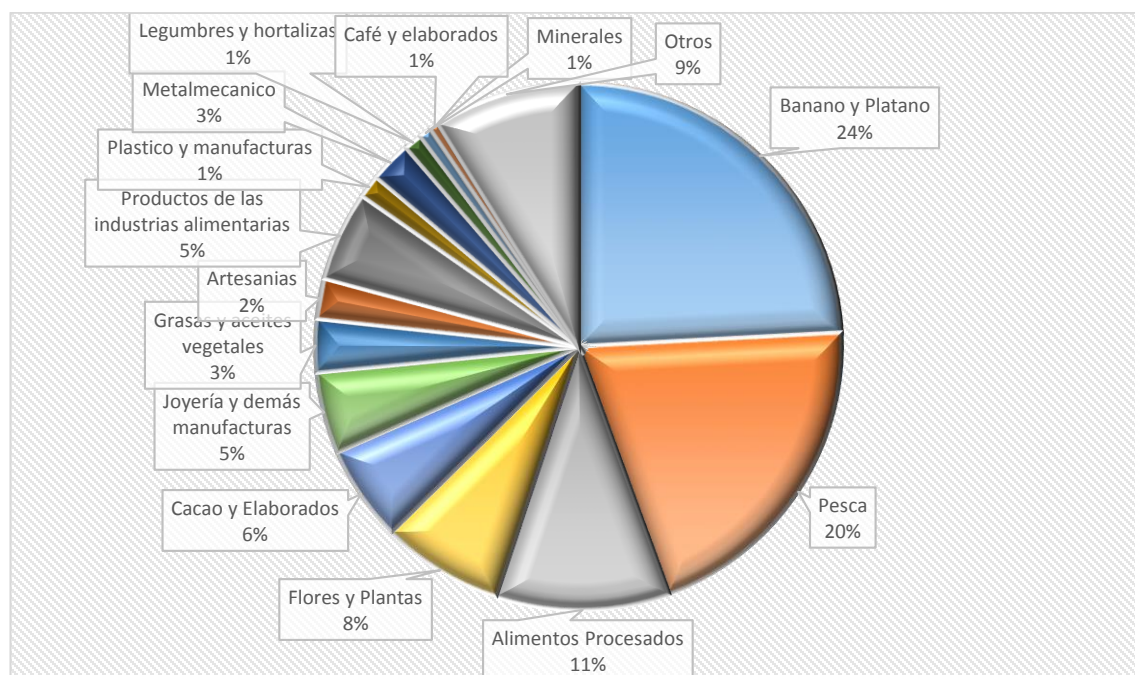
Tabla Nº 36 Principales productos No petroleros de Exportación

#	Productos	% de participación 2011 - 2015
1	Banano y Plátano	24,16%
2	Pesca	20,27%
3	Alimentos Procesados	10,63%
4	Flores y Plantas	7,50%
5	Cacao y Elaborados	5,90%
6	Joyería y demás manufacturas	4,99%
7	Grasas y aceites vegetales	3,24%
8	Artesanías	2,47%
9	Productos de las industrias alimentarias	5,50%
10	Plástico y manufacturas	1,41%
11	Metalmecánico	2,53%
12	Legumbres y hortalizas	1,13%
13	Minerales	0,73%
14	Café y elaborados	0,58%
15	Otros	8,95%

Fuente: CobusGroup

Elaborado por: Jimmy Valdivieso

Gráfica 43 Principales productos No petroleros de Exportación 2011 -2015



Fuente: CobusGroup

Elaborado por: Jimmy Valdivieso

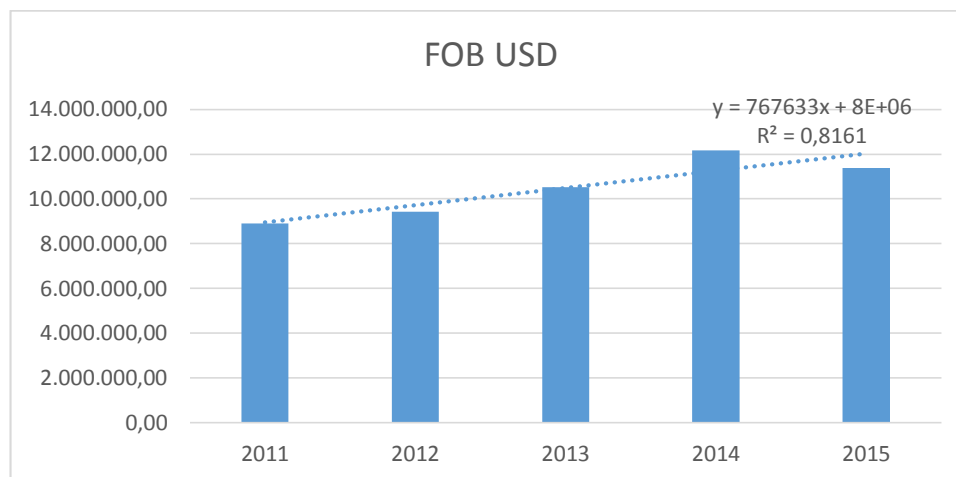
Tabla N° 37 Principales destinos de las Exportaciones No petroleras de Ecuador – Miles USD FOB

#	País	2011	2012	2013	2014	2015	Total 2011 - 2015	% de participación 2011 - 2015	Tasa de Crecimiento 2010 -2015
		FOB USD	FOB USD	FOB USD	FOB USD	FOB USD			
1	Estados Unidos de América	2.044.574,00	2.296.755,00	2.601.645,00	3.501.959,00	3.067.755,00	13.512.688,00	25,79%	8,45%
2	Colombia	1.020.170,00	1.054.935,00	912.463,00	939.669,00	775.351,00	4.702.588,00	8,97%	-5,34%
3	Rusia, Federación de	699.889,00	706.777,00	817.411,00	796.233,00	715.544,00	3.735.854,00	7,13%	0,44%
4	Venezuela, República Bolivariana de	785.896,00	911.531,00	464.002,00	561.690,00	325.693,00	3.048.812,00	5,82%	-16,15%
5	Alemania	491.941,00	378.374,00	415.138,00	526.397,00	548.917,00	2.360.767,00	4,51%	2,22%
6	España	416.174,00	444.000,00	493.528,00	490.431,00	483.462,00	2.327.595,00	4,44%	3,04%
7	Italia	580.380,00	489.283,00	422.168,00	433.771,00	325.959,00	2.251.561,00	4,30%	-10,90%
8	Países Bajos	349.164,00	333.451,00	430.455,00	515.647,00	460.295,00	2.089.012,00	3,99%	5,68%
9	Viet Nam	50.248,00	143.697,00	325.521,00	625.135,00	784.654,00	1.929.255,00	3,68%	73,27%
10	China	191.850,00	211.361,00	263.099,00	443.592,00	563.957,00	1.673.859,00	3,19%	24,07%
11	Chile	326.199,00	338.542,00	395.920,00	311.189,00	255.753,00	1.627.603,00	3,11%	-4,75%
12	Perú	312.836,00	328.689,00	378.924,00	290.548,00	255.217,00	1.566.214,00	2,99%	-3,99%
13	Francia	211.782,00	239.770,00	318.700,00	315.767,00	271.754,00	1.357.773,00	2,59%	5,11%
14	Bélgica	264.959,00	208.432,00	233.780,00	222.566,00	215.220,00	1.144.957,00	2,19%	-4,07%
15	Reino Unido	139.062,00	164.953,00	186.041,00	177.862,00	165.987,00	833.905,00	1,59%	3,60%
16	Turquía	78.470,00	106.230,00	226.643,00	192.721,00	213.070,00	817.134,00	1,56%	22,11%
17	Japón	139.097,00	161.370,00	154.772,00	143.723,00	189.944,00	788.906,00	1,51%	6,43%
18	Argentina	89.081,00	105.341,00	145.507,00	195.837,00	215.720,00	751.486,00	1,43%	19,35%
19	México	98.333,00	101.144,00	124.484,00	148.534,00	155.090,00	627.585,00	1,20%	9,54%
20	Brasil	89.561,00	136.041,00	132.250,00	133.328,00	110.113,00	601.293,00	1,15%	4,22%
21	Demás países	528.270,00	569.761,00	1.075.231,00	1.198.059,00	1.279.534,00	4.650.855,00	8,88%	19,35%
Total exportaciones No petrolera		8.907.936,00	9.430.437,00	10.517.682,00	12.164.658,00	11.378.989,00	52.399.702,00	100,00%	

Fuente: CobusGroup

Elaborado por: Jimmy Valdivieso

Gráfica N° 44 Exportaciones No petrolera 2010 - 2015



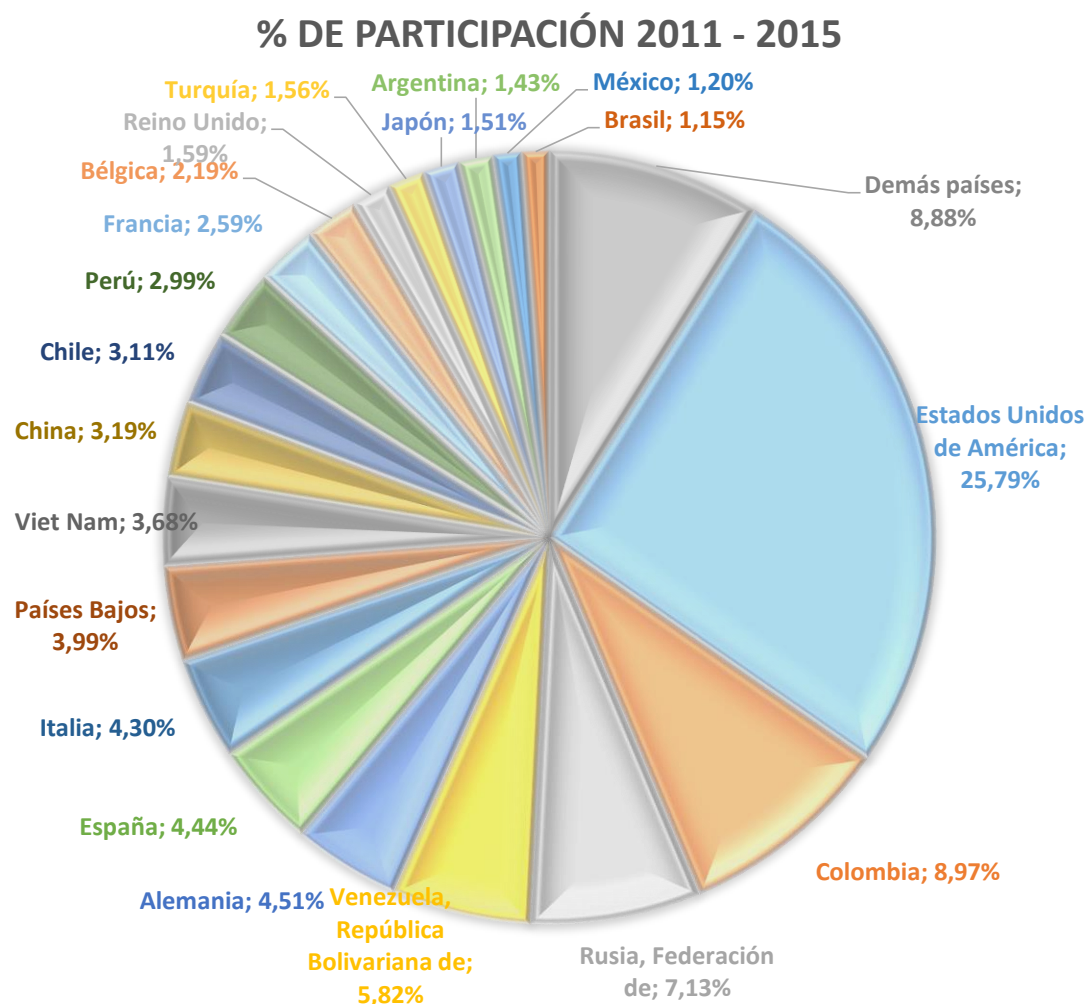
Fuente: CobusGroup

Elaborado por: Jimmy Valdivieso

El principal destino de las exportaciones No petroleras del Ecuador en el periodo 2011 – 2015 fue Estados Unidos de América tiene una participación del 25,79% y una tasa de crecimiento del 8,45%, el destino con mayor tasa de crecimiento fue Vietnam tiene una tasa del 73,27% y una participación del 3,68%.

Dentro de los principales destinos de las exportaciones No petroleras están países consumidores de café del comercio justo los cuales son: Estados Unidos, Alemania, Francia y Bélgica, solo el caso de Bélgica ha tenido una tasa negativa de crecimiento los demás tiene una tasa de crecimiento positiva la cual es favorable para futuras negociaciones del café ecuatoriano.

Gráfica N° 45 Participación de principales destinos de las Exportaciones No petroleras de Ecuador – Miles USD FOB



Fuente: CobusGroup

Elaborado por: Jimmy Valdivieso

Entre los destinos de las exportaciones No petroleras, los destinos en las exportaciones intracomunitarias cubren una participación del 12,41% en valor FOB USD, mientras tanto los destinos en las exportaciones extracomunitarias cubren una participación del 87,59% del periodo 2011 – 2015.

3.7.2.6. Evolución del Tipo de cambio de Euros a Dólares 2011 – Mayo 2016

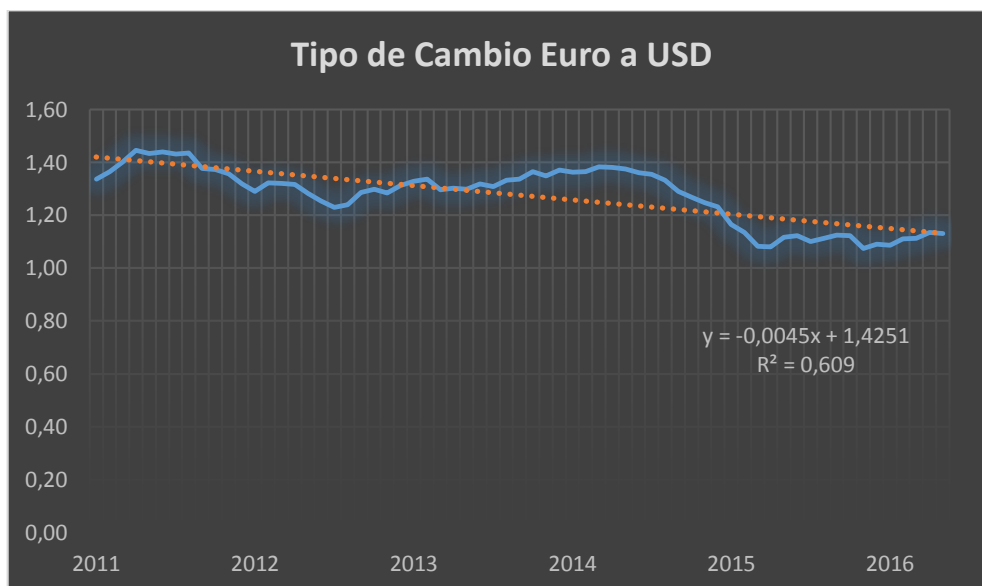
Tabla N° 38 Evolución del Tipo de cambio de Euros a Dólares 2011 – Mayo 2016

Mes	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Enero	1,34	1,29	1,33	1,36	1,16	1,09
Febrero	1,37	1,32	1,34	1,37	1,13	1,11
Marzo	1,40	1,32	1,30	1,38	1,08	1,11
Abril	1,45	1,32	1,30	1,38	1,08	1,13
Mayo	1,43	1,28	1,30	1,37	1,12	1,13
Junio	1,44	1,25	1,32	1,36	1,12	-
Julio	1,43	1,23	1,31	1,35	1,10	-
Agosto	1,43	1,24	1,33	1,33	1,11	-
Septiembre	1,38	1,29	1,34	1,29	1,12	-
Octubre	1,37	1,30	1,36	1,27	1,12	-
Noviembre	1,36	1,28	1,35	1,25	1,07	-
Diciembre	1,32	1,31	1,37	1,23	1,09	-

Fuente: oanda.com

Elaborado por: Jimmy Valdivieso

Gráfica N° 46 Evolución del Tipo de cambio de Euros a Dólares 2011 – Mayo 2016



Fuente: oanda.com

Elaborado por: Jimmy Valdivieso

El Ecuador no tiene moneda propia y depende del dólar, su competitividad exportable a países de Europa hace una desventaja en sus negociaciones ya que su oportunidad de recompensa depende del tipo de cambio monetario, de tal manera en el periodo 2011 – Mayo 2016, el dólar se ha apreciado con una tasa de crecimiento del 3,64%, es decir que por cada año el Ecuador recibe menos dólares por cada Euro como lo muestra la tabla número 38, esto afectado a las exportaciones ecuatorianas de los principales destinos del comercio justo, por lo cual se muestra cada vez más imprescindible el cambio de divisas.

3.7.2.7. Participación de las Exportaciones de Comercio Justo en el Ecuador en el periodo 2011 - 2015

Tabla N° 39 Porcentaje de participación de las Exportaciones No petroleras en Total Exportaciones del periodo 2011 – 2015 miles de USD FOB

	2011 Miles USD FOB	2012 Miles USD FOB	2013 Miles USD FOB	2014 Miles USD FOB	2015 Miles USD FOB	Tasa de Crecimiento 2011 - 2015
Exportaciones Petroleras	22.342.528,00	23.852.022,00	24.957.640,00	25.730.107,00	18.330.610,00	-3,88%
Exportaciones No petroleras	8.907.936,00	9.430.437,00	10.517.682,00	12.164.658,00	11.378.989,00	5,02%
Total Exportaciones	31.250.464,00	33.282.459,00	35.475.322,00	37.894.765,00	29.709.599,00	-1,01%
% participación en las Exportaciones	71%	72%	70%	68%	62%	-2,90%
	29%	28%	30%	32%	38%	6,09%

Fuente: CobusGroup

Elaborado por: Jimmy Valdivieso

La estructura de las Exportaciones han ido creciendo para las exportaciones No petroleras su participación tiene una tasa de crecimiento del 6,09% en el periodo 2011 – 2015, en cambio las exportaciones petroleras ha decrecido en un -2,90%. Durante el periodo 2011 – 2015 las exportaciones totales han decrecido en -1,01% por año pero su causa se debe a la baja del precio del petróleo para su rentabilidad en la cantidad de exportaciones por año, pero para las exportaciones No petroleras han crecido y mantienen un crecimiento económico que apoya a mejorar el PIB del país.

**Tabla N° 40 Porcentaje de participación de las Exportaciones de la CECJ en
Total Exportaciones del periodo 2011 - 2015 USD FOB**

	2011 USD FOB	2012 USD FOB	2013 USD FOB	2014 USD FOB	2015 USD FOB	Tasa de Crecimient o 2011 - 2015
Total Exportaciones	31.250.464.000,00	33.282.459.000,00	35.475.322.000,00	37.894.765.000,00	29.709.599.000	-1,01%
Exportaciones No petroleras	8.907.936.000,00	9.430.437.000,00	10.517.682.000,00	12.164.658.000,00	11.378.989.000	5,02%
Exportaciones de la CECJ	26.657.128,06	26253542,36	29088225,41	25635176,7	39126771,79	7,98%
% participación en las Exportaciones No petroleras	0,30%	0,28%	0,28%	0,21%	0,34%	2,82%
% participación en Total Exportación	0,09%	0,08%	0,08%	0,07%	0,13%	9,07%

Fuente: CobusGroup

Elaborado por: Jimmy Valdivieso

Las exportaciones de todos los miembros de la Coordinadora Ecuatoriana de Comercio Justo (CECJ), dentro de las exportaciones No petroleras del periodo 2011 – 2015 han aportado porcentualmente el 0,28% como promedio por año, en las exportaciones totales del Ecuador la CECJ, aportado porcentualmente el 0,09% como promedio por año, sus tasas de crecimiento de los años 2011 al 2015, tanto para la participación en las exportaciones No petroleras y exportaciones Total son del 2,82% y 9,07% respectivamente, su aporte a la economía del país no es tan alto pero su crecimiento tiene mucha importancia para el futuro de la economía de los pequeños productores agrícolas.

Tabla N° 41 Porcentaje de participación de las Exportaciones de Café del Comercio Justo en Total Exportaciones de Café Ecuatoriano del periodo 2011 – 2015 FOB MILES USD

Formula	Detalle	2011 FOB MILES USD	2012 FOB MILES USD	2013 FOB MILES USD	2014 FOB MILES USD	2015 FOB MILES USD	Total FOB MILES USD	Tasa de crecimiento 2011 - 2015
A	Exportaciones No petroleras Código de Capítulo Arancelario 09 Café, té, yerba mate y especias	120.626,00	81.596,00	34.572,00	34.461,00	33.837,00	305.092,00	-22,45%
B	Exportaciones de Café Ecuatoriano	115.349,00	75.188,00	29.240,00	25.323,00	19.858,00	264.958,00	-29,66%
C=A-B	Exportaciones de té, yerba mate y especias (Productos sustitutos del Café)	5.277,00	6.408,00	5.332,00	9.138,00	13.979,00	40.134,00	21,51%
D	Exportaciones de Café de FAPECAFES y FECAFEM	2.280,72	1.761,45	513,99	483,75	644,95	5.684,87	-22,32%
(B/A)*100 %	% participación del Café	95,63%	92,15%	84,58%	73,48%	58,69%	No aplica	-9,30%
(C/A)*100 %	% participación de productos sustitutos del Café	4,37%	7,85%	15,42%	26,52%	41,31%	No aplica	56,69%
(D/A)*100 %	% participación de café de comercio justo en exportaciones de Café Ecuatoriano	1,98%	2,34%	1,76%	1,91%	3,25%	No aplica	10,43%
(D/B)*100 %	% participación de café de comercio justo en exportaciones No petroleras Código de Capítulo Arancelario 09	1,89%	2,16%	1,49%	1,40%	1,91%	No aplica	0,16%

Fuente: CobusGroup

Elaborado por: Jimmy Valdivieso

Las exportaciones No petroleras por código de capítulo arancelario 09 que corresponde a Café, té, yerba mate y especias, han decrecido en 22,45%, pero dentro de este capítulo arancelario, el café es el producto con mayor participación en las exportaciones por capítulo arancelario, además de la crisis productiva del café se ha visto afectado por lo cual productos sustitutos del café han crecido en 56,69% mientras que el café decrece en -9,30% por año.

La participación del café de comercio justo en las exportaciones por capítulo arancelario es positiva con una tasa de crecimiento del 0,16% por año, el café de comercio justo representa 1,77% en promedio del total de las exportaciones del capítulo arancelario 09 del período 2011 – 2015, según la tabla número 76 existen 126 empresas que participan en las exportaciones del café ecuatoriano, las dos asociaciones de café de comercio justo representan el 2,25% en promedio y su tasa de crecimiento en participación es del 10,43% a pesar de haber decrecido en 22,32% las exportaciones de café de comercio justo, ha

sido menor su decrecimiento en comparación a las exportaciones de café sin certificación de comercio justo, por lo cual llegamos a concluir que la certificación de comercio justo si aportado al país en mantener un desarrollo de participación en las exportaciones de café ecuatoriano hacia mercados internacionales , el cual se ha beneficiado por sus criterios y políticas internacionales que apoyan al desarrollo del pequeño productor.

3.7.2.8. Principales países exportadores de café a Nivel Mundial

Tabla N° 42 Principales países exportadores de café a Nivel Mundial

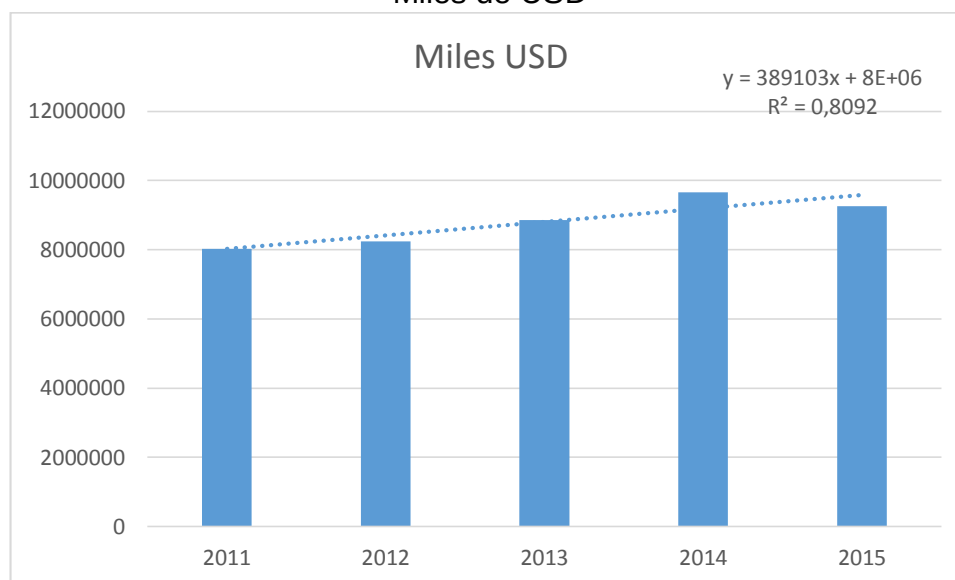
#	Exportadores	valor exportada en 2011 (miles de USD)	valor exportada en 2012 (miles de USD)	valor exportada en 2013 (miles de USD)	valor exportada en 2014 (miles de USD)	valor exportada en 2015 (miles de USD)	Tasa de crecimiento anual en valor (miles de USD) entre 2011-2015 (%)	Tasa de crecimiento anual en cantidad entre 2011-2015 (%)	Tasa de crecimiento anual en valor entre 2014-2015 (%)	Participación en las exportaciones mundiales (%)
	Mundo	8026007	8237815	8857118	9661030	9259912	5	7	-4	100
1	Suiza	1534057	1596923	1978532	2002428	1819897	6	10	-9	19,7
2	Italia	1160834	1213893	1324761	1422098	1318903	4	9	-7	14,2
3	Alemania	1137305	1104224	1148124	1258013	1161572	2	6	-8	12,5
4	Estados Unidos de América	785446	850668	770653	740854	718225	-3	-2	-3	7,8
5	Francia	318057	345566	602108	700099	604960	22	13	-14	6,5
6	Polonia	318485	332162	291061	433359	483239	12	13	12	5,2
7	Bélgica	475540	434609	433738	454920	439748	-1	3	-3	4,7
8	Países Bajos	421251	363818	263178	407931	436863	2	6	7	4,7
9	Canadá	358860	371440	354982	348565	393067	1	3	13	4,2
10	República Checa	93021	105545	90628	203121	331782	38	37	63	3,6
11	Reino Unido	172763	191476	294729	341802	290160	18	19	-15	3,1
12	España	106776	111318	118366	132213	133475	6	16	1	1,4
13	Suecia	172510	166722	162703	159787	121245	-7	-3	-24	1,3
14	Austria	125917	102936	109492	130863	116775	1	2	-11	1,3
15	Eslovaquia	129925	194846	163666	132373	102952	-8	-9	-22	1,1
16	Bulgaria	35179	41385	46677	57673	64239	17	27	11	0,7
17	Portugal	59613	58727	59285	60779	57478	0	2	-5	0,6
18	Lituania	34643	39577	48629	49276	52126	11	19	6	0,6
19	Hungría	73359	91992	62808	86792	48624	-8	-5	-44	0,5
20	China	11269	18199	22448	23335	47361	37	38	103	0,5

21	Viet Nam	10813	14447	14238	8064	43410	37	13	314	0,5
22	Luxemburgo	42183	39081	42399	49106	43406	3	10	-12	0,5
23	Colombia	33889	41508	35393	38667	42414	4	7	10	0,5
24	México	32153	16172	22651	26472	38022	9	19	44	0,4
25	Dinamarca	60603	35579	29225	33938	33355	-12	-8	-2	0,4

Fuente: trademap

Elaborado por: Jimmy Valdivieso

Gráfica N° 47 Tendencia de las Exportaciones de Café a nivel Mundial
Miles de USD



Fuente: trademap

Elaborado por: Jimmy Valdivieso

Durante el periodo 2011 – 2015, las exportaciones de café a nivel mundial posee una tasa de crecimiento del 2,90% por año, esto es favorable para la reactivación de las exportaciones de café Ecuatoriano, además en el total de las exportaciones de café en el mundo, el Ecuador tiene una participación del 0,60% en valor USD, en comparación del primer país con mayor participación en el mercado mundial de café es Suiza este cubre el 19,7% en valor USD durante el periodo 2011 – 2015, por lo cual Ecuador no es un país potencialmente productor de café pero sus exportaciones cubren nichos de mercado que fidelizan a los clientes por su calidad competitiva.

3.7.2.9. Principales países importadores de café a nivel mundial

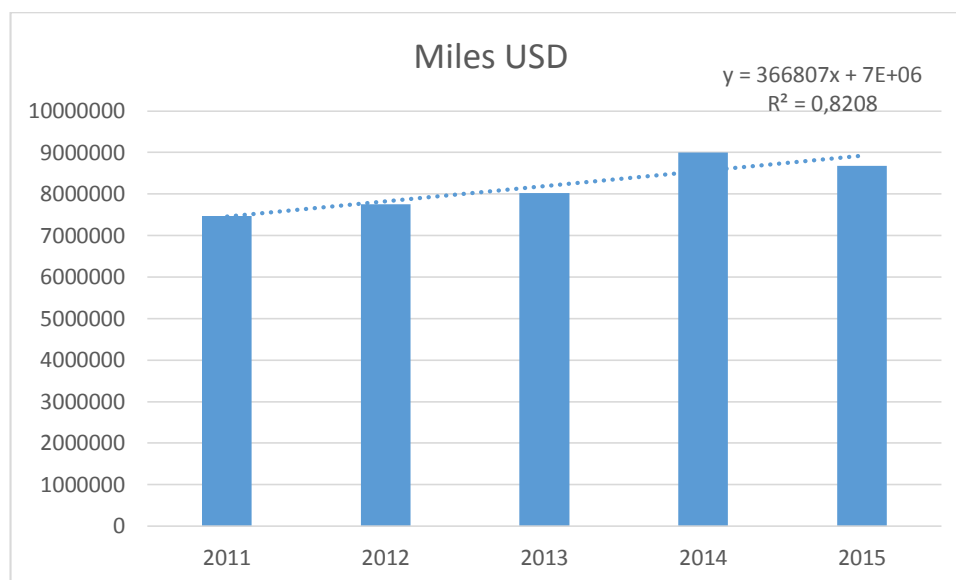
Tabla N° 43 Principales países importadores de café a nivel mundial

#	Importadores	valor importada en 2011 (miles de USD)	valor importada en 2012 (miles de USD)	valor importada en 2013 (miles de USD)	valor importada en 2014 (miles de USD)	valor importada en 2015 (miles de USD)	Tasa de crecimiento anual en valor entre 2011-2015 (%)	Tasa de crecimiento anual en cantidad entre 2011-2015 (%)	Tasa de crecimiento anual en valor entre 2014-2015 (%)	Participación en las importaciones mundiales (%)
	Mundo	7471007	7758801	8017044	9005262	8681812	5	7	-4	100
1	Francia	1152702	1310930	1568691	1762816	1583559	10	6	-10	18,2
2	Estados Unidos de América	627251	631798	600520	607444	728691	3	4	20	8,4
3	Alemania	709191	702527	698187	775344	610758	-2	5	-21	7
4	Canadá	619825	688982	619953	615084	572366	-3	-2	-7	6,6
5	Países Bajos	423999	437493	304363	471163	402159	0	6	-15	4,6
6	Austria	376706	349869	365130	408116	365224	1	11	-11	4,2
7	Reino Unido	268926	264514	201331	296394	363506	7	13	23	4,2
8	República Checa	131437	114729	110724	230289	350503	30	28	52	4
9	España	87339	85258	98371	265516	251307	38	19	-5	2,9
10	Eslovaquia	166421	172036	201373	193919	214993	7	5	11	2,5
11	Bélgica	201882	195642	226343	228918	203016	2	3	-11	2,3
12	Italia	186005	158351	172071	206049	188681	3	2	-8	2,2
13	Polonia	200990	219903	226438	206602	183758	-2	0	-11	2,1
14	Australia	103717	142138	194774	204490	182696	16	30	-11	2,1
15	Rusia, Federación de	133837	145680	177808	176685	137972	3	9	-22	1,6
16	Rumania	105625	115610	130710	138911	133348	7	12	-4	1,5
17	Suecia	126496	127293	136981	137863	118507	-1	-1	-14	1,4
18	Dinamarca	160654	159158	147585	134891	112394	-8	-3	-17	1,3
19	Luxemburgo	116891	106706	115767	131566	111341	1	5	-15	1,3
20	Grecia	85613	81148	93796	112834	110698	9	12	-2	1,3

Fuente: trademap

Elaborado por: Jimmy Valdivieso

Gráfica N° 48 Tendencia de las Importaciones de Café a nivel Mundial
Miles de USD



Fuente: trademap

Elaborado por: Jimmy Valdivieso

Los principales países importadores de café a nivel mundial tiene una tendencia creciente el cual ocupa una tasa de crecimiento 3,05% durante el periodo 2011 – 2015, lo cual es favorable para el Ecuador en encontrar posibles negociaciones con países con demanda insatisfecha de café, el país con mayor participación en las importaciones de café es Francia, este ocupa una participación del 18,2% a nivel mundial, pero el que tuvo mayor tasa de crecimiento en cantidad y valor USD fue República Checa, este ocupa una tasa de crecimiento del 28% y 52% respectivamente, en participación del mercado de café a nivel mundial ocupa el 4%.

3.7.3. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS DE LOS PAÍSES SELECCIONADOS

Para la determinación de los mejores mercados internacionales que actúan en el marco del Comercio Justo, se ha seleccionado a tres países para la comercialización de café, los cuales serán diagnosticados para seleccionar la mejor oportunidad de mercados, a continuación se detalla la información relevante para justificar su selección:

Tabla N° 44 Diagnóstico y selección de Mercado Internacional

# Ranking	Principales Mercados del Comercio Justo	Principales países importadores de café a Nivel Mundial	Exportación de Café Ecuatoriano hacia mercados internacionales	Principales destinos de las Exportaciones No petroleras de Ecuador
1	Estados Unidos de América	Francia	Estados Unidos de América	Estados Unidos de América
2	Países Bajos	Estados Unidos de América	Colombia	Colombia
3	Bélgica	Alemania	Cuba	Rusia
4	Italia	Canadá	Japón	Viet Nam
5	Alemania	Países Bajos	Chile	Venezuela
6	Suecia	Austria	Francia	Alemania
7	Nueva Zelanda	Reino Unido	Alemania	Países Bajos

Fuente: Investigación

Elaborado por: Jimmy Valdivieso

Estados Unidos de América, Alemania y Países Bajos, son los países seleccionados para la investigación de mercado, como se puede apreciar en la tabla número 44, ha detallado a los siete mejores países con oportunidad para exportar Café, estos tres países tienen mayor frecuencia en los parámetros destacados de los principales mercados internacionales en consumo de Café Ecuatoriano y Consumo Mundial de Café. Cabe destacar que no se seleccionó a Bélgica siendo el tercer mejor país en consumo de productos de comercio justo debido a que su participación en las importaciones mundiales tiene un porcentaje del 2,3%, en cambio Países Bajos ocupa el 4,6% de la importaciones mundiales de Café, siendo este el doble en porcentaje de participación de las importaciones mundiales de Café.

