

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI



FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACIÓN, ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA EMPRESARIAL

ESCUELA DE COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN COMERCIAL INTERNACIONAL

Tema: “La demanda del café orgánico en el mercado español y la comercialización internacional desde la parroquia Maldonado de la provincia del Carchi.”

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

AUTORA: Luisa Fernanda Pozo López

ASESOR: Ing. Jonathan Mora

Tulcán - Ecuador

Año: 2013

CERTIFICADO

Certifico que la estudiante Luisa Fernanda Pozo López con el número de cédula 0401650502 ha elaborado bajo mi dirección la sustentación de grado titulada: “La Demanda del café orgánico en el mercado español y la comercialización internacional desde la parroquia Maldonado de la provincia del Carchi”.

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. Jonathan Mora

Tulcán, 3 de Diciembre 2013

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, Luisa Fernanda Pozo López con cédula de identidad número 040165050-2 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.....

Fernanda Pozo

Tulcán, 3 de Diciembre 2013

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TESIS DE GRADO

Yo Luisa Fernanda Pozo López, 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, 3 de Diciembre 2013

Luisa Fernanda Pozo López

CI 040165050-2

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios, por ser mi guía en todo momento por ser la luz en mi camino.

A mi madre infinitamente ya que con su esfuerzo y dedicación he salido adelante, gracias por ser mi inspiración.

A mi esposo por estar conmigo siempre, por su apoyo incondicional, por ser un gran hombre, y un gran padre.

A mi pequeña hija por ser la motivación y el motor de mi vida.

A mi tutor Ingeniero Jonathan Mora, ya que con su profesionalismo y paciencia hizo posible cumplir este proyecto.

Agradezco el apoyo de mis profesores Ingenieros Iván Realpe y Luis Carvajal por compartir sus conocimientos y brindarme todas las facilidades para la realización de mi Tesis.

DEDICATORIA

Dedico esta tesis a las tres personas más importantes de mi vida a mi madre, a mi esposo y a mi pequeña hija.

A mi madre por su lucha constante día a día para que siga adelante, por su comprensión por sus palabras de aliento para culminar mi profesión, por su amor incondicional.

A mi esposo por ser mi apoyo para alcanzar nuevas metas, profesionales como personales, por estar ahí siempre que lo necesito.

Y a mi gran amor, mi princesa Valeria por iluminar mi vida con su sonrisa, por ser mi gran inspiración, te amo con todo mi corazón,

ÍNDICE

CERTIFICADO.....	I
AUTORÍA DE TRABAJO.....	II
AGRADECIMIENTO.....	IV
INDICE DE TABLAS.....	VIII
RESUMEN EJECUTIVO	- 1 -
I. EL PROBLEMA.....	- 5 -
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	- 5 -
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	- 6 -
1.3. DELIMITACIÓN.....	- 6 -
1.4. JUSTIFICACIÓN.....	- 7 -
1.5. OBJETIVOS	- 9 -
1.5.1 <i>Objetivo General</i>	- 9 -
1.5.2 <i>Objetivos Específicos</i>	- 9 -
II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	- 10 -
2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS.....	- 10 -
2.2. FUNDAMENTACIÓN LEGAL.....	- 12 -
2.5. VARIABLES.....	- 15 -
III. METODOLOGÍA.....	- 16 -
3.4 OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES	- 19 -
3.5 RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN	21
3.5.1 PLAN DE PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN.....	21
3.5.2 MÉTODOS, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN.....	21
3.6 PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN	22
3.6.1 ANÁLISIS DE LA DEMANDA (ESPAÑA)	22
3.6.1.1 <i>Factores Socio, Económicos</i>	22
3.6.1.2 <i>Factores políticos y legales</i>	27
3.6.1.3 <i>Factores Geográfico</i>	32
3.6.1.4 <i>Entorno Tecnológico</i>	33
3.6.1.5 <i>Perfil de oportunidades y amenazas en el medio (POAM)</i>	34
3.6.2 ANÁLISIS DEL MERCADO ESPAÑOL	38
3.6.2.1 <i>Perfil del Consumidor</i>	38
3.6.2.2 <i>Oferta</i>	43
3.6.3 ANÁLISIS SITUACIONAL DEL ECUADOR	49
3.6.3.1 <i>Factores Político y legal</i>	49
3.6.3.2 <i>Factores Socio, Económicos</i>	51
3.6.4 PRODUCTO	55
3.6.5 FODA.....	61
3.6.5.1 <i>Análisis FODA</i>	62

3.6.6	PROYECCIONES DEL ESTUDIO	62
3.6.6.1	CONSUMO NACIONAL APARENTE	62
3.6.6.1	<i>Demanda efectiva</i>	63
3.6.6.2	<i>Oferta exportable</i>	64
3.6.6.3	<i>Demanda insatisfecha</i>	64
IV.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	66
4.1	CONCLUSIONES	66
4.2	RECOMENDACIONES	68
5.	PROPUESTA	70
5.1.	TÍTULO	70
5.2.	ANTECEDENTES DE LA PROPUESTA	70
5.3.	JUSTIFICACIÓN	71
5.4.	OBJETIVOS	72
5.4.1.	<i>Objetivo General</i>	72
5.4.2.	<i>Objetivos Específicos</i>	72
5.5.	FUNDAMENTACIÓN	73
5.5.1.	FACTIBILIDAD	73
5.6.	ESTUDIO TÉCNICO	73
5.6.1.	<i>Tamaño de la Empresa</i>	73
5.6.2.	<i>Requerimiento de espacio físico del proyecto</i>	74
5.6.3.	<i>Presupuesto de activos fijos</i>	77
5.6.4.	<i>Localización de la Empresa</i>	78
5.6.4.1.	<i>Macro Localización</i>	78
5.6.4.2.	<i>Micro Localización</i>	78
5.6.5.	<i>Ingeniería del proyecto</i>	80
5.6.5.1.	<i>Procesos</i>	80
5.6.6.	<i>Organización de la empresa</i>	85
5.7.	PROCESO LOGÍSTICO	86
5.7.1.	DATOS DEL EMBARQUE	86
5.7.2.	CALCULO DEL CUBICAJE	87
5.8.	EVALUACIÓN ECONÓMICA Y FINANCIERA	90
5.8.1.	INVERSIÓN INICIAL	90
5.8.2.	PROYECCIÓN DE COSTOS	91
5.8.3.	PROYECCIÓN DE GASTOS	91
5.8.4.	ESTADOS FINANCIEROS	92
5.8.4.1.	BALANCE GENERAL	92
5.8.4.2.	ESTADO DE RESULTADOS	93
5.8.5.	FLUJOS DE EFECTIVO, VAN, TIR	94
5.8.6.	PUNTO DE EQUILIBRIO	96
6.-	BIBLIOGRAFIA	- 97 -
7.	ANEXOS	- 100 -