3.7.4. DIAGNÓSTICO DE LAS OPORTUNIDADES DE MERCADO

Estados Unidos de América, Alemania y Países Bajos, son los países a investigar, hay que destacar que los tres países trabajan con las políticas de certificaciones internacionales del Comercio Justo. Para su diagnóstico se usa el perfil de oportunidades y amenazas del medio POAM que permite comparar indicadores socioeconómicos, políticos, legales entre otros, estos permitirán reconocer los aspectos positivos y negativos de los tres países seleccionados, con ello se acede a escoger el mejor mercado para la exportación de café Ecuatoriano mediante la certificación de Comercio justo.

El perfil de oportunidades y amenazas del medio (POAM) es la metodología que permite identificar y valorar las amenazas y oportunidades potenciales de una empresa. Dependiendo de su impacto e importancia. Un grupo estratégico puede determinar si un factor del entorno constituye una amenaza o una oportunidad. (Serna, 2016)

3.7.4.1. Indicadores sociales

Tabla N° 45 Distribución por edad

Distribución por Edad	Estados Unidos de América	Alemania	Países Bajos
0-14 Años	19,40%	13%	16,90%
15 - 24 Años	13,70%	10,60%	12,20%
25 - 54 Años	39,90%	41,70%	40,40%
55 - 64 Años	12,60%	13,60%	12,90%
65 Años y más	14,50%	21,10%	17,60%
Población masculina (en %)	49,20%	49,10%	49,50%
Población femenina (en %)	50,40%	50,90%	50,40%
Población Económicamente Activa PEA	161.048.950 (2014)	42.207.318 (2014)	9.019.299 (2014)
Tasa de desempleo	7,3% (2013)	5,3% (2013)	8,3% (2013)

Fuente: INDEXMUNDI, Santander Trade y Banco Mundial
Elaborado por: Jimmy Valdivieso

La distribución por edad es un dato importante para la investigación ya que su estructura por edad puede afectar a problemas socioeconómicos del país, una nación con alto porcentaje en población joven tiene que invertir más en educación, mientras una población de edad avanzada tiene que invertir más en el sector de la salud, otro de los problemas es el rápido crecimiento de la población adulta puede afectar al no encontrar empleo, de tal manera es una herramienta útil que puede ser utilizada para predecir posibles problemas políticos.

La tasa de desempleo es menor en Alemania en comparación a Estados Unidos y Países Bajos, por lo cual lo vuelve un país estable con poder adquisitivo para el consumo de productos exportados desde el Ecuador.

Tabla N° 46 Crecimiento de la Población 2010 -2014

Población Total	Estados Unidos de América	Alemania	Países Bajos
2010	309.761.000	81.751.602	16.655.799
2011	312.072.000	81.843.743	16.730.348
2012	314.393.000	82.020.578	16.779.575
2013	316.698.000	80.767.463	16.829.289
2014	319.130.000	81.197.537	16.900.726
Tasa de crecimiento 2010 - 2014	59,77%	-13,59%	29,24%

Fuente: Datosmacro

Elaborado por: Jimmy Valdivieso

La población de Estados Unidos de América representa el 76,2% en comparación a Alemania y Países Bajos que entre los dos suman el 23,8% de la población total.

Estados Unidos tiene una tasa de crecimiento del 59,77% en el periodo 2010 – 2014, podría tener un mercado amplio para segmentar los potenciales consumidores de café gourmet, pero a su vez lo vuelve vulnerable a problemas socioeconómicos de desempleo, por otro lado al ser un mercado amplio existe mayor competencia entre productos similares y sustitutivos lo cual lo vuelve más riesgoso para los pequeños exportadores del comercio justo.

3.7.4.1.1. Perfil del Consumidor

Tabla N° 47 Perfil del Consumidor Alemania periodo 2012 - 2016

Perfil de consumidor	Alemania				
	2012	2013	2014	2015	2016
Paridad del poder adquisitivo (Unidad monetaria local por USD)	0,77	0,78	0,78	0,79	0,79
Gastos de consumo de los hogares (Millones de USD)	1.735.146	1.746.338	1.762.618	1.775.506	1.789.242
Gastos de consumo de los hogares (crecimiento anual, %)	1%	0,6%	1%	0,7%	0,7%
Gastos de consumo de los hogares per cápita (USD)	21.574	21.654	21.790	21.888,7	21.996,7
Porcentaje de Gastos de consumo de los hogares	55,7	55,4	54,6	54,1	53,6
Gastos de consumo en Alimentos y bebidas no alcohólicas	11,20%	11,27%	11,37%	11,45%	11,53%
SMI - Salario Mínimo Interprofesional	-	-	-	1.672	1.672

Fuente: Santander Trade y Datosmacro

Elaborado por: Jimmy Valdivieso

Tabla N° 48 Perfil del Consumidor Estados Unidos de América periodo 2012 - 2016

Perfil de consumidor	Estados Unidos de América				
	2012	2013	2014	2015	2016
Paridad del poder adquisitivo (Unidad monetaria local por USD)	1	1	1	1	1
Gastos de consumo de los hogares (Millones de USD)	9.469.129	9.607.328	9.770.790	9.917.410	10.068.241
Gastos de consumo de los hogares (crecimiento anual, %)	2,3%	1,5%	1,7%	1,2%	0,9%
Gastos de consumo de los hogares per cápita (USD)	30.377	30.586	30.872	31.107	31.354
Porcentaje de Gastos de consumo de los hogares	68,9	68,4	68,6	68,3	68,2
Gastos de consumo en Alimentos y bebidas no alcohólicas	6,70%	6,80%	6,92%	7,00%	7,07%
SMI - Salario Mínimo Interprofesional USD	1.102	1.081	1.034	1.175	1.311

Fuente: Santander Trade y Datosmacro

Elaborado por: Jimmy Valdivieso

Tabla N° 49 Perfil del Consumidor Países Bajos periodo 2012 - 2016

Perfil de consumidor	Países Bajos				
	2012	2013	2014	2015	2016
Paridad del poder adquisitivo (Unidad monetaria local por USD)	0,83	0,83	0,82	0,81	0,82
Gastos de consumo de los hogares (Millones de USD)	324.256	319.744	319.783	316.788	314.552
Gastos de consumo de los hogares (crecimiento anual, %)	-1,2%	-1,4%	0,0%	0,3%	0,9%
Gastos de consumo de los hogares per cápita (USD)	19.353	19.027	18.974	18.739	18.550
Porcentaje de Gastos de consumo de los hogares	44,9	44,9	44,7	44,6	44,5
Gastos de consumo en Alimentos y bebidas no alcohólicas	11,90%	11,73%	11,73%	11,77%	11,88%
SMI - Salario Mínimo Interprofesional	1.643	1.668	1.687	1.705	1.712

Fuente: Santander Trade y Datosmacro

Elaborado por: Jimmy Valdivieso

Según el portal web economía en nube (2012), define que la paridad del poder adquisitivo (PPA) es un indicador económico que sirve para comparar el nivel de vida entre distintos países, reflejados en el producto interno bruto (PIB), de tal manera eliminan fluctuaciones del precio que existe entre ellos.

Se puede comparar el poder adquisitivo de bienes y servicios de la población a través del PIB PPA (per cápita), es la suma de todos los bienes y servicios finales producidos por un país en un año, su resultado es dividido por la población del mismo año para poder comparar el nivel de vida de la población de los países de estudio, la base de cálculo de comparación para todos los países es valor monetario de EEUU.

Si el indicador de la paridad del poder adquisitivo es 1 quiere decir que el país a comparación tiene el mismo nivel de vida que EEUU, si es superior a 1 su nivel de vida es más costosa que la de EEUU y si es menor a 1 su nivel de vida es menos costosa que la de EEUU, de tal forma el nivel de vida en Estados Unidos es más caro a comparación de Países Bajos y Alemania, que son menor a 1, esto destaca que los países de estudio tiene diferentes niveles de vida y eso puede reflejarse en el precio de adquirir un bien o servicio. Cabe destacar que el PIB de la paridad del poder adquisitivo (PIB PPA) tiene dificultad para comparar la calidad de los bienes y servicios de los distintos países de estudio.

En cuanto a SMI - Salario Mínimo Interprofesional, es más alto en Países Bajos, también posee el mayor consumo en alimento y bebidas no alcohólicas en comparación a Alemania y Estados Unidos de América.

Tabla N° 50 Valores Promedio de la PIB PPA y SMI 2012 – 2016

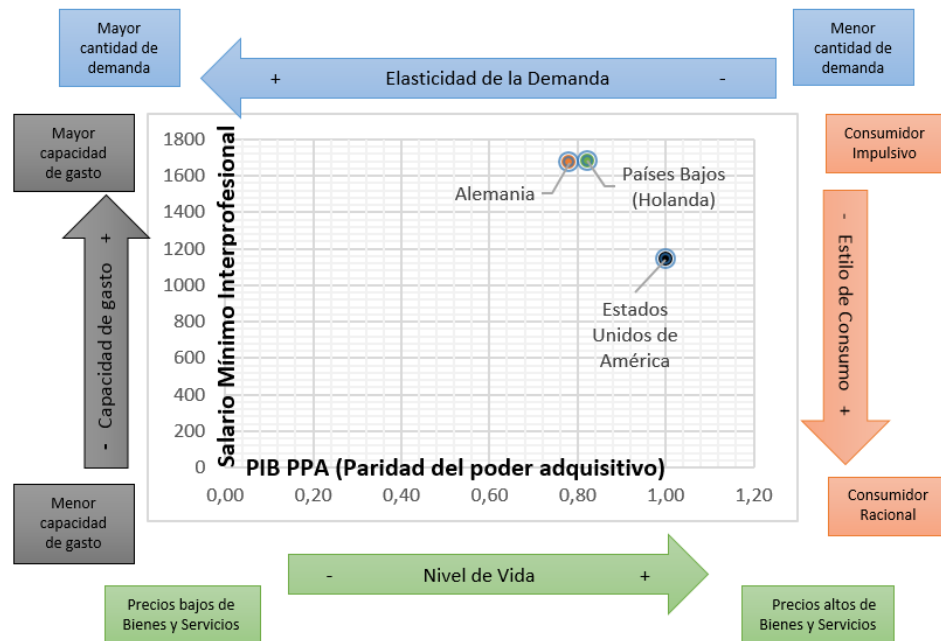
País	PIB PPA (Valor Promedio)	SMI (Valor Promedio)
Estados Unidos de América	1,00	1140,6
Países Bajos	0,82	1683
Alemania	0,78	1672

Fuente: Santander Trade y Datosmacro

Elaborado por: Jimmy Valdivieso

La tabla número 50 detalla los promedios del período 2012 – 2016 del PIB PPA (Paridad del poder adquisitivo) y del SMI - Salario Mínimo Interprofesional los cuales sirven para ser expuestos y analizados en la siguiente gráfica:

Gráfica N° 49 Comportamiento del PIB PPA y SMI valor promedio del 2012 - 2016



Fuente: Santander Trade y Datosmacro

Elaborado por: Jimmy valdivieso

En la gráfica número 49 expone un análisis del PIB PPA vs SMI, el mejor resultado de la comparación de los tres países de estudio fue Alemania, ya que al contar con alto salario mínimo interprofesional tiene mayor capacidad de gasto en bienes y servicios lo que lo ubica en estilo de consumo impulsivo, de igual manera el nivel de vida es menos costosa debido a los bajos precios de los productos que lo beneficia en aumentar su elasticidad de demanda.

Tabla N° 51 Empleo por sector país

Repartición de la actividad económica por sector	Empleo por sector (en % del empleo total)		
	Agricultura	Industria	Servicios
Estados Unidos de América	1,60%	17,20%	81,20%
Alemania	1,30%	28,30%	70,40%
Países Bajos	2%	15,10%	75,30%

Fuente: Santander Trade

Elaborado por: Jimmy Valdivieso

El empleo por sector representa la población activa que emplea el PIB en el modelo económico que se especialice, los bajos porcentajes en el sector de agricultura son una ventaja para proveer de productos agrícolas en los tres países expuestos en la tabla 49, los tres países son factibles para la exportación de productos agrícolas.

3.7.4.2. Indicadores políticos

3.7.4.2.1. Acuerdos Comerciales

Tabla N° 52 Acuerdos Comerciales

PAÍSES	ACUERDO COMERCIAL O RÉGIMEN PREFERENCIAL	NORMATIVA EN MATERIA DE ORIGEN, SEGÚN ACUERDO O RÉGIMEN PREFERENCIAL	SISTEMA DE CERTIFICACIÓN DE ORIGEN	CRITERIO DE ORIGEN	ACCESO A MERCADOS
Estados Unidos de América	Sistema Generalizado de Preferencias-SGP	Manual sobre el esquema de Estados Unidos	Entidades Públicas	-	-
Alemania y Países Bajos	Sistema Generalizado de Preferencias-SGP	Unión Europea	Reglamento 1063/2010	Entidades Públicas	Reglas de Origen
			Reglamento 2454		Requisitos Específicos de Origen
	Trato Arancelario a las mercancías originarios del Ecuador en el marco de UE	Unión Europea	REGLAMENTO 1384 – 2014 – UE trato a Ecuador	Entidades Públicas	-
			REGLAMENTO 2913/92		-

Fuente: Ministerio de Comercio Exterior

Elaborado por: Jimmy Valdivieso

Los acuerdos comerciales otorgan beneficios en los aranceles y tasas aduaneras para los países firmantes del acuerdo internacional, en las importaciones y exportaciones confieren un precio más competitivo a los productos que se negocie en los acuerdos bilaterales y multilaterales.

3.7.4.2.2. Balanza Comercial

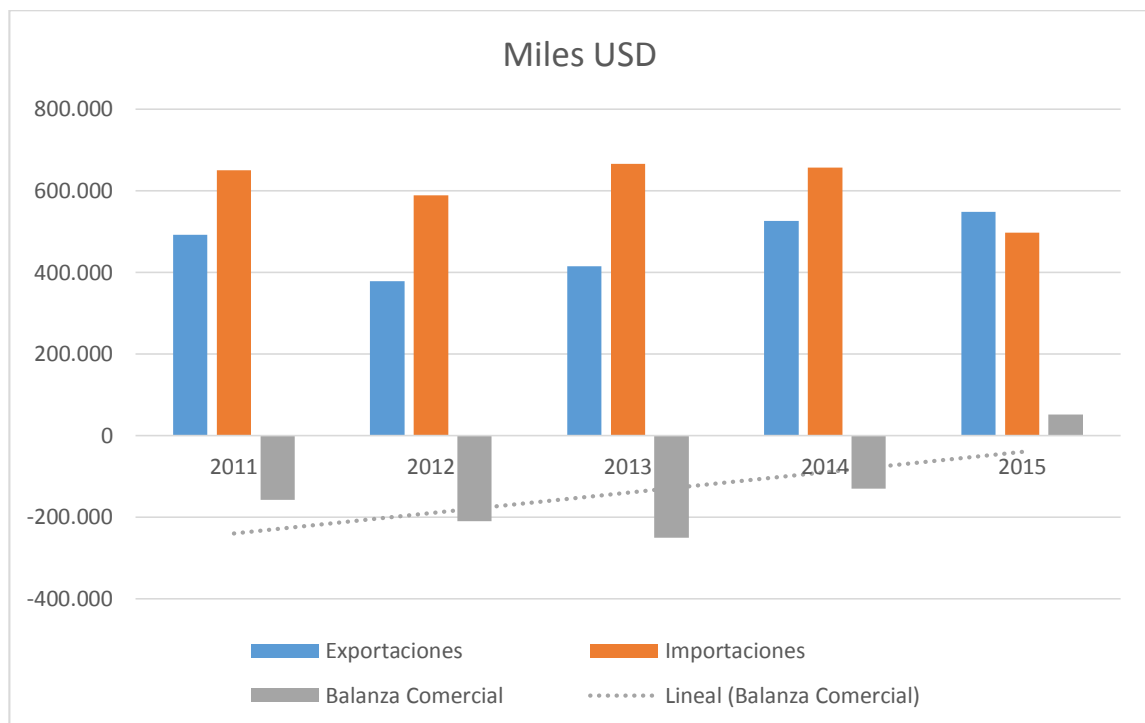
Tabla N° 53 Balanza comercial Ecuador y Alemania

Balanza Comercial Ecuador y Alemania Miles USD						Tasa de Crecimiento 2010 -2015
Año	2011	2012	2013	2014	2015	
Exportaciones	491.941	378.374	415.138	526.397	548.917	2,22%
Importaciones	650.255	589.167	665.981	657.371	496.997	-5,23%
Balanza Comercial	-158.314	-210.793	-250.843	-130.974	51.920	-19,99%

Fuente: Trade map

Elaborado por: Jimmy Valdivieso

Gráfica N° 50 Balanza Comercial Ecuador y Alemania Miles USD



Fuente: TradeMap

Elaborado por: Jimmy Valdivieso

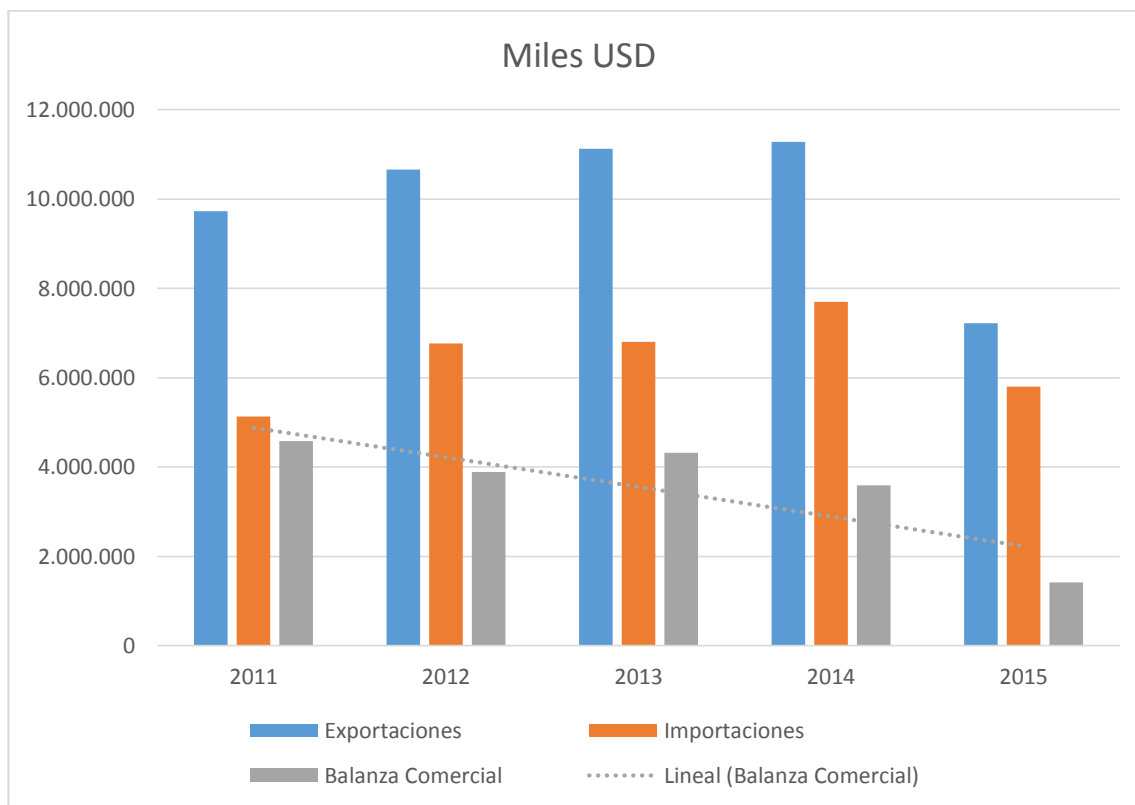
Tabla N° 54 Balanza Comercial Ecuador y Estados Unidos de América

Año	Miles USD					Tasa de Crecimiento 2010 -2015
	2011	2012	2013	2014	2015	
Exportaciones	9.725.735	10.662.567	11.130.951	11.282.855	7.226.222	-5,77%
Importaciones	5.138.353	6.773.934	6.807.961	7.694.786	5.806.194	2,47%
Balanza Comercial	4.587.382	3.888.633	4.322.990	3.588.069	1.420.028	-20,91%

Fuente: TradeMap

Elaborado por: Jimmy Valdivieso

Gráfica N° 51 Balanza Comercial Ecuador y Estados Unidos de América



Fuente: TradeMap

Elaborado por: Jimmy Valdivieso

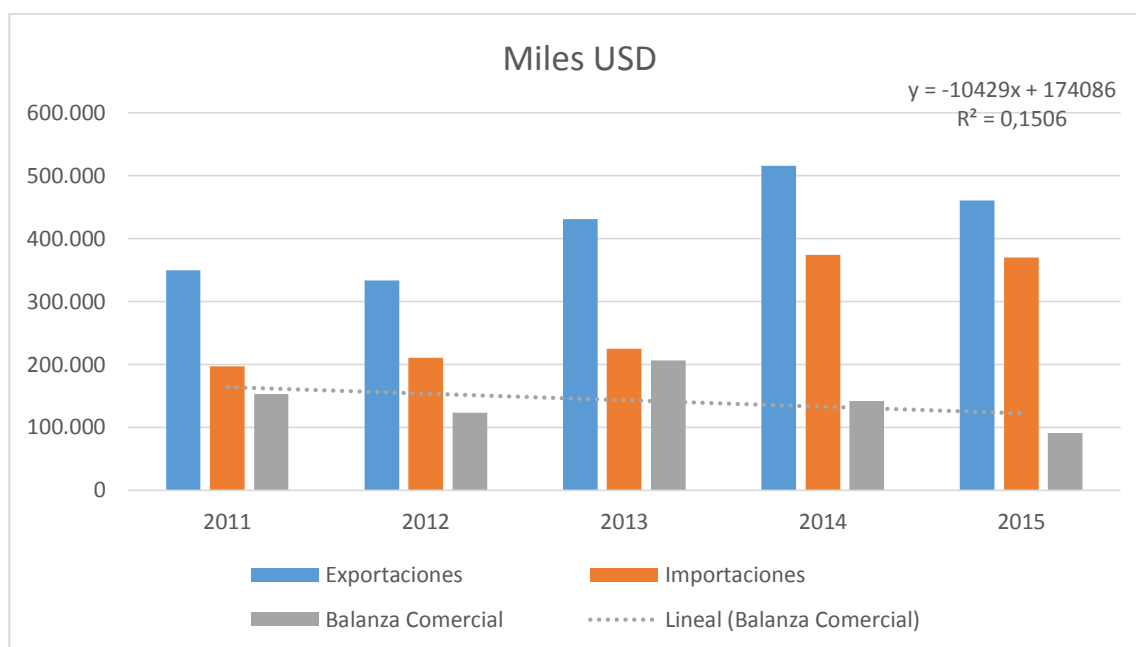
Tabla N° 55 Balanza Comercial Ecuador y Países Bajos

Balanza Comercial Ecuador y Países Bajos Miles USD						Tasa de Crecimiento 2010 -2015
Año	2011	2012	2013	2014	2015	
Exportaciones	349.164	333.459	430.455	515.647	460.295	5,68%
Importaciones	196.776	210.636	224.327	373.636	369.644	13,44%
Balanza Comercial	152.388	122.823	206.128	142.011	90.651	-9,87%

Fuente: TradeMap

Elaborado por: Jimmy Valdivieso

Gráfica N° 52 Balanza Comercial Ecuador y Países Bajos



Fuente: TradeMap

Elaborado por: Jimmy Valdivieso

La balanza comercial del Ecuador tiene dos participantes los cuales son el sector petrolero y No petrolero, tienen un comportamiento similar en los últimos 5 años, la balanza comercial entre Ecuador y los tres países de estudio existe superávit con Estados Unidos y Países Bajos, para Alemania tiene un saldo deficitario, además el saldo de Estados Unidos es superior en comparación a los otros dos países de estudio.

La tendencia de la balanza comercial es decreciente para Estados Unidos y Países bajos, solo el caso de Alemania tiene una tendencia creciente deseando alcanzar un saldo superávit como lo hizo en el año 2015 ya que los anteriores años solo obtuvo un saldo deficitario.

3.7.4.2.3. Estabilidad Política

Tabla N° 56 Estabilidad Política de Alemania 2010 - 2014

Alemania						
Año	Índice de Estado de Derecho	Índice Efectividad Gubernamental	Control de la corrupción	Índice de Calidad Regulatoria	Índice de Estabilidad Política	Índice de percepción de la Corrupción
	(-2.5 débil ; 2.5 fuerte)					(100 = Sin corrupción)
2010	1,62	1,57	1,74	1,58	0,78	79
2011	1,61	1,55	1,71	1,55	0,84	80
2012	1,64	1,57	1,78	1,53	0,77	79
2013	1,62	1,52	1,78	1,55	0,93	78
2014	1,85	1,73	1,83	1,70	0,93	81
Promedio	1,67	1,59	1,77	1,58	0,85	79,40

Fuente: The Global Economy

Elaborado por: Jimmy Valdivieso

Tabla N° 57 Estabilidad política de Estados Unidos de América 2010 - 2014

Estados Unidos de América						
Año	Índice de Estado de Derecho	Índice Efectividad Gubernamental	Control de la corrupción	Índice de Calidad Regulatoria	Índice de Estabilidad Política	Índice de percepción de la Corrupción
	(-2.5 débil ; 2.5 fuerte)					(100 = Sin corrupción)
2010	1,63	1,55	1,26	1,44	0,44	71
2011	1,61	1,51	1,27	1,45	0,60	71
2012	1,6	1,51	1,38	1,28	0,63	73
2013	1,54	1,50	1,28	1,25	0,63	73
2014	1,62	1,46	1,32	1,27	0,62	76
Promedio	1,60	1,51	1,30	1,34	0,58	72,80

Fuente: The Global Economy

Elaborado por: Jimmy Valdivieso

Tabla Nº 58 Estabilidad política de Países Bajos 2010 - 2014

Países Bajos						
Año	Índice de Estado de Derecho	Índice Efectividad Gubernamental	Control de la corrupción	Índice de Calidad Regulatoria	Índice de Estabilidad Política	Índice de percepción de la Corrupción
	(-2.5 débil ; 2.5 fuerte)					(100 = Sin corrupción)
2010	1,81	1,73	2,18	1,74	0,91	78
2011	1,81	1,79	2,16	1,81	1,10	80
2012	1,84	1,8	2,13	1,75	1,17	83
2013	1,81	1,77	2,05	1,76	1,12	83
2014	1,98	1,83	2,00	1,78	1,05	87
Promedio	1,85	1,78	2,10	1,77	1,07	82,33

Fuente: The Global Economy

Elaborado por: Jimmy Valdivieso

El éxito de una economía de un país conviene de una estabilidad política para la expansión del PIB, el incremento del nivel de vida, reducción de la pobreza y estabilidad en el flujo circular del PIB.

Países Bajos en comparación a los otros dos países de estudio es el que mayor representa una buena estabilidad política, este factor es considerado para la toma de decisiones en obtener confianza en futuras actividades económicas internacionales, ya que la riqueza del país está comprometida con la armonía de la sociedad, la empresa y el Gobierno de turno.

3.7.4.2.3. Estabilidad del Sistema Bancario

Tabla N° 59 Estabilidad del Sistema Bancario Alemania 2010 - 2014

Alemania					
Año	Índice de libertad de negocios	Índice de libertad monetaria	Índice de libertad comercio	Índice de libertad de inversiones	Índice de libertad financiera
	Escala de 0 a 100				
2010	90,00	79,90	88,00	85,00	60,00
2011	90,00	83,90	88,00	85,00	60,00
2012	91,00	83,50	87,00	85,00	60,00
2013	92,00	81,20	87,00	85,00	70,00
2014	90,00	81,50	81,50	90,00	70,00
Promedio	90,60	82,00	86,30	86,00	64,00

Fuente: The Global Economy

Elaborado por: Jimmy Valdivieso

Tabla N° 60 Estabilidad del Sistema Bancario Estados Unidos de América 2010 - 2014

Estados Unidos de América					
Año	Índice de libertad de negocios	Índice de libertad monetaria	Índice de libertad comercio	Índice de libertad de inversiones	Índice de libertad financiera
	Escala de 0 a 100				
2010	91,00	78,10	87,00	75,00	70,00
2011	91,00	77,40	86,00	75,00	70,00
2012	91,00	77,20	86,00	70,00	70,00
2013	91,00	75,00	86,00	70,00	70,00
2014	85,00	76,60	76,60	70,00	70,00
Promedio	89,80	76,86	84,32	72,00	70,00

Fuente: The Global Economy

Elaborado por: Jimmy Valdivieso

Tabla N° 61 Estabilidad del Sistema Bancario Países Bajos 2010 - 2014

Países Bajos					
Año	Índice de libertad de negocios	Índice de libertad monetaria	Índice de libertad comercio	Índice de libertad de inversiones	Índice de libertad financiera
	Escala de 0 a 100				
2010	83,00	81,00	88,00	90,00	80,00
2011	82,00	82,70	88,00	90,00	80,00
2012	82,00	83,60	87,00	90,00	80,00
2013	83,00	81,10	87,00	90,00	80,00
2014	80,00	79,80	79,80	90,00	80,00
Promedio	82,00	81,64	85,96	90,00	80,00

Fuente: The Global Economy

Elaborado por: Jimmy Valdivieso

La estabilidad del sistema Bancario de los tres países de estudio es óptimo ya que sus índices marcan altos puntajes que representa a una economía estable para la competitividad y atractivo para los negocios internacionales ya que existe viabilidad en el sistema de pago con una conexión financiera fortalecida.

3.7.4.2.4. Barreras Arancelarias y No Arancelarias

Tabla N° 62 Barreras Arancelarias por país

País	Tributos		
	Ad-valoren	Liberación	IVA
Estados Unidos de América	0%	0%	0% – 11.7%*
Alemania	0%	0%	7%
Países Bajos	0%	0%	6%
* Su valor depende del estado			

Fuente: PROECUADOR y Ministerio de Comercio Exterior

Elaborado por: Jimmy Valdivieso

Las exportación de productos ecuatorianos en cualquiera de los tres países de estudio pueden ingresar libres de arancel, además el que mayor tasa de IVA presenta es Estados Unidos, pero no son tarifas altas que distorsionen la competitividad del precio del producto exportado de tal manera que no restringen el comercio del Ecuador.

Tabla N° 63 Barreras No Arancelarias por país

Subpartida Arancelaria	BARRERAS NO ARANCELARIAS	Total
0901.21		
Estados Unidos de América	Obstáculos técnicos al comercio	4
	Medidas sanitarias y fitosanitarias	
	Registro de importadores o producto	
	Medidas ambientales	
	Certificado Fairtrade USA	
Alemania	Control Sanitario de los productos alimenticios	3
	Normas de etiquetado para productos alimenticios	
	Certificado FAIRTRADE	
Países Bajos	Controles y restricciones de las importaciones	4
	Normas sanitarias y fitosanitarias	
	Sistema de licencias de importación de la UE	
	Certificado FAIRTRADE	

Fuente: PROECUADOR y Ministerio de Comercio Exterior

Elaborado por: Jimmy Valdivieso

Las barreras No arancelarias son obstáculos técnicos que permite bajo ciertas condiciones el ingreso de los productos ecuatorianos a los tres países de estudio, también pueden ser sujetos a prohibiciones de importación, para el caso de Alemania tiene menor medidas no arancelarias en comparación a los dos países de estudio, sus medidas no complican el ingreso de productos ecuatorianos por lo cual es más atractivo para la exportación de café gourmet.

3.7.4.3. Indicadores económicos

Tabla N° 64 Indicadores económicos Alemania 2011 - 2015

Alemania						
INDICADORES	2011	2012	2013	2014	2015	Tasa de crecimiento 2010-2015
PIB (miles de millones de USD)	3729,33	3541,58	3746,49	3874,44	3371,00	-2,00%
PIB per cápita (USD)	46541,50	43982,00	46386,00	47774,00	41267,00	-2,38%
Endeudamiento del Estado (en % del PIB)	83,60%	79,30%	79,30%	74,60%	70,70%	3,30%
Tasa de inflación (%)	2,80%	2,10%	1,60%	0,80%	0,20%	41,01%
Tasa de paro (% de la población activa)	5,65%	5,40%	5,20%	5,00%	4,70%	-3,61%
Inversión extranjera directa USD	97.481.151.362	54.659.879.056	59.014.769.119	8.389.631.763	12.685.693.148	-33,49%
Riesgo País EMBI (Emerging Markets Bond Index) %PIB	0	0	0	0	0	0,00%
Índice de Competitividad Global Ranking de 144 países (2015)	6	6	4	5	5	3,58%
Índice de desempeño logístico (De 1= bajo a 5= alto) Año 2014	3,99	4,03	4,08	4,12	4,17	0,89%

Fuente: Datos macro, Trade map, Banco mundial, The Global Economy y World Economic fórum.

Elaborado por: Jimmy Valdivieso

Tabla N° 65 Indicadores económicos Estados Unidos de América 2011 - 2015

Estados Unidos de América						
INDICADORES	2011	2012	2013	2014	2015	Tasa de crecimiento 2010-2015
PIB (miles de millones de USD)	15502,72	16.155,25	16.663,15	17.348,08	17.968,20	3,00%
PIB per cápita (USD)	49736,00	51.384	52.608	54.370	55.904	2,37%
Endeudamiento del Estado (en % del PIB)	102,45%	102,50%	104,80%	104,80%	104,90%	-0,47%
Tasa de inflación (%)	2,35%	2,10%	1,50%	1,60%	1,00%	15,71%
Tasa de paro (% de la población activa)	9,15%	8,10%	7,40%	6,20%	5,30%	-10,35%
Inversión extranjera directa USD	257.410.000.000	232.001.000.000	287.162.000.000	131.829.000.000	155.774.000.000	-9,56%
Riesgo País EMBI (Emerging Markets Bond Index) %PIB	3,2%	3,2%	3,2%	3,2%	3,2%	0,00%
Índice de Competitividad Global Ranking de 144 países (2015)	5	7	5	3	3	9,71%
Índice de desempeño logístico (De 1= bajo a 5= alto) Año 2014	3,94	3,93	3,93	3,92	3,92	-0,10%

Fuente: Datos macro, Trade map, Banco mundial, The Global Economy y World Economic fórum.

Elaborado por: Jimmy Valdivieso

Tabla N° 66 Indicadores económicos Países Bajos 2011 - 2015

Países Bajos						
INDICADORES	2011	2012	2013	2014	2015	Tasa de crecimiento 2010-2015
PIB (miles de millones de USD)	886,24	829,41	864,44	880,72	750,78	-3,26%
PIB per cápita (USD)	53056,50	49.502	51.442	52.225	44.333	-3,53%
Endeudamiento del Estado (en % del PIB)	66,10%	66,10%	67,60%	67,90%	67,60%	-0,45%
Tasa de inflación (%)	3,60%	2,80%	2,60%	3,00%	1,00%	22,60%
Tasa de paro (% de la población activa)	5,85%	5,80%	7,30%	7,40%	7,20%	4,24%
Inversión extranjera directa USD	331.838.461.861	239.754.925.929	309.713.156.852	48.224.679.327	7.700.674.101	-52,89%
Riesgo País EMBI (Emerging Markets Bond Index) %PIB	0	0	0	0	0	0,00%
Índice de Competitividad Global Ranking de 144 países (2015)	7	5	8	8	8	-2,71%
Índice de desempeño logístico (De 1= bajo a 5= alto) Año 2014	4,01	4,02	4,04	4,05	4,07	0,30%

Fuente: Datos macro, Trade map, Banco mundial, The Global Economy y World Economic fórum.

Elaborado por: Jimmy Valdivieso

La evolución del PIB durante el periodo 2011 – 2015, ha tenido una tendencia creciente solo para Estados Unidos, Alemania y Países Bajos su tendencia ha sido decreciente, además el que marca más alto PIB per cápita es Estados Unidos. En cuanto a inflación los tres países presentan bajos porcentajes menor al 2% pero el más bajo es Alemania presenta el porcentaje más bajo siendo del 0,20% en el último año esto es una oportunidad para ingresar productos del comercio justo ya que no se vería afectado por las variaciones del precio. En tasa de paro solo Países bajos presenta un porcentaje positivo con tasa crecimiento progresivo, los otros dos países de estudio su tendencia es decreciente a causas de incremento de desempleo en sus poblaciones.

Indicadores como EMBI nos permite conocer las posibilidades de no cumplir los términos acordados de una negociación, solo Estados Unidos ha marcado 3,2% y los demás tienen un porcentaje de 0% por lo cual es favorable y confiable ingresar a invertir capital extranjero.

Los tres países están ubicados en los diez primeros lugares del Índice de Competitividad Global, pero en mejor posición esta Estados Unidos siendo este el tercer lugar, es una ventaja ya que estos países se encuentran bien económicamente.

Índice de desempeño logístico tiene mayor puntuación Países Bajos lo cual le da una ventaja para las operaciones de comercio exterior, solo el caso de Estados Unidos ha decrecido en -0,10%.

3.7.5. Perfil de Oportunidades y Amenazas del Medio POAM

En la siguiente tabla se califica los ítems de la investigación, el valor numérico representa la calificación siendo estos expresados en Alto = 3 puntos, Medio = 2 puntos y Bajo = 1 punto, las respectivas calificación son tanto para oportunidades como amenazas que presenten cualquiera de los tres países. Al final se suma las calificaciones de cada país, el que tenga el valor más alto será el destino de venta de café gourmet.

Tabla Nº 67 Perfil de Oportunidades y Amenazas del Medio POAM

	Estados Unidos de América				Alemania				Países Bajos			
	OPORTUNIDAD		AMENAZA		OPORTUNIDAD		AMENAZA		OPORTUNIDAD		AMENAZA	
FACTORES SOCIALES	NIVEL	PUNTO S	NIVEL	PUNTO S	NIVEL	PUNTO S	NIVEL	PUNTO S	NIVEL	PUNTO S	NIVEL	PUNTO S
% gasto alimentación	BAJO	1			MEDIO	2			ALTO	3		
Remuneración mínima	BAJO	1			MEDIO	2			ALTO	3		
Población Económicamente Activa PEA (Potenciales Consumidores)	ALTO	3			MEDIO	2			MEDIO	2		
Perfil de consumidor	ALTO	3			MEDIO	2			MEDIO	2		
Paridad del poder adquisitivo	BAJO	1	ALTO	3	MEDIO	2	BAJO	1	ALTO	3	MEDIO	2
	SUMA	9	SUMA	3	SUMA	10	SUMA	1	SUMA	13	SUMA	2
	PROMEDIO	1,80	PROMEDIO	0,60	PROMEDIO	2,00	PROMEDIO	0,20	PROMEDIO	2,60	PROMEDIO	0,40
FACTORES POLÍTICOS	NIVEL	PUNTO S	NIVEL	PUNTO S	NIVEL	PUNTO S	NIVEL	PUNTO S	NIVEL	PUNTO S	NIVEL	PUNTO S
Acuerdo Comerciales	ALTO	3	ALTO	3	MEDIO	2	BAJO	1	BAJO	1	MEDIO	2
Tarifas arancelarias	ALTO	3			MEDIO	2			BAJO	1		
Balanza comercial	ALTO	3			BAJO	1			MEDIO	2		
Estabilidad Política	BAJO	1	ALTO	3	MEDIO	2	MEDIO	2	ALTO	3	BAJO	1
Barreras Arancelarias	BAJO	1	ALTO	3	MEDIO	2	MEDIO	2	ALTO	3	BAJO	1

Barreras No arancelarias	BAJO	1	ALTO	3	MEDIO	2	BAJO	1	BAJO	1	MEDIO	2
Estabilidad del Sistema Bancario	BAJO	1			ALTO	3			MEDIO	2		
Tasa impositiva	BAJO	1	ALTO	3	ALTO	3	MEDIO	2	MEDIO	2	BAJO	1
	SUMA	14	SUMA	15	SUMA	17	SUMA	8	SUMA	15	SUMA	7
	PROMEDIO	1,75	PROMEDIO	1,88	PROMEDIO	2,13	PROMEDIO	1,00	PROMEDIO	1,88	PROMEDIO	0,88
FACTORES ECONÓMICOS	NIVEL	PUNTOS	NIVEL	PUNTOS	NIVEL	PUNTOS	NIVEL	PUNTOS	NIVEL	PUNTOS	NIVEL	PUNTOS
Producto Interno Bruto (PIB)	ALTO	3			MEDIO	2			BAJO	1		
Tasa de Crecimiento real Producto Interno Bruto (PIB)	ALTO	3			BAJO	1			MEDIO	2		
Producto Interno Bruto (PIB) per cápita	ALTO	3			BAJO	1			MEDIO	2		
Tasa de desempleo	MEDIO	2			ALTO	3			BAJO	1		
Tasa de Inflación (Precios al consumidor)	BAJO	1	ALTO	3	ALTO	3	BAJO	1	MEDIO	2	MEDIO	2
Importaciones	ALTO	3			MEDIO	2			BAJO	1		
Exportaciones	ALTO	3			MEDIO	2			BAJO	1		
Inversión extranjera directa	ALTO	3			BAJO	1			MEDIO	2		
Riesgo País	BAJO	1	ALTO	3	ALTO	3	BAJO	1	MEDIO	2	BAJO	1
Moneda e Idioma	ALTO	3			MEDIO	2			BAJO	1		
Índice de Competitividad Global	ALTO	3			MEDIO	2			BAJO	1		
Desempeño Logístico	BAJO	1	ALTO	3	ALTO	3	BAJO	1	MEDIO	2	BAJO	1
precio referencial del producto en el exterior	ALTO	3			MEDIO	2			BAJO	1		
	SUMA	32	SUMA	9	SUMA	27	SUMA	3	SUMA	19	SUMA	4
	PROMEDIO	2,46	PROMEDIO	0,69	PROMEDIO	2,08	PROMEDIO	0,23	PROMEDIO	1,46	PROMEDIO	0,31

Elaborado por: Jimmy Valdivieso

Tabla N° 68 Ponderación de datos POAM, países de estudio

	Estados Unidos de América		Alemania		Países Bajos	
	OPORTUNIDAD	AMENAZA	OPORTUNIDAD	AMENAZA	OPORTUNIDAD	AMENAZA
FACTORES SOCIALES	1,80	0,60	2,00	0,20	2,60	0,40
FACTORES POLÍTICOS	1,75	1,88	2,13	1,00	1,88	0,88
FACTORES ECONÓMICOS	2,46	0,69	2,08	0,23	1,46	0,31
SUMA	6,01	3,17	6,20	1,43	5,94	1,58
PROMEDIO	2,00	1,06	2,07	0,48	1,98	0,53
Calificación	0,95		1,59		1,45	

Elaborado por: Jimmy Valdivieso

Los puntajes obtenidos en la Matriz POAM han permitido determinar la mejor opción para la comercialización de café gourmet, Alemania tiene el mejor puntaje, este mercado ha presentado mejores oportunidades de comercialización y crecimiento a largo plazo.

3.7.6. Proyección del Estudio

3.7.6.1. Definición de Mercado

Es necesario conocer los aspectos fundamentales del mercado de Alemania, el perfil y comportamiento de consumo de café de los clientes será un indicador base para el cálculo de la proyección de la demanda insatisfecha. Todos estos factores permiten conocer el mercado objetivo para la comercialización de café gourmet a través de las redes de comercio justo.

El mercado de café en Alemania es el tercero más grande del mundo después de Francia y Estados Unidos de América, según lo muestra la tabla número 43; las importaciones anuales de Café en Alemania entre 2011-2015 han decrecido en 2% en valor de miles de dólares y en cantidad su tasa de crecimiento fue creciente en 5%, esto refleja la caída del precio en el café por lo cual ha decrecido sus valores económicos pero no sus cantidades de consumo.

Según PROECUADOR (2015), en su publicación de Perfil de Café Alemania, manifiesta que:

El consumo per cápita de café en el 2014 alcanzó los 162 litros equivalente a 2.8 tazas diarias. Se estima que los alemanes compren alrededor de 7.29 kilogramos de café al año. Según datos en el año 2014, dentro de Alemania las regiones que más consumieron café fueron Renania del Norte-Westfalia con un 21.4% seguida de Bayern y Baden-Wurtemberg con 15.2 y 12.9% respectivamente.

Cabe destacar que en el 2011, el consumo per cápita de café en Alemania fue de aproximadamente de 4,81 kg al año según lo manifiesta (PROECUADOR, PERFIL DE CAFÉ EN ALEMANIA, 2011). La diferencia en consumo per cápita del año 2011 y 2014 es de 2,48 kg, esto nos permite calcular un valor de crecimiento para los años intermedios, por tal razón el promedio anual de crecimiento del consumo per cápita fue del 0.83 kg, en la siguiente tabla su apreciación:

Tabla Nº 69 Consumo per cápita de Café en Alemania

AÑO	Consumo per cápita kg
2011	4,81
2012	5,64
2013	6,46
2014	7,29

Fuente: PROECUADOR

Elaborado por: Jimmy Valdivieso

3.7.6.2. Perfil de Café en Alemania

Según PROECUADOR (2015), manifiesta en su publicación de Perfil de Café Alemania que el café tostado fue el más consumido, este presentó una cuota de mercado del 72% en el 2013 y 70% en el 2014, en segundo lugar fue el "Whole Bean" es café en grano utilizado para preparaciones como capuchino, macchiato o expreso, este ocupa el 17% del mercado para el periodo 2014. En datos generales el café Ecuatoriano alcanzó una cuota de mercado del 11,7% en el 2013 y 13% en el 2014.

Según PROECUADOR menciona que cada vez es mayor el consumo de café que llevan una certificación o sello, este ha aumentado en un 167% en las importaciones entre 2005 y 2011 en el mercado de Alemania.

Perfil del consumidor, hábitos de consumo y motivos de compra

Según PROECUADOR (2015), manifiesta en su publicación de Perfil de Café Alemania que los mayores consumidores de café son las personas entre 40 a 50 años, estos cubren el 19% seguidos del grupo de 70 años en adelante con un 16.8%.

El 64.10% de los Alemanes consumen café tostado de filtro, mientras que el 20.5% consumen café soluble. Los consumidores Alemanes buscan una rápida y fácil preparación de café de alta calidad. El precio por una capsula de café que contiene aproximadamente 7 gramos, equivale a 35 centavos de Euro y por kilo cuesta 70 Euros aproximadamente para los dos.

Innovación en la presentación y comercialización

El consumo de café con certificaciones FairTrade, Rainforest, Alliance y UTZ, va creciendo en Alemania, en el 2013 se vendieron alrededor de 10880 toneladas de café tostado, el mismo año del total de exportaciones de café a nivel mundial, el 18% fue importado por Alemania.

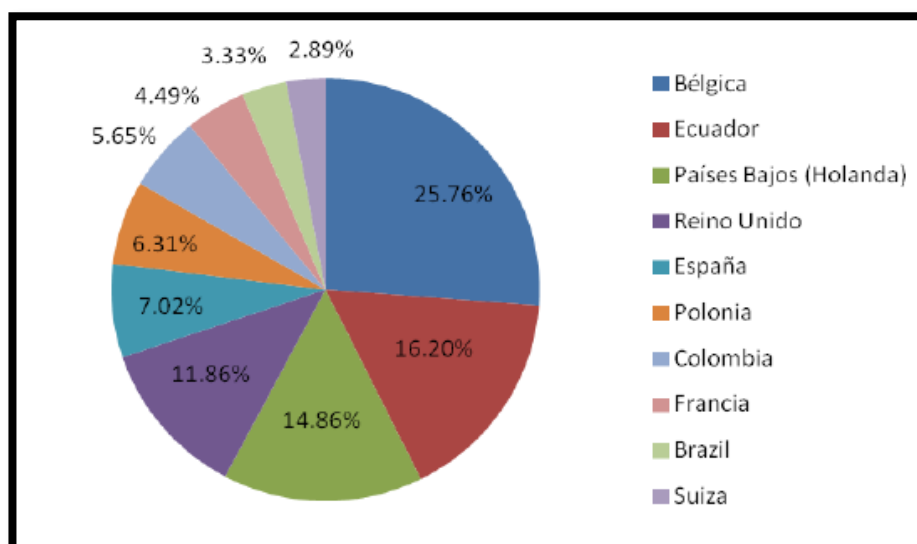
Estas certificaciones internacionales estas comprometidas en aumentar su importación de café en corto plazo, a continuación presentamos sus respectivos sellos:



Exportaciones de Ecuador hacia Alemania de esencias de café

“Ecuador es el segundo proveedor de esencias de café para Alemania, alcanzando un 16.20% del mercado en el 2014”. (PROECUADOR, Perfil de Café en Alemania, 2015)

Ilustración N° 8 Mercado de Esencias de Café en Alemania 2015



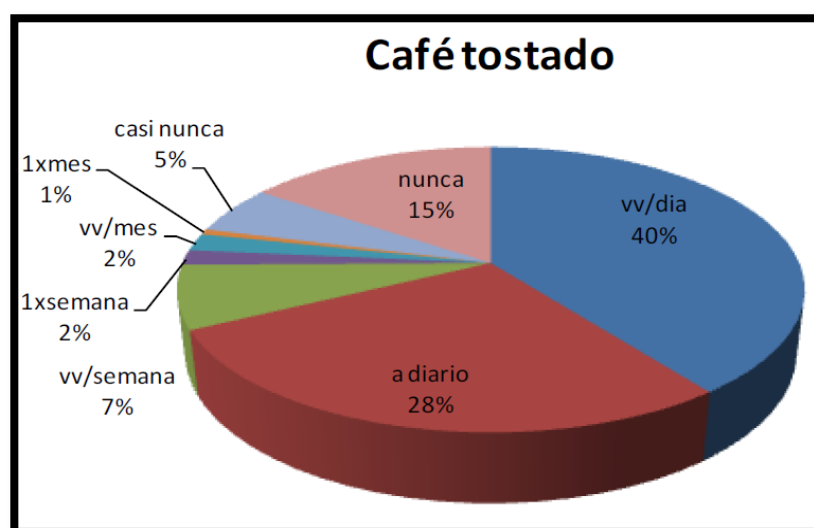
Fuente: PROECUADOR

“La demanda de café gourmet desde Ecuador va en aumento. Una pequeña tostadora de café de Alemania recibe actualmente entre 1 y 2 contenedores de café al año y en ocasiones más. El precio FOB del café de alta calidad ecuatoriano (gourmet) oscila entre USD 3 a 3.50 la libra, es decir, 350 USD el quintal”. (PROECUADOR, Perfil de Café en Alemania, 2015)

Formas de consumo del producto

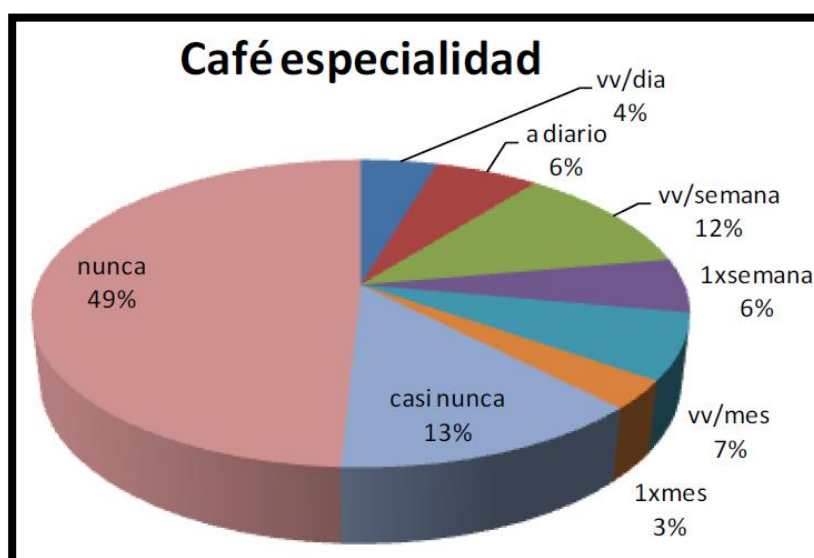
En Alemania es una costumbre nacional el consumo de café, hay muchas variedades a la hora de consumir esta bebida tan popular a nivel mundial, a continuación presentamos los siguientes datos de las formas de consumo de café:

Ilustración N° 9 Frecuencia de consumo de café tostado en Alemania 2011



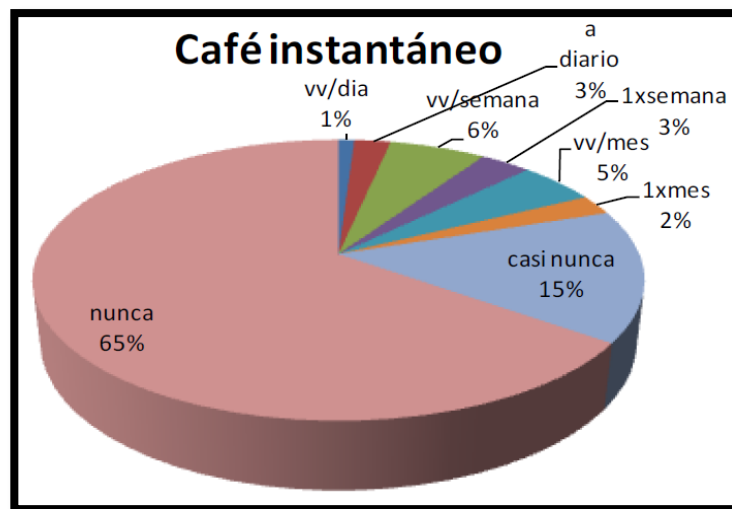
Fuente: PROECUADOR

Ilustración N° 10 Frecuencia de consumo de café especialidad en Alemania 2011



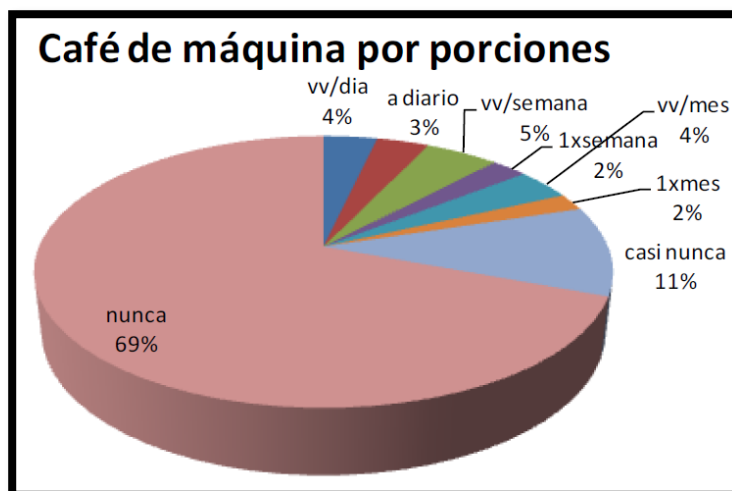
Fuente: PROECUADOR

Ilustración N° 11 Frecuencia de consumo de café instantáneo en Alemania 2011



Fuente: PROECUADOR

Ilustración N° 12 Frecuencia de consumo de café de maquina por porciones en Alemania 2011



Fuente: PROECUADOR

El café tostado es el más alto en porcentaje de consumo en la categoría de varias veces por día (vv/dia), resulta evidente que el café instantáneo es el menos consumido por el mercado de Alemania, según datos de PROECUADOR (2011), los alemanes consumen café de 3 a 4 tazas diarias, pero el consumidor alemán tiene un recelo de la comida importada, por tal razón exigen mucho control gubernamental sobre la calidad de los productos introducidos para consumo diario.

3.7.6.3. Proyección de la Población

Calcular la población de Alemania es un indicador base para estimar la proyección de crecimiento promedio del mercado, aplicamos mínimos cuadrados para la proyección de la población como lo muestra la siguiente tabla:

Es necesario determinar los siguientes datos de la tabla para luego reemplazar en ésta fórmula:

Año	X	Y	X ²	Y ²	XY
2010	1	81.751.602	1	6.683.324.429.566.400	81751602
2011	2	81.843.743	4	6.698.398.268.250.050	163687486
2012	3	82.020.578	9	6.727.375.215.454.080	246061734
2013	4	80.767.463	16	6.523.383.079.456.370	323069852
2014	5	81.197.537	25	6.593.040.014.866.370	405987685
TOTAL	15	407580923	55	33.225.521.007.593.300	1220558359
N	5				

Formula:

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

$$a = \frac{\sum y - b\sum x}{N}$$

$$y = a + bx$$

Cálculos:

$$b = -218441,00$$

$$a = 82171507,60$$

$$y = 82171507,6 - 2184410X$$

Tabla N° 70 Proyección de la Población de Alemania 2015 - 2020

	Año	Población	Tasa de Crecimiento Anual	Tasa promedio de crecimiento
Datos Históricos	2010	81.751.602	-0,06%	-0,33%
	2011	81.843.743	0,11%	
	2012	82.020.578	0,22%	
	2013	80.767.463	-1,53%	
	2014	81.197.537	0,53%	
Datos Proyectados	2015	81.197.537	-0,95%	
	2016	80.423.980	-0,27%	
	2017	80.205.539	-0,54%	
	2018	79.768.657	-0,27%	
	2019	79.550.216	-0,27%	

Fuente: TradeMap

Elaborado por: Jimmy Valdivieso

3.7.6.4. Demanda Efectiva

Se ha proyectado la población con la aplicación de un discriminante a los menores de 15 años, los cuales han sido disminuidos de la población debido a que las personas que están en este rango de edad no consumen café como un alimento estimulante para su crecimiento.

Tabla N° 71 Demanda Efectiva de Alemania

	Año	Población	Demanda Efectiva mayores de 15 años (87%)	Consumo Real Kg
Datos Históricos	2010	81.751.602	71.123.894	3,98
	2011	81.843.743	71.204.056	4,81
	2012	82.020.578	71.357.903	5,64
	2013	80.767.463	70.267.693	6,46
	2014	81.197.537	70.641.857	7,29
Datos Proyectados	2015	80.860.862	70.348.950	8,12
	2016	80.642.421	70.158.906	8,94
	2017	80.423.980	69.968.862	9,77
	2018	80.205.539	69.778.819	10,60
	2019	79.987.098	69.588.775	11,42
	2020	79.768.657	69.398.731	12,25

Fuente: TradeMap y PROECUADOR

Elaborado por: Jimmy Valdivieso

3.7.6.5. CONSUMO NACIONAL APARENTE

En la investigación aplica el indicador de Consumo nacional aparente, el mismo permitirá conocer la cantidad que Alemania ubica para el consumo, este indicador se calcula en base a la suma de la producción nacional más importaciones y menos las exportaciones.

$$CNA = PN + M - X$$

Dónde:

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

Tabla N° 72 Consumo nacional aparente Alemania

Año	Producción Nacional Toneladas	Importaciones Toneladas	Exportaciones Toneladas	CNA Toneladas
2011	536.777	1.207.988	529.888	1.214.877
2012	551.428	1.230.039	544.351	1.237.116
2013	547.688	1.124.784	540.659	1.131.813
2014	549.537	1.162.073	542.485	1.169.125
2015	530.598	1.110.400	523.789	1.117.209

Fuente: Trademap y Ministerio Federal de Alimentación y Agricultura de Alemania.

Elaborado por: Jimmy Valdivieso

Consumo Recomendado

Según el portal web de consejos dietéticos (2016), manifiesta que el café es una bebida controvertida, realmente compleja por sus compuestos bioactivos lo cuales son una fuente de antioxidantes, varios estudios demuestran que tomar café ayuda a tener menos riesgo de sufrir enfermedades como diabetes tipo 2, trastornos neurológicos y enfermedades del hígado.

Pero si se lo consume en exceso podría causar malestar por la ingestión de demasiado de cafeína los cuales son:

- Inquietud
- Ansiedad
- Mareos
- Malestar estomacal
- Irritabilidad
- Insomnio
- Pulso acelerado

Según los estudios realizados en la cantidad que es recomendable tomar café una persona es de 4 a 5 tazas de café al día, es una cantidad óptima que debemos beber para aprovechar sus beneficios de no sufrir de cualquier enfermedad anteriormente mencionada.

Para poder calcular el consumo recomendado es necesario saber cuál es la cantidad óptima para preparar una taza de café, el portal web cafedecolombia.com (2016), nos indica las cantidades para la preparación un buen café:

Tabla N° 73 Cantidad optima para preparar un cafe

Agua litros	Café gramos	Kilogramos al día	Numero de taza	Kilogramos anual
0,24	13	0,013	1	4,75
0,5	30	0,030	2	10,95
0,74	44	0,044	3	16,06
1	60	0,060	4	21,90
Promedio				13,41

Fuente: cafedecolombia.com

Elaborado por: Jimmy Valdivieso

El consumo recomendado es de 4 tazas por día, pero no todos consumen la misma cantidad de café por día, de tal manera hay variaciones de consumo, en ocasiones hay personas que solo consumen una taza de café por día de tal manera se ha calculado el promedio de kilogramos por año recomendado para el consumo de café, el cual es de 13,41 kilogramos por año.

3.7.6.6. Oferta exportable

Producción de Café MEGF Golondrinas

Para la recolección de información necesaria de la producción de Café MEGF Golondrinas se realizó una entrevista (Anexo N°3) al Gerente de Café MEGF Golondrinas: Sr. Luis Marcelo Meneses Valenzuela, con el objetivo de determinar la factibilidad de la producción y comercialización de café gourmet en el mercado de Alemania a través de las redes de comercio Justo.

1. ¿Cuántas hectáreas posee Café MEGF golondrinas?

159 hectáreas.

Análisis:

Es un dato importante que será utilizado para el cálculo de la proyección de la oferta exportable de café gourmet.

2. ¿Cuántas hectáreas están cultivadas?

Aproximadamente unas 100 hectáreas

Análisis:

De igual manera es un dato que será utilizado para el cálculo de la proyección de la oferta exportable de café gourmet.

3. ¿Por cada Hectárea cuantos quintales de café se producen?

Actualmente 28 quintales aproximadamente, pero varía bastante su rendimiento de quintales por hectárea.

Análisis:

Son datos que nos permitirán calcular la proyección de la oferta exportable de café gourmet.

4. ¿Cuántos kilogramos tiene un quintal de café?

Cada quintal de café pergamino equivale a 57,5 kg.

Análisis:

Es un dato importante ya que nos permitirá comparar precios con los precios referenciales de café de exportación de COFENAC.

5. ¿Cuál es la capacidad de producción de café mensual y anual?

Tenemos una capacidad de 15000 kg mensual en café tostado, 3000 kg en café gourmet y 12000 kg en café especial.

Análisis:

Son datos que nos permitirá calcular la proyección de la oferta exportable de café gourmet y que porcentaje ocupa en la producción de este tipo de café.

6. ¿Cada año cuánto se incrementa la producción de café por quintales/ hectárea?

Aproximadamente cada año se incrementaba 12 quintales, pero actualmente no se está produciendo para incrementar la cantidad, debido a la falta de mercado y no por capacidad.

Análisis:

Son datos que nos permitirá calcular la proyección de la oferta exportable de café gourmet en un periodo de 5 años.

7. ¿Qué porcentaje de la producción total está destinada al mercado nacional e internacional?

Totalmente al mercado Nacional, sobre todo a dos ciudades Tulcán y Ibarra, a los mercados internacionales ha sido muy difícil ingresar, se ha intentado a Colombia pero competir contra marcas conocidas ha dificultado las posibilidades de éxito.

Análisis:

Este dato nos permite analizar una oportunidad y pertinencia de obtener una certificación internacional para ingresar a mercados internacionales los productos de la asociación Café MEGF Golondrinas.

8. ¿Posee infraestructura para la producción y empaque de los distintos tipos de café?

Si tenemos toda la infraestructura para la producción y empaque de café, muchas de ellas han sido donadas por La Cooperación Belga y el Gobierno Provincial de Carchi.

Análisis:

Es un dato que nos permite analizar las ventajas de la asociación Café MEGF Golondrinas en los costos de producción de café gourmet.

9. ¿Conocen de las leyes y normas técnicas para realizar la exportación de café?

No desconozco todo proceso para la exportación.

Análisis:

Este dato nos permite plantear una propuesta de la presente investigación en la cual podría satisfacer las necesidades de la asociación Café MEGF Golondrinas.

10. ¿Poseen alguna certificación internacional para el café?

No ninguna, solo manejamos calidad por taza de 84 sobre 100 los cuales hemos sido calificados por los eventos de la taza dorada de café.

Análisis:

Este dato nos da una oportunidad de ingresar a la asociación Café MEGF Golondrinas a competir con certificaciones internacionales el cual podría dar confianza de consumo entre los potenciales consumidores de café gourmet.

11. ¿Conocen de la certificación internacional de Comercio justo?

No.

Análisis:

Este dato nos permite plantear una propuesta de la presente investigación en la cual podría satisfacer las necesidades de la asociación Café MEGF Golondrinas.

3.7.6.7. Producción de Café MEGF Golondrinas 2011 - 2015

Tabla N° 74 Producción de Café MEGF Golondrinas

Año	Hectáreas en Cultivo	Producción Café tostado anual TN	Producción Café Especial anual TN	Producción Café gourmet anual TN	Producción anual TN	Tasa de Crecimiento anual %
2011	229	45	36	9	90	
2012	224	63	50	13	126	40,00%
2013	215	90	72	18	180	42,86%
2014	239	135	108	27	270	50,00%
2015	320	180	144	36	360	33,33%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Jimmy Valdivieso

Según el Programa de Desarrollo Rural del Norte del Ecuador - PDRN (2015), manifiesta que se han beneficiado 325 pequeños caficultores de las parroquias Juan Montalvo, El Goaltal, JJ Caamaño, Chical y Maldonado, las cuales forman la asociación Café MEGF Golondrinas la cual nace en el 2006, este proyecto tuvo una inversión de 104000 USD por parte del Gobierno Provincial del Carchi y 118000 USD por parte de la Cooperación Belga.

3.7.6.8. Proyección de la demanda insatisfecha del proyecto

Tabla N° 75 Proyección de la demanda insatisfecha del proyecto

Años	ALEMANIA					COBERTURA DE CONSUMO			DEMANDA DEL PROYECTO		OFERTA DEL PROYECTO	
	Producción Nacional Toneladas	Importaciones Toneladas	Exportaciones Toneladas	CNA Toneladas	Población Alemania	Consumo Real anual Kg/persona	Consumo Recomendó anual Kg	Déficit en Kg (Consumo real - consumo recomendado)	Demanda Efectiva mayores de 15 años (87%)	Demanda Insatisfecha Tn	Producción Anual de Toneladas de Café Gourmet	% Cobertura
2011	536.777	1.207.988	529.888	1.214.877	81.843.743	4,81	13,41	8,60	71.204.056	612.621,90	9	0,001%
2012	551.428	1.230.039	544.351	1.237.116	82.020.578	5,64	13,41	7,78	71.357.903	554.956,36	13	0,002%
2013	547.688	1.124.784	540.659	1.131.813	80.767.463	6,46	13,41	6,95	70.267.693	488.389,74	18	0,004%
2014	549.537	1.162.073	542.485	1.169.125	81.197.537	7,29	13,41	6,12	70.641.857	432.593,07	27	0,006%
2015	530.598	1.110.400	523.789	1.117.209	80.860.862	8,12	13,41	5,30	70.348.950	372.644,25	36	0,010%
DATOS PROYECTADOS												
2016	538.931	1.088.114	532.015	1.095.030	80.501.395	8,94	13,41	4,47	70.036.214	313.091,06	41	0,013%
2017	537.507	1.061.800	530.609	1.068.698	80.222.515	9,77	13,41	3,64	69.793.588	254.310,39	47,8	0,019%
2018	536.082	1.035.486	529.202	1.042.365	79.943.635	10,60	13,41	2,82	69.550.962	195.930,86	54,6	0,028%
2019	534.657	1.009.172	527.796	1.016.033	79.664.754	11,42	13,41	1,99	69.308.336	137.952,47	61,4	0,045%
2020	533.233	982.857	526.390	989.700	79.385.874	12,25	13,41	1,16	69.065.710	80.375,22	68,2	0,085%
2021	531.808	956.543	524.983	963.368	79.106.993	13,08	13,41	0,34	68.823.084	23.199,11	75	0,323%

Elaborado por: Jimmy Valdivieso

3.7.7. Análisis FODA

El análisis FODA es una herramienta que permite identificar aspectos positivos y negativos de la asociación de Café MEGF Golondrinas para la comercialización de café en el mercado de Alemania a través de las redes de comercio justo.

FORTALEZAS

- Café MEGF Golondrinas está constituido legalmente y posee infraestructura propia.
- Posee disponibilidad de áreas de cultivo propias de todos sus socios.
- Los recursos humanos están comprometidos a la actividad de la producción de café, ya que es su producto potencial de producción de esta zona.
- Tiene una constante capacitación en producción por parte de las entidades ANECAFE Y COFENAC.

OPORTUNIDADES

- La certificación internacional de Comercio Justo es muy reconocida y consumida en el mercado de Alemania.
- La certificación de comercio justo brinda facilidades en contacto con comerciantes de las redes de comercio justo en Alemania.
- Existe una creciente y constante demanda de café a nivel mundial.
- El mercado de Alemania tiene interés en café de calidad
- El país de destino cuenta con estabilidad económica catalogada como una de las mejores de la Unión Europea.
- Los consumidores de Alemania cuentan con alto poder adquisitivo
- El café de Ecuador se acoge a las preferencias arancelarias que le ofrece el Sistema Generalizado de Preferencias- SGP.

- Tiene café de calidad reconocido a nivel nacional por el mérito en obtener el cuarto lugar en el concurso La Taza Dorada de Ecuador-2013.
- El café de la parroquia de Maldonado y Chical es reconocido a nivel nacional por su aroma y humedad calificando como un café tipo gourmet en la Taza Dorada 2013.
- La parroquia de Maldonado y Chical posee climas cálidos y bastante húmedos y sobre todo en tierras de buena altura, el cual le da una zona óptima para el cultivo del café arábigo.

DEBILIDADES

- Falta de marketing y publicidad a nivel internacional del café ecuatoriano
- Deficiente comercialización en el mercado a nivel nacional e internacional.
- Falta de estrategias al productor para la comercialización internacional del café.
- Falta de experiencia para comercializar café en mercados internacionales.
- Las barreras de entrada son iguales para todos los países que se benefician del Sistema Generalizado de Preferencias- SGP, esto permite la entrada de nuevos competidores con mayor reconocimiento internacional.

AMENAZAS

- Posee competencia de gran prestigio a nivel internacional
- Aumento anual de oferentes de café en mercados internacional
- Precios inestables
- Condiciones climáticas desfavorables por temporada actual a causa del fenómeno del niño.
- Políticas gubernamentales y comerciales de la Unión Europea.