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla No.1	Delimitación.....	-6-
Tabla No.2	Fundamentación Legal.....	-12-
Tabla No.3	Teorías utilizadas en la investigación.....	-13-
Tabla No.4	Metodología de la investigación.....	-16-
Tabla No.5	Operacionalización de las variables.....	-19-
Tabla No.6	Indicadores Básicos de España.....	-22-
Tabla No.7	PIB España.....	-23-
Tabla No.8	Evolución PIB España anual y per cápita.....	-23-
Tabla No.9	Población de España.....	-24-
Tabla No.10	Distribución por edades.....	-25-
Tabla No.11	Crecimiento de la Población.....	-25-
Tabla No.12	Índice Inflacionario de España.....	-26-
Tabla No.13	Balanza Comercial Ecuador- España.....	-28-
Tabla No.14	Indicadores Económicos de España.....	-29-
Tabla No.15	Normas de exportación.....	-30-
Tabla No.16	Barreras arancelarias.....	-30-
Tabla No.17	Infraestructura de Transporte en España.....	-32-
Tabla No.18	Perfil de oportunidades y amenazas del medio.....	-35-
Tabla No.19	Resumen POAM.....	-36-
Tabla No.20	Consumidores de Café.....	-39-
Tabla No.21	Importaciones de Café en España.....	-43-
Tabla No.22	Exportaciones de Café.....	-44-
Tabla No.23	Precios Internacionales.....	-46-
Tabla No.24	Principales Exportadores Mundiales de Café.....	-47-
Tabla No.25	Barreras no Arancelarias.....	-50-
Tabla No.26	Norma Técnica.....	-50-
Tabla No.27	Indicadores Básicos Ecuador.....	-51-
Tabla No.28	Balanza Comercial Ecuador.....	-52-
Tabla No.29	Superficie dedicada al café en el Carchi.....	-53-
Tabla No.30	Destino de las exportaciones Café Ecuador.....	-54-
Tabla No.31	Ficha técnica del producto.....	-56-
Tabla No.32	Café de calidad.....	-56-
Tabla No.33	Producción anual de café.....	-59-
Tabla No.34	Producción de café en Maldonado.....	-62-
Tabla No.35	Análisis FODA.....	-63-
Tabla No.36	Demanda efectiva.....	-64-
Tabla No.37	Producción de Maldonado.....	-65-
Tabla No.38	Proyección de la demanda insatisfecha.....	-66-
Tabla No.39	Tamaño de la empresa.....	-74-
Tabla No.40	Espacio de la empresa.....	-77-
Tabla No.41	Administración.....	-78-
Tabla No.42	Activos fijos.....	-78-

Tabla No.43	Localización óptima de la empresa.....	-80-
Tabla No.44	Información básica del producto.....	-87-
Tabla No.45	Información básica del embarque.....	-88-
Tabla No.46	Calculo de cubicaje.....	-88-
Tabla No.47	Análisis total costo, tiempo país de exportación.....	-89-
Tabla No.48	Análisis total costo, tiempo en el transito I.....	-90-
Tabla No.49	Análisis total costo tiempo en el país de M.....	-90-
Tabla No.50	Inversión inicial.....	-91-
Tabla No.51	Estructura de financiamiento.....	-91-
Tabla No.52	Costos proyectados	-92-
Tabla No.53	Gastos administrativos.....	-93-
Tabla No.54	Gastos de exportación.....	-93-
Tabla No.55	Balance general con financiamiento.....	-94-
Tabla No.56	Estado de resultados con financiamiento.....	-95-
Tabla No.57	Flujo de efectivo con financiamiento.....	-96-
Tabla No.58	Punto de equilibrio con financiamiento.....	-97-
Tabla No.59	Información adicional.....	-101-
Tabla No.60	Costos país de origen.....	-102-
Tabla No.61	Costos Transito internacional.....	-103-
Tabla No.62	Costos país de destino.....	-104-
Tabla No.63	Activos fijos.....	-105-
Tabla No.64	Capital de trabajo.....	-105-
Tabla No.65	Gastos de constitución.....	-105-
Tabla No.66	Estado de Resultados - Sin Financiamiento.....	-106-
Tabla No.67	Flujos de Efectivo - Sin Financiamiento.....	-107-

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico No. 1	Producto Interno Bruto.....	-23-
Gráfico No. 2	Tasa de crecimiento de la población.....	-25-
Gráfico No. 3	Distribución Mercado del café.....	-40-
Gráfico No. 4	Motivos de consumo de café.....	-41-
Gráfico No. 5	Importaciones de España de café (TN).....	-42-
Gráfico No. 6	Crecimiento de las importaciones.....	-44-
Gráfico No. 7	Exportaciones de Café en España.....	-45-
Gráfico No. 8	Producción Internacional de Café.....	-47-
Gráfico No. 9	Rendimiento de la producción de café.....	-48-
Gráfico No. 10	Distribución de la producción de café en el Ecuador.....	-54-
Gráfico No. 11	Cadena productiva del Café.....	-57-
Gráfico No. 12	Comercialización de café en el Carchi.....	-60-
Gráfico No. 13	Distribución física de la empresa.....	-75-
Gráfico No. 14	Distribución física de la oficina comercialización.....	-76-
Gráfico No. 15	Localización de la Empresa.....	-78-
Gráfico No. 16	Localización optima de la Empresa.....	-80-
Gráfico No. 17	Diagrama de Procesos.....	-80-
Gráfico No. 18	Organigrama Estructural.....	-85-

RESUMEN EJECUTIVO

Esta investigación está enfocada en el análisis de la demanda de café orgánico producido en la parroquia de Maldonado - Ecuador orientada hacia el mercado español, analizando la situación actual de los productores, así como también al consumidor en España donde se determinan los requerimientos económicos, tecnológicos, sociales y ambientales dando así resultados positivos para la investigación.

El objetivo de este estudio es determinar si el mercado español es un potencial consumidor del café ecuatoriano, analizando aspectos importantes como gustos, preferencias, ingresos económicos, tomando como base información primaria y secundaria, aprovechando las oportunidades de acceso a un mercado internacional, en este caso el español.

España otorga tarifas preferenciales a las importaciones a través de Sistema General Preferencial SGP, de las cuales se beneficia el Ecuador, facilitando la exportación de café a España excepto de aranceles.

El clima subtropical en Maldonado, y la altura de 1200 metros sobre el nivel del mar, se prestan perfectamente para el cultivo de un buen café, además los cultivos se producen sin químicos para llegar a un producto orgánico, sano y aromático.

El consumidor español es más sensible para aspectos sociales y ambientales, aspecto favorable para el proyecto ya que el café producido en la parroquia de Maldonado es libre de químicos muy apreciado en el mercado español.

Palabras clave: café orgánico, potencial consumidor, café ecuatoriano, tarifas preferenciales.

ABSTRACT

This research is focused on the analysis of the demand for organic coffee in the parish of Maldonado, Ecuador with a focus on the Spanish market, analyzing the current situation of the producers as well as consumers also in Spain where they determine the economic requirements, technological, social and environmental well giving positive results for research.

The aim of this study is to determine if the Spanish market is a potential consumer of Ecuadorian coffee, analyzing important aspects such as tastes, preferences, income, etc. based on primary and secondary information, and taking advantage of opportunities for access to an international market, in this case the Spanish.

Spain grants preferential tariffs to imports through Preferential GSP General System of which benefits the Ecuador, facilitating the export of coffee to Spain other than tariffs.

The subtropical climate in Maldonado, and the height of 1200 meters above sea level, is ideally suited for growing a very good coffee. In addition, crops are grown without chemicals to reach an organic, healthy and aromatic.

The Spanish consumer is more sensitive to social and environmental aspects, favorable aspect for the project because the coffee produced in the parish of Maldonado in chemical free.

Keywords: organic coffee, consumer potential, Ecuadorian coffee, preferential rates.

QUICHUA

kay investigación tiyan enfocada pi shukrikuy pak ta demanda pak café© kikinta producido pi jatun-kawsay pak Maldonado Ecuador orientada man ta mercado español yuyarisha ta situación mushuk pak pron productores asi tunu pash man consumidor pak España pron se determinan pron requerimientos económicos, tecnológicos sociales pashkuna ambientales kusha kashna resultados positivos pronkuna ta investigación.

ta rikuyku pak pron estudio kan rimanakuy ari ta mercado español kan shuk potencial consumidor pak café yuyarisha aspectos jatunkuna tunu gustos preferencias ingresos económicos, upiyasha tunu sinchiku willanakuy primaria pash secundaria aprovechando prsha oportunidades pak acceso ta shuk mercado internacional pi pron rurana ta español.

España otorga palakuna preferenciales takuna pron importaciones takuna través pakkuna Ilika General Preferencial pak pron cuales se beneficia takuna Ecuador facilitando sha llukshichinakuy pak café ta España excepto pak aranceles.

ta clima subtropical pi Maldonado pash ta palatu pak 1200 tatikuna jawapi ta nivel pak mama-kucha se prestan perfectamente pron ta cultivo pak shuk alli café ashtawan pron cultivos se producen illakkuna químicos pron paktamuna ta shuk kapu kikinta sano pash aromático.

ta consumidor español kan ashtawan sensible pron aspectos sociales pashkuna ambientales aspecto yanapak pron ta yuyakta ña iwka ta café© producido pi jatun-kawsay pak Maldonado kan surkishka pak químicos yapakuna apreciado pi mercado español.

shimikuna clave: café© kikinta potencial consumidor café© ecuatoriano palakuna preferenciales.