Tabla N° 76 Matriz FODA

	FORTALEZAS	DEBILIDADES
	1 Café MEGF Golondrinas está constituido legalmente y posee infraestructura propia.	1 Falta de marketing y publicidad a nivel internacional del café ecuatoriano
	2 Posee disponibilidad de áreas de cultivo propias de todos sus socios.	2 Deficiente comercialización en el mercado a nivel nacional e internacional.
	3 Los recursos humanos están comprometidos a la actividad de la producción de café, ya que es su producto potencial de producción de esta zona.	3 Falta de estrategias al productor para la comercialización internacional del café.
	4 Tiene una constante capacitación en producción por parte de las entidades ANECAFE Y COFENAC.	4 Falta de experiencia para comercializar café en mercados internacionales.
		5 Las barreras de entrada son iguales para todos los países que se benefician del Sistema Generalizado de Preferencias- SGP, esto permite la entrada de nuevos competidores con mayor reconocimiento internacional.
OPORTUNIDADES	ESTRATEGIAS F/O OFENSIVA	ESTRATEGIAS D/O REORIENTACIÓN
1 La certificación internacional de Comercio Justo es muy reconocida y consumida en el mercado de Alemania.	Comercializar el café a través de la certificación internacional del comercio justo, con un alto valor agregado encaminado al objetivo 9 y 10 del plan del buen vivir. F1; O1,O2,O3, O6 Y O8	Apoyarse con comerciantes certificados del comercio justo para garantizar la producción y venta adecuada del café. D2 y D3; O1 y O2
2 La certificación de comercio justo brinda facilidades en contacto con comerciantes de las redes de comercio justo en Alemania.	Estandarizar la calidad en toda la producción de café de la parroquia de Maldonado y Chical para cumplir con los criterios y auditorias de Comercio Justo. F2, F3, F4; O4, O8, O9 y O10	Apoyarse en la experiencia de los comerciantes involucrados en las redes de comercio justo de Alemania D1 y D4; O3, O4 y O6
3 Existe una creciente y constante demanda de café a nivel mundial.		
4 El mercado de Alemania tiene interés en café de calidad		
5 El país de destino cuenta con estabilidad económica catalogada como una de las mejores de la Unión Europea.		
6 Los consumidores de Alemania cuentan con alto poder adquisitivo		
7 El café de Ecuador se acoge a las preferencias arancelarias que le ofrece el Sistema Generalizado de Preferencias-SGP.		
8 Tiene café de calidad reconocido a nivel nacional por el mérito en obtener el cuarto lugar en el concurso La Taza Dorada de Ecuador- 2013.		
9 El café de la parroquia de Maldonado y Chical es reconocido a nivel nacional por su aroma y humedad calificando como un café tipo gourmet en la Taza Dorada 2013.		
10 La parroquia de Maldonado y Chical posee climas cálidos y bastante húmedos y sobre todo en tierras de buena altura, el cual le da una zona óptima para el cultivo del café arábigo.		

AMENAZAS	ESTRATEGIAS F/A DEFENSIVA	ESTRATEGIAS D/A SUPERVIVENCIA
1 Posee competencia de gran prestigio a nivel internacional	Aumentará la participación de café en el mercado de Alemania, diversificando nichos de mercado a través de las redes de comercio justo. F2 y F3	Implementar la certificación de comercio justo para garantizar la posibilidad de obtener un nicho de mercado
2 Aumento anual de oferentes de café en mercados internacional	Apoyarse en la certificación de comercio justo para aumentar su competitividad en el mercado internacional	Propiciar alianza entre productores y comerciantes certificados por el comercio justo
3 Precios inestables	Buscar comerciantes certificados del comercio justo para aprovechar de las ventajas de las redes de comercio justo. F2; A2, A3 y A4	Adquirir mayores conocimientos acerca de tendencias del comercio justo y de los acuerdos comerciales entre Ecuador y Alemania. A1; D3 y D4
4 Condiciones climáticas desfavorables por temporada actual a causa del fenómeno del niño.		
5 Políticas gubernamentales y comerciales de la Unión Europea.		

Elaborado por: Jimmy Valdivieso

3.7.8. CINCO FUERZAS PORTER

El análisis de las Cinco Fuerzas PORTER fue establecido por el economista Michael Porter en 1980, es una herramienta económica que permite identificar la rentabilidad del mercado a largo plazo.

PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS CLIENTES

El café es un producto reconocido a nivel mundial, es una de las bebidas más consumidas, su agradable aroma y sabor exige un requerimiento que lo certifique y acredite su calidad y origen del producto, además las certificaciones internacionales son cada vez más exigentes en el cumplimiento de sus criterios, la importancia de tener una certificación internacional está en la fidelidad segura del consumidor y a futuro continuar realizando negociaciones con el mercado internacional.

Un factor favorable para Ecuador son los acuerdos bilaterales, el Sistema Generalizado de Preferencias- SGP, otorga preferencias arancelarias y lo exenta de algunos costo que podrían volverlo muy costoso frente a productos similares que compiten en este mercado.

En algunas negociaciones los clientes se vuelven una amenaza en algunos casos, debido a que los beneficios económicos sean solo favorable hacia su parte, pero dentro de las políticas de comercio justo existe una relación de

negocios entre miembros certificados por el comercio justo los cuales son el productor y los comerciantes, las redes de comercio justo apoyan a una negociación equitativa que protege al productor en sus beneficios económicos y elimina la intervención de intermediarios en estas negociaciones.

Poder de Negociación de los Proveedores

En las parroquias de Maldonado y Chical son zonas de producción de café gourmet, estas parroquias pertenecen a la provincia del Carchi, tiene buenas perspectivas de crecimiento para fortalecer su cultivo, los proveedores son todos los miembros de la asociación Café MEGF Golondrinas, su forma de comercialización lo hacen de manera colectiva, la asociación maneja negociaciones con sus proveedores en base al aumento o reducción de precios y calidad.

Amenaza de nuevos competidores

En Ecuador se producen dos tipos de café el arábigo y robusto, el café arábigo tiene una amplia adaptabilidad a los cuatro climas regionales que presenta el país como son la Costa, Sierra, Amazonía y Islas Galápagos, la producción de café arábigo puede ser cultivada en cualquier región del Ecuador, en cambio el café robusto requiere de un clima tropical con altas precipitaciones, casualmente la región amazónica es donde se cultiva este tipo de café, de tal forma en las 24 provincias que presenta el Ecuador se cultiva café. En Ecuador se produce tres presentaciones de café los cuales son:

- Café verde
- Café tostado o molido
- Café soluble o instantáneo

Café MEGF Golondrinas produce únicamente café arábigo, según PROECUADOR (2013), las provincias que tiene mayor producción de este tipo de café son Manabí y Loja, estas ocupan el 35,14% y 14,72% respectivamente en porcentaje de participación, el caso de la provincia del Carchi su porcentaje

de participación es del 0,10%. De tal forma la producción de café en Carchi es pequeña y tratar de ingresar al mercado nacional le ha dificultado por su cantidad, precio y reconocimiento de la marca, la participación en concurso de la tasa dorada realizado por COFENAC, le ha permitido distinguir su alta calidad, es difícil competir para esta pequeña asociación de café tanto a nivel nacional e internacional, pero busca nichos de mercado para comercializar su producto gourmet solo para satisfacer sus necesidades económicas de las dos parroquias de la provincia del Carchi.

AMENAZA DE PRODUCTOS SUSTITUTOS

El café a nivel mundial tiene dos principales productos sustitutivos, el té y el chocolate que son bebidas que tienen una tendencia de consumo diario, los dos son de preferencia a nivel mundial.

El chocolate es una bebida procesada del cacao, muy llamativa por sabor y alto contenido nutricional que beneficia al consumidor en calorías, calcio, antioxidantes, etc.

El té es otra de las bebidas sustitutivas del café, es preferida por su contenido saludable y beneficios medicinales, ya que sus variedades y sabores son basados en plantas medicinales, en la actualidad el cliente prefiere consumir bebidas que lleven a un estilo de vida saludable.

RIVALIDAD ENTRE COMPETIDORES

En el Ecuador existen algunas empresas que comercializan café a nivel nacional e internacional, la comercialización es en diferentes procesamientos como son: café lavado, café natural, café orgánico, café robusto, café solubles, extractos de café, café tostado y molido. A continuación presentamos una lista de exportadores de café ecuatoriano los cuales destacamos como posibles competidores de la asociación Café MEGF Golondrinas:

Tabla Nº 77 Lista de Exportadores de Café del Ecuador 2012 – Mayo 2016

RANKING	NOMBRE COMERCIAL	RUC	TOTAL FOB USD	% PARTICIPACIÓN 2012 - Mayo 2016
1	KOLNETSA S.A.	0992405163001	36.984.338,76	22,28%
2	MERCAFE S.A.	0991381465001	34.632.664,06	20,86%
3	CAFECOM S.A.	0991342060001	13.520.405,54	8,14%
4	BELCET S.A.	0992113138001	10.892.758,15	6,56%
5	COMPANIA DE IMPORTACION Y EXPORTACION KAVECAFE ECUATORIANA S.A.	1790981053001	8.214.578,17	4,95%
6	LAMA BARZOLA JULIO WINGMIN	0908637259001	7.677.141,34	4,62%
7	ULTRAMARES CORPORACION C.A.	0990058849001	6.819.954,09	4,11%
8	CANDO CRUCERIRA VALERIA LORENA	0401370572001	5.369.620,46	3,23%
9	FEDERACION REGIONAL DE ASOCIACIONES DE PEQUEÑOS CAFETALEROS ECOLOGICOS DEL SUR	1191708772001	4.270.311,87	2,57%
10	AGROCOMODITIES S.A.	0491511125001	3.129.659,00	1,89%
11	MEDINA LEYTON YURI ALDEMAR	0400980868001	2.984.497,80	1,80%
12	ANKLANCORP S.A.	0992719990001	2.697.349,94	1,62%
13	PINCAY GONZALEZ ARMANDO JESUS	1302789472001	2.652.811,59	1,60%
14	CHAUCANES CHAMORRO LUIS EMELIO	1706263595001	2.620.155,79	1,58%
15	HERNANDEZ HERNANDEZ OMAR ANDRES	0401422084001	2.440.722,18	1,47%
16	QUINSAEXPORT S.A.	1291743265001	2.437.007,56	1,47%
17	PRODUCTORA DE CAFE GALAPAGOS PROCAFE S.A.	2090006498001	1.838.656,57	1,11%
18	LIOTTA S.A.	0992630485001	1.464.741,81	0,88%
19	EXPORTADORA IMPORTADORA INDUSTRIAL EXPORCAFE C. LTDA.	1790539571001	1.320.831,67	0,80%
20	PILADORA SOL DE ORIENTE S.A. PILSOLOR	0992817666001	1.217.313,62	0,73%
21	PANTOJA PANTOJA PEDRO ANTONIO	0401270483001	1.201.163,61	0,72%
22	MERCHAN PIN JOHNNY JAVIER	0911475580001	1.146.202,19	0,69%
23	ZAMBRANO AZUA JAIRO SIMON	1305058206001	944.305,50	0,57%
24	COLEIMCAFE S.A.	0992486635001	800.613,77	0,48%
25	ESCUDERO SANCHEZ FRANKLIN PATRICIO	0201093598001	695.864,61	0,42%
26	RAMIREZ ORTEGA JHON JAIRO	0804401016001	616.080,00	0,37%
27	EXPORTADORA COMERCIALIZADORA BEJAREXPORAR CIA. LTDA.	1091746634001	502.180,00	0,30%
28	SMALLBATCH MICROLOTES S.A.	1792322405001	486.793,91	0,29%
29	GALLETTI S.A	1792602173001	479.862,04	0,29%
30	PEORIA S.A.	0990886342001	450.625,11	0,27%
31	ARRIBA CHOCOLATE COMPANY S.A. CHOCOMPANY	0992811447001	439.760,74	0,26%
32	PROYECMUNDI S.A.	0992827475001	367.550,35	0,22%
33	SELVA VERDE TRADING COMPANY S.A. SELVATRADE	0992813962001	350.839,84	0,21%
34	ECUAVIRMAX S.A.	1792509114001	334.751,23	0,20%
35	CRUZ LOPEZ MANUEL DE LOS REYES	0702496860001	297.271,45	0,18%
36	ESCOBAR HERRERA ENA MARIELA	1001597960001	284.682,74	0,17%

37	GOTHYSERVICIOS CIA. LTDA.	2191721139001	278.460,49	0,17%
38	LEE JIN HO	1750668111001	244.664,00	0,15%
39	ASOCIACION AGROARTESANAL DE CAFICULTORES RIO INTAG	1090110019001	231.344,14	0,14%
40	NARVAEZ MORENO NELSON LEONEL	0401627732001	228.961,22	0,14%
41	AGROINDUSTRIA TOMARDIE S.A	1791827260001	197.705,81	0,12%
42	FAMILY FOOD ECUADOR S.A. FAMODECSA	0992759585001	196.732,66	0,12%
43	ZOMCAFE S.A.	0992901144001	193.413,27	0,12%
44	CORPORACION GRUPPO SALINAS	0291505511001	191.117,37	0,12%
45	EXPIGO S.A.	0992185244001	184.086,97	0,11%
46	REINA MORENO DIANA KATERINE	0401301528001	175.348,53	0,11%
47	EXPORTADORA E IMPORTADORA AGROATILIO CIA. LTDA.	2390010497001	147.072,33	0,09%
48	EXPORTADORA HIDROVO MUÑOZ S.A. EXPHIMUSA	1391768419001	119.810,31	0,07%
49	JIMENEZ LOZANO ROBERTO VINICIO	1102598008001	107.654,64	0,06%
50	CRIOLLO ECUADOR INTERNATIONAL S.A. ECUADORINSA	0992678429001	95.993,69	0,06%
51	VELEZ MANTILLA JOSE NICOLAS	1706891023001	85.774,80	0,05%
52	SEVILLA ABAD LUIS ANTONIO	1705095451001	68.430,00	0,04%
53	RUIZ JIMENES YOFRE RENE	0702739780001	56.713,36	0,03%
54	ESCOFFEE S.A.	0992305525001	51.560,30	0,03%
55	FEDERACION DE ASOCIACIONES ARTESANALES DE PRODUCCION CAFETALERA ECOLOGICA DE MANABI	1391731213001	49.985,40	0,03%
56	ALVAREZ CEDEÑO NELLY DEL CARMEN	0917836769001	48.854,49	0,03%
57	CAFE ROBUSTA DEL ECUADOR S.A. ROBUSTASA	0992704934001	43.509,68	0,03%
58	MARCHANT STEPHEN JAMES	1720159183001	42.572,85	0,03%
59	SANTANA MANOBANDA JACINTO AMALIO	1203676448001	41.478,00	0,02%
60	ECUACAFEGOLD S.A.	1792191998001	29.483,92	0,02%
61	TORRES ORELLANA GENARO PATRICIO	1900210053001	28.518,26	0,02%
62	IDEASMART S.A.	0992418540001	23.949,98	0,01%
63	ARABICOFFEE S.A	1391764197001	21.164,00	0,01%
64	COFIVI CIA. LTDA.	1792171407001	20.124,05	0,01%
65	DIEZ ZAMBRANO NESTOR DAVID	0801601816001	19.514,35	0,01%
66	HOJA VERDE GOURMET HOVGO S.A.	1792427517001	19.117,38	0,01%
67	ECUADOR COCOA & COFFEE, ECUACOFFEE S.A.	0992490446001	16.910,28	0,01%
68	COMPANIA DE EXPORTACIONES, IMPORTACIONES Y REPRESENTACIONES INTERCAFE S.A.	0990810389001	14.074,56	0,01%
69	HOJAVERDE CIA. LTDA.	1791415507001	12.996,28	0,01%
70	KLM CIA REAL HOLANDESA DE AVIACION SA	0990109443001	12.335,30	0,01%
71	SAENZ SAENZ FELIPE RAMIRO	1709138786001	10.817,00	0,01%
72	LISBIGU S.A.	0992642327001	9.170,40	0,01%
73	VASQUEZ ORTIZ EDGAR GUILLERMO	1801617968001	9.130,00	0,01%
74	GANCHOSO PANTA JOSE EDUARDO	1306126705001	8.887,85	0,01%
75	ROBALINO ORTIZ KATALINA AGLAEE	1708778269001	7.828,80	0,00%
76	FUNDACION MAQUIPUCUNA	1790892514001	7.060,41	0,00%
77	NESTLE ECUADOR S.A.	0990032246001	7.016,02	0,00%

78	LEON TOLEDO XIMENA MONICA	1102565767001	7.000,00	0,00%
79	ZURITA BLACIO JUAN CARLOS	0912077195001	5.758,01	0,00%
80	CAFE GARDELLA S.A.	0992185201001	5.738,04	0,00%
81	AMERICAN AIRLINES INC.	1791012240001	5.169,01	0,00%
82	AFFOLLATOV S.A.	0992854480001	4.816,40	0,00%
83	SANTA CRUZ COFFEE TRADING CIA. LTDA. COFFEECRUZ	2091757683001	3.238,90	0,00%
84	CHOON JA CHOI	1721424289001	3.020,00	0,00%
85	TOAPANTA VASQUEZ CRISTINA ALEXANDRA	1003389747001	2.725,00	0,00%
86	CAFE CONQUISTADOR S.A.	0990138257001	2.017,60	0,00%
87	ZARUCOFFEE CIA. LTDA.	0791729556001	1.679,00	0,00%
88	PROYIMAR S.A.	0992271892001	1.575,35	0,00%
89	MEZA O NEIL JOSE BENJAMIN	1722226873001	1.328,00	0,00%
90	ORELLANA PESANTES PATRICIA MARINA	0906099353001	1.210,99	0,00%
91	PRODUCTOS SKSFARMS CIA. LTDA.	1791995112001	1.131,40	0,00%
92	DELTA AIR LINES INC.	1791712757001	1.110,27	0,00%
93	ZAMBRANO GUERRERO CARLOS ENRIQUE	0900457730001	1.099,52	0,00%
94	VASQUEZ LOPEZ VERONICA LUCIA	1802072940001	905,00	0,00%
95	INTERNATIONAL SHIPPING AND STORAGE CIA. LTDA.	1790017125001	780,50	0,00%
96	FONDO ECUATORIANO POPULORUM PROGRESSIO	1790164241001	632,32	0,00%
97	CHEVEZ AUZ JORGE LUIS	0904842846001	580,00	0,00%
98	BRAVO FERNANDEZ BIONAY LEILITA	1102703392001	550,00	0,00%
99	IMBAQUINGO FARINANGO ESTEFANY JOSETH	1003704499001	352,50	0,00%
100	QUISHPE SINAILIN PABLO DAVID	1713291936001	332,00	0,00%
101	MEDINA SUAREZ CARLOS RODRIGO	0911707123001	258,00	0,00%
102	PANAMERICANFOOD ALIMENTOS S.A.	1792392241001	240,00	0,00%
103	POMASQUI COLIMBA WILSON FABIAN	1002727988001	197,00	0,00%
104	ZUMBANA LOPEZ CARLOS JULIO	1801706357001	150,00	0,00%
105	ECUANAUTICA S.A.	0992236515001	149,77	0,00%
106	SOLUBLES INSTANTANEOS COMPAÑIA ANONIMA S.I.C.A.	0990002959001	111,17	0,00%
107	SUMINISTROS Y EQUIPOS TECNICOS TECNOTEC C. LTDA.	1790919463001	106,67	0,00%
108	CUESTA CACERES ANA LUCIA	1716285943001	80,00	0,00%
109	EMPRESA PUBLICA CORREOS DEL ECUADOR CDE E.P.	1768042620001	65,00	0,00%
110	QUIMBIULCO CHIMARRO HECTOR ORLANDO	1714595848001	55,91	0,00%
111	ARMJO FLORES ALBA RICARDINA	1712321940001	40,00	0,00%
112	DARTAYET CORDOVA RAFAEL EDUARDO	1714260633001	38,00	0,00%
113	INSTITUTO ANTARTICO ECUATORIANO INAE	0968576320001	30,50	0,00%
114	ZAVODA CIA. LTDA.	1792355761001	20,00	0,00%
115	UNIQUE ROSE FARMS AGRIECUROSOS CIA. LTDA.	1792520754001	16,00	0,00%
116	BJF TRADING S.A.	0992772751001	14,98	0,00%
117	ROMO & SAENZ ASOCIADOS S.A.	1792444047001	11,00	0,00%
118	JARAMILLO VIVANCO CARLOS JULIO	1103411821001	7,48	0,00%

119	ABEDALQADER MAHMOUD MUSTAFA MAHMOUD	0000000M63617	5,00	0,00%
120	BOTRIS CIA. LTDA.	1791836979001	5,00	0,00%
121	BASTIDAS CENTENO DELIA MARIA	0801712613001	3,00	0,00%
122	TORRES CASTILLO VICENTE PAUL	1104874209001	1,00	0,00%
123	MUÑOZ LARREA YULY MERY	1709661175001	1,00	0,00%
124	SUMINISTROS FRAPELIVE S. A.	1792081793001	0,03	0,00%
125	NARANJO VACA ONASSIS EUDORO	0700768617001	0,01	0,00%
126	TENESACA SALAZAR TANIA KATHERINE	0922609078001	0,01	0,00%

Fuente: Cobus Group

Elaborado por: Jimmy Valdivieso

El Ecuador tiene gran capacidad de producción de café en sus distintas variedades arábigo lavado, arábigo natural y robusto, desde el año 2012 a mayo del 2016 existen 126 exportadores de café, por lo cual serian los posibles competidores de la asociacion Café MEGF Golondrinas, para empezar a competir necesita herramientas que faciliten las exportaciones de las micro, pequeñas y medianas empresas, la adquisición de la certificación de comercio justo es una herramienta de marketing que le permitirá trabajar con estrategia para clasificar su producto por calidad y no cantidad.

Resulta difícil desarrollar capacidad para competir a nivel nacional o internacional, pero la certificación de comercio justo otorga las bases necesarias para ingresar a un nicho de mercado y enfretar la rivalidad de los grandes competidores.

CAPÍTULO IV

Conclusiones

- El consumo de café a nivel mundial es creciente, ya que los principales países importadores a nivel mundial durante el periodo 2011 al 2015 tuvieron una tendencia progresiva, el cual ocupa una tasa de crecimiento 3,05% por año, lo cual es favorable para el Ecuador en encontrar posibles negociaciones con países con demanda insatisfecha de café, de igual manera las exportaciones de café a nivel mundial tienen una tendencia creciente, ya que posee una tasa de crecimiento del 2,90% por año.
- En el Ecuador las exportaciones de café hacia mercados internacionales en el periodo 2011 – 2015, ha presentado una tendencia decreciente debido a la crisis productiva afectada por el hongo de la Roya (*Hemileia Vastarix*), esta enfermedad afecta en la producción del café y apareció en el año 2012 por lo cual ha reducido la cantidad de producción de café y presento decrecimientos del 37% en valor USD y 36% en cantidad.
- El Ecuador en el periodo 2011 – 2015, las exportaciones de café han decrecido al igual que las importaciones, a pesar de tener una producción de café decreciente, la producción se ha mantenido estable en cubrir el mercado nacional, por ello la balanza comercial del Café ha tenido un saldo positivo.
- En el Ecuador las exportaciones están compuestas por dos sectores las petroleras y No petroleras, por lo cual en el periodo 2011 – 2015 en valor USD FOB, las exportaciones No petroleras tienen una tasa de crecimiento del 6,09%, en cambio las exportaciones petroleras han decrecido en 2,90%, dando como resultado que las exportaciones totales

han decrecido en 1,01% por año, su causa se debe a la baja del precio del petróleo, pero las exportaciones No petroleras han crecido y mantienen un crecimiento económico que apoya a mejorar el PIB del país.

- Las exportaciones de todos los miembros de la Coordinadora Ecuatoriana de Comercio Justo (CECJ), dentro de las exportaciones No petroleras del periodo 2011 – 2015, su participación han aportado porcentualmente el 0,28% como promedio por año en valor USD, por otro lado en las exportaciones totales del Ecuador la CECJ aportado el 0,09% como promedio por año en valor USD. La participación de la CECJ en las exportaciones No petroleras y exportaciones Total presentaron tasas de crecimiento del 2,82% y 9,07% respectivamente en valor USD, su aporte a la economía del país no es tan alto pero su crecimiento tiene mucha importancia para el futuro de la economía de los pequeños productores agrícolas.
- Desde el 2012 hasta mayo del 2016 existen 176 empresas que participan en las exportaciones de café ecuatoriano, pero tan solo dos asociaciones productoras de café son del comercio justo, estas representan el 2,25% en promedio y su participación por año ha crecido en 10,43%, las exportaciones de café de comercio justo ha sido menor su decrecimiento en comparación a las exportaciones de café sin certificación de comercio justo, por lo cual llegamos a concluir que la certificación de comercio justo si aportado al país en mantener un desarrollo participativo en las exportaciones de café ecuatoriano hacia mercados internacionales, el cual se ha beneficiado por sus criterios y políticas internacionales que apoyan al desarrollo del pequeño productor.

- Para la determinación de los mejores mercados internacionales que actúan en el marco del Comercio Justo, se ha seleccionado a tres países a investigar los cuales son Estados Unidos de América, Alemania y Países Bajos, estos tres países tienen mayor frecuencia en los parámetros destacados de los principales mercados internacionales en consumo de Café Ecuatoriano y Consumo Mundial de Café, mediante la Matriz POAM han permitido determinar la mejor opción para la comercialización de café gourmet, Alemania presentó el mejor puntaje, este mercado ha presentado mejores oportunidades de comercialización y crecimiento a largo plazo. El SMI (Salario Mínimo Interprofesional) de Alemania es de 1672 USD y 0,78 de unidad del PIB PPA (Paridad del poder adquisitivo) los datos son promediados de los años 2012 – 2016, lo cual lo vuelve accesible para la exportación de café gourmet, ya que al contar con alto salario mínimo interprofesional tiene mayor capacidad de gasto en bienes y servicios lo que lo ubica en estilo de consumidor impulsivo, de igual manera el nivel de vida es menos costosa debido a los bajos precios de los productos que lo beneficia en aumentar su elasticidad de demanda.
- Ecuador es el segundo proveedor de esencias de café para Alemania, alcanzando un 16.20% del mercado en el 2014. El 64.10% de los Alemanes consumen café tostado de filtro, mientras que el 20.5% consumen café soluble. Los alemanes el consumo de café es de 3 a 4 tazas diarias, pero el consumidor alemán tiene un recelo de la comida importada, por tal razón exigen mucho control gubernamental sobre la calidad de los productos introducidos para consumo diario. Los mayores consumidores de café son las personas entre 40 a 50 años, estos cubren el 19% seguidos del grupo de 70 años en adelante con un 16.8%, Alemania tiene gastos de consumo en Alimentos y bebidas no alcohólicas en un 11,80% de su Salario Mínimo Interprofesional. La provincia del Carchi tiene una participación en el mercado nacional del

0,10% de la superficie cultivada de café, para el caso de Café MEGF Golondrinas su oferta exportable para el año 2017 es de 47,8 toneladas de café gourmet, el cual podría cubrir el déficit de consumo de café en Alemania de 3,64 Kg consumo per cápita, la exportaciones de café gourmet tendría una cobertura en el mercado de Alemania de tan solo 0,019% de total de consumo de café, estos resultados son característico del comercio justo, ya que permite la accesibilidad a nichos de mercado a través de exportaciones directas eliminando cualquier intermediario innecesario para la internacionalización del café gourmet.

Recomendaciones

- Se recomienda a la Asociación Café MEGF Golondrinas de la provincia del Carchi capacitarse en los procesos renovación y protección de enfermedades que afectan a las plantaciones de café.
- La Asociación Café MEGF Golondrinas necesita fortalecerse con una certificación internacional para poder acceder a los nichos del mercado exterior.
- Con ayuda de PRO ECUADOR impulsar exportaciones de café a través de ferias nacionales e internacionales.
- A través de la certificación de comercio justo aprovechar los beneficios y ventajas de ingreso del producto a los mercados internacionales.
- Realizar investigaciones de otras certificaciones internacionales para identificar oportunidades y fortalezas que apoyen progresivamente a las exportaciones No petroleras del Ecuador.

- El Ecuador necesita un marco legal del comercio justo ya que no existe una normativa específica e institución encargada de la rectoría, regulación y control del Comercio Justo.
- Se recomienda mayor capacitación en producción y especulación de precios del café para exportación por parte de las instituciones COFENAC y ANECAFE.
- Se recomienda a la Coordinadora Ecuatoriana de Comercio Justo trabajar mancomunadamente con universidades del Ecuador en realizar investigaciones que mejoren la producción y comercialización de todos sus productos con certificación internacional.

CAPÍTULO V PROPUESTA

5.1. TÍTULO

Estudio de factibilidad para la comercialización internacional de café gourmet “La Casa Nuestra Tulcán”, al mercado de Alemania a través de las redes de Comercio Justo.

5.2. JUSTIFICACIÓN

La investigación se enfoca en un estudio de factibilidad que le permita comercializar café gourmet hacia el mercado de Alemania, el café gourmet es producido por la empresa Café MEGF Golondrinas de la parroquia de Maldonado, el cual tiene debilidades en competir en cantidad y precios, pero tiene una fortaleza la cual es su excelente calidad de café gourmet, además la investigación se enfoca en la certificación de comercio justo que le permitirá establecer oportunidades de los nichos del mercado de Alemania.

El desarrollo requiere un estudio técnico, este permite conocer la localización del proyecto, determina la tamaño óptima para las actividades comerciales, es necesario contar con una organización para agilizar procesos y disminuir costos, además de la representación en la Coordinadora Ecuatoriana del Comercio Justo (CECJ).

También será necesario determina plan logístico internacional del producto, en base a los datos específicos que incurren en cada una de las etapas como son: costos del país exportador, costos de embarque, costos del tránsito internacional y costos del país importador, son datos que permitirán determinar el precio mínimo para ser comercializados en el país de destino sin que afecte a pérdidas económicas.

Al comercializar con certificación de Comercio Justo, se eliminan intermediarios innecesarios y se genera una exportación directa, esto genera mayor beneficio

a la red internacional de FAIRTRADE, los cuales son el producto y comerciante certificado por el comercio justo.

Una investigación sobre las posibilidades de incrementar el comercio en el sector cafetero puede crear conciencia en las instituciones públicas y organizaciones de pequeños productores agrícolas, su implementación con éxito puede generar consecuencias positivas para el desarrollo económico del Ecuador.

5.3. OBJETIVOS

5.3.1. OBJETIVO GENERAL

Determinar la factibilidad para la comercialización internacional de café gourmet “La Casa Nuestra Tulcán”, para atender parte de la demanda del sector cafetalero de Alemania a través del Comercio Justo.

5.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Elaborar el estudio técnico para la comercialización de café gourmet “La Casa Nuestra Tulcán”, en el mercado de Alemania a través de las redes de Comercio Justo.
- Elaborar el Plan Logístico para la comercialización del café gourmet “La Casa Nuestra Tulcán”, en el mercado de Alemania a través de las redes de Comercio Justo.
- Elaborar un estudio financiero del proyecto para la comercialización internacional de café gourmet “La Casa Nuestra Tulcán”.

5.4. MODELO OPERATIVO DE LA PROPUESTA

5.4.1. ESTUDIO TÉCNICO

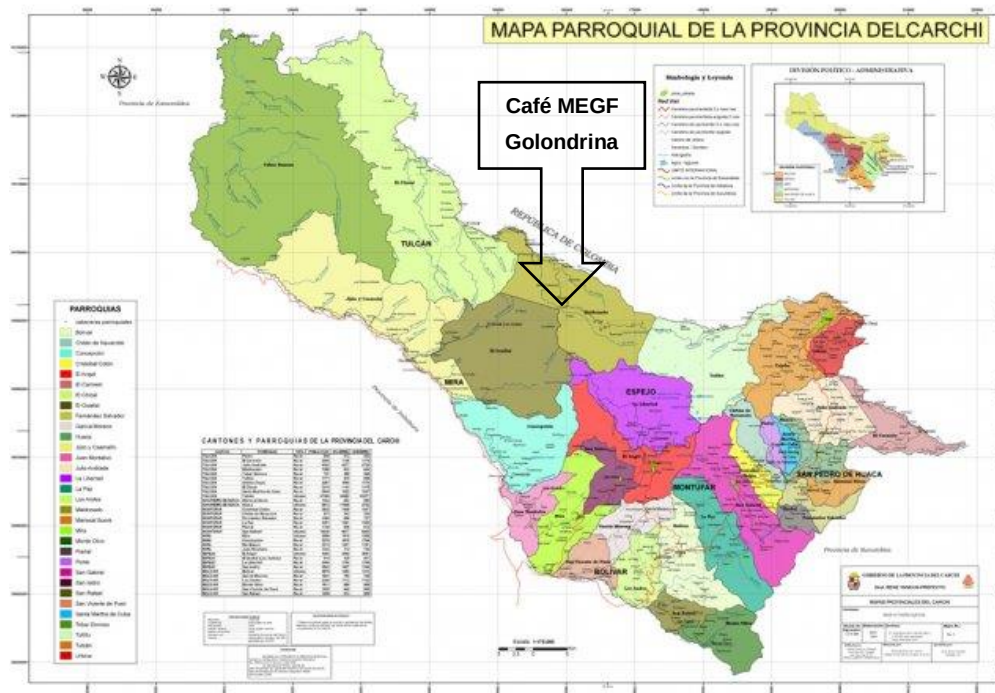
El estudio técnico permitirá establecer la localización del proyecto para la realizar la exportación de café gourmet “La Casa Nuestra Tulcán”, es necesario la implementación de una oficina de comercio exterior para desempeñar la actividad de exportación y actividades representativas del comercio justo en el Ecuador, además se analizará los factores macro y micro de los posibles lugares donde se ubicará la oficina para las actividades de exportación.

5.4.1.1. Macro Localización

EMPRESA PRODUCTORA

La empresa Café MEGF Golondrina, se encuentra localizada en el Ecuador, provincia del Carchi en la parroquia de Maldonado.

Gráfica 53 Macro localización de Café MEGF Golondrina

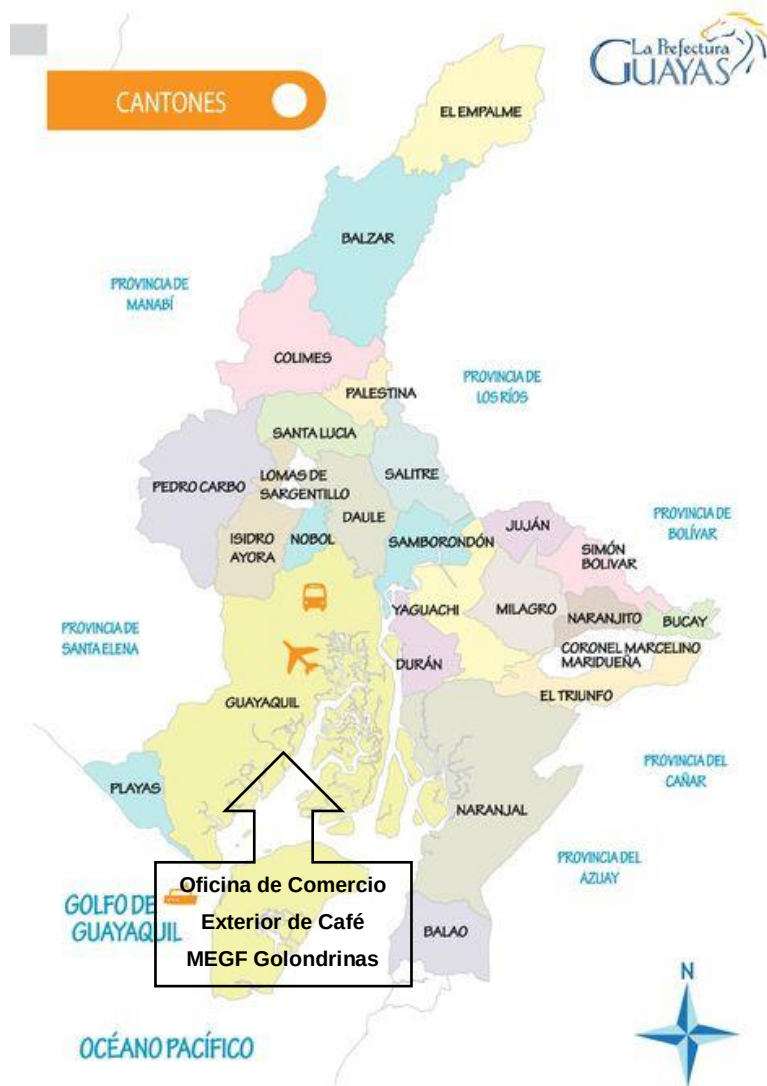


Fuente: Gobierno Provincial del Carchi

OFICINA DE COMERCIO EXTERIOR

La oficina de comercio exterior de la empresa Café MEGF Golondrinas, se encuentra localizada en el Ecuador, provincia del Guayas en el cantón Guayaquil.

Gráfica 54 Macro localización de oficina de comercio exterior



Fuente: Gobierno Provincial del Guayas

5.4.1.2. Micro Localización

EMPRESA PRODUCTORA

Café MEGF Golondrinas se encuentra ubicado en la provincia del Carchi, Cantón Tulcán, parroquia de Maldonado, sus límites son: al norte con Colombia, al sur y este con la parroquia de Chical, y al oeste con las parroquias la Libertad y Tufiño, su altitud es de 1430 metros, con 1700 habitantes, la dirección de Café MEGF Golondrinas es la ruta el Laurel diagonal a la Iglesia de Maldonado.

OFICINA DE COMERCIO EXTERIOR

La oficina de comercio exterior se encuentra ubicada en la provincia del Guayas, sector sur de la ciudad de Guayaquil, dirección avenida 9 de Octubre y calle los Ríos 810, 3er. piso oficina número 305, edificio Absalón Guevara, a 12 kilómetros de distancia de Contecon Guayaquil y Servicio nacional de Aduana del Ecuador - Distrito Guayaquil – Marítimo como lo muestra el Anexo 4 y 5, su ubicación es estrategia y necesaria para cumplir con las actividades de régimen de exportación (Régimen 40) y operaciones portuarias de carga internacional del café gourmet. Además se justifica su ubicación debido a cumplir las siguientes necesidades administrativas y comerciales:

Se encuentra cerca de la oficina de la Coordinadora Ecuatoriana de Comercio Justo ubicada en la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo, Ecuador, dirección Barrio Santa Cruz, Parroquia Yaruquies, aproximadamente a 242 kilómetros, 4 horas y 24 minutos de la oficina en Guayaquil como lo muestra el Anexo 6, a comparación de Maldonado que está a una distancia de 448 Km, a 7 horas y 24 minutos. La ubicación de la Oficina de comercio exterior es necesario para atender a posibles reuniones, eventos de capacitación, talleres estratégicos y eventos festivos por ejemplo el día Internacional de Comercio Justo.

Otra de las justificaciones se debe a la frecuencia de ferias internacionales que se realizan en Guayaquil, el cual podría ser una oportunidad para contactar nuevos clientes. Los beneficios de estar ubicado en Guayaquil son varios ya que tiene una buena comunicación con empresas marítimas y aéreas para

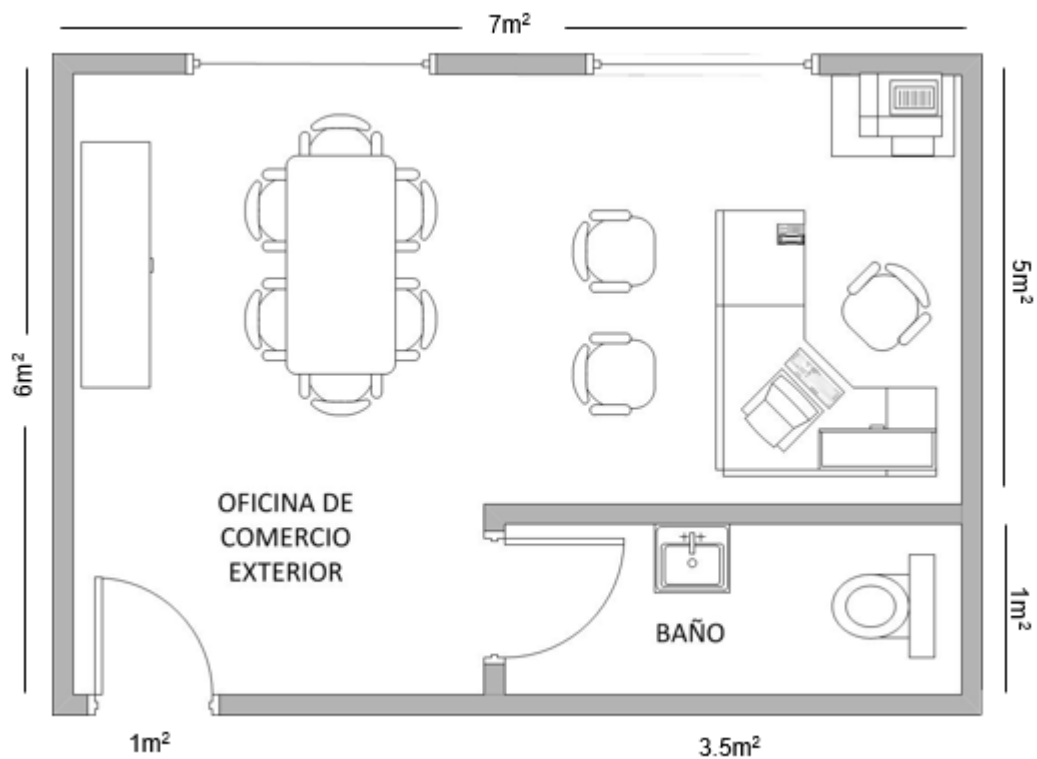
posibles envíos de café gourmet, otro de sus beneficios es la comunicación telefónica, celular e internet, ya que en Maldonado tiene poca accesibilidad a estos tipos de comunicación.

En Guayaquil están ubicados los bancos más importantes del Ecuador los cuales son útiles para la forma de pago de las negociaciones de comercio justo y fletes internacionales.

5.4.1.3. Tamaño Óptimo de la oficina de Comercio Exterior

Se requiere de una oficina pequeña ya que la actividad a desempeñar no requiere extenso espacio físico, además solo servirá para realizar los procesos de exportación del café gourmet hacia el mercado de Alemania.

Gráfica 55 Tamaño óptimo de la oficina de Comercio Exterior



Fuente: Edificio Absalón Guevara
Elaborado por: Jimmy Valdivieso

5.4.1.4. Requerimiento de la empresa

Las oficinas del edificio Absalón Guevara tienen un espacio de 30 m², las necesidades que requiere para la comercialización y buen funcionamiento del departamento de comercio exterior son las siguientes:

Tabla N° 78 Activos Fijos 2016

Activos Fijos			2016
Concepto	Cantidad	Valor Unitario USD	Sub total
Maquinaria y Equipo			
Climatizador de aire	1	55,00	55
Muebles y Enseres			990
Sillón Ejecutivo	3	110	330
Escritorio	1	130	130
Sillas	6	45	270
Mesas	2	40	80
Archivadores	2	90	180
Equipo de Computo			1.260
Computadoras	1	850	850
Impresoras	1	410	410
Total			2.305

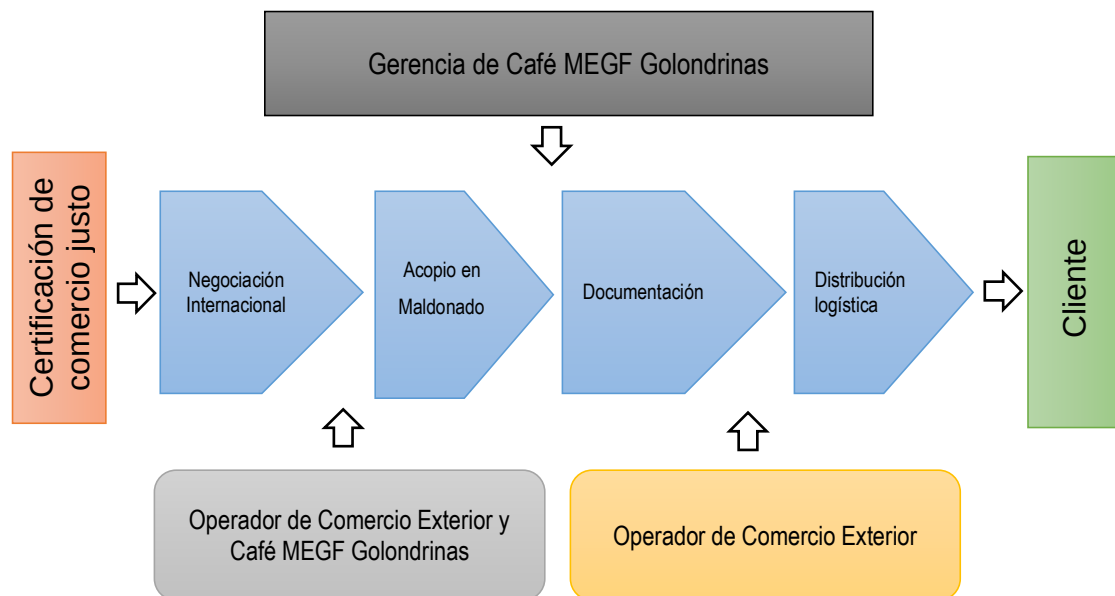
Fuente: Investigación

Elaborado por: Jimmy Valdivieso

5.4.1.5. Ingeniería de procesos del proyecto

El proceso de exportación de café gourmet requiere de un proceso previo a esta actividad, como son la adquisición de materia y elaboración del producto terminado, al final el área de comercio exterior comercializara el producto hacia el mercado de Alemania.

Gráfica N° 56 Diagrama de procesos de exportación de café Comercio Justo



Fuente: Investigación

Elaborado por: Jimmy Valdivieso

5.4.1.6. Manual de procedimientos operativos

Cuadro N° 5 Manual de procedimiento operativo de Negociación Internacional

NEGOCIACIÓN INTERNACIONAL CON CLIENTE		Código:	NIC-001
		Versión:	001
		Páginas:	1-1
Objetivo:	Negociación internacional con el cliente		
Alcance:	Establecer el contacto con el cliente hasta elaborar el contrato.		
Responsable	DETALLE	Documento	
Operador de Comercio Exterior y Café MEGF Golondrinas	1. Ingresar con código de comercio justo en el sitio Web flocert para establecer contacto con los comerciantes certificados por el comercio justo y proceder a realizar pre negociaciones en las diferentes formas de puntos de Venta y de Consumo. 2. Especificar fechas, cantidad, precio y término de Negociación INCOTERMS. 3. Especificar técnicas para el empaque y cumplimiento de etiqueta de comercio justo. 4. Establecer forma de pago. 5. Celebra firmas y contratos.	Páginas web http://www.flocert.net Nota de pedido Contrato de compra venta	

FLUJOGRAMA

MEDICIÓN Y SEGUIMIENTO DEL PROCESO				
INDICADOR	FORMA DE CÁLCULO	ESTÁNDAR/ META	PERIODICIDAD DE CÁLCULO	RESPONSABLE
Comerciantes con certificación de comercio justo	Cientes contactados/ número de ventas realizadas	Crecimiento del 10%	Anual	Operador de Comercio Exterior

DETERMINACIÓN DE RECURSOS RELACIONADA CON EL PROCESO

RECURSO HUMANO	INFRAESTRUCTURA	AMBIENTE DE TRABAJO
Operador de Comercio Exterior y Café MEGF	Equipos de cómputo, papelería de oficina	Atmosfera relajada y productiva

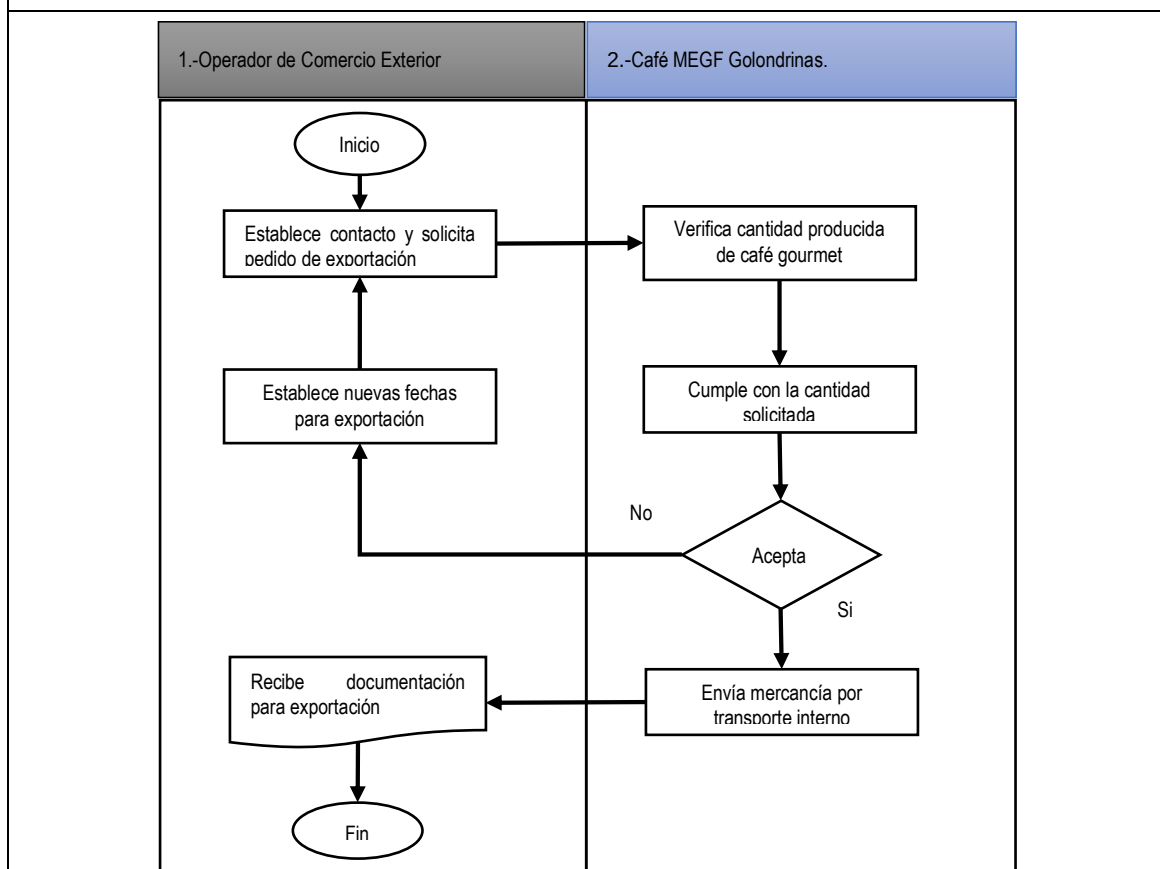
Golondrinas		
REVISADO	APROBADO	FECHA
Operador de Comercio Exterior	Gerente Café MEGF Golondrinas	DÍA. MES. AÑO

Elaborado por: Jimmy Valdivieso

Cuadro N° 6 Manual de procedimiento operativo de Acopio

ACOPIO DE LA MERCANCÍA		Código:	ADLM-001
		Versión:	001
		Páginas:	1-1
Objetivo:	Acondicionar la mercancía para el envío de transporte interno de origen		
Alcance:	Recolectar, adecuar y cubicar el café gourmet en el medio de transporte interno hasta puerto marítimo de Guayaquil		
Responsable	DETALLE	Documento	
Operador de Comercio Exterior y Café MEGF Golondrinas	1. Enviar la cantidad del pedido requerido para la exportación 2. Elaboración de la factura comercial 3. Pago de transporte interno	Teléfono, celular, internet. Nota de pedido Factura y lista de empaque	

FLUJOGRAMA



MEDICIÓN Y SEGUIMIENTO DEL PROCESO

INDICADOR	FORMA DE CÁLCULO	ESTÁNDAR/ META	PERIODICIDAD DE CÁLCULO	RESPONSABLE
Acopio	Cantidad de café gourmet recolectado/ número de bolsas de café gourmet de 350 gr	Cumplir con el pedido	Cada 8 meses (tiempo necesario cosecha de café)	Gerente de Café MEGF Golondrinas

DETERMINACIÓN DE RECURSOS RELACIONADA CON EL PROCESO

RECURSO HUMANO	INFRAESTRUCTURA	AMBIENTE DE TRABAJO
Operador de Comercio Exterior y Café MEGF Golondrinas	Equipos de cómputo, papelería de oficina y suministros de empaque y embalaje.	Atmosfera relajada y productiva
REVISADO	APROBADO	FECHA
Operador de Comercio Exterior	Gerente Café MEGF Golondrinas	DIA. MES. AÑO

Elaborado por: Jimmy Valdivieso

Cuadro N° 7 Manual de procedimiento operativo Documentación de Exportación

DOCUMENTACIÓN DE EXPORTACIÓN		Código:	NIC-001
		Versión:	001
		Páginas:	1-1
Objetivo:	Elaborar los documentos de exportación		
Alcance:	Elaborar los documentos de exportación y enviar documentación necesaria para nacionalización en país de destino		
Responsable	DETALLE	Documento	
Operador de Comercio Exterior	1. Elaborar la lista de empaque y la factura comercial	Lista de empaque	
	2. Obtener el certificado de origen en el MIPRO.	Factura	
	3. Obtener el certificado fitosanitario en Agro calidad.	Certificado de origen	
	4. Elaboración de la declaración aduanera de exportación DAE.	Certificado	
	5. Establecer el contacto con la empresa de transporte para la elaboración del documento del transporte.	Fitosanitario	
	6. Establecer el contacto con el banco para la elaboración de la carta de crédito de exportación.	Certificación de comercio justo	

FLUJOGRAMA
Inicio Elaboración de factura comercial Obtención de certificado de origen. fitosanitario Establecer contacto con la empresa de transporte Establecer contacto con el banco Elaboración de documentos Fin

MEDICIÓN Y SEGUIMIENTO DEL PROCESO				
INDICADOR	FORMA DE CÁLCULO	ESTÁNDAR/ META	PERIODICIDAD DE CÁLCULO	RESPONSABLE
Documentos	Numero de documentos requeridos	1 día	semestral	Operador de Comercio Exterior

DETERMINACIÓN DE RECURSOS RELACIONADA CON EL PROCESO
--

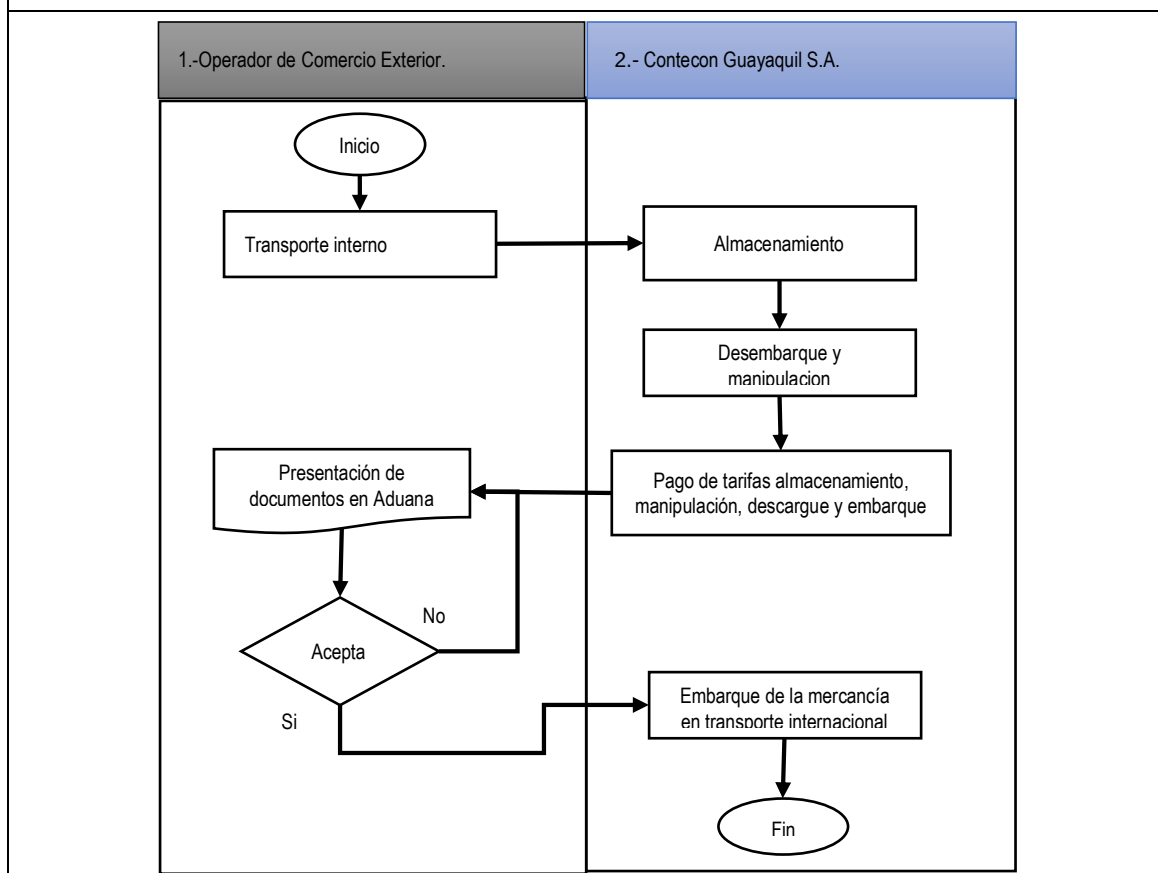
RECURSO HUMANO	INFRAESTRUCTURA	AMBIENTE DE TRABAJO
Operador de Comercio Exterior	Equipos de cómputo, papelería de oficina	Atmosfera relajada y productiva
REVISADO	APROBADO	FECHA
Operador de Comercio Exterior	Gerente Café MEGF Golondrinas	DIA. MES. AÑO

Elaborado por: Jimmy Valdivieso

Cuadro N° 8 Manual de procedimiento operativo Distribución Logística

Distribución Logística		Código:	NIC-001
		Versión:	001
		Páginas:	1-1
Objetivo:	Realizar el proceso de comercialización de café gourmet a través de la certificación de comercio justo		
Alcance:	Enviar el café gourmet desde el país de origen hasta el país de destino cumpliendo el término de INCOTERMS utilizado en la negociación.		
Responsable	DETALLE	Documento	
Operador de Comercio Exterior	1. Cargar la mercadería al medio de transporte 2. Realizar el transporte interno, traslado de la mercadería hasta el puerto de embarque. 3. Contratar el almacén temporal para el almacenamiento en el puerto de Guayaquil 4. Manipulación y embarque de la mercadería coordinando con la empresa naviera 5. Contratar el seguro internacional de la mercadería 6. Transporte internacional de la mercadería Guayaquil, Ecuador hacia puerto marítimo de Bremen Alemania.	Lista de empaque Manifiestos Declaración aduanera de exportación Documento de transporte	

FLUJOGRAMA



MEDICIÓN Y SEGUIMIENTO DEL PROCESO				
INDICADOR	FORMA DE CÁLCULO	ESTÁNDAR/ META	PERIODICIDAD DE CÁLCULO	RESPONSABLE
DFI	Despachos realizados	1 día	semestral	Operador de Comercio Exterior
DETERMINACIÓN DE RECURSOS RELACIONADA CON EL PROCESO				
RECURSO HUMANO	INFRAESTRUCTURA		AMBIENTE DE TRABAJO	
Operador de Comercio Exterior y Café MEGF Golondrinas	Equipos de cómputo, papelería de oficina		Atmosfera relajada y productiva	
REVISADO	APROBADO		FECHA	
Operador de Comercio Exterior	Gerente Café MEGF Golondrinas		DIA. MES. AÑO	

Elaborado por: Jimmy Valdivieso

5.4.1.7. Presentación del producto

El café gourmet “La Casa Nuestra Tulcán”, necesita un empaque que ayude a mantener fresco y protegido, su presentación es de 350 gramos, su medida en alto es de 24 centímetros, 9 centímetros de largo y 2,5 centímetros de ancho. Además la presentación del producto contará con el logotipo de la certificación de comercio justo, como el país de destino es Alemania este incluirá una empaque en idioma alemán, su etiqueta describe instrucciones de preparación, información nutricional, ingredientes, empresa importadora y elaborado por Café MEGF Golondrinas Maldonado – Carchi - Ecuador.

Gráfica N° 57 Presentación del producto Café gourmet



5.4.1.8. Embalaje del producto

El embalaje para la exportación de café gourmet “la Casa Nuestra Tulcán” será en cajas de cartón corrugado, usando los pictogramas adecuados indicando que su contenido es frágil, con el fin de lograr la correcta manipulación de la mercancía desde origen hasta destino.

Las dimensiones de la caja serán de 30 cm de ancho, 40 cm de largo y 25 cm de alto, espacio considerado para almacenar 48 unidades de café gourmet, los empaques serán afilados en tres filas, a lo largo se ubican 16 empaques de 350 gramos por fila.

Ilustración N° 13 Cartón corrugado para café gourmet



Fuente: macropackecuador.com

5.4.2. DISTRIBUCIÓN FÍSICA INTERNACIONAL

El transporte internacional a utilizar es marítimo, ya que sus tarifas son menos costosas en comparación al transporte aéreo, según la pagina web searates.com, transportar 117142 bolsas de café de 350 gramos por via aérea tendria un costo de 2055 USD y por via marítima costaría 1532 USD, además el café puede durar hasta un año por lo cual no tendría complicaciones en ser transportado por via marítima.

5.4.2.1. Datos Básicos Producto, embarque e información adicional.

Tabla N° 79 Cubicaje Cajas

CALCULO DE CUBICAJE Año 2016	EMPAQUE UNIDAD	EMBALAJE CAJA	ESTIMACIÓN DEL ESPACIO
Nº de unidades	117142	48	2441
Largo mts	0,09	0,4	4
Alto mts	0,24	0,25	1
Ancho mts	0,025	0,3	12

volumen total del embarque m3	0,00054	0,03	55,556
Peso por unidad kg	0,35	16,8	48
Peso total del embarque ton	0,0004	0,017	48

Fuente: Investigación Bibliográfica

Elaborado por: Jimmy Valdivieso

La capacidad de la caja de embalaje de la caja corrugada para exportación de café gourmet es de 48 empaques de 350 gramos por caja, para el año 2016 tiene una oferta exportable de 117142 empaques de café gourmet, por lo cual se necesitará 2441 cajas para exportar dicha cantidad al mercado de Alemania.

Tabla N° 80 Cubicaje Pallets

CALCULO DE CUBICAJE	EMPAQUE UNIDAD	EMBALAJE PALLET	ESTIMACIÓN DEL ESPACIO
Nº de unidades	2441	72	34
Largo mts	0,4	1,2	3
Alto mts	0,25	2,0	8
Ancho mts	0,3	1	3
volumen total del embarque m3	0,03	2,4	80
Peso por unidad kg	16,8	1209,6	72
Peso total del embarque ton	0,0168	1,210	72

Fuente: Investigación Bibliográfica

Elaborado por: Jimmy Valdivieso

La capacidad de los pallets para exportación de cajas corrugadas de café gourmet es de 72 cajas por pallet, para el año 2016 tiene una oferta exportable de 2441 cajas de café gourmet, por lo cual se necesitará 34 pallets para exportar dicha cantidad al mercado de Alemania.

Tabla N° 81 Cubicaje Transporte Interno

CALCULO DE CUBICAJE	EMPAQUE / EMBALAJE PALLETS	UNIDAD DE CARGA CAMIÓN RÍGIDO DE TRES EJES	ESTIMACIÓN DEL ESPACIO
Nº de unidades	34	12	3
Largo mts	1,2	7,2	6
Alto mts	2,0	2,3	1
Ancho mts	1	2,35	2
volumen total del embarque m3	2,4	38,916	16,215
Peso por unidad kg	16,8	201,6	12
Peso total del embarque ton	0,0168	0,202	12

Fuente: Investigación Bibliográfica

Elaborado por: Jimmy Valdivieso

Las carreteras que unen a la parroquia de Maldonado con el Ecuador son de tercer orden es decir vías de tierra, según el Ministerio de Obras Publicas (MOP) califica a esta carretera como corredores arteriales y vías colectoras con área vial necesaria para evitar caos, se necesita transporte interno para ser trasladado el café gourmet desde la empresa Café MEGF Golondrinas hasta el puerto marítimo de Contecon Guayaquil S.A., de tal manera el transporte idóneo es un camión rígido de tres ejes con capacidad de 18 toneladas, este tipo de transporte tiene facilidad para transitar en la estrecha carreta de mal estado y evitar posibles riesgos de volcamiento de la carga. Para exportar la capacidad de producción del año 2016 se necesita 3 unidades de tracto camión de tres ejes, cada uno con capacidad para cubicar 34 pallets para ser exportados al mercado de Alemania.

Ilustración N° 14 Camión rígido de 3 Ejes de 18 Toneladas



Fuente: brightlogisticsco.com

Tabla N° 82 Cubicaje Contenedor para Transporte Internacional

CALCULO DE CUBICAJE	EMPAQUE / EMBALAJE PALLETS	UNIDAD DE CARGA CONTENEDOR 40 PIES	ESTIMACIÓN DEL ESPACIO
Nº de unidades	34	20	2
Largo mts	1,2	12,03	10
Alto mts	2,0	2,35	1
Ancho mts	1	2,39	2
volumen total del embarque m3	2,4	67,566495	28,153
Peso por unidad kg	16,8	336	20
Peso total del embarque ton	0,0168	0,336	20

Fuente: Investigación Bibliográfica

Elaborado por: Jimmy Valdivieso

Para la exportación de café gourmet, el medio de transporte internacional es el transporte marítimo justificado por sus bajos costos de flete internacional y el producto a exportar no es perecible, de tal forma se necesita alquilar contenedores HIGH CUBE 40 pies Standard, de la llegada del transporte interno a las instalaciones de Contecon Guayaquil S.A., se realiza una re-estiba para ser reubicada la carga en un contenedor para ser exportado por vía marítima, para el año 2016 se necesita 2 contenedores, cada uno para ser cubicado 34 unidades de pallets.

Tabla N° 83 Proyección de Cubicaje 2016 - 2020

Oferta			Distribución Logística						
año	tn	Kg	Peso unitario	Número de unidades Café gourmet	Numero de cajas	Numero de pallets	Numero de camión rígido tres ejes	Número de contenedores 40 pies	Numero de envíos al año
2015	36	36000	0,35	102857	2143	30	3	2	1
2016	41	41000	0,35	117142	2441	34	3	2	1
2017	48	47800	0,35	136571	2846	40	4	2	1
2018	55	54600	0,35	156000	3250	46	4	3	1
2019	61	61400	0,35	175428	3655	51	5	3	1
2020	68	68200	0,35	194857	4060	57	5	3	1
2021	75	75000	0,35	214285	4465	63	6	4	1

Fuente: Investigación Bibliográfica

Elaborado por: Jimmy Valdivieso

La oferta exportable de café gourmet de Café MEGF Golondrinas tiene una proyección creciente por lo cual cada año va a variar su distribución de cubicaje en cajas, pallets, camión rígido tres ejes y contenedor de 40 pies, por lo cual la tabla 83 detalla la capacidad necesaria para el cubicaje del café gourmet en la proyección de los próximos 5 años donde se desarrollan una exportación al año, estas proyecciones servirán para calcular costos de operación de exportación.

5.4.2.2. Información básica del producto

Para el desarrollo del café gourmet “La Casa Nuestra Tulcán” y su comercialización en el mercado de Alemania es necesario conocer la información específica que tendrá el producto.

Tabla N° 84 Información básica de producto

INFORMACIÓN BÁSICA DEL PRODUCTO	
Nombre técnico o comercial del producto	Café tostado sin descafeinar
Posición arancelaria en el país exportador	0901.21.00.00
Posición arancelaria en el país importador	0901.21.00.00
Unidad comercial de venta	Unidad de 350 gramos
Moneda de transacción	Dólar americano USD
Valor ex-work de la unidad comercial (Instalaciones de Café MEGF Golondrinas)	5,09 USD

Fuente: Investigación Bibliográfica

Elaborado por: Jimmy Valdivieso

Tabla N° 85 Información básica de embarque

INFORMACIÓN BÁSICA DEL EMBARQUE	
País de origen	Ecuador
Ciudad de punto de embarque	Guayaquil
Puerto marítimo de origen	Contecon Guayaquil S.A.
País de destino	Alemania
Puerto marítimo de destino	Puerto marítimo de Bremerhaven
Ciudad de punto de destino	Bremen
Tipo de embalaje	caja
Tipo de unidad de carga	Contenedor de 40 pies

Fuente: Investigación Bibliográfica

Elaborado por: Jimmy Valdivieso

Según la pagina web de searates.com, facilita información referente a cotización y planeador logístico de rutas, de tal manera el transporte marítimo tiene como ruta directa a Alemania atraves del puerto marítimo de origen de Contecon Guayaquil S.A., hasta llegar al puerto marítimo de destino de Bremerhaven de la ciudad de Bremen, se selecciona esta ruta por motivos de bajos costos de transporte internacional.

Tabla Nº 86 Información Adicional

INFORMACIÓN ADICIONAL	
Termino de negociación	FOB
Forma de pago	CARTA CRÉDITO
Plazo	0 días
Tipo de cambio EURO y USD 2016	1 EUR = 1,10589 USD
% tasa de seguro	2%
Porcentaje de tasa pasiva de interés anual	7,88%
Tasa promedio de inflación anual	4,50%
Inflación anual país de destino	1,50%

Fuente: Investigación Bibliográfica

Elaborado por: Jimmy Valdivieso

La negociación se la realiza en FOB ya que el comerciante certificado por el comercio justo al comprar en este termino de INCONTERMS, el puede conocer el precio del transporte y del seguro de transporte con anterioridad a la compra del producto. El conocimiento exacto de esos gastos por parte del comerciante del comercio justo, le va a facilitar la correcta ejecución de fijar un precio de compra.

Al comprar CIF o CFR, los gastos a la llegada siempre resultan elevados y por ello el exportador extranjero, al contratar el transporte internacional, sólo negocia lo que paga directamente el flete hasta el puerto de llegada, por lo cual podria cobrar lo que quiera al importador en concepto de gastos de llegada.