INTRODUCCIÓN

La demanda de café orgánico en el mundo ha crecido significativamente ya que la producción orgánica constituye una alternativa sostenible, tanto en términos ecológicos, como económicos por ello se debe aprovechar el crecimiento poblacional del mercado meta en Madrid, España con demanda creciente de café; ciudad de consumo permanente de café.

Esta investigación contiene información primaria producto de un análisis obtenido con los productores de café de la parroquia Maldonado; así también información de fuentes secundarias sintetizada y organizada como libros, paginas especializadas de España y Ecuador.

En el capítulo I se establecen el planteamiento y formulación de problema así como también la formulación de los objetivos.

El Capítulo II se constituye de la fundamentación legal, filosófica y científica, que permitirá identificar la hipótesis con sus variables de estudio.

En el Capítulo III se expone la metodología de investigación para conocer los aspectos políticos, económicos, sociales, tecnológicos, el mercado, la oferta y la demanda de café orgánico.

El capítulo IV se establece conclusiones y recomendaciones del estudio de mercado pudiendo así tomar las mejores decisiones para el desarrollo del proyecto.

Finalmente el Capítulo V describe la propuesta aplicada al desarrollo del proyecto. “la demanda del café orgánico en el mercado español y la comercialización internacional desde la parroquia Maldonado de la provincia del Carchi”. Aquí se analiza la factibilidad del proyecto con un análisis financiero aplicado a la investigación y pertinente para el desarrollo del mismo.

I. EL PROBLEMA

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

Carchi es una provincia que vive de la agricultura y la ganadería, en las zonas más bajas, cálidas y abrigadas como la parroquia Maldonado, se cultiva café, caña de azúcar y una gran variedad frutícola.

Según el técnico del Gobierno Provincial del Carchi [GPC] Fayer Bracho indica que:

Este sector no se ha caracterizado por explotar de una manera adecuada sus productos en este caso el café orgánico, ya sea por falta de experiencia en la comercialización internacional por parte de los productores que únicamente comercializan a nivel local, por otro lado al no contar con un sistema de caminos vecinales con una adecuada infraestructura, los productores de esta zona se ven obligados a expender sus productos en filo de carretera en donde el intermediario se aprovecha del productor ofreciéndole precios bajos y encargándose de ser los exportadores del producto, también un factor muy importante es el económico ya que para que una empresa pueda exportar sus productos debe realizar ciertas investigaciones previas como un estudio de mercado y la demanda de dicho producto en el país escogido para la exportación y los productores no cuentan con estos recursos. (10/2012)

Es así que la búsqueda de nuevos mercados y los débiles procesos de capacitación a los productores de café han provocado que el producto no pueda llegar a mercados internacionales más amplios.

Según Jorge Salcedo, presidente de la Asociación Nacional de Exportadores de Café [ANECAFÉ], “la única manera de ser totalmente autosuficientes es emprendiendo la ejecución de proyectos de alto alcance, que reactiven la caficultura nacional”. (04/2010)

Por ello, los sistemas de producción se desarrollan y fortalecen si se establecen con claridad los nichos de mercado a los cuales apuntan, donde estén definidas la oferta y demanda, convirtiéndose en el eslabón principal de cualquier cadena de producción y cadenas de valor.

En el caso de España, es un país donde se cultiva en muy pocas cantidades el café por lo que se ve obligado a importar gran cantidad de éste, por ello obliga a depender del fluctuante mercado internacional y por lo tanto cubrir la demanda con otros países productores de café.

“El acercamiento del café a la sostenibilidad está basado en los Objetivos de Desarrollo del Milenio de las Naciones Unidas, los cuales persiguen calidades de vida sostenibles, y posee una dimensión social, ambiental y económica”. (Federación Española del Café 2011, párr. 6)

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

Luego de establecer el planteamiento del problema la formulación está dada de la siguiente manera

”Como incide la demanda del café orgánico en el mercado español para la comercialización desde la parroquia Maldonado”

1.3. DELIMITACIÓN

Tabla No. 1
Delimitación de la investigación

Objeto de estudio	Demanda
Sujeto de estudio	Comercialización
Tiempo	Enero 2012- Agosto 2013
Área geográfica	Maldonado Ecuador, España
Grupo Objetivo	Las Golondrinas, industrias, consumidores de España

Fuente: Investigación propia
Elaboración: Fernanda pozo

1.4. JUSTIFICACIÓN

El café es uno de los productos orgánicos más exportados por los países en vías de desarrollo, en el caso del café orgánico es un producto de excelente calidad que se da en la parroquia de Maldonado y que necesita ser comercializado.

De acuerdo a información obtenida del técnico del Gobierno Provincial del Carchi [GPC]:

Los cafetos de esta zona se diferencian por ser cafés denominados de altura, con características organolépticas como su aroma, su sabor, su olor los cuales son sembrados en un rango altitudinal desde los 1 000 msnm hasta los 2200, bajo condiciones como, cultivos bajo sombra y sobre un sistema ecológico que no permite el uso de insumos agroquímicos, por lo que es un producto amigable con el medio ambiente. (04/2011)

Según Marcelo Meneses, en el *Diario Hoy* (04/2011) en diferentes ferias tanto en Ecuador como en Colombia el café orgánico ha dejado su huella y grata impresión en catadores, que incentivan a esta asociación para que amplíe la producción y posicione el producto.

En España obtuvo excelentes comentarios, incluso fue calificado como uno de los diez mejores del mundo, un dato muy relevante es que según el último informe sobre los Hábitos de Consumo de Café en España, realizado por la cadena, Café & Té (2012) indica:

La primera empresa importadora del mercado español por número de establecimientos especializados en café de calidad, desprende que el 63 por ciento de los españoles mayores de 15 años (unos 22 millones de personas) declara tomar al menos un café diario, así, los consumidores más habituales de café en España consumen un promedio de 3,6 cafés diarios entre semana. España es uno de los países europeos que importa y consume mayor cantidad de café, Siendo sólo superada por Alemana, Francia e Italia y quedando por delante de otros países como Suecia, Holanda y Gran Bretaña. (párr. 5)

Por lo tanto con el análisis oportuno de la demanda del mercado español se podrá internacionalizarlo, ya que la Asociación de productores agropecuarios ha experimentado un crecimiento progresivo, el mismo que exige implementar nuevas estrategias de producción y comercialización de este cultivo.

Por lo expuesto la trascendencia del problema tiene que ver con el aporte que este trabajo de investigación dará, a los mercados que demandan el café en este caso el café orgánico al mercado español.

En forma directa los beneficiarios son las familias que forman parte del proyecto y que trabajan promoviendo e impulsando el cultivo del café en la Parroquia de Maldonado, también se beneficiara al mercado español ya que con esta investigación se analizara la demanda de este mercado y se la podrá cubrir con las exportaciones que sean requeridas por dicho mercado.

En la época actual la globalización, y la competitividad que existe entre las empresas hace más difícil posicionar al producto en el mercado, sin embargo con las estrategias, el estudio minucioso y adecuado se podrá dar solución al problema planteado.

1.5. OBJETIVOS

1.5.1 Objetivo general

Determinar la demanda del café orgánico en el mercado español para la comercialización internacional desde la parroquia Maldonado de la provincia del Carchi.

1.5.2 Objetivos específicos

- Fundamentar documentalmente la demanda en el mercado y la comercialización internacional.
- Diagnosticar la oferta, demanda del café orgánico en el mercado español y comercialización por parte del sector productivo de Maldonado Provincia del Carchi.
- Realizar un estudio de factibilidad para la exportación de café orgánico por parte de los productores de la parroquia Maldonado que cubra parte de la demanda existente en el mercado español.

II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS.