5.4.2.3. Análisis de costos de certificación de comercio justo para Café MEGF Golondrinas

La certificación de Comercio Justo se la realiza a través de la organización FLO-CERT, esta entidad certificadora tiene 4 agencias en todo el mundo, las cuales están ubicadas en las siguientes direcciones:

1. FLO-CERT GmbH – Alemania
2. FLO-CERT South Africa
3. FLO-CERT India
4. FLO-CERT Costa Rica

El costo de la certificación de comercio justo se realizó en base a las tablas número 9, 10 y 11, además sus cálculos son en base a los datos de la empresa Café MEGF Golondrinas productores del café gourmet, a continuación se presenta la tabla de costos de la certificación de comercio justo:

Tabla N° 87 Costos por Certificación de Comercio Justo

Descripción	Valor USD
Solicitud del Certificado Fairtrade	597
Solicitud para una excepción a los Criterios	228
Cuota de Certificación inicial 1er grado (325 productores)	2787
Cuota por producto adicional 1er grado (204 USD)	0
Cuota inicial para instalaciones de procesamiento 1er grado	239
Costos por auditoría (valores aproximados)	1200
Total	5051

Fuente: Flocert

Elaborado por: Jimmy Valdivieso

5.4.2.4. Costos país de exportación

Tabla N° 88 Costos país de exportación

COSTOS DIRECTOS PAÍS DE EXPORTACIÓN		
DESCRIPCIÓN	COSTO	TIEMPO DÍAS
Empaque y Etiquetado	19914,14	0,63
Embalaje	2000,75	0,06
Unitarización	20,00	0,00
Manipulación local X	30,00	0,02
Documentación	200,52	1,13
Transporte interno	600,00	0,13
Manipuleo Embarque	75,00	0,50
Agentes	178,08	0,25
COSTOS INDIRECTOS PAÍS DE EXPORTACIÓN		
Bancarios	5957,70	0,25
capital e inventario país de origen	194,14	2,95
TOTAL COSTO - TIEMPO DE LA DFI PAÍS EXPORTADOR	29170,33	2,95
VALOR ExWORK	595720,49	0,69
VALOR FCA	595770,49	2,58
VALOR FOB	602975,93	2,95

Fuente: Investigación Bibliográfica

Elaborado por: Jimmy Valdivieso

5.4.2.5. Costos tránsito internacional

Tabla N° 89 Costos Transito Internacional

ANÁLISIS DE COSTOS EN EL TRÁNSITO INTERNACIONAL		
COSTOS DIRECTOS	COSTO	TIEMPO EN DÍAS
FLETE INTERNACIONAL	1532,0	5,0
VALOR CFR	604507,9	8,0
SEGURO INTERNACIONAL	6029,8	0,0
VALOR CIF	610537,7	8,0
MANIPULEO DESEMBARQUE	84,0	0,5

COSTOS INDIRECTOS		
CAPITAL E INVENTARIO	419,5	5,5
COSTO DE LA DFI EN EL TRÁNSITO INTERNACIONAL	8065,3	5,5
VALOR DAT	611041,2	8,5

Fuente: Investigación Bibliográfica

Elaborado por: Jimmy Valdivieso

5.4.2.6. Costos país de importación

Tabla N° 90 Costos país de importación

ANÁLISIS DE COSTOS EN EL PAÍS IMPORTADOR		
COSTOS DIRECTOS IMPORTACIÓN	COSTO	DÍAS
Almacenamiento temporal	67,0	2,0
Manipuleo desembarque	84,0	0,5
Documentación	134,0	0,1
Agentes	154,0	0,0
Transporte interno	560,0	0,0
VALOR DAP	611956,2	11,1
Aduaneros	42737,6	incluido en agentes
COSTOS INDIRECTOS IMPORTACIÓN		
CAPITAL E INVENTARIO	0,0	2,6
COSTO DE LA DFI EN EL PAÍS IMPORTADOR	43736,6	2,6
VALOR DDP	654693,8	11,1
Precio (c/u) en país de destino	5,59	
MARGEN DE VENTAS (12%)	0,67	
PRECIO DE VENTA	6,26	

Fuente: Investigación Bibliográfica

Elaborado por: Jimmy Valdivieso

5.4.2.7. Precio Referencial del Café a nivel Mundial

Tabla N° 91 Precio referencial del Café gourmet

Año	Exportación Mundial de Café en USD	Exportación Mundial de Café en Kilogramos	Precio Unitario por KGS	Puntaje de tasa Café de Exportación	Puntaje de tasa Café Gourmet
				60	85,5
				Precio Unitario por 500 gramos	
2011	8.088.267.000	813.609.000	9,94	4,97	7,08
2012	8.235.154.000	840.615.000	9,80	4,90	6,98
2013	8.853.251.000	910.984.000	9,72	4,86	6,92
2014	9.635.013.000	989.442.000	9,74	4,87	6,94
2015	9.283.894.000	1.026.857.000	9,04	4,52	6,44
Promedio			9,65	4,82	6,87

Fuente: TradeMap

Elaborado por: Jimmy Valdivieso

Cabe destacar que el café de exportación tiene la tasa mínima de puntuación de 60 puntos sobre 100, por lo cual el café gourmet de Café MEGF Golondrinas fue calificado en la taza dorada del 2013 organizado por COFENAC con una puntuación de 85,5 sobre 100, de tal manera los precios del café varían por la calidad y para mayor apreciación en la tabla N° 91 se ha procedido a calcular un precio promedio en base a los datos históricos.

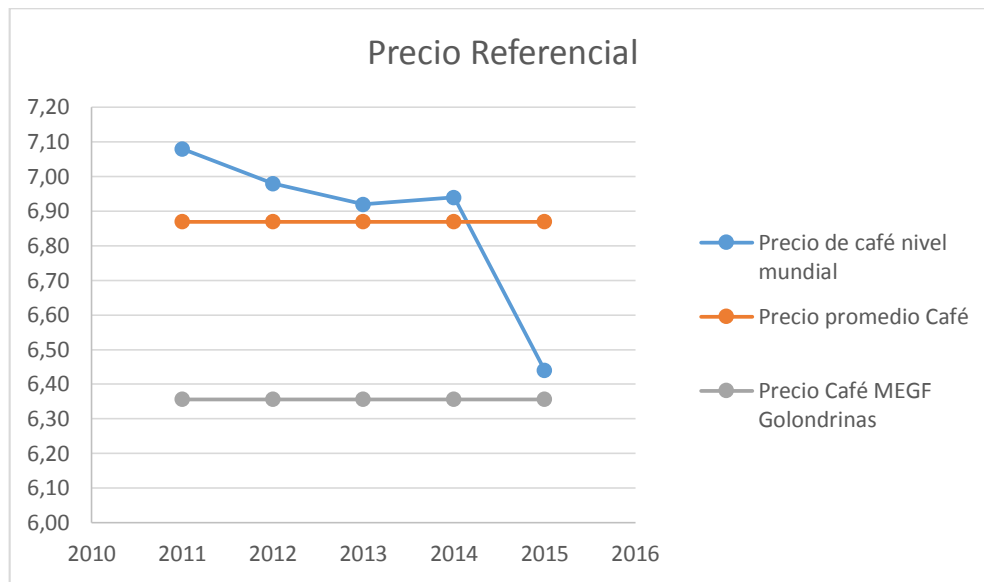
Tabla 92 Análisis de precios referenciales del Café

Año	Precio de café nivel mundial	Precio promedio Café	Precio Café MEGF Golondrinas
2011	7,08	6,87	6,38
2012	6,98		
2013	6,92		
2014	6,94		
2015	6,44		

Fuente: TradeMap

Elaborado por: Jimmy Valdivieso

Gráfica N° 58 Análisis de precios referenciales del Café



Fuente: TradeMap

Elaborado por: Jimmy Valdivieso

El precio del café gourmet de exportación de Café MEGF Golondrinas es inferior al precio referencial a nivel mundial, el precio promedio es de 6,87 USD y el precio de café gourmet de exportación es de 6,36 USD, su diferencia es de 51 centavos de dólar, de tal forma el precio tiene una oportunidad en el mercado aunque el precio del café esta con tendencia decreciente en el mercado internacional.

5.4.2.8. Canal de distribución

Las políticas de la certificación de comercio justo pretende reducir el número de intermediarios en el canal de distribución comercial, por ello interactúan los pequeños productores y comerciantes certificados del comercio justo, ellos pueden comprar, vender o transformar el producto, el tipo de canal de distribución utilizado es indirecto y los puntos de venta de productos del comercio justo están en todas las cadenas de distribución como son:

- Retail
- Tiendas virtuales
- Red comercial omnicanal

- Pequeñas tiendas
- Restaurantes gourmet
- Menú de aviones y en algunos países en menú trenes.

A nivel mundial existen 669 comerciantes de café arábica certificados por el comercio justo (datos obtenidos en el 2016), la gran mayoría se encuentran en los países Europeos ya que estos poseen la red europea de tiendas del mundo en sus siglas en ingles llamadas NEWS, las cuales se encuentran en más de 2700 almacenes en 13 países, como lo muestra la siguiente ilustración:

Ilustración N° 15 Comerciantes de café arábica a nivel mundial



Fuente: Flocert

Tabla Nº 93 Lista de comerciantes de café arábica del comercio justo en Alemania 2016

Nº	COMERCIANTE DEL COMERCIO JUSTO
1	Anton Hensler GmbH & Co. KG
2	Azul-Kaffee GmbH & Co. KG
3	Benecke Coffee GmbH & Co. KG
4	Bernhard Rothfos GmbH
5	Coffein Compagnie Dr. Erich Scheele GmbH & Co. KG
6	Crefelder Ltd.
7	Deutsche Extrakt Kaffee GmbH
8	Deutsche Extrakt Kaffee GmbH Berlin
9	Dinzler Kaffeerösterei AG
10	Dr. Otto Suwelack Nachf. GmbH & Co. KG
11	Efico GmbH
12	El Puente Import und Vertrieb GmbH
13	Eugen Atté GmbH
14	Fair Karma GmbH
15	Gebr. Westhoff / Roh + Röstkaffee KG
16	GEPA mbH
17	Gollücke & Rothfos GmbH
18	Harry's Kaffeerösterei
19	Heimbs Kaffee GmbH & Co. KG
20	J. J. Darboven Holding AG & Co. KG
21	Kaffee Braun GmbH
22	Kaffee Import Compagnie GmbH
23	Kaffeecompagnie, Kaffeerösterei Mössingen
24	Kaffeerösterei H. von Pfingsten
25	Kaffeerösterei Hubert Tempelmann GmbH & Co. KG
26	Kater GmbH
27	K-free System GmbH
28	kopiba GmbH
29	Langen Kaffee GmbH & Co. KG
30	Lanwehr GmbH
31	List & Beisler GmbH
32	Ludwig Weinrich GmbH & Co. KG
33	Martin Bauer GmbH & Co. KG
34	Melitta Europa GmbH & Co. KG
35	Milcafea GmbH
36	Niehoffs Kaffeerösterei GmbH
37	Norddeutsche Kaffeewerke GmbH
38	Original Food GmbH

39	Rösterei Wissmüller GmbH & Co. KG
40	Röstfein Kaffee GmbH
41	Schröers Privatrösterei
42	Tchibo GmbH
43	Tres Cabezas Berlin GbR
44	W. Machwitz GmbH
45	Wertform GmbH
46	Wertform GmbH

Fuente: Flocert

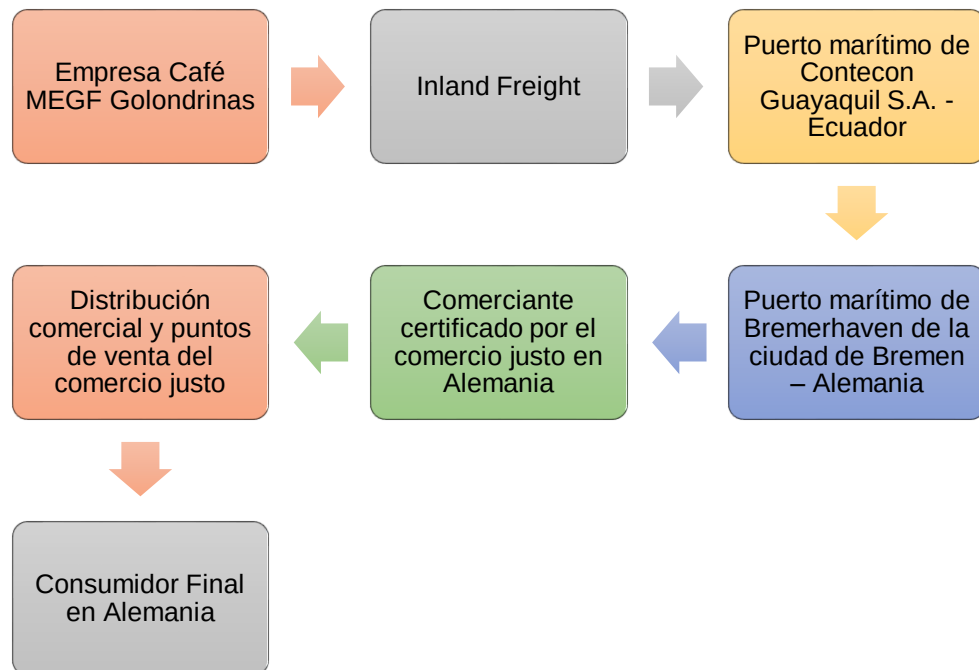
Elaborado por: Jimmy Valdivieso

El medio para la distribución del café gourmet comienza con la empresa Café MEGF Golondrinas ubicada en la parroquia de Maldonado provincia del Carchi - Ecuador, en su calidad de exportador a través de su operador de comercio exterior, se contacta con los comerciantes certificados del comercio justo en Alemania, según la tabla N° 93 hay posibilidad de negociar con 46 comerciantes de café, se establece la negociación en termino FOB y el medio de pago es la carta de crédito, se utiliza este medio de pago porque garantiza la compra y venta de un producto brindándole seguridad al exportador e importador, las cartas créditos pueden ser revocables, irrevocables y a su vez pueden transformase en créditos confirmados, sin confirmar, back to back, clausula roja, clausula verde, transferible, divisible, rotativas y stand by, pero las mas utilizadas son las cartas créditos a la vista y a plazos. Dado por el término de INCOTERMS la contratación del transporte interno o Inland Freight (se conoce como inland freight al transito terrestre de las mercancías hasta el sitio de despacho, bien sea puerto o aeropuerto) en Ecuador es obligación de Café MEGF Golondrinas hasta llevarlo a la ciudad de Guayaquil e ingresarlo al puerto marítimo de Contecon Guayaquil S.A., una vez la carga este a borde del buque las obligaciones son del comerciante del comercio justo, el puerto de destino dado por la ruta logística marítima es el puerto de Bremerhaven de la ciudad de Bremen – Alemania, lugar donde podrá tomar varias opciones de distribución para sus puntos de ventas o transformación de la materia prima, entre la mas utilizadas en el comercio justo son: Retail, tiendas virtuales, red

comercial omnicanal, pequeñas tiendas, restaurantes gourmet y menú de aviones y en algunos países en menú trenes.

El canal de distribución que se utiliza es directo, ya que en la comercialización del café gourmet solo intervienen el productor y comerciante certificados por el comercio justo, sin la necesidad de otros intermediarios.

Gráfica N° 59 Canal de distribución



Fuente: Searates.com

Elaborado por: Jimmy Valdivieso

5.5.3. EVALUACIÓN FINANCIERA

5.5.3.1. Inversión inicial

Se determina la inversión inicial en base a los activos fijos, capital de operación y gastos de constitución necesarios para funcionar en los años proyectados de la investigación.

Tabla N° 94 Inversión inicial

Inversión Inicial	
Concepto	Valor
Inversión Fija	2.305
Capital de Operación	217.592
Gastos de Constitución	780
Total Inversión Inicial	220.677

Elaborado por: Jimmy Valdivieso

Los activos fijos incluyen Muebles y enseres, equipos de cómputo y materiales de papelería, todo esto necesario para las operaciones de la oficina de comercio exterior de Café MEGF Golondrinas.

La tabla muestra en resumen todos los gastos y costos anteriormente mencionados, de tal manera se necesita 220677 dólares para que la empresa empiece a operar sus actividades productivas de exportación, para esta cantidad se realiza una estructura financiera como lo muestra la siguiente tabla:

Tabla N° 95 Estructura de Financiamiento

Estructura de Financiamiento - con financiamiento		
Concepto	Participación	Valor
Capital Propio	60%	132.406
Capital Ajeno	40%	88.271
Total	100%	220.677

Fuente: Investigación Bibliográfica

Elaborado por: A Jimmy Valdivieso

El financiamiento se lo puede realizar a través de Fairtrade Access Fund (“Fondo de Acceso Fairtrade”), ha sido diseñado para responder a las necesidades de financiamiento y asistencia técnica que enfrentan las organizaciones de pequeños productores de comercio Justo.

El Fondo de Acceso Fairtrade ofrece varias opciones de financiamiento:

- **Préstamos a largo plazo (1-5 años)**

Estos préstamos permiten a la organización fortalecer su negocio y planear a largo plazo, por ejemplo mediante créditos para la renovación de cultivos, mejoras a la finca, equipos, instalaciones de procesamiento adquisición de equipos y preparación para el cumplimiento con la certificación Fairtrade.

- **Capital de trabajo (hasta 12 meses)**

Estos préstamos proporcionan capital de trabajo para la compra de fertilizantes, herramientas, maquinaria liviana y otros insumos agrícolas que sus miembros requieran.

EXPERIENCIA DE ÉXITO

A finales de 2013, la Unión de Cooperativas San Juan del Rio Coco (UCA) en Nicaragua recibió un préstamo del Fairtrade Access Fund (FAF) por USD 550,000 a un plazo de 5 años incluyendo 2 años de gracia para financiar la compra de maquinaria y fortalecer el programa de renovación y rejuvenecimiento de 605 manzanas (mz) de café pertenecientes a 364 pequeños productores asociados a las cooperativas miembros de la UCA, que fueron severamente afectados por la roya. Adicional a los recursos financieros proporcionados por el FAF, la UCA proporcionó plantones e insumos orgánicos a los productores. Con la implementación de este programa se tiene planificado incrementar progresivamente la producción hasta llegar a 16 QQ/mz en el quinto año, contribuyendo a la mejora de los ingresos de los pequeños productores participantes. (clac-comerciojusto.org, 2016)

Tabla N° 96 Capital de operación

Capital de Operación	
Concepto	Valor
Costos de Producción	581.820
Gastos Administrativos	13.901
Gastos de Ventas	66.123
Total Costo Anual	661.844
Total Costo Diario	5.440
Ciclo de caja	40
Capital de Operación	217.592

Elaborado por: Jimmy Valdivieso

El capital de operación incluye todos los costos de producción para elaborar el café gourmet, de tal manera necesita de materia prima, mano de obra, costos indirectos de fabricación, además de todos los suministros utilizados que de una u otra manera son indispensables para la empresa. El costo total anual de la operación es de 661.844 USD con un costo diario de 5.440 USD, el ciclo de caja es realizado cada 40 días lo que significa que se necesitan 217.592 USD anuales para que la empresa continúe operando y pueda comercializar su producto.

Tabla N° 97 Activos diferidos - gastos de constitución

Activos Diferidos - Gastos de Constitución			Total
Concepto	Cantidad	Valor Un.	2016
Investigación y Diseños	1	200	200
Abogado	1	350	350
Permisos de operación	1	150	150
Inscripción - Superintendencia de Compañías	1	80,00	80
Total Activos Diferidos - Gastos de Constitución			780

Elaborado por: Jimmy Valdivieso

Se toman en cuenta estos valores ya que son requeridos para el proceso de constitución de operador de comercio exterior (OCE) en las exportaciones de café gourmet de la empresa Café MEGF Golondrinas, de tal manera necesita los permisos ante las autoridades pertinentes donde se requiere la representación de asuntos legales que deben ser resueltos por abogados.

5.5.3.2. Proyección de costos y gastos

En los costos de producción están incluidos todos aquellos recursos necesarios para la elaboración del café gourmet, teniendo en cuenta costo de materia prima, mano de obra, costos indirectos como empaque, embalaje y servicios básicos por año proyectado.

Las proyecciones son de cinco años, fueron calculadas teniendo en cuenta la tasa promedio de inflación anual 4,50% obtenida del promedio de la inflación entre los años 2011 a 2015.

Tabla N° 98 Costos de producción

Costos de Producción			Total	Proyección Costos de Producción				
Concepto	Cantidad	Valor Un.	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Materia Prima			527.139	642.208	733.571	824.929	916.291	1.007.649
Café gourmet	117.142	4,50	527.139	642.208	733.571	824.929	916.291	1.007.649
Mano de Obra			31.686	36.209	39.004	42.014	45.257	48.750
Obreros	5	400	31.686	36.209	39.004	42.014	45.257	48.750
Costos Indirectos de Fabricación:			22.995	26.436	28.716	33.777	39.234	45.114
Etiquetas	117.142	0,17	19.914	23.217	25.352	30.261	35.560	41.275
Cajas y pallets	117.142	0,02	2.001	2.091	2.185	2.283	2.386	2.493
Agua	12	30,00	360	376	393	411	429	449
Energía	12	40,00	480	502	524	548	572	598
Suministros	12	20,00	240	251	262	274	286	299
Total Costo de Producción			581.820	704.854	801.291	900.720	1.000.782	1.101.513

Elaborado por: Jimmy Valdivieso

Los costos de mano de obra no fueron proporcionados por Café MEGF Golondrinas debido a su privacidad de datos internos de la empresa, de tal manera solo fue proporcionado el valor de fábrica en producir un empaque de café gourmet el cual es de 4,50 USD los cuales se asume en la investigación que están incluidos gastos producción y mano de obra.

Los demás costos indirectos de fabricación solo corresponden a la creación de la oficina del operador de comercio exterior de la empresa Café MEGF Golondrinas la cual cumplirá con el rol de exportación.

Tabla N° 99 Gastos administrativos

Gastos Administrativos			Total	Proyección Gastos Administrativos				
Concepto	Cantidad	Valor Un.	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Sueldos	1	700	10.825	12.399	13.356	14.387	15.497	16.693
Servicios Básicos	12	20,00	240	251	262	274	286	299
Suministros de Oficina	12	10,00	120	125	131	137	143	150
Suministros de Limpieza	12	15,00	180	188	197	205	215	224
Útiles de Oficina	12	37,00	444	464	485	507	529	553
Teléfono	1	40,00	40	0	0	40	0	0
Grapadora	1	2,00	2	0	0	2	0	0
Perforadora	1	2,00	2	0	0	2	0	0
Calculadora	1	8,00	8	0	0	8	0	0
Arriendo	12	170,00	2.040	2.040	2.040	2.040	2.040	2.040
Depreciaciones (Equipo de cómputo)				519	519	519	538	538
Amortizaciones (Gastos de constitución)				156	156	156	156	156
Total Gastos Administrativos			13.901	16.142	17.145	18.276	19.404	20.653

Elaborado por: Jimmy Valdivieso

Así mismo se deben incurrir en gastos de exportación teniendo en cuenta el termino de negociación FOB, estos gastos se toman desde el valor de la unitarización, el empaque y embalaje ya no son tomados en cuenta porque forman parte de los costos indirectos de fabricación.

Tabla N° 100 Gastos de Exportación

Gastos de Ventas - Exportación			Total	Proyección Gastos de Exportación (Ventas)				
Concepto	Cantidad	Valor Unitario	2016	2017	2018	2019	2020	2021
CERTIFICACIÓN DE COMERCIO JUSTO	1	5.051	5.051	5.051	5.051	5.051	5.051	5.051
DOCUMENTACIÓN	1	201	201	210	229	261	311	388
TRANSPORTE	3	200	600	2.508	2.621	3.423	3.577	4.486
MANIPULEO DE EMBARQUE	1	75	75	78	82	86	89	93
AGENTES	1	178	178	186	203	232	276	345
COSTOS BANCARIOS	1	5.958	5.958	7.210	8.185	9.191	10.202	11.222
CAPITAL E INVENTARIO - PAÍS DE ORIGEN	1	194	194	235	267	300	332	366
FLETE INTERNACIONAL	3	1.532	4.596	4.596	6.894	6.894	6.894	9.192
SEGURO INTERNACIONAL	1	6.030	6.030	7.313	8.306	9.326	10.349	11.392
CAPITAL E INVENTARIO - TRANSITO INTERNACIONAL	1	419	419	508	576	647	718	791
MANIPULEO DE DESEMBARQUE	1	84	84	85	87	88	89	90
ADUANEROS	1	42.737,64	42.737,64	51.705,44	58.725,42	65.932,06	73.170,88	80.542
Total Gastos de Exportación (Ventas)			66.123,33	79.685,97	91.225,90	101.429,49	111.062,1	123.957

Elaborado por: Jimmy Valdivieso

5.5.3.3. Estados financieros

Intrínsecamente en los estados financieros se encuentra el balance general que específicamente es un resumen de todos los activos y pasivos que pasan a formar parte de la compañía, cabe mencionar que este balance es con financiamiento es decir tomando en cuenta el préstamo bancario realizado en el Fairtrade Access Fund (FAF) con una tasa de interés del 11,82% a un plazo de 36 cuotas mensuales, lo cual indica que es un pasivo a largo plazo.

Tabla N° 101 Balance General

Balance General - Con Financiamiento			
Activos Corrientes		Pasivos Corto Plazo	
Bancos	217.592	Deudas <1 Año	0
Total Activos Corrientes	217.592	Total Pasivos Corto Plazo	0
Activos Fijos		Pasivos Largo Plazo	
Edificios - Infraestructura	0	Préstamos Bancarios	88.271
Maquinaria y Equipo	55	Total Pasivos Largo Plazo	88.271
Muebles y Enseres	990	Total Pasivos	88.271
Equipo de Computo	1.260		
Total Activos Fijos	2.305		
Activos Diferidos		Patrimonio	
Gastos de Constitución	780	Capital Social	132.406
Total Activos Diferidos	780	Total Patrimonio	132.406
Total Activos	220.677	Total Pasivo + Patrimonio	220.677

Elaborado por: Jimmy Valdivieso

Otro estado financiero es considerado el estado de resultados donde se calcula la utilidad neta por cada año, para ello se detallan las unidades a comercializar y el precio de venta en termino de negociación FOB. Así mismo se incluyen a partir del año 2017 los intereses generados por la deuda adquirida, sin embargo la utilidad neta es favorable y se podría decir que el proyecto es rentable.

Tabla N° 102 Estados de resultados

Estado de Resultados - Con Financiamiento						
Detalle	2016	2017	2018	2019	2020	Año 2018
Ventas	744.623	910.261	1.028.679	1.147.677	1.269.394	1.385.218
Cantidad	117.142	136.571	156.000	175.428	194.857	214.285
Precio	6,36	6,67	6,59	6,54	6,51	6,46
- Costo de Ventas	581.820	704.854	801.291	900.720	1.000.782	1.101.513
Utilidad Bruta en Ventas	162.803	205.407	227.387	246.957	268.612	283.704
- Gastos Operacionales	80.024	95.828	108.371	119.706	130.466	133.149
Gastos Administrativos	13.901	16.142	17.145	18.276	19.404	9.192
Gastos de Ventas	66.123	79.686	91.226	101.429	111.062	123.957
Utilidad Operacional	82.779	109.579	119.016	127.252	138.146	150.555
- Gastos Financieros	0	9.053	5.803	2.147	0	0
Interés Bancario	0	9.053	5.803	2.147		
U.A.T.I	82.779	100.526	113.213	125.104	138.146	150.555
- 15% Particip. Trabajadores	12.417	15.079	16.982	18.766	20.722	22.583
Utilidad Antes de Impuestos	70.362	85.447	96.231	106.339	117.424	127.972
- 22% Impuesto a la Renta	15.480	18.798	21.171	23.395	25.833	28.154
Utilidad Neta	54.882	66.649	75.061	82.944	91.590	99.818

Elaborado por: Jimmy Valdivieso

5.5.3.4. Flujo de efectivo

Una vez realizados todos los cálculos incluidos costos, gastos, amortizaciones y depreciaciones se llega al flujo de efectivo que representa el valor real con que cuenta la empresa.

Tabla N° 103 Flujo de Efectivo Neto

Flujo de Efectivo Neto - Con Financiamiento						
Entradas de efectivo	Año 2016	Año 2017	Año 2018	Año 2019	Año 2020	Año 2021
Utilidad Neta	54.882	66.649	75.061	82.944	91.590	99.818
+ Depreciaciones	0	519	519	519	538	538
+ Amortizaciones	0	156	156	156	156	156
Liquidación del Proyecto						
Recuperación Capital de Operación						
Total Entradas	54.882	67.324	75.736	83.619	92.284	100.512
Salidas de Efectivo	Año 2016	Año 2017	Año 2018	Año 2019	Año 2020	Año 2021
Inversión Inicial	220.677					
Amortización de la Deuda		26.038	29.288	32.944		
Reposición de Activos				1.317		
Total Salidas	220.677	26.038	29.288	34.261	0	0
= Flujo de efectivo Neto	-165.795	41.285	46.447	49.358	92.284	100.512

Elaborado por: JimmyValdivieso

Año	FE	Fat. Act	FE Descontado
0	- 165.795		
1	41.285	0,9136	37.719
2	46.447	0,8347	38.769
3	49.358	0,7626	37.639
4	92.284	0,6967	64.294
5	100.512	0,6365	63.976
		ΣFE	242.397
		- I.I.	165.795
		VAN	76.602
		TIR	23,24%
		PR	3,16
		C/B	1,46

Después de analizar la tabla anterior se determina que el VAN es positivo y muy favorable con un valor de 76.602 USD, el valor de la TIR es 23,24% muy acorde al proyecto y al porcentaje de utilidad del producto que es 12%; si este porcentaje incrementa también lo haría la TIR.

Por otro lado está el periodo de recuperación que es de 3,16 lo que significa recuperar la inversión en aproximadamente en tres años y dos meses; por último existe la relación del costo-beneficio mayor a uno que indica que por cada dólar invertido se recupera 46 centavos de dolar.

5.5.3.5. Punto de equilibrio

En la tabla se muestra las cantidades mínimas del producto que se deben producir para no causar pérdidas en la empresa Café MEGF Golondrinas, aquí se incluye el margen de utilidad del 12%, las unidades producidas después del punto de equilibrio generan los beneficios o utilidades para la compañía.

Tabla N° 104 Punto de equilibrio

Punto de Equilibrio - Con Financiamiento												
	2016		2017		2018		2019		2020		2021	
Costo de Producción	Fijos	Variables	Fijos	Variables	Fijos	Variables	Fijos	Variables	Fijos	Variables	Fijos	Variables
MPD		527.139		642.208		733.571		824.929		916.291		1.007.649
MOD	31.686		36.209		39.004		42.014		45.257		48.750	
Costos Indirectos Fabricación												
Etiquetas		19.914		23.217		25.352		30.261		35.560		41.275
Cajas y pallets		2.001		2.091		2.185		2.283		2.386		2.493
Agua		360		376		393		411		429		449
Energía		480		502		524		548		572		598
Suministros		240		251		262		274		286		299
Arriendo	2.040		2.040		2.040		2.040		2.040		2.040	
Depreciaciones Edificios y maquinaria	958	0	958	0	958	0	99	0	99	0	99	0
Total Costo de Producción	34.684	550.134	39.207	668.645	42.002	762.287	44.153	858.705	47.396	955.525	50.889	1.052.763
Gastos Operacionales	13.901	66.123	16.142	79.686	17.145	91.226	18.276	101.429	19.404	111.062	9.192	123.957
Gastos Administrativos	13.901		16.142		17.145		18.276		19.404		9.192	
Gastos de Exportación		66.123		79.686		91.226		101.429		111.062		123.957
Gastos Financieros	0		9.053		5.803		2.147		0		0	
Interés Bancario			9.053		5.803		2.147					
Costos y Gastos Totales	48.584	616.257	64.402	748.331	64.950	853.513	64.577	960.135	66.800	1.066.587	60.081	1.176.720
Unidades	117.142		136.571		156.000		175.428		194.857		214.285	
Costos y Gastos Unitarios	0,41	5,26	0,47	5,48	0,42	5,47	0,37	5,47	0,34	5,47	0,28	5,49
Total Costos y Gastos Unitarios	5,68		5,95		5,89		5,84		5,82		5,77	
% Utilidad	12%		12%		12%		12%		12%		12%	
Precio de venta Unitario	6,36		6,67		6,59		6,54		6,51		6,46	
P. Eq. Unid. = Costos Fijos / (P - CV)	44.337		54.316		57.844		60.406		64.182		61.749	

Elaborado por: Jimmy Valdivieso

5.6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.6.1. Conclusiones de la propuesta

- Debido a la política de comercio justo elimina cualquier intermediario innecesario por lo cual el estudio enfoca la necesidad de constituir una oficina de comercio exterior que será parte de la empresa Café MEGF Golondrinas, estará ubicado en la ciudad de Guayaquil lugar estratégico por su cercanía al puerto marítimo de Contecon, además solo requiere de una persona para desempeñar las actividades de exportación del café gourmet.
- Los costos de adquisición de la certificación de comercio justo no son costosos lo cuales no afectan a incrementar el precio de venta del café gourmet, pero esta se debe renovar cada año, además Fairtrade Access Fund (FAF) es la institución financiera del Comercio Justo quien apoya a los pequeños productores con prestamos a largo plazo.
- La negociación se la realiza en término de Incoterm FOB y el precio de venta de cada empaque de café gourmet de 350 gramos es de 6,36 USD con margen de utilidad del 12%, por lo cual el precio de venta del café gourmet es inferior al precio referencial del mercado mundial, su diferencia varía en 51 centavos de dólar lo cual genera una oportunidad para Café MEGF Golondrinas en mantener en un precio competitivo.
- El estudio enfoca que el canal de distribución tiene un modelo inclusivo ya que existe 669 comerciantes de café arábica a nivel mundial con certificación de comercio justo, para el mercado de Alemania posee 46 comerciantes certificados los cuales dan oportunidad a generar futuras negociaciones con los productores de café MEGF Golondrinas.

- La evaluación financiera dio como resultado un VAN positivo, la TIR es de 23,24%, el periodo de recuperación se dará en tres años y dos meses, la relación de costo-beneficio es mayor a 1, lo que significa que el proyecto es rentable por tal es aceptable.

5.6.2. Recomendaciones de la propuesta

- Buscar nuevas alternativas de mercados del comercio justo, al igual que establecer nuevos contactos con comerciantes certificados del comercio justo, esto ayudará a posicionar con seguridad el producto entre los varios nichos de mercados internacionales.
- Realizar a futuro nuevas formas de presentación del empaque del café gourmet, sobretodo que vayan acorde a las necesidades y normas técnicas que exijan los mercados internacionales con la certificación de comercio justo.
- Implementar mecanismos de producción para protegerse de enfermedades como la Roya en el café, ya que estos podrían llegar afectar en incumplir la cantidad negociada con los comerciantes de comercio justo.
- Adecuar nuevas formas tecnológicas de distribución comercial de los productos del comercio justo a través de la red comercial omnicanal.
- Aprovechar las oportunidades de financiamiento que otorga Fairtrade Access Fund (FAF).

Referencias Bibliográficas

- Actas de fijación de precios - MAGAP - MIPRO.* (2015). Obtenido de <http://www.cofenac.org/precios/precios.php?fechamin=Semana%20del%2023%20al%2029%20de%20Febrero>
- AGENCY, B. D. (2013). *BTC*. Obtenido de <http://www.btcctb.org/en/news/el-buen-caf%C3%A9-se-encuentra-en-carchi>
- ANACAFÉ. (2012). Obtenido de http://www.anacafe.org/glifos/index.php/13NOT:INT_Cafe_gourmet_seleccion_mejor_grano
- Araya, L. (2009). El Proceso de la Internacionalización de Empresas. *DIALNET*, 19.
- brightlogisticsco.com.* (2016). Obtenido de http://www.brightlogisticsco.com/es/?page_id=146
- Cárdenas Muñoz, M. (2014). Análisis del aporte del comercio justo a las exportaciones. Cuenca, Ecuador.
- CECJ. (2016). *Coordinadora Ecuatoriana de Comercio Justo*. Obtenido de <http://www.cecjecuador.org.ec/>
- CobusGroup.* (2015). Obtenido de <http://www.cobusecuador.ec/html2/index.html>
- COFENAC. (2015). Obtenido de <http://www.cofenac.org/>
- Coordinadora Estatal de Comercio Justo.* (2016). Obtenido de <http://comerciojusto.org/que-es-el-comercio-justo/>
- COORDINADORA ESTATAL DE COMERCIO JUSTO. (2016). Obtenido de <http://comerciojusto.org/que-es-el-comercio-justo/definicion/los-10-principios-internacionales/>
- Cotera, A. (02 de Noviembre de 2014). *Comercio Justo Sur - Sur*. Obtenido de http://www.gresp.org.pe/recursos_publicaciones/Comercio%20justo%20sur-sur.pdf
- Cubillos, E. (2016). *Comercio Justo, Bueno para todos*. Obtenido de <http://www.comerciojusto.cl/>

Curso de Exportación/Importación. (2010). Obtenido de <https://comercioexterior7.wordpress.com/2010/12/01/formas-de-introducirnos-en-los-mercados-exteriores-i/>

economiaennube. (2012). Obtenido de <http://economiaennube.blogspot.com/2012/09/la-paridad-del-poder-adquisitivo.html>

Estrada Heredia, P., & Estrada Cevallos, R. (2013). *Como hacer Exportaciones*. Quito: Empresdane Graficas Cía Ltda.

Fairtrade Internacional. (2016). Obtenido de <http://www.fairtrade.net/>

FAIRTRADE.NET. (2016). *TABLA DE PRECIOS MÍNIMOS Y PRIMA DE COMERCIO JUSTO FAIRTRADE*. Obtenido de http://www.fairtrade.net/fileadmin/user_upload/content/2009/standards/documents/2016-04-04_SP_Fairtrade_Minimum_Price_and_Premium_Table_PUBLIC.pdf

FLOCERT. (2015). Obtenido de <http://www.flocert.net/wp-content/uploads/2014/03/PC-FeeSysSPO-ED-26-es.pdf>

Forero, J. (2012). *Como lograr que el comercio justo sea una opcion sostenible de acceso a mercados para organizaciones de pequeños productores*. Obtenido de <http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/4609/1/UPS-QT02104.pdf>.

Foronda, A. (2012). *Análisis del comercio justo en Bolivia: Caso sector cafetelero (2000 - 2010)*. Obtenido de <http://bibliotecadigital.umsa.bo:8080/rddu/bitstream/123456789/3910/1/T-1465.pdf>.

Fridell, G. (2 de Novimebre de 2011). *Comercio justo neoliberalismo y desarrollo rural: una evaluacion histórica*. Obtenido de <http://www.flacso.org.ec/docs/i24fridell.pdf>.

Gedescos Blog. (2013). Obtenido de <http://www.gedescos.es/blog/que-hacen-los-brokers/>

González Almeida, S. P. (2014). *PROPUESTA DE IMPLEMENTACIÓN DE UN CLÚSTER EN LA ZONA INTAG, PARA LA INDUSTRIALIZACIÓN DE*

STEVIA Y ESENCIA DE CAFÉ, CON MIRAS DE IMPULSAR EXPORTACIONES DEL PRODUCTO ACORDE AL MERCADO FRANCÉS, A TRAVÉS DEL COMERCIO JUSTO.

- Herrera E., L., Medina F., A., & Naranjo L., G. (2014). *Tutoria de la Investigación Científica*. Ambato: Gráficas Corono Quito.
- La gran Enciclopedia de Economía. (2009). Obtenido de <http://www.economia48.com/spa/d/internacionalizacion-economica/internacionalizacion-economica.htm>
- La Página de Bedri Café . (2011). Obtenido de http://www.bedri.es/Comer_y_beber/Cafe/El_cafe_en_el_mundo.htm
- macropackecuador.com. (2016). Obtenido de <http://www.macropackecuador.com/productos.html>
- MAGAP. (2013). Obtenido de <http://www.agricultura.gob.ec/magap-decreto-estado-de-emergencia-para-controlar-la-roya-del-cafe/>
- Martínez Martelo, D., & Lombana Coy, J. (2013). En *PYME rutas para la exportación*. Barranquilla: UNIVERSIDAD DEL NORTE. Obtenido de <http://www.superame.com/exportacion-directa-y-exportacion-indirecta/>
- Martínez Martelo, D., & Lombana Coy, J. (2013). *PYME rutas para la exportación*. Barranquilla: Universidad del Norte. Obtenido de http://www.elblogdecomercioexterior.com/2012_06_01_archive.html
- MCBURNEY, M. (2010). *Las cadenas de valor del cafe orgánico comercio justo de INTAG y su impacto en el desarrollo local*. Obtenido de <http://repositorio.flacsoandes.edu.ec/handle/10469/3928>
- Mocada, E., Reyes, L., Hernández, J., & Flores, Z. (2006). *Comercio Internacional. una Vision General de los Instrumentos Operativos del Comercio Exterior*. España: Ideas Propias Publicidad .
- oanda.com. (2016). Obtenido de <https://www.oanda.com/lang/es/currency/historical-rates/>
- Pérez Toro, J. (2013). *Economía cafetera y desarrollo económico en colombia*. Bogotá: Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano. Obtenido de <http://infusionistas.com/category/infusiones-tisanas/>

- Plan nacional del buen vivir 2013 - 2017.* (2013). Obtenido de <http://www.buenvivir.gob.ec/objetivo-10.-impulsar-la-transformacion-de-la-matriz-productiva#tabs2>
- Portal virtual Pontificia Universidad Católica del Ecuador.* (2012). Obtenido de <http://www.puce.edu.ec/economia/efi/index.php/economia-internacional/12-teoria-clasica/71-teoria-de-la-ventaja-absoluta-de-adam-smith>
- Portilla, A. (2008). *El comercio justo como alternativa para el desarrollo equitativo.* Obtenido de <http://www.iica.int/Esp/organizacion/LTGC/DesRural/Publicaciones%20Desarrollo%20Rural/El%20comercio%20justo.pdf>
- Prefectura Carchi. (2014). Obtenido de <http://www.carchi.gob.ec/index.php/noticias/item/370-caf%C3%A9-del-carchi-catalogado-como-%E2%80%9Cgourmet%E2%80%9D-en-la-feria-binacional-regional-realizada-en-maldonado>
- PROECUADOR. (2011). *PERFIL DE CAFÉ EN ALEMANIA.* Obtenido de http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2015/02/PROECU_PPM2011_CAF%C3%89_ALEMANIA.pdf
- PROECUADOR. (2012). Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2013/04/GuiaCertificacionesweblow.pdf>
- PROECUADOR. (2015). *Perfil de Café en Alemania.* Obtenido de https://docs.google.com/viewerng/viewer?url=http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2015/09/PROEC_PPM2015_CAF%C3%89_ALEMANIA.pdf
- PROMPERÚ. (2009). Obtenido de <http://www.prompex.gob.pe/Miercoles/Portal/MME/descargar.aspx?archivo=4E4D4ECD-E11E-4D9C-8814-FDEA09526133.PDF>
- Rave, E. (2010). *Lupa Empresarial.* Obtenido de <http://www.ceipa.edu.co/lupa/index.php/lupa/article/view/106/206>

revistaencontexto.com. (2014). Obtenido de <http://www.revistaencontexto.com/roya-del-cafeto-una-plaga-que-perjudica-la-produccion-de-cafe-ecuatoriano-y-del-mundo/>

Samper, M., & Topik, S. (2012). Crisis y transformaciones del café. Bogotá: Editorial Pontificia Universidad Javeriana. Obtenido de <http://www.cafesiboney.com/loesencial/procesos/>

Serna, H. (2016). *GESTION ESTRATEGICA*. Obtenido de <http://gerest.es.tl/ANALISIS-POAM.htm>

slideshare.net. (2012). Obtenido de <http://es.slideshare.net/legiraldom/el-caf-y-su-historia-1>

Suramérica, A. p. (2013). *ANDES*. Obtenido de <http://www.andes.info.ec/es/noticias/cafe-altura-norte-ecuatoriano-busca-excelencia.html-0>

telégrafo, E. (2012). Obtenido de <http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/8/carchi-se-abre-paso-a-una-nueva-clase-de-cultivos-para-el-mercado-local-e-internacional>

Velazquez, E. (2012). CANALES DE DISTRIBUCIÓN Y LOGÍSTICA. México: RED TERCER MILENIO S.C. Obtenido de http://www.aliat.org.mx/BibliotecasDigitales/economico_administrativo/Canales_de_distribucion_y_logistica.pdf

Anexos

Anexo 1 Oficio de Autorización Café gourmet "La Casa Nuestra Tulcán"



Tulcán, 13 de Julio del 2015

AUTORIZACIÓN

Quien suscribe, Abg. Cristian Benavides, propietario del proyecto de emprendimiento Café gourmet "La Casa Nuestra Tulcán", ubicado en la ciudad de Tulcán-provincia del Carchi-Ecuador, me comprometo con el Sr. Jimmy Alexander Valdivieso Aslalema con numero de cedula 0401550058, estudiante de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi de la escuela de Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional, a colaborar con la información que necesite para el desarrollo de su proyecto de titulación denominado: "Internacionalización de café gourmet "La Casa Nuestra Tulcán" y las redes de comercio justo".

Sin otro particular y para constancia establezco mi firma.


Abg. Cristian Benavides.
Firma
 Msc. Cristian Benavides
Abogado
Mat. 04-2009-11

Anexo 2 Oficio de Autorización de entrevista a Café MEGF Golondrinas



PRO ECUADOR
INSTITUTO DE PROMOCIÓN DE
EXPORTACIONES E INVERSIONES



Tulcán, 11 de octubre del 2015.

LA OFICINA REGIONAL ZONA 1, DEL INSTITUTO DE PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES E INVERSIONES EXTRANJERAS.

A solicitud de la parte interesada.

C E R T I F I C A.

Que el señor: **Jimmy Alexander Valdivieso Aslalema**, con cédula N° 0401550058, realizó formación práctica y consultas en la Oficina Regional de Pro Ecuador Zona 1, en temas de Oferta Exportable, Barreras de Acceso a Mercados, y Estudios de mercado Internacional en el periodo de septiembre del 2015 a septiembre del 2016.

Teniendo en cuenta el gran interés de desarrollar su tesis con un enfoque de Exportación y apoyo a los productores de la asociación MEGF Golondrinas con número de identificación empresarial: 0401242730001 representada por el señor gerente de la organización Señor Marcelo Meneses, con entrevistas claves vía skype y visitas a la empresa por agendamiento de la oficina zonal.

Es todo cuanto puedo aseverar en honor a la verdad.

Atentamente.

Ing. Oscar Alejandro Ruano Orellana.



PRO ECUADOR
INSTITUTO DE PROMOCIÓN DE
EXPORTACIONES E INVERSIONES

**RESPONSABLE ZONAL 1, INSTITUTO DE PROMOCIÓN DE
EXPORTACIONES E INVERSIONES DEL ECUADOR.**

Anexo 3 Formulario de entrevista



UNIVERSIDAD POLITECNICA ESTATAL DEL CARCHI
ESCUELA DE COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACION COMERCIAL INTERNACIONAL

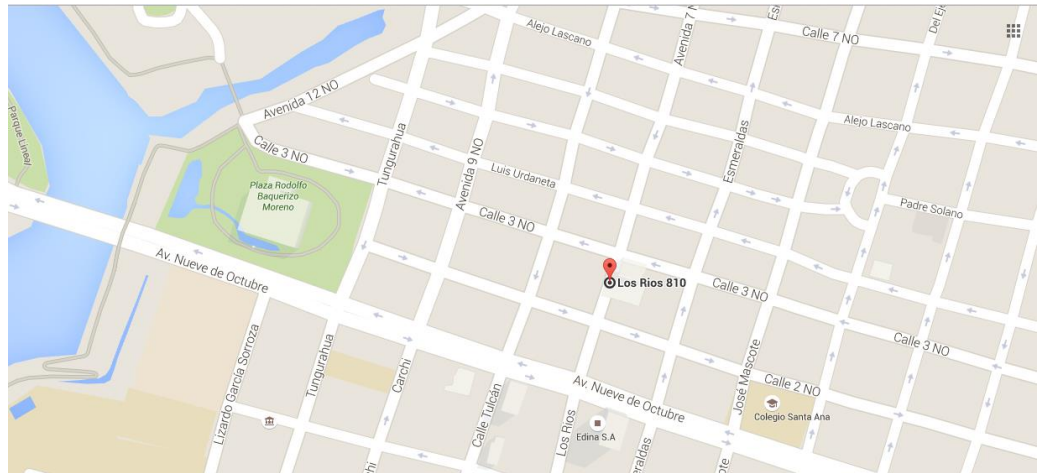
Entrevista Dirigida al gerente de Café MEGF Golondrinas: Sr. Luis Marcelo Meneses Valenzuela.

Objetivo: Determinar la factibilidad de la producción y comercialización de café gourmet en el mercado de Alemania a través de las redes de comercio Justo.

1. **¿Cuántas hectáreas posee Café MEGF golondrinas?**
2. **¿Cuántas hectáreas están cultivadas?**
3. **¿Por cada Hectárea cuantos quintales de café se producen?**
4. **¿Cuántos kilogramos tiene un quintal de café?**
5. **¿Cuál es la capacidad de producción de café mensual y anual?**
6. **¿Cada año cuánto se incrementa la producción de café por quintales/ hectárea?**
7. **¿Qué porcentaje de la producción total está destinada al mercado nacional e internacional?**
8. **¿Posee infraestructura para la producción y empaque de los distintos tipos de café?**
9. **¿Conocen de las leyes y normas técnicas para realizar la exportación de café?**
10. **¿Poseen alguna certificación internacional para el café?**
11. **¿Conocen de la certificación internacional de Comercio justo?**

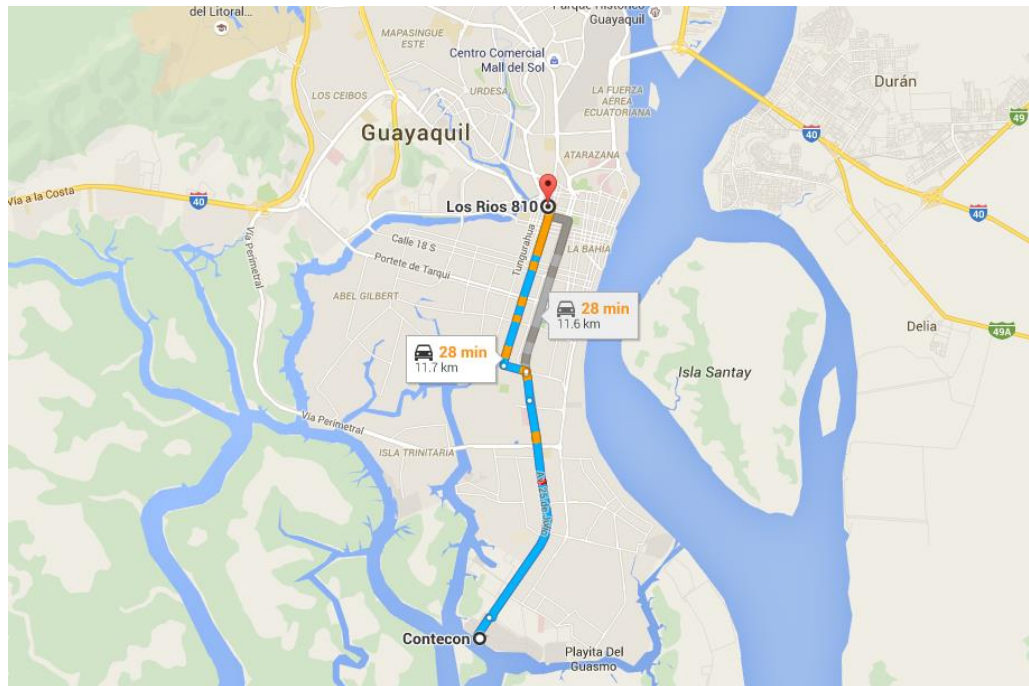
Gracias por su colaboración

Anexo 4 Ubicación de edificio Absalón Guevara



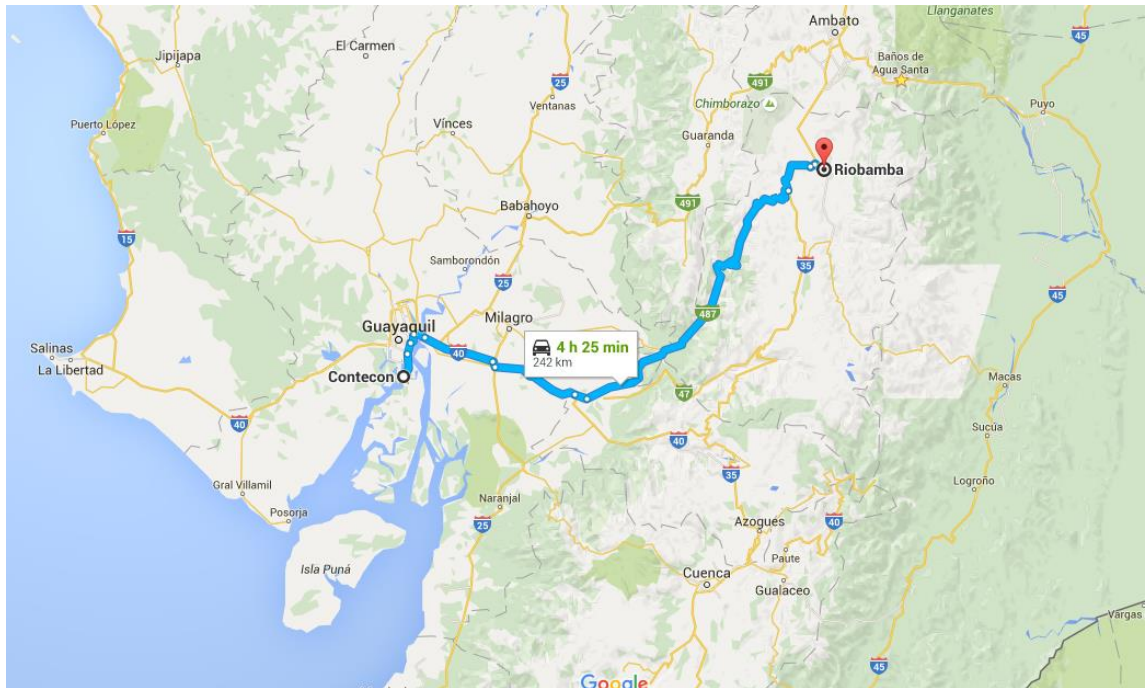
Fuente: Google Maps

Anexo 5 Distancia entre edificio Absalón Guevara y Contecon Guayaquil



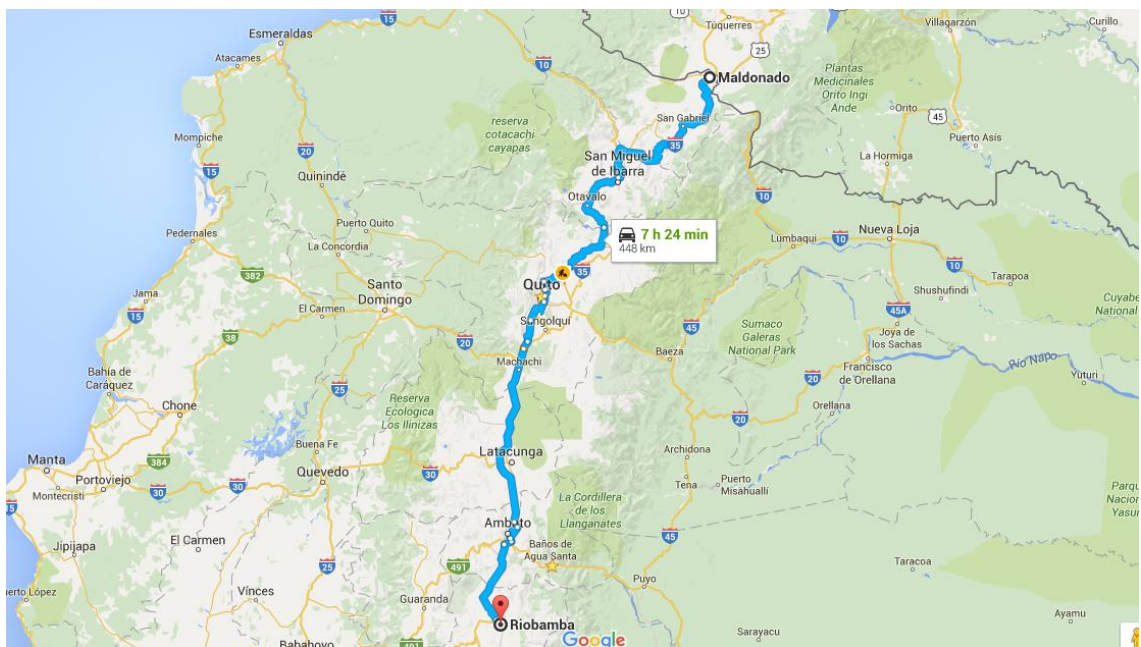
Fuente: Google Maps

Anexo 6 Distancia entre edificio y oficina de la Coordinadora Ecuatoriana de Comercio Justo



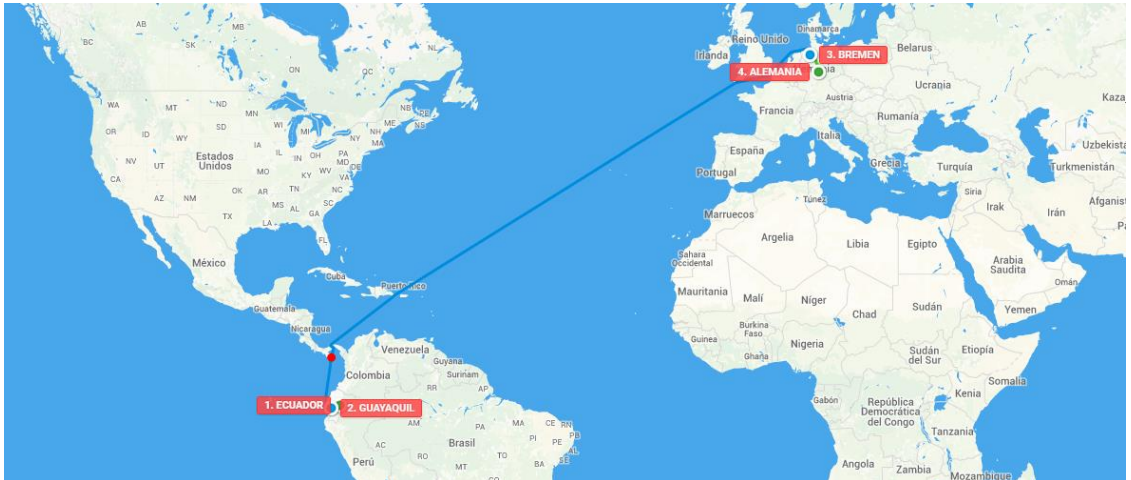
Fuente: Google Maps

Anexo 7 Distancia entre Café MEGF Golondrinas y oficina de la Coordinadora Ecuatoriana de Comercio Justo



Fuente: Google Maps

Anexo 8 Distribución logística Ecuador - Alemania



Fuente: searates.com

Anexo 9 Edificio Absalón Guevara



Fuente: Investigación

Anexo 10 Fichas Bibliográficas

Estrada Heredia, P., & Estrada Cevallos, R. (2013). <i>Como hacer Exportaciones</i> . Quito: Empresdane Graficas Cía Ltda. pág. 117	
CONTENIDO	FICHA TEXTUAL
Tema: Piggy Back	
“Consiste en el establecimiento de un contrato con una empresa ya establecida en el mercado exterior para utilizar su red de distribución, a cambio del pago de comisiones sobre las ventas realizadas.”	

Herrera E., L., Medina F., A., & Naranjo L., G. (2014). Tutoria de la Investigación Científica. Ambato: Gráficas Corono Quito. pág. 80	
CONTENIDO	FICHA TEXTUAL
Tema: Tipo de investigación descriptiva	
“Los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. Es decir, únicamente pretenden medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refieren, esto es, su objetivo no es indicar cómo se relacionan éstas.”	

COFENAC. (2015). Obtenido de http://www.cofenac.org/	
CONTENIDO	FICHA RESUMEN
Tema: COFENAC	
El Consejo Cafetalero Nacional (COFENAC), es una institución de derecho privado con finalidad social y pública, creado mediante la emisión, por parte del Congreso Nacional, de la Ley Especial del Sector Cafetalero, publicada en el Registro Oficial N 657 del 20 de Marzo de 1995. La citada Ley, le faculta al COFENAC, la organización, dirección y definición de la Política Cafetalera Nacional.	

CEYNCCI – UPEC

INTERNACIONALIZACIÓN DE CAFÉ GOURMET “LA CASA NUESTRA TULCÁN” Y LAS REDES DE COMERCIO JUSTO

Jimmy Alexander Valdivieso Aslalema



- Egresado el 21 de agosto de 2015 de la Escuela de Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional.
- Cursos realizados en:
- Certificado de suficiencia en el idioma inglés otorgado por la Universidad Politécnica Estatal del Carchi.
- Estalin Villaroel & Asociados, Capacitación en Psico - Finanzas “HO2 Capital” (13 al 17 de noviembre de 2013) 40 Horas.
- Universidad Central del Ecuador / Seminario de XII Congreso Iberoamericano de Extensión Universitaria (19 al 22 de noviembre del 2013) 32 horas.
- Ponencia en el 1er Seminario Internacional Agropecuario (16 al 17 de septiembre de 2016 en la ciudad de San Gabriel)

INTERNACIONALIZACIÓN DE CAFÉ GOURMET “LA CASA NUESTRA TULCÁN” Y LAS REDES DE COMERCIO JUSTO

(Entregado 13/07/2016) – (Revisado 13/07/2016)

**Universidad Politécnica Estatal del Carchi
Escuela de Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional
Tulcán – Ecuador
jimmy.valdivieso@hotmail.com**

Resumen

La presente investigación se desarrolló con el propósito de internacionalizar el café gourmet marca “La Casa Nuestra Tulcán” el cual es producido por el emprendimiento de Café MEGF Golondrinas de la parroquia de Maldonado del cantón Tulcán, provincia del Carchi, a través de las redes de comercio justo, cabe destacar que las redes de comercio justo son una certificación internacional que apoya al pequeño productor a vender sus productos en el mercado internacional volviéndolo una alternativa diferente del comercio tradicional.

En el desarrollo de la investigación se determinó que la certificación de comercio justo en el Ecuador está integrada por 10 empresas que conforman la Coordinadora Ecuatoriana de Comercio Justo (CECJ), mismas que desde el año 2010 hasta el año 2015, han participado en la comercialización internacional de 23 Subpartida arancelarias con certificación de comercio justo hacia mercados internacionales, existiendo una tasa de crecimiento del 0,58% durante este periodo, los tres principales productos de exportación han sido el banano, cacao y café, se comercializa con 23 países, la mayoría del continente europeo, los tres principales países de destino de las

**Internacionalización de café gourmet “La Casa Nuestra Tulcán” y las redes de comercio justo Jimmy Alexander Valdivieso Aslalema
(UPEC - ECUADOR)**

INTERNACIONALIZACIÓN DE CAFÉ GOURMET “LA CASA NUESTRA TULCÁN” Y LAS REDES DE COMERCIO JUSTO

exportaciones ecuatorianas de comercio justo son Estados Unidos, Países Bajos (es un país conformado por 12 provincias, dos de ellas se llaman Holanda) y Bélgica.

Por otra parte se determinó que las exportaciones de café a través de las redes de comercio justo tuvieron una participación aproximada del 2% de las exportaciones totales del café ecuatoriano en el período 2010 – 2015.

El mercado seleccionado para la comercialización de Café gourmet es Alemania, luego de un análisis a través de la Matriz POAM, por demostrar una alta demanda de su población y existir la oferta del emprendimiento de la MIPYME Café MEGF Golondrinas, intentando alcanzar una cuota de mercado del 0,019% para el año 2017. En la investigación se obtuvo como resultado un VAN de \$76.602 y un TIR del 23,24%, relación costo beneficio de \$ 1,46 por dólar a recuperar en un lapso de tres años y dos meses por lo que se concluye que el proyecto es rentable, factible y viable.

Palabras Claves: Internacionalización, Comercio justo, Certificación Internacional, Café gourmet, Oferta, demanda, mercado, consumo.

Abstract

Purpose of this research in to internationalize the “La Casa Nuestra Tulcán” gourmet coffee brand, which is produced by the entrepreneurship of MEGF Golondrinas Coffee from Maldonado Parrish in Tulcan Canton, Carchi Province, through the fair trade network. It is worth mentioning that all of the fair trade network are international certificates that support the minor producers to sell their products in the international market, making this a different alternative to the traditional trade.

On the developing of the investigation it was determined that the fair trade certification in Ecuador is integrated by 10 enterprises that take part of the Ecuadorian Fair Trade Coordinator (Coordinadora Ecuatoriana de Comercio Justo, CECJ), which since the year of 2010 until 2015, have participated in the international commercialization of 23 importing subheadings with fair trade certifications towards international markets, with a 0,58% growth rate during this period. The three main exporting products have been bananas, cocoa and coffee, all of them being commercialized in 23 countries, mostly to the European Continent. The three main fair trade Ecuadorian exports destinations are The U.S.A., The Netherlands (a country which is conformed by 12 provinces, two of them known as Holland) and Belgium.

On the other hand, it was determined that the gourmet coffee exports through the fair trade network had an approximate participation of 2% out of the total Ecuadorian coffee exports within the 2010-2015 period.

After an Opportunities and Threats in the Media Profile Matrix (OTMP) analysis, The selected market for the gourmet coffee commercialization is Germany, for demonstrating

INTERNACIONALIZACIÓN DE CAFÉ GOURMET “LA CASA NUESTRA TULCÁN” Y LAS REDES DE COMERCIO JUSTO

a high demand in its population and having a entrepreuneuring offer from the MIPYME MEGF Golondrinas Coffee, intending to reach a 0,019% market share by 2017.

This research had as a result a \$76.602 Net Present Value (NPV), as well as a 23,24% Internal Rate of Return (IRR), with a cost-benefit ratio of \$1.46 per dollar invested within a time frame of three years and two months, which makes this project profitable, feasible and viable.

Keywords: *Internationalization, Fair Trade, International Certification, Coffee gourmet, Offers, demand, market, consumption.*

1. Introducción

El café es una de las bebidas más populares consumidas en el ámbito mundial, se han presentado tendencias decrecientes en los precios de venta, pero sus cantidades de consumo van creciendo considerablemente, esto ha impulsado la producción y comercialización global.

La investigación pretende analizar dos variables: La certificación internacional del Comercio Justo en el Ecuador y la información del emprendimiento Café MEGF Golondrinas, quienes son los productores del café gourmet con la marca de “La Casa Nuestra Tulcán”, quienes no han logrado exportar su café a los mercados internacionales y ha sido necesario identificar sus diferentes oportunidades para la exportación del producto a través de la adquisición de la certificación internacional del Comercio Justo.

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

En el Primer Capítulo se desarrolló y determinó el problema a resolver de como contribuyen las redes de comercio justo en la Internacionalización de café gourmet “La Casa Nuestra Tulcán” para determinar los objetivos a desarrollar de la misma.

En el Segundo Capítulo se encuentran los antecedentes investigativos y fuentes bibliográficas - teóricas que fundamentan la investigación de internacionalización, café gourmet y la certificación de comercio jutos, como también la idea a defender.

En el Tercer Capítulo se determinan los métodos de investigación a utilizar para la recolección de información tanto primaria como secundaria de la oferta y demanda de café a través de la certificación de comercio justo.

El Cuarto Capítulo son las conclusiones y recomendaciones obtenidas del análisis de la información obtenida anteriormente.

En el Quinto capítulo se desarrolla la propuesta que se planteó para la solución del problema de la presente investigación, con un estudio logístico y financiero, que nos ayudará a determinar si la propuesta a plantearse es rentable o no.

2. Tema

“Internacionalización de café gourmet “La Casa Nuestra Tulcán” y las redes de comercio justo”.

3. Objetivos:

OBJETIVO GENERAL

- Evaluar la contribución de las redes de comercio justo en la internacionalización de café gourmet “La Casa Nuestra Tulcán”.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Fundamentar documentalmente la Internacionalización y las redes de Comercio Justo.
- Diagnosticar la situación de las redes de comercio justo y la producción de café gourmet “La Casa Nuestra Tulcán”.
- Realizar un estudio de factibilidad para la Internacionalización de café gourmet “La Casa Nuestra Tulcán” mediante las redes de Comercio Justo.

4. Metodología:

Descriptiva. El tipo de investigación es no experimental descriptiva ya que consiste en describir la relación de los pequeños productores con el comercio justo que permitirá una interpretación correcta. Esta investigación es adecuada utilizarla, ya que para realizar una investigación eficiente se analiza las situaciones que actualmente tiene la internacionalización a través del comercio justo y poder describir cada una de las situaciones de forma clara y precisa.

Exploratoria. Además se aplica la investigación exploratoria para reconocer y sondear las debilidades y fortalezas que tiene el comercio justo en el Ecuador a través de la información proporcionada por la coordinadora ecuatoriana de comercio justo, ya que la información es aproximada y poco conocida en el Ecuador, esto servirá para analizar los aspectos más importantes que servirán en la elaboración de la propuesta de esta investigación.

Explicativa. Para finalizar se aplica una investigación Explicativa para expresar una comprensión causal orientada a un estudio prospectivo identificando la relación que puede tener Café MEGF Golondrinas al ingresar a las Redes de Comercio Justo, dicho en otras palabras se describe el comportamiento de las variables en base al análisis correlacional con el objetivo de interpretar la realidad que otorgue una adecuada solución a la investigación.

5. Población y Muestra

Para el desarrollo de la investigación, se utilizó el tipo de muestreo probabilístico, Según Herrera (2014), dentro del muestro regulado expresa lo siguiente: “forman parte de la muestra los elementos del universo en los cuales se hace presente el problema de investigación” (p. 99).

La población la conformaran todos los involucrados en la certificación de Comercio Justo y los productores de café gourmet “La Casa Nuestra Tulcán”, a partir de este criterio se justifica que la población está conformada por las organizaciones ecuatorianas que poseen la certificación de Comercio Justo y a los productores del café gourmet los cuales corresponde a Café MEGF Golondrinas que se encuentra en la parroquia de Maldonado provincia del Carchi.