En lo que respecta a los antecedentes investigativos se ha obtenido información tomando en cuenta los siguientes documentos:

En primera instancia consideramos una investigación realizada por el Gobierno Provincial del Carchi (2009) cuyo tema es el Fomento Agro productivo del café, en sistemas agroforestales y seguridad alimentaria, en los cantones Tulcán, Espejo, Bolívar y Mira de la provincia del Carchi. Este documento hace referencia al café como un importante producto básico de la economía mundial, su demanda en los últimos 5 años, además este proyecto va a fomentar la producción sostenible de las fincas potenciales en el cultivo de café, en sistemas agroforestales, con reforestación proyectiva y comercial, diversificación de los sistemas de producción y el fortalecimiento de la comercialización asociativa para contribuir a mejorar los ingresos, generar empleo y fortalecer la seguridad alimentaria de las familias, manteniendo armonía con el ambiente y conservando los recursos naturales, en el cantón Tulcán, Espejo, Bolívar y Mira.

Además se analizó una tesis de la Universidad Técnica Particular de Loja que sirvió de apoyo para la investigación, realizada por Cumbicos (2012) con el tema: Análisis sectorial del café en la Zona 7 del Ecuador. Dicha investigación se concentra en un análisis del comportamiento del café en la Zona 7 del Ecuador (El Oro, Loja y Zamora Chinchipe), utilizando para su estudio una muestra de 324 caficultores. Esta zona ubicada al sur del país, presenta condiciones agroecológicas y geográficas aptas para producir café de calidad; el 96% del cultivo es café arábigo; el 71% de caficultores sobrepasan los 45 años/edad; prevalecen productores que en promedio tienen de 1 a 2 hectáreas; existe una superficie cafetalera de 45.425 hectáreas y una producción estimada

de 115.000 quintales/año, la producción de café orgánico creció en un 80% en el 2011; y la zona representa el 0,53% de las exportaciones nacionales de café.

Como otra referencia base se identifica al Proyecto de la Escuela Superior Politécnica del Litoral, Producción de Café Orgánico para Exportación, como una nueva alternativa Comercial para Ecuador, elaborado por Columbus y Pulgarín (2002). Este proyecto se basa en la producción de café orgánico, escogiendo como especie de café a cultivar el arábigo en un sector de la provincia de Manabí por las condiciones climáticas y por gozar de tierra arcillosa arenosa, que convierten a la zona en ideal para cultivar café. En el desarrollo del proyecto se destacan inicialmente los aspectos generales del café y la situación actual de la oferta interna y externa, además se trata los aspectos técnicos del producto, con un análisis de mercado, detallando los aspectos económicos y financieros del proyecto.

2.2. FUNDAMENTACIÓN LEGAL

Tabla No. 2

Documento	Descripción
Constitución Política del Estado ecuatoriano (2008)	Art. 284.- Sistema económico y política económica, Asegurar una adecuada distribución del ingreso y de la riqueza nacional. Incentivar la producción nacional, la productividad y competitividad.
	Art. 306.- El estado promoverá las exportaciones en especial las exportaciones d los pequeños productores.
	Art. 319.- El Estado promoverá las formas de producción que aseguren el buen vivir de la población y desincentivará aquellas que atenten contra sus derechos o los de la naturaleza; alentaré la producción que satisfaga la demanda interna y garantice una activa participación del Ecuador en el contexto internacional.
	Art. 337.- El estado promoverá el desarrollo de infraestructura para el acopio, transformación, transporte, y comercialización de productos para la satisfacción de las necesidades básicas internas
Código Orgánico de la Producción e Inversiones. (COPCI)	Título IV Art. 93.- Fomento de las exportaciones.
	Art. 158.- Régimen aduanero que permite la salida definitiva de mercancías en libre circulación, fuera del territorio aduanero comunitario.
Sistema Generalizado de Preferencias (SGP) de la Unión Europea.	Ecuador es beneficiado para exportar a la unión europea con un beneficio del 100% del gravamen aduanero para casi el 90% de las exportaciones.
Plan general del desarrollo del Buen Vivir 2009 -2013	Objetivo 11.- Promover y facilitar el comercio de exportaciones nacionales.

Fuente: Investigación de campo, 2012

Elaborado: Fernanda Pozo

2.3 MARCO TEÓRICO

2.3.1 Teorías Utilizadas en la Investigación

Tabla No. 3

TEORÍA	CARACTERÍSTICA	Relación con la investigación
NUEVA TEORÍA DEL COMERCIO INTERNACIONAL (Jiménez, 2009)	Analiza aspectos tales como la estructura de la demanda interna como prerequisite para la exportación, la influencia de la estructura de los mercados interiores sobre los flujos del comercio internacional, el incremento del comercio internacional sobre la eficiencia técnica y las economías de escala o la interrelación entre el comercio internacional y diferenciación del producto.	Esta teoría hace referencia al estudio de este proyecto ya que va a analizar la demanda interna del café para su exportación al mercado español.
MERCANTILISTA (Mun, 1996)	Esta teoría habla sobre la importancia de vender más de lo que se compra, con la idea de enriquecer al país y, afirmando que la única forma posible es a través del Intercambio con otros países, es decir, que el Comercio Exterior era el principal medio que tenía una nación para enriquecerse, es decir venderle al resto de los países más de lo que se compra; la forma de conseguirlo debía ser fomentando la Industria nacional.	Con esta teoría mercantilista es muy importante analizar que las exportaciones son de gran importancia para el país y en este caso para la tesis, ya que basados en esta teoría se lograra la comercialización internacional del café.

Fuente: Investigación de campo, 2012

Elaborado: Fernanda Pozo

2.3.2. VOCABULARIO TÉCNICO

Demanda.- Se refiere a la cantidad, calidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos en los diferentes precios del mercado por un consumidor.

Comercialización.- Poner a la venta un producto o darle las condiciones y vías de distribución para su venta.

Café Orgánico.- El Café Orgánico es producido con métodos que preservan los suelos y prohíben el uso de químicos sintéticos.

Producción.- Producción consiste en la creación de productos o servicios y, al mismo tiempo, la creación de valor.

Cosecha.- En agricultura la cosecha se refiere a la recolección de los frutos, semillas u hortalizas de los campos en la época del año en que están maduros.

Oportunidad de alto impacto.- Son las posibilidades concretas y seguras de ingresar al mercado tanto en aspectos políticos económicos y sociales.

Oportunidad de alto medio.- Son las posibilidades de ingresar al mercado pero pueden variar algún de los aspectos políticos económicos y sociales.

2.4. IDEA A DEFENDER

La realización de un estudio de factibilidad para la exportación de café orgánico al mercado español facilitará la comercialización internacional desde la parroquia Maldonado de la provincia del Carchi.

2.5. VARIABLES.

Variable Independiente: Demanda

Variable Dependiente: Comercialización

III. METODOLOGÍA.

Tabla No. 4
Metodología de la Investigación

	COMPONENTES
3. METODOLOGÍA	<p>Para el desarrollo y ejecución de esta investigación se usó el método científico ya que se realizó una investigación de campo para obtener información sobre las variables a través de: encuestas, entrevistas, observaciones, que permita recolectar información conocer su situación actual, analizar e interpretar la problemática y orientar los resultados a las alternativas de solución.</p> <p>Es una investigación descriptiva que a través de la recolección, proceso y análisis de información sobre el producto, proveedores, consumidores e intermediarios, facilita la descripción de los procesos de comercialización nacional e internacional, características del producto, gustos y preferencias del consumidor entre otros; interpretación de los hechos que ayuden a proponer la comercialización de café orgánico desde Maldonado hacia España.</p>
3.1 MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN	<p>La modalidad de investigación es cuantitativa ya que nos permite generalizar los resultados al universo de estudio, facilita el control de los fenómenos del entorno, así como un punto de vista de magnitudes de estos pudiendo realizar comparaciones con estudios similares. Se considerarán en el estudio indicadores como: población y muestra, volúmenes de compras y ventas, producto, precios, estimaciones futuras.</p> <p>Se considera también de modalidad cualitativa ya que se analizará las características del consumidor (gustos, preferencias, prioridades), hábitos de los productores e intermediarios, así como las políticas nacionales e internacionales que influyan sobre la producción, comercialización e internacionalización de los negocios, facilitando con esta información comparar con otros escenarios comerciales de mejor desempeño para adoptar y replicar en nuestra propuesta. Esta modalidad favorece llegar a una profundidad de los datos, dispersión, contextualización del entorno, detalles y experiencias irrepetibles.</p> <p>Estas modalidades de investigación aportarán al desarrollo del estudio de mercado propuesta (capítulo III y capítulo V)</p>
3.2 TIPO DE INVESTIGACIÓN	<p>Es un tipo de investigación aplicada que utiliza los conocimientos obtenidos para proponer casos o modelos específicos para la puesta en marcha de una empresa o institución con la finalidad de lograr una mejora en favor del entorno. En este estudio se procura realizar una evaluación de la factibilidad técnica y económica que oriente a lograr un desarrollo sustentable y sostenible.</p>

	<p>A través de una investigación exploratoria se obtuvo información de primera mano que orienta a conocer la realidad del problema investigado, sus bondades y deficiencias a raíz de las cuales se tomó como base elementos para plantear el problema y la metodología investigativa.</p> <p>Se realizó además una investigación bibliográfica, ya que con la revisión de libros temáticos, revistas y páginas web oficiales de organismos nacionales e internacionales se logró obtener información relevante de la normativa técnica y legal que sustente la información obtenida de la investigación exploratoria.</p>
<p>3.3 POBLACIÓN</p>	<p>Al tratarse de una investigación a un mercado internacional y debido a costos y dificultades logísticas se hace difícil investigar al consumidor final de España, por ende sustenta principalmente en el análisis documental de estudios de mercado o fichas técnicas de productos y mercados disponibles en Pro Ecuador, Banco Central del Ecuador, Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, para establecer la oferta y demanda insatisfecha.</p> <p>En lo que respecta al canal de comercialización a usar se trabajará en función de un muestreo por conglomerados, tomando en cuenta al sector industrial cafetero de España.</p>

Fuente: Investigación de campo, 2012

Elaborado: Fernanda Pozo

3.4 OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

Tabla No.5

IDEA A DEFENDER: La realización de un estudio de factibilidad para la exportación de café orgánico al mercado español facilitara la comercialización internacional desde la parroquia de Maldonado en la provincia del Carchi						
VARIABLES	ÍNDICES	INDICADORES	ÍTEMES	TÉCNICA	INSTRUMENTO	INFORMANTE
VI: DEMANDA	ENTORNO (PERFIL DE OPORTUNIDADES Y AMENAZAS DEL MEDIO)	Socioeconómicos	¿Cuál es la situación del PIB en España? ¿Cuál es el índice inflacionario de España? ¿Cuál es el índice de riesgo país de España? ¿Cómo está constituida la población de España? ¿Cuál es el índice de crecimiento de la población de España? ¿Cuál es la distribución de los ingresos de los habitantes?	Fichaje (Análisis linkográfico, bibliográfico)	Fichas	Internet: archivos, sitios web. Acervo documental: libros, revistas, catálogos, periódicos, etc.
		Políticos	¿Cuál es la política comercial frente a las Importaciones (Acuerdos comerciales)? ¿Cuál es la política económica frente a la importación/Exportación? ¿Cuál es la balanza comercial?			
		Legales (Medidas Arancelarias, No Arancelarias)	¿Existen barreras arancelarias para la importación de café? ¿Existen barreras no arancelarias para la importación de café? ¿Cuál es empaque y embalaje requerido para comercializar café? ¿Qué normas de marcado y etiquetado se requieren?			
	MERCADO	Demanda	¿Cuál es el perfil del consumidor? ¿Cuáles son los potenciales consumidores? ¿Cuál es el nivel de aceptación de productos importados? ¿Cuál es el nivel de aceptación de productos ecuatorianos?			
		Oferta	¿Cuál es la situación actual de las importaciones y exportaciones? ¿Existe producción nacional / local? ¿Cuál es la demanda insatisfecha? ¿Cuál es el precio referencial del producto en el mercado de destino? ¿Cuál es la competencia internacional? ¿Cuál es el Canal de distribución?			

VD: COMERCIALIZACIÓN	ENTORNO	Político / legal (medidas arancelarias, no arancelarias)	¿Cuál es la política económica / comercial? ¿Existen barreras arancelarias para la exportación de café? ¿Existen barreras no arancelarias para la exportación de café? ¿Cuál es la balanza comercial?	Fichaje Observación Entrevista (Análisis linkográfico, bibliográfico)	Fichas cuestionario	Internet: archivos, sitios web. Acervo documental
		Factores socio económico Grupo ofertante	¿Cuál es la situación actual de Ecuador? ¿Cuál es la situación actual del sector ofertante? ¿Cuál es el tamaño de la población ofertante?			
	PRODUCTO / OFERTA	Características del producto Oferta exportable	¿Cuál son las características del producto? ¿Cuáles son los proveedores del sector? ¿Cuál es la oferta del sector productor? ¿Cuál es el nivel de aceptación para la exportación?	Fichaje Observación Entrevista	Fichas Cuestionario	Productores
1	LOGÍSTICA	Canal de distribución Red de transporte Proceso logístico	¿Cuáles son las características del embarque? ¿Cuál es la red de transporte adecuada para llegar a España? ¿Cuáles son los costos en origen, en transporte y en destino?	PROPUESTA		
2	ESTUDIO DE FACTIBILIDAD		Estudio técnico Estudio financiero Proceso logístico	PROPUESTA		

Fuente: Investigación de campo, 2012

Elaborado: Fernanda Pozo

3.5 RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

Para la recolección de información se realizó una investigación de campo en lo relacionado con proveedores e intermediarios, para conocer características del producto, procesos de producción y comercialización actuales. A través de la revisión documental se pudo identificar el mercado al que vamos a dirigir el producto, así también permite conocer los principales competidores. Se tomó en cuenta instrumentos como el cuestionario a utilizar, el fichaje, la búsqueda de información por medio de investigación científica, así mismo fue necesario en las instancias iniciales del estudio realizar una investigación exploratoria para establecer las ideas previas del problema a analizar.

3.5.1 Plan de procesamiento y análisis de la información

Para el procesamiento tabulación y análisis se utilizó el programa informático SPSS esta herramienta permitió establecer indicadores que son base para el desarrollo del proyecto.

3.5.2 Métodos, Técnicas e Instrumentos de Investigación

La encuesta permitió la obtención sistemática de información en la que el investigador pregunta a los involucrados datos relevantes para el proyecto, posteriormente reúne dichos datos para generar agregaciones o desagregaciones en los análisis. Esta técnica se aplica al caso en donde el universo sea superior a treinta individuos y por ende es necesario la aplicación de una muestra, regularmente se aplica al consumidor final, sin embargo por temas logísticos y costos al tratarse de una población ubicada en España no se aplicó dicha técnica.

También fue necesario la aplicación de entrevistas a los productores e intermediarios de este sector ya que la población investigada es menor a 30 individuos, por ende no fue necesario el cálculo de una muestra y se buscó ampliar información recolectada a través de entrevistas.

3.6 PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

3.6.1 ANÁLISIS DE LA DEMANDA (ESPAÑA)

3.6.1.1 Factores Socio, Económicos

Tabla No.6
Indicadores Básicos de España

FACTOR	INDICADOR	VALOR
DEMOGRAFÍA	Población (est. Julio 2012)	47,042,984
	Tasa de Crecimiento poblacional (est. 2012)	0.65%
	Índice de Desarrollo Humano (2011)	0.878 (Puesto
PRODUCCIÓN	PIB (Billones*, est. 2011)	USD 1.49
	PIB per cápita(dólares, 2011 est)	31,673
	Crecimiento del PIB (tasa de crec.) real, est. 2011)	0.8%
	Composición del PIB por Sector	
	Agricultura	3.3%
	Industria	25.8%
Servicios	70.9%	
PRECIOS	Inflación anual (est. 2011)	3.1%
MONEDA	Moneda	Euro
	Tipo de Cambio (Euros por dólar) 2011	0.7107
EMPLEO	Tasa de desempleo (% del total de la fuerza de	20.8%

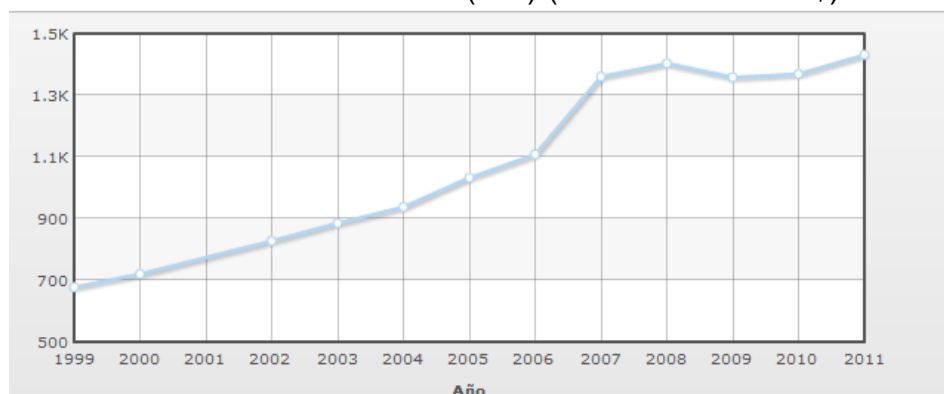
Fuente: The World Factbook, actualización al 19 septiembre 2012

Elaborado: Fernanda Pozo

España muestra un elevado nivel poblacional, con una tasa de crecimiento de 0.65%, posee un PIB de 1.49 billones y un crecimiento del 0.8 % e inflación de 3.1%.

a. PIB de España

Gráfico No.1
Producto Interno Bruto (PIB) (miles de millones \$)



Fuente: The World Factbook, actualización al 19 septiembre 2012
Elaborado: Fernanda Pozo

Tabla No.7
PIB de España

Country	2000	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
España	720,8	828	885,5	937,6	1.033	1.109	1.361	1.403	1.359	1.369	1.432

Fuente: CIA WorldFactbook - 19 de enero de 2012
Elaborado: Fernanda Pozo

Tabla No.8
Evolución PIB España- anual y per cápita

Año	PIB Mill.€	Var. Anual	PIB Per C.	Var. Anual
2004	841.294 €	3,30%	19.700 €	5,90%
2005	909.298 €	3,60%	21.000 €	6,60%
2006	985.547 €	4,10%	22.400 €	6,70%
2007	1.053.161 €	3,50%	23.500 €	4,90%
2008	1.087.788 €	0,90%	23.900 €	1,70%
2009	1.048.060 €	-3,70%	22.800 €	-4,60%
2010	1.048.883 €	-0,30%	22.800 €	0%
2011	1.063.355 €	0,40%	23.100 €	2,20%
2012	1.049.525 €	-1,40%	22.700 €	-1,70%

Fuente: Datosmacro.com
Elaborado: Fernanda Pozo

Según datos identificados en la tabla se puede decir que existe un crecimiento constante del PIB durante los años 2004 hasta 2008 posteriormente existe una disminución hasta el año 2011 debido a la crisis económica de ese país, que luego empieza a recuperarse visualizando a un país con posibilidades económicas adecuadas como exportadores.

b. Población en España

Tabla No. 9
Población en España

Country	2007	2008	2009	2010	2011	2012
España	40.448.190	40.491.050	40.525.000	46.505.960	46.754.780	47.042.980

Fuente: CIA WorldFactbook, información correcta hasta Enero 1, 2011

Elaborado: Fernanda Pozo

Tal como indica la tabla se puede observar que existe un crecimiento poblacional es así que desde el año 2010 su incremento es más acelerado este es un factor muy importante a la hora de la puesta en marcha del proyecto ya que existirá un número mayor de consumidores que demanden mayor cantidad de bienes.

Según el Instituto Nacional de Estadística (IE) (2012), “España tiene una población de 47.042.980 habitantes, Se trata del quinto país más poblado de la Unión Europea; sin embargo, su densidad de población (93,51 hab/km² según INE 2011)” (parr. 2)

La mayoría de las poblaciones con más de 10.000 habitantes se encuentran en la costa levantina, Barcelona y Valencia, además de otras provincias como: Sevilla, La Coruña, Asturias, Cádiz, Murcia y Pontevedra. (...) la mejora de las comunicaciones, debido a la necesidad de enlazar Madrid con la costa, ha proporcionado a estas provincias del interior buenas perspectivas, ya que es posible vivir en ellas y trabajar en los grandes centros, como ha ocurrido en el caso de Ciudad Real Madrid y Sevilla. (...) El 78% de los españoles viven en núcleos urbanos. Pero en los últimos tiempos se han detectado fenómenos de dispersión en torno a las grandes ciudades. Son personas que huyen de la aglomeración urbana pero que no desean alejarse mucho, en general están dentro del isócrono de los 30 minutos. Son personas que tienen un nivel adquisitivo por encima de la media, ya que necesitan el coche privado para desplazarse. En general, van buscando vivir en un entorno algo más natural, y a ser posible con un precio del suelo más barato, aunque en muchas de las urbanizaciones que se construyen esto no está conseguido, y encima faltan servicios. (INE de España, 2010, parr. 1-3)

España es el quinto país más poblado de la Unión Europea y un alto concentración de la población en las zonas urbanas donde se desarrolla las mayores actividades económicas.

Tabla No.10
Distribución por edades

AÑOS	%	HOMBRES	MUJERES
0 - 14	15,1	3.646.614	3.435.311
15 - 64	67,7	16.036.556	15.637.090
65 o más	17,1	3.389.681	4.609.532

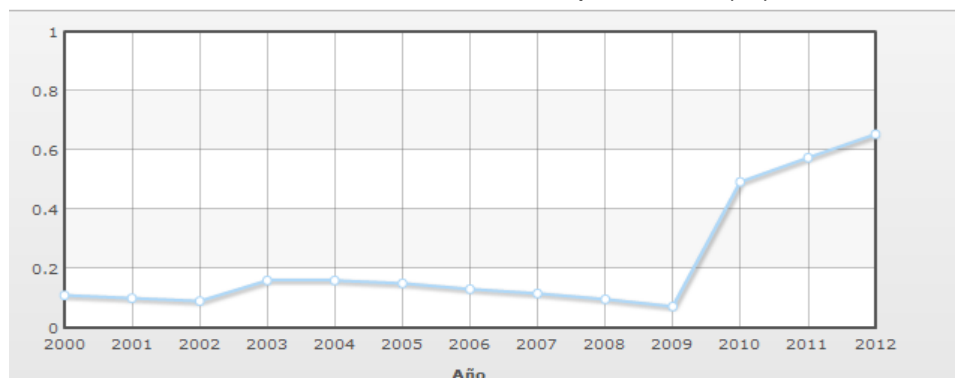
Fuente: CIA World Factbook

Elaborado: Fernanda Pozo

Se observa una mayor concentración de la población en las edades de 15 a 64 años, por ende se podría indicar que es una condición factible para el proyecto ya que podrían estar en disposición de consumir café, las poblaciones concentradas en los grupos de 0 a 14 años, así como las concentradas en 65 años o más no fueron consideradas en el análisis por tendencia de consumo de no preferencia por el producto.

c. Tasa de crecimiento de la población

Gráfico No.2
Tasa de crecimiento de la población (%)



Fuente: CIA World Factbook, información correcta hasta Enero 1, 2011

Elaborado: Fernanda Pozo

Tabla No.11
Crecimiento de la población de España

Country	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
España	0,1	0,09	0,16	0,16	0,15	0,13	0,12	0,1	0,07	0,49	0,57	0,65

Fuente: CIA WorldFactbook, información correcta hasta Enero 1, 2011

Elaborado: Fernanda Pozo

De acuerdo a la tabla España ha ido incrementando su población aspecto que favorece a la elaboración del proyecto ya que se incrementara la demanda de consumo de café.

d. Índice Inflacionario de España

Tabla No.12
Índice Inflacionario de España (%)

Country	2000	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
España	3,4	3	3	3,2	3,4	3,5	2,8	4,1	-0,3	1,3	3,1

Fuente: CIA World Factbook, información correcta hasta Enero 1, 2011
Elaborado: Fernanda Pozo

Como se puede observar España presenta un alto nivel poblacional, con un índice de crecimiento menor al 1% anual; índice de desarrollo humano de 0.878, crecimiento del PIB del 0.8% y un nivel de inflación del 3,1%, que se está recuperando en base del período de crisis a partir del 2008, lo que le hace visualizar cierta estabilidad económica del país.

Estos factores socio demográfico y económico permitirán identificar la capacidad adquisitiva de bienes y servicios, del país y sus habitantes, si bien la economía española se encuentra en crisis ésta se va recuperando de a poco desde el año 2011.

En España el PIB habría aumentado en 2011 un 0,7 %, tras sendos retrocesos en los dos años precedentes, ampliándose la brecha de crecimiento con respecto a los países centrales de la zona del euro. Se estima que detrás de esta evolución se encuentra una nueva contracción de la demanda interna (del 1,3 %), que se explica casi en su totalidad por la contribución negativa de la inversión en construcción por el retroceso consumo público. (Banco de España, 2012, p.3)

“La economía de España se ha venido recuperando y equilibrando gradualmente, afirmó hoy el Fondo Monetario Internacional (FMI)”. (CINU, 2011, parr. 1)

La economía española se ha enfrentado con un choque muy importante. El sector de la construcción, en particular, ha destruido muchos empleos. La reforma laboral va en la dirección adecuada. Pero el desafío del empleo en España, y sobre todo para los jóvenes es muy importante. Entonces se necesitan más reformas y reformas con amplio alcance. (CINU, 2011, parr. 4)

España es uno de los países europeos que pese a la crisis se ha ido recuperando esto se debe a las políticas económicas implementadas por el gobierno, aspecto positivo y favorable para el proyecto ya que se genera confianza y seguridad a la hora de realizar transacciones comerciales.

e. Distribución de ingresos

Los ingresos anuales medios por hogar en España están entre los 16.000 y los 24.000 euros. Sólo se supera esta barrera en el País Vasco, Madrid, Cataluña y Baleares. Los siguen la mayoría de hogares valencianos, asturianos y de las provincias costeras de Galicia, que tienen unos ingresos anuales medios de entre 21.000 y 24.000€. (Aplicaciones de Inteligencia Artificial [AIS], 2013, parr. 1)

La situación económica del consumidor español es un factor determinante dentro de la investigación, se puede establecer que sus ingresos anuales se encuentran entre 16.000 a 24.000 €

3.6.1.2 Factores políticos y legales

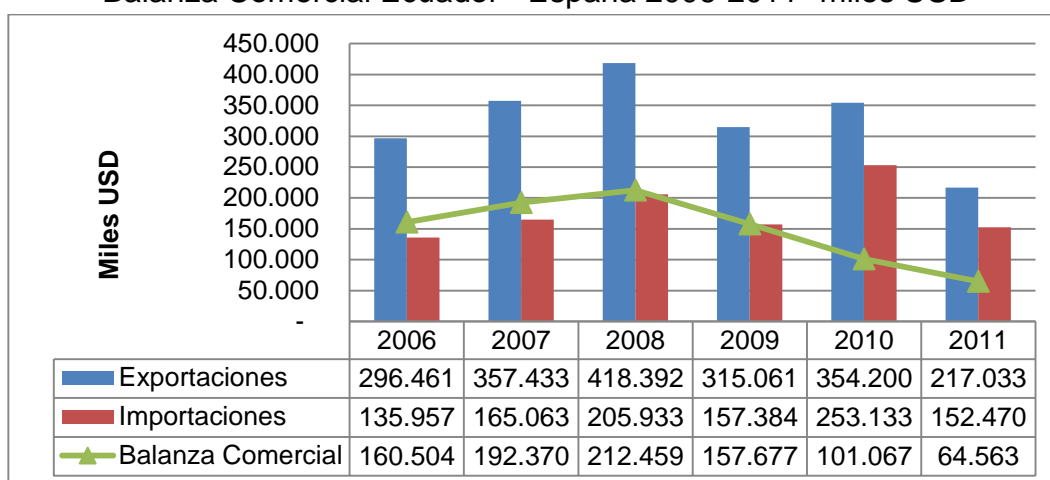
Para el desarrollo de la investigación es necesario identificar los factores políticos que pueden influir de manera directa o indirectamente en el proyecto. Con estos factores, podemos conocer que requerimientos se deben cumplir para poder ingresar al mercado español

A través de documentos oficiales como es la Guía Comercial de España (2011) se identificó que “España es una monarquía parlamentaria, con un monarca hereditario que ejerce como Jefe de Estado, el Rey de España, y un parlamento bicameral, las Cortes Generales, el partido político que gobierna a España es el Partido Popular. El programa político de este partido propugna la creación de empresas, y el apoyo a las exportaciones e importaciones”. (pág. 6)

Dentro de las políticas del estado de España se encuentra el fomento a las exportaciones e importaciones aspecto favorable para el proyecto ya que se cuenta con apoyo gubernamental.

De acuerdo a la Ficha Comercial del Reino de España, Pro Ecuador (2011) “El Ecuador ha exportado 429 subpartidas hacia España en el año 2010, en su mayor medida Conservas de pescado, Camarones, Atunes y Rosas, representando el 80% del total. La balanza Comercial Ecuador - España se ha mantenido favorable para el Ecuador durante los últimos cinco años, así como, para el primer semestre del 2011”. (p. 9)

Tabla No.13
Balanza Comercial Ecuador - España 2006-2011* miles USD



Fuente: Banco Central del Ecuador, BCE.

Elaborado: Fernanda Pozo

La balanza comercial del Ecuador frente a España se muestra favorable para nuestro país, pero debido a la crisis financiera mundial del año 2008 se produjo una disminución, en general, hemos exportado en mayor medida que lo que se ha importado a Ecuador desde España, siendo una razón fundamental para enfocar este tema al mercado español

De acuerdo a la política económica establecida por España encontramos los siguientes parámetros importantes:

Tabla No.14
Indicadores económicos de España

INDICADORES ECONÓMICOS	2011	2012	2013	2014	2015
Crecimiento real del PIB (% variación)	0,7	-1,7	0,2	1,4	1,8
Capacidad (+) o necesidad (-) de financiación de las AAPP	-8,5	-5,3	-3,0	-2,2	-1,1
Saldo presupuestario primario	-6,1	-2,2	0,2	1,0	2,0
Nivel de deuda bruta	68,5	79,8	82,3	81,5	80,8
Cap. (+) / Nec. (-) de financiación frente al resto del mundo	-3,4	-0,9	0,8	1,4	1,8

Fuente: Actualización del programa de Estabilidad, Reino de España
Elaborado: Fernanda Pozo

La tabla muestra el comportamiento de los indicadores económicos de España, visualizando que durante los próximos años existirá recuperación económica y crecimiento.

a. Acuerdos Suscritos por España y Ecuador

De acuerdo a la Ficha Comercial de España (2011) existe un sinnúmero de acuerdos comerciales a nivel mundial, sin embargo los acuerdos bilaterales entre España y Ecuador son:

- Acuerdo para la Promoción y Protección Recíproca de Inversiones entre el Reino de España y Ecuador.
- Programa de canje de deuda entre España y Ecuador.
- Convenio para evitar la doble imposición y prevenir la evasión fiscal en materia de impuestos sobre la renta y el patrimonio entre España y Ecuador.
- Convenio de Turismo
- Sistema Generalizado de preferencias (SGP)

Las exportaciones ecuatorianas se benefician del SGP+ (2009-2011), renovable indefinidamente en lo que respecta a las condiciones de acceso (Resolución del Parlamento Europeo número 45, del 21 de octubre de 2010, sobre las relaciones comerciales UE-América Latina 5 que tan solo pueden acceder 16 países. Éstos países han sido calificados para recibir estas preferencias adicionales porque cumplen una serie de criterios como el ser considerados “vulnerables” en términos de su tamaño o por la poca diversificación de sus exportaciones, así como haber suscrito e implementado 27 Convenciones Internacionales en materia de derechos humanos, condiciones laborales, desarrollo sostenible y gobernanza, entre otras. (pág. 11, 12)

Ecuador al mantener los beneficios del Sistema General Preferencial SGP en sus exportaciones, para el ingreso al mercado español necesita obtener un certificado de origen para exportar café al mercado español.

Tabla No.15
Normas para la Exportación de café

Normas de origen	Descripción
Resolución 426 del COMEXI	El Consejo Cafetalero Nacional COFENAC, será el encargado de otorgar el certificado de origen.
Reglamento para la Aplicación de un Sistema de Certificados de Origen de la Organización Internacional de Café	Especificaciones técnicas y formato para la elaboración del certificado de origen de la OIC.

Fuente: Organización Internacional del Café
Elaborado: Fernanda Pozo

b. Barreras Arancelarias

Para la importación de productos procedentes de Ecuador con la partida 09.01.11 se debe en primer lugar obtener y presentar el Certificado de Origen acorde con el acuerdo comercial respectivo.

Tabla No.16
Barreras Arancelarias del café

Partida Arancelaria	Descripción	Régimen Comercial	Tarifa	Equivalente Ad Valorem (estimado)
09.01.11	Café sin tostar, sin descafeinar	0.00%	0.00%	Tarifa preferencial para países beneficiarios del estímulo, para el desarrollo sostenible.

Fuente: Market Access Map
Elaborado: Fernanda Pozo

c. Barreras No Arancelarias

Según los datos obtenidos de PROECUADOR existen condiciones de acceso favorables para la comercialización de productos al mercado de España, ya que los productos ecuatorianos se benefician del SGP que expresa en su artículo 7, apartado 2, lo siguiente:

“Los derechos advalorem del arancel aduanero común sobre los productos clasificados en el anexo II como productos sensibles se reducirán 3,5 puntos porcentuales. Esta reducción será del 20% en el caso de los productos de las secciones XI (a) y XI (b)”. (Sistema Generalizado de Preferencias Arancelarias, 2005, parr. 3)

En tal sentido se necesita los siguientes requerimientos específicos para la exportación:

- Control de los contaminantes alimenticios en alimentos.
- Control de los residuos de plaguicidas en productos alimenticios de origen vegetal y animal.
- Control sanitario de los productos alimenticios de origen no animal.
- Etiquetado de productos alimenticios.
- Voluntario - Productos de producción ecológica.

“Los países contratantes de la Convención Internacional de Protección Fitosanitaria (CIPF) deben aplicar a la importación las exigencias fitosanitarias previstas por esta norma. En este caso, las Organizaciones Nacionales de Protección Fitosanitaria (ONPF) de los países exportadores a los países que aplican la norma, deben poner en marcha un dispositivo de control de conformidad de los embalajes de madera utilizados en la exportación.” (Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente 2010, parr. 2)

d. Requisitos de empaque, embalaje y etiquetado

La Directiva EC/013/2000 define los requisitos de etiquetado establecidos por los estados miembros de la UE. (...) La información del etiquetado general se debe presentar en un idioma comprendido por los consumidores, esto es de forma práctica en el idioma oficial del estado miembro en el que se va a vender el producto. La legislación establece la posibilidad de incluir múltiples idiomas para que el producto pueda ser comercializado en diferentes países. En lo que a las unidades se refiere se debe utilizar el sistema métrico internacional. (Pro Ecuador 2009)

De acuerdo a Agro negocios los aspectos por considerar en el etiquetado general son los siguientes:

- Nombre con el que se vende el producto
- Lista completa de ingredientes, enumerados en orden descendente según la cantidad presente del producto
- La cantidad de ciertos ingredientes o categorías de ingredientes
- La cantidad neta del contenido (peso, volumen)
- La fecha de vencimiento
- El nombre del fabricante, envasador o distribuidor
- Las instrucciones de uso y almacenaje
- La identificación del lote
- El país de origen

3.6.1.3 Factores Geográfico

Tabla No.17
Transporte utilizados en España

Portuaria	Aeroportuaria	Terrestre	Ferrovial
Algeciras Barcelona Valencia Bilbao	Alicante Barcelona Madrid-Barajas Málaga Palma de Mallorca Sevilla Valencia Zaragoza	Comprende, autopistas autovías, carreteras de doble calzada y carreteras convencionales	Comprende 17.074,1 km. Las empresas son gestionadas por ADIF, y FEVE y otras comunidades autónomas (FGC, Euskotren, FGV, SFM).

Fuente: Perfil Logístico de España, 2011

Elaborado por: Fernanda Pozo

a. Vía Marítima

Esta será la alternativa de acceso a España con el café ecuatoriano, ya cuenta con un excelente acceso al mar tanto en origen como en destino a través de sus instalaciones portuarias.

“La mayor infraestructura portuaria está ubicada en el Mediterráneo, con tres grandes puertos especializados en el manejo de contenedores, Algeciras, Barcelona, Valencia, mientras que en el Norte del país se encuentra el puerto de Bilbao.” (Perfil logístico de España. 2011, p. 5)

Para este proyecto el puerto de desembarque más idóneo será el de Valencia ya que posee la adecuada infraestructura para el transbordo de contenedores, se realizará el envío desde el puerto marítimo de Guayaquil.

BBC Chartering, CCNI, Mar global, Evergreen, Transavisa, desde Guayaquil sale transavisa entre otras operadoras del servicio de flete marítimo, el tiempo de tránsito varía entre 26 días a Valencia 31 a Bilbao y 36 a Barcelona, el precio de enviar un contenedor de 40 es aproximadamente USD 2,500 variable y sujeto a negociaciones y especificaciones. (Perfil logístico de España. 2011, p. 6)

3.6.1.4 Entorno Tecnológico

Según el documento de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones en la empresa española (2010), las TIC's “han desempeñado un papel clave en el desarrollo económico y social del tejido empresarial español, no sólo como palanca de modernización, sino también como elemento clave para la mejora de la competitividad, productividad e innovación”. (p. 11)

Un elemento indispensable a la hora de analizar el mercado meta es la tecnología la cual permite la comunicación entre el vendedor y comprador facilitando las comunicaciones, España ha desarrollado un impresionante sistema de telecomunicaciones logrando mejorar producción y competitividad empresarial.

“La penetración del ordenador alcanza en la actualidad el 92,2% del total de empresas en España, cifra que indica que su uso está prácticamente generalizado en el tejido empresarial. Además, presenta un incremento de 1,6 puntos porcentuales respecto a 2009”. (p. 15)

Que las empresas cuentan con un moderno sistema de telecomunicaciones facilita las transacciones comerciales con la mayoría de países del mundo, aspecto positivo para el proyecto, ya que permitirá una conexión rápida y segura al momento de realizar la exportación.

De acuerdo a Lores Serrano (diciembre, 2010), en su artículo *Aumenta levemente el grado de penetración de las TIC en el tejido empresarial español*, indica que “Respecto a los sistemas de infraestructura tecnológica utilizados en las empresas españolas destacan los de planificación y gestión de recursos (ERP), que se encuentran en el 16,2% de las entidades que disponen de ordenador”. (p. 7)

La tecnología se encuentra muy difundida en España en lo que respecta a disponer de ordenadores para la gestión y planificación, así como para los negocios, por ende las negociaciones se pueden manejar por esta vía siendo más económico aún si es por conexiones libres como las redes sociales.

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

La herramienta permite conocer e identificar cuáles son las oportunidades comerciales del café y que amenazas se debe de tomar en cuenta para la exportación de café a España.

Tabla No.18

PERFIL DE OPORTUNIDADES Y AMENAZAS DEL MEDIO					
		Oportunidad		Amenaza	
FACTORES SOCIOECONÓMICOS		Nivel	Pts.	Nivel	Pts.
PIB		Medio	2		
Riesgo país		Medio	2		
Inflación		Medio