En el Ecuador las organizaciones con certificación de Comercio Justo están asociadas por la Coordinadora Ecuatoriana de Comercio Justo (CECJ), esta representa a nivel nacional e internacional, se caracterizan por la utilización de la certificación de comercio justo en las exportaciones de sus diferentes productos, a continuación se enumera a todos los miembros de la CECJ:

Nº	Nombre	Provincia	Producto	#Socios
1	ASOCIACIÓN CERRO AZUL	El Oro	Banano	1.300
2	ASOGUABO	El Oro	Banano	140
3	COPROBICH	Chimborazo	Quínoa, trigo y cebada	1.636
4	FAPECAFES	Loja y Zamora Chinchipe	Café, chifles, mermeladas	1.449
5	FECAFEM	Manabí	Café	600
6	FONMSOEAM	Esmeraldas	Cacao	400
7	FORTALEZA DEL VALLE	Manabí	Cacao	600
8	JAMBI KIWA	Chimborazo	Aromáticas	263
9	UNOCACE	Los Ríos	Cacao	2.250
10	UROCAL	El Oro	Banano, Cacao	2.000
TOTAL				10.638

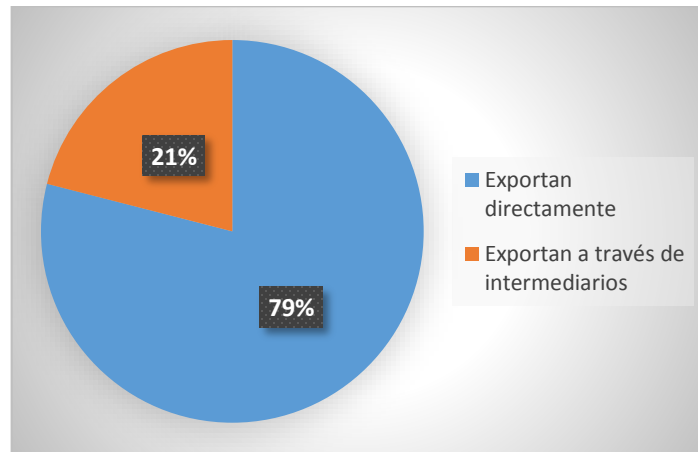
Fuente: Ministerio de Comercio Exterior (Publicación Estrategia Ecuatoriana de Comercio Justo 2014-2017)

Elaborado por: Jimmy Valdivieso

6. Resultados y discusión

Para el desarrollo de la investigación, se estudió a los miembros de la Coordinadora Ecuatoriana de Comercio Justo (CECJ), por lo tanto se logró identificar los siguientes resultados:

Gráfica N° 1 Participación en tipo de Exportación del Comercio Justo en el Ecuador

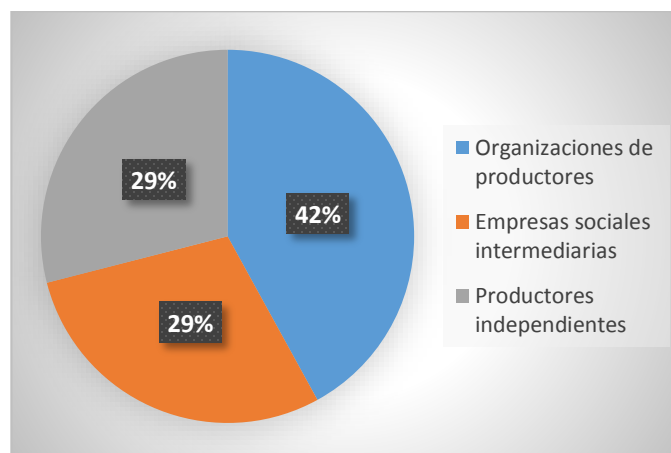


Fuente: Ministerio de Comercio Exterior (Publicación Estrategia Ecuatoriana de Comercio Justo 2014- 2017)

Elaborado por: Jimmy Valdivieso

Según el Ministerio de Comercio Exterior (2014), entre el 2007 y 2013 las exportaciones directamente son del 79% superior a las exportaciones a través de intermediarios, pero estas a su vez están compuestas de las siguientes organizaciones en su participación:

Gráfica N° 2 Participación de tipo de Organización en el Comercio Justo



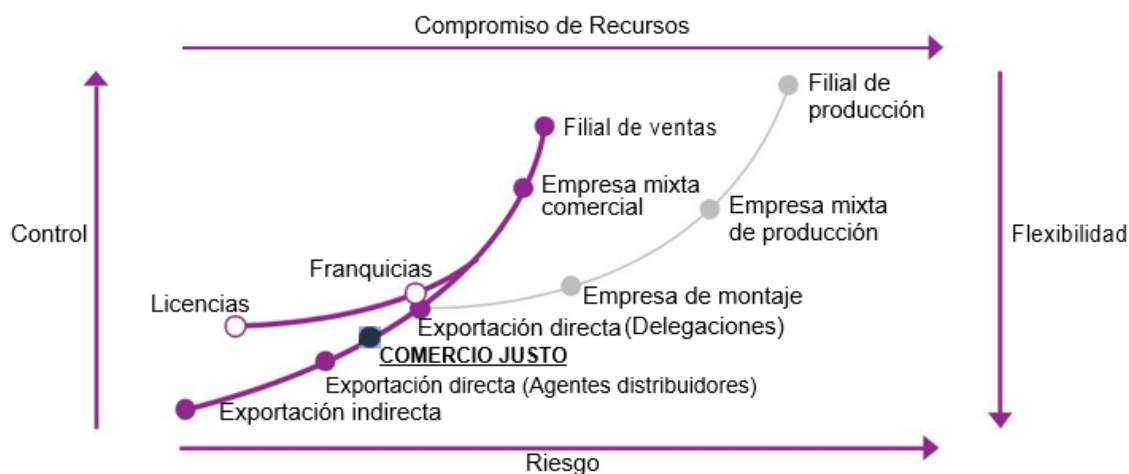
Fuente: Ministerio de Comercio Exterior (Publicación Estrategia Ecuatoriana de Comercio Justo 2014- 2017)

Elaborado por: Jimmy Valdivieso

INTERNACIONALIZACIÓN DE CAFÉ GOURMET “LA CASA NUESTRA TULCÁN” Y LAS REDES DE COMERCIO JUSTO

Las organizaciones de productores son los miembros que conforman la Coordinadora Ecuatoriana de Comercio Justo, las empresas sociales intermediarias son las FTSOs, FTOs y ONGs, estas son las Organizaciones de Apoyo de Comercio Justo, por último los productores independientes son organizaciones con certificación de comercio justo en el Ecuador, pero que no están asociados a la CECJ y trabajan independientemente en el Ecuador.

Gráfica N° 3 Proceso de internacionalización de empresas



Fuente: Araya, 2009

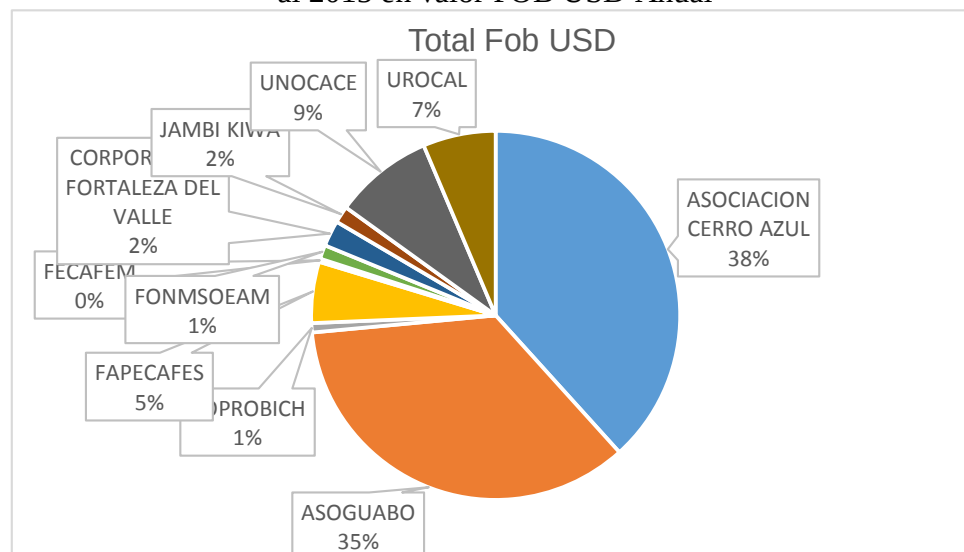
Elaborado por: Jimmy Valdivieso

El 78% de las exportaciones de comercio justo fueron de forma directa, eso quiere decir que se eliminó intermediarios innecesarios entre el productor y comerciante, además como muestra la anterior gráfica donde está ubicado el punto de Comercio justo, internacionalizar por venta directa tiene sus ventajas en la combinación adecuada, ya que tiene mayor flexibilidad entre el productor y comerciante para transmitir experiencias e innovaciones que caracterice al producto del comercio justo frente a la competencia.

La otra combinación está dada por menor control, compromiso de recursos y riesgo, estos factores de internacionalización son característicos en los compromisos del comercio justo ya que busca un nicho de mercado en el cual ayude a reducir la pobreza de los pequeños productores, de tal manera asumiendo menor riesgo de precios inestables, pero para los factores de control y compromiso de recursos se da cuando la empresa desea invertir capital en países extranjeros, como se da en las empresas multinacionales en realizar inversiones extranjeras, pero realizar esto llevaría mayor riesgo para la empresa, ya que en algún momento puede caer en la quiebra a causa de la competencia y los precios inestables de los productos en el comercio tradicional.

INTERNACIONALIZACIÓN DE CAFÉ GOURMET “LA CASA NUESTRA TULCÁN” Y LAS REDES DE COMERCIO JUSTO

Gráfica N° 6 Exportaciones de la Coordinadora Ecuatoriana de Comercio Justo del 2010 al 2015 en valor FOB USD Anual



Fuente: CobusGroup

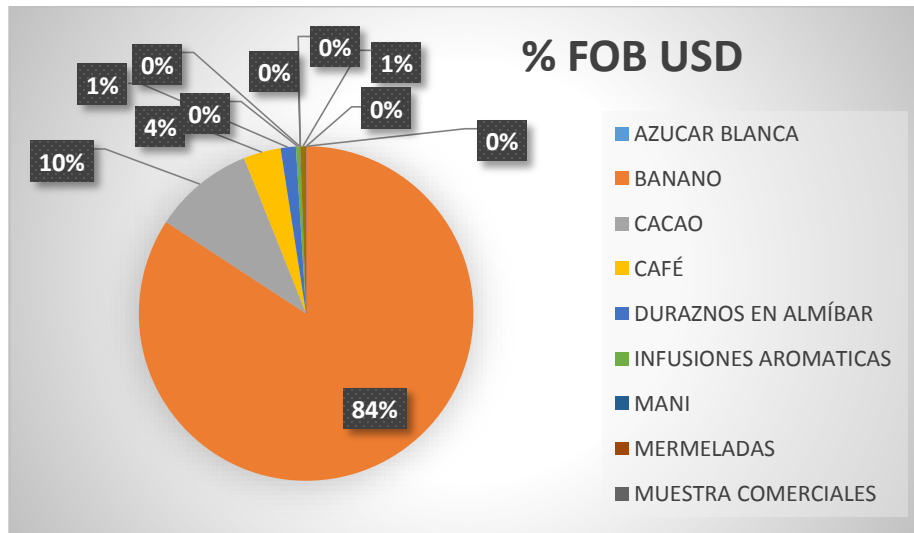
Elaborado por: Jimmy Valdiviesor

Como muestra la gráfica número 6, la Asociación Cerro Azul y ASOGUABO son productoras de banano y sus elaborados, las dos asociaciones son las más altas en exportación de productos de comercio justo del periodo 2010 - 2015, entre las dos asociaciones cubren el 73,52% FOB USD, por otro lado las asociaciones FAPECAFES y FECAFEM, son productoras de café y entre las dos cubren el 5,65% FOB USD.

CEYNCCI – UPEC

INTERNACIONALIZACIÓN DE CAFÉ GOURMET “LA CASA NUESTRA TULCÁN” Y LAS REDES DE COMERCIO JUSTO

Gráfica N° 11 Exportaciones de principales productos de la Coordinadora Ecuatoriana de Comercio Justo del 2010 al 2015 en valor FOB USD



Fuente: CobusGroup

Elaborado por: Jimmy Valdivieso

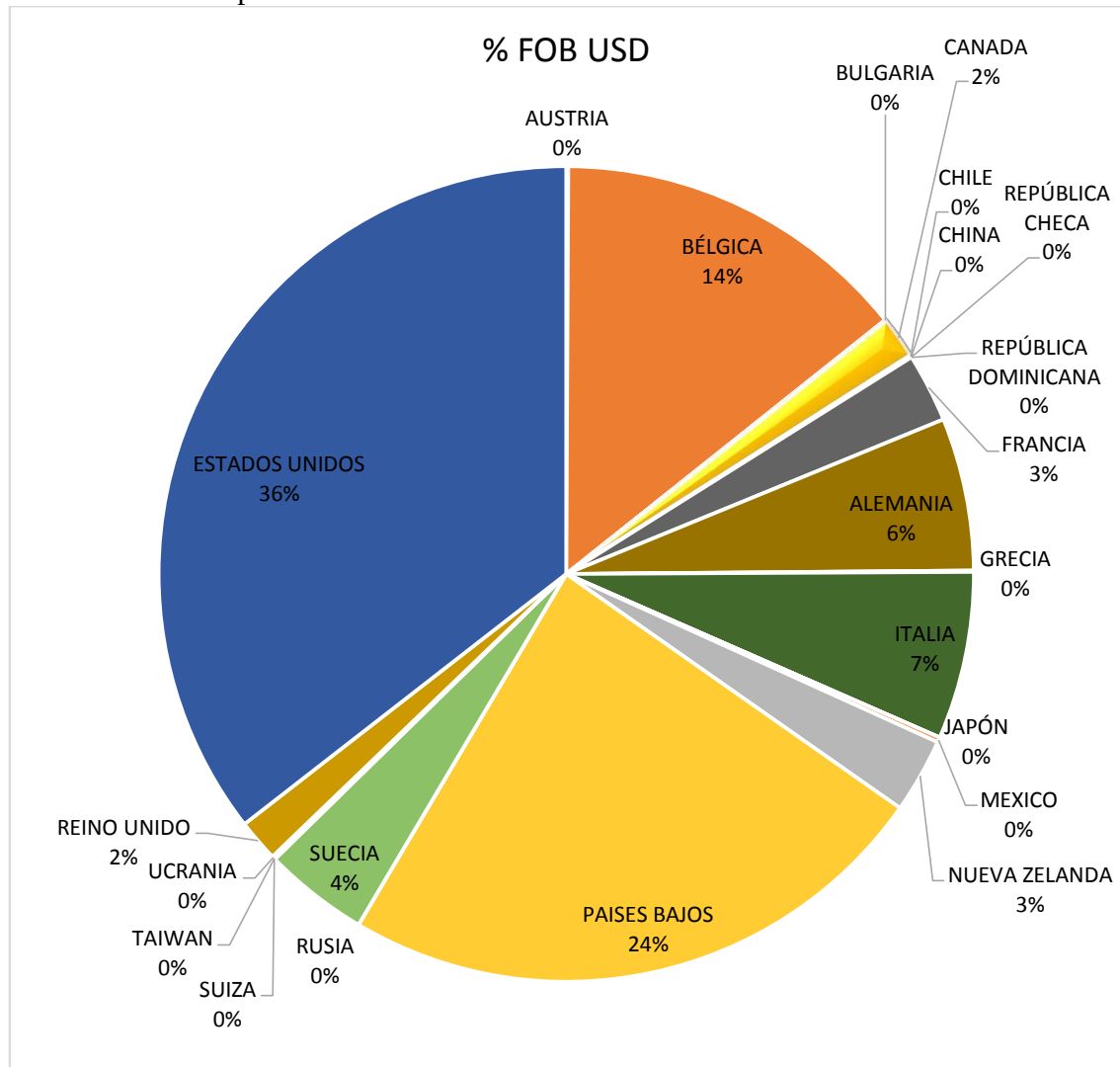
Según la tabla número 11, la CECJ del año 2010 al 2015, por subpartida arancelaria ha exportado 23 productos agrícolas, además ha exportado algunas muestras comerciales para flexibilizar las negociaciones con los comerciantes del comercio justo.

El producto con mayor exportación ha sido el banano, mientras que el café apenas ocupa el 3,61% siendo el tercer producto más vendido con certificación de comercio justo en el Ecuador.

CEYNCCI – UPEC

INTERNACIONALIZACIÓN DE CAFÉ GOURMET “LA CASA NUESTRA TULCÁN” Y LAS REDES DE COMERCIO JUSTO

Gráfica N° 15 Exportaciones de la Coordinadora Ecuatoriana de Comercio Justo por país de destino del 2010 al 2015 en valor FOB USD



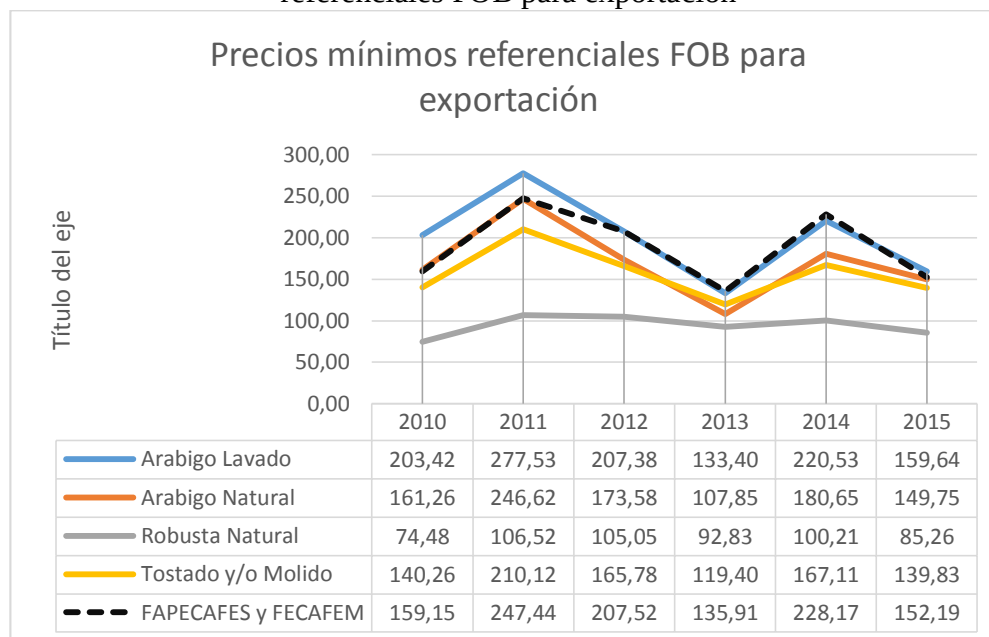
Fuente: CobusGroup

Elaborado por: Jimmy Valdivieso

Las exportaciones de los productos de comercio justo del Ecuador en el periodo 2010 – 2015 en valor FOB USD, tiene como principal destino a Estados Unidos con el 35,51% de participación, pero su tasa de crecimiento ha sido del 23,86% por año, en cambio para Italia que es el cuarto destino de las exportaciones de comercio justo, ocupa el 6,65% de participación, pero con el 146,66% de tasa de crecimiento del 2010 al 2015, Italia es el más alto en tasa de crecimiento de los destinos de las exportaciones de productos de comercio justo del Ecuador.

INTERNACIONALIZACIÓN DE CAFÉ GOURMET “LA CASA NUESTRA TULCÁN” Y LAS REDES DE COMERCIO JUSTO

Gráfica N° 18 Comparación de precios del Café en Bolsa / Precios mínimos referenciales FOB para exportación



FUENTE: COFENAC y Actas de fijación de precios - MAGAP – MIPRO y CobusGroup

ELABORADO POR: Jimmy Valdivieso

Los precios referenciales del café para exportación han tenido una tendencia decreciente en el periodo 2010 - 2015, para el caso de FAPECAFES y FECAFEM su producción de café es arábigo y sus precios se mantienen igual o bajo el rango de los precios mínimos que expresa COFENAC, esto refleja que los productores de café con certificación de comercio justo son competitivos en precios de exportación de café, pero la caída del precio en el café podría afectar mucho al desarrollo de la producción de café en el Ecuador.

INTERNACIONALIZACIÓN DE CAFÉ GOURMET “LA CASA NUESTRA TULCÁN” Y LAS REDES DE COMERCIO JUSTO

Para la determinación de los mejores mercados internacionales que actúan en el marco del Comercio Justo, se ha seleccionado a tres países para la comercialización de café, los cuales serán diagnosticados para seleccionar la mejor oportunidad de mercados, a continuación se detalla la información relevante para justificar su selección:

Tabla N° 44 Diagnóstico y selección de Mercado Internacional

# Ranking	Principales Mercados del Comercio Justo	Principales países importadores de café a Nivel Mundial	Exportación de Café Ecuatoriano hacia mercados internacionales	Principales destinos de las Exportaciones No petroleras de Ecuador
1	Estados Unidos de América	Francia	Estados Unidos de América	Estados Unidos de América
2	Países Bajos	Estados Unidos de América	Colombia	Colombia
3	Bélgica	Alemania	Cuba	Rusia
4	Italia	Canadá	Japón	Viet Nam
5	Alemania	Países Bajos	Chile	Venezuela
6	Suecia	Austria	Francia	Alemania
7	Nueva Zelanda	Reino Unido	Alemania	Países Bajos

Fuente: Investigación

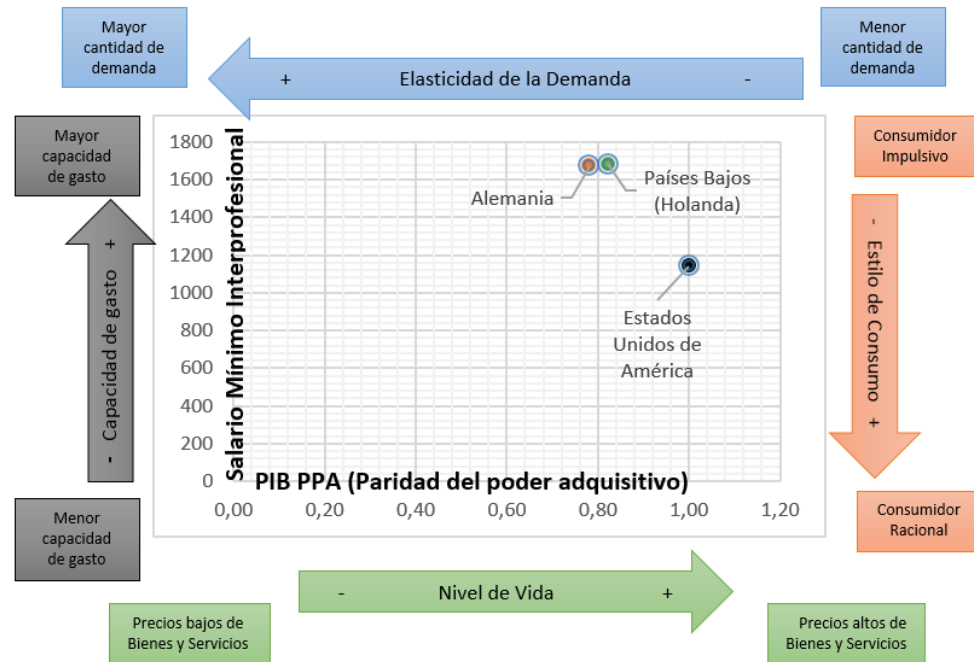
Elaborado por: Jimmy Valdivieso

Estados Unidos de América, Alemania y Países Bajos, son los países seleccionados para la investigación de mercado, como se puede apreciar en la tabla número 44, ha detallado a los siete mejores países con oportunidad para exportar Café, estos tres países tienen mayor frecuencia en los parámetros destacados de los principales mercados internacionales en consumo de Café Ecuatoriano y Consumo Mundial de Café. Cabe destacar que no se seleccionó a Bélgica siendo el tercer mejor país en consumo de productos de comercio justo debido a que su participación en las importaciones mundiales tiene un porcentaje del 2,3%, en cambio Países Bajos ocupa el 4,6% de la importaciones mundiales de Café, siendo este el doble en porcentaje de participación de las importaciones mundiales de Café.

CEYNCCI – UPEC

INTERNACIONALIZACIÓN DE CAFÉ GOURMET “LA CASA NUESTRA TULCÁN” Y LAS REDES DE COMERCIO JUSTO

Gráfica N° 49 Comportamiento del PIB PPA y SMI valor promedio del 2012 - 2016



Fuente: Santander Trade y Datosmacro

Elaborado por: Jimmy Valdivieso

En la gráfica número 49 expone un análisis del PIB PPA vs SMI, el mejor resultado de la comparación de los tres países de estudio fue Alemania, ya que al contar con alto salario mínimo interprofesional tiene mayor capacidad de gasto en bienes y servicios lo que lo ubica en estilo de consumo impulsivo, de igual manera el nivel de vida es menos costosa debido a los bajos precios de los productos que lo beneficia en aumentar su elasticidad de demanda.

Tabla N° 68 Ponderación de datos POAM, países de estudio

	Estados Unidos de América		Alemania		Países Bajos	
	OPORTUNIDAD	AMENAZA	OPORTUNIDAD	AMENAZA	OPORTUNIDAD	AMENAZA
FACTORES SOCIALES	1,80	0,60	2,00	0,20	2,60	0,40
FACTORES POLÍTICOS	1,75	1,88	2,13	1,00	1,88	0,88
FACTORES ECONÓMICOS	2,46	0,69	2,08	0,23	1,46	0,31
SUMA	6,01	3,17	6,20	1,43	5,94	1,58
PROMEDIO	2,00	1,06	2,07	0,48	1,98	0,53
Calificación	0,95		1,59		1,45	

Elaborado por: Jimmy Valdivieso

Internacionalización de café gourmet “La Casa Nuestra Tulcán” y las redes de comercio justo Jimmy Alexander Valdivieso Aslalema (UPEC - ECUADOR)

INTERNACIONALIZACIÓN DE CAFÉ GOURMET “LA CASA NUESTRA TULCÁN” Y LAS REDES DE COMERCIO JUSTO

Luego de haber analizado los indicadores más importantes para la elección del mercado internacional fue necesario realizar una ponderación de los mismos determinando los resultados fueron casi similares en los tres países objetos de estudio, sin embargo el mercado óptimo es Alemania.

Se ha proyectado la población con la aplicación de un discriminante a los menores de 15 años, los cuales han sido disminuidos de la población debido a que las personas que están en este rango de edad no consumen café como un alimento estimulante para su crecimiento.

Tabla N° 71 Demanda Efectiva de Alemania

	Año	Población	Demanda Efectiva mayores de 15 años (87%)	Consumo Real Kg
Datos Históricos	2010	81.751.602	71.123.894	3,98
	2011	81.843.743	71.204.056	4,81
	2012	82.020.578	71.357.903	5,64
	2013	80.767.463	70.267.693	6,46
	2014	81.197.537	70.641.857	7,29
Datos Proyectados	2015	80.860.862	70.348.950	8,12
	2016	80.642.421	70.158.906	8,94
	2017	80.423.980	69.968.862	9,77
	2018	80.205.539	69.778.819	10,60
	2019	79.987.098	69.588.775	11,42
	2020	79.768.657	69.398.731	12,25

Fuente: TradeMap y PROECUADOR

Elaborado por: Jimmy Valdivieso

La demanda efectiva del mercado de Alemania es creciente en cuanto a su consumo per cápita de café, esto destaca una gran oportunidad para ingresar al mercado internacional el café gourmet.

Tabla N° 72 Consumo nacional aparente Alemania

Año	Producción Nacional Toneladas	Importaciones Toneladas	Exportaciones Toneladas	CNA Toneladas
2011	536.777	1.207.988	529.888	1.214.877
2012	551.428	1.230.039	544.351	1.237.116
2013	547.688	1.124.784	540.659	1.131.813
2014	549.537	1.162.073	542.485	1.169.125
2015	530.598	1.110.400	523.789	1.117.209

Fuente: Trademap y Ministerio Federal de Alimentación y Agricultura de Alemania.

Elaborado por: Jimmy Valdivieso

El consumo nacional aparente en Alemania está decreciendo aun así sus cantidades de consumo está entre los primeros lugares a nivel mundial.

CEYNCCI – UPEC

INTERNACIONALIZACIÓN DE CAFÉ GOURMET “LA CASA NUESTRA TULCÁN” Y LAS REDES DE COMERCIO JUSTO

Tabla N° 74 Producción de Café MEGF Golondrinas

Año	Hectáreas en Cultivo	Producción Café tostado anual TN	Producción Café Especial anual TN	Producción Café gourmet anual TN	Producción anual TN	Tasa de Crecimiento anual %
2011	229	45	36	9	90	
2012	224	63	50	13	126	40,00%
2013	215	90	72	18	180	42,86%
2014	239	135	108	27	270	50,00%
2015	320	180	144	36	360	33,33 %

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Jimmy Valdivieso

Para la recolección de información necesaria de la producción de Café MEGF Golondrinas se realizó una entrevista al Gerente de Café MEGF Golondrinas: Sr. Luis Marcelo Meneses Valenzuela, con el objetivo de determinar la factibilidad de la producción y comercialización de café gourmet en el mercado de Alemania a través de las redes de comercio Justo.

Café MEGF Golondrinas ha decrecido su producción de café debido a la falta de ventas en mercado nacional e internacional. Según el Programa de Desarrollo Rural del Norte del Ecuador - PDRN (2015), manifiesta que se han beneficiado 325 pequeños caficultores de las parroquias Juan Montalvo, El Goaltal, JJ Caamaño, Chical y Maldonado, las cuales forman la asociación Café MEGF Golondrinas la cual nace en el 2006, este proyecto tuvo una inversión de 104000 USD por parte del Gobierno Provincial del Carchi y 118000 USD por parte de la Cooperación Belga.

Tabla N° 103 Flujo de Efectivo Neto

Flujo de Efectivo Neto - Con Financiamiento						
Entradas de efectivo	Año 2016	Año 2017	Año 2018	Año 2019	Año 2020	Año 2021
Utilidad Neta	54.882	66.649	75.061	82.944	91.590	99.818
+ Depreciaciones	0	519	519	519	538	538
+ Amortizaciones	0	156	156	156	156	156
Liquidación del Proyecto						
Recuperación Capital de Operación						
Total Entradas	54.882	67.324	75.736	83.619	92.284	100.512
Salidas de Efectivo	Año 2016	Año 2017	Año 2018	Año 2019	Año 2020	Año 2021
Inversión Inicial	220.677					
Amortización de la Deuda		26.038	29.288	32.944		
Reposición de Activos				1.317		
Total Salidas	220.677	26.038	29.288	34.261	0	0
= Flujo de efectivo Neto	-165.795	41.285	46.447	49.358	92.284	100.512

Elaborado por: Jimmy Valdivieso

CEYNCCI – UPEC

INTERNACIONALIZACIÓN DE CAFÉ GOURMET “LA CASA NUESTRA
TULCÁN” Y LAS REDES DE COMERCIO JUSTO

Año	FE	Fat. Act	FE Descontado
0	- 165.795		
1	41.285	0,9136	37.719
2	46.447	0,8347	38.769
3	49.358	0,7626	37.639
4	92.284	0,6967	64.294
5	100.512	0,6365	63.976
		ΣFE	242.397
		- I.I.	165.795
		VAN	76.602
		TIR	23,24%
		PR	3,16
		C/B	1,46

Una vez realizados todos los cálculos incluidos costos, gastos, amortizaciones y depreciaciones se llega al flujo de efectivo que representa el valor real con que cuenta la empresa

En la propuesta se determina la creación de una oficina para las operaciones de comercio exterior en la comercialización de café gourmet en el mercado de Alemania por lo cual los resultados del Flujo de efectivo fueron favorables, ya que se determina que el VAN es positivo y muy favorable con un valor de 76.602 USD, el valor de la TIR es 23,24% muy acorde al proyecto y al porcentaje de utilidad del producto que es 12%; si este porcentaje incrementa también lo haría la TIR.

Por otro lado está el periodo de recuperación que es de 3,16 lo que significa recuperar la inversión en aproximadamente en tres años y dos meses; por último existe la relación del costo-beneficio mayor a uno que indica que por cada dólar invertido se recupera 46 centavos de dolar.

7. Conclusiones

- En el Ecuador las exportaciones de café hacia mercados internacionales en el periodo 2011 – 2015, ha presentado una tendencia decreciente debido a la crisis productiva afectada por el hongo de la Roya (*Hemileia Vastarix*), esta enfermedad afecta en la producción del café y apareció en el año 2012 por lo cual ha reducido la cantidad de producción de café y presento decrecimientos del 37% en valor USD y 36% en cantidad.
- Las exportaciones de todos los miembros de la Coordinadora Ecuatoriana de Comercio Justo (CECJ), dentro de las exportaciones No petroleras del periodo 2011 – 2015, su participación han aportado porcentualmente el 0,28% como promedio por año en valor USD, por otro lado en las exportaciones totales del Ecuador la CECJ aportado el 0,09% como promedio por año en valor USD. La participación de la CECJ en las exportaciones No petroleras y exportaciones Total presentaron tasas de crecimiento del 2,82% y 9,07% respectivamente en valor USD, su aporte a la economía del país no es tan alto pero su crecimiento tiene mucha importancia para el futuro de la economía de los pequeños productores agrícolas.
- Para la determinación de los mejores mercados internacionales que actúan en el marco del Comercio Justo, se ha seleccionado a tres países a investigar los cuales son Estados Unidos de América, Alemania y Países Bajos, estos tres países tienen mayor frecuencia en los parámetros destacados de los principales mercados internacionales en consumo de Café Ecuatoriano y Consumo Mundial de Café, mediante la Matriz POAM han permitido determinar la mejor opción para la comercialización de café gourmet, Alemania presentó el mejor puntaje, este mercado ha presentado mejores oportunidades de comercialización y crecimiento a largo plazo. El SMI (Salario Mínimo Interprofesional) de Alemania es de 1672 USD y 0,78 de unidad del PIB PPA (Paridad del poder adquisitivo) los datos son promediados de los años 2012 – 2016, lo cual lo vuelve accesible para la exportación de café gourmet, ya que al contar con alto salario mínimo interprofesional tiene mayor capacidad de gasto en bienes y servicios lo que lo ubica en estilo de consumidor impulsivo, de igual manera el nivel de vida es menos costosa debido a los bajos precios de los productos que lo beneficia en aumentar su elasticidad de demanda.
- La evaluación financiera dio como resultado un VAN positivo de 76.602 USD, la TIR es de 23,24%, el periodo de recuperación se dará en tres años y dos meses, la relación de costo-beneficio mayor a uno que indica que por cada dólar invertido se recupera 46 centavos de dolar.

8. Recomendaciones

- Se recomienda a la Asociación Café MEGF Golondrinas de la provincia del Carchi capacitarse en los procesos renovación y protección de enfermedades que afectan a las plantaciones de café.
- A través de la certificación de comercio justo aprovechar los beneficios y ventajas de ingreso del producto a los mercados internacionales.
- El Ecuador necesita un marco legal del comercio justo ya que no existe una normativa específica e institución encargada de la rectoría, regulación y control del Comercio Justo.
- Se recomienda a la Coordinadora Ecuatoriana de Comercio Justo trabajar mancomunadamente con universidades del Ecuador en realizar investigaciones que mejoren la producción y comercialización de todos sus productos con certificación internacional.

9. Referencias bibliográficas:

- Actas de fijación de precios - MAGAP - MIPRO. (2015). Obtenido de <http://www.cofenac.org/precios/precios.php?fechamin=Semana%20del%2023%20al%2029%20de%20Febrero>
- CECJ. (2016). Coordinadora Ecuatoriana de Comercio Justo. Obtenido de <http://www.cecjecuador.org.ec/>
- FORERO, J. (2012). Como lograr que el comercio justo sea una opcion sostenible de acceso a mercados para organizaciones de pequeños productores. Obtenido de <http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/4609/1/UPS-QT02104.pdf>
- CobusGroup. (2015). Obtenido de <http://www.cobusecuador.ec/html2/index.html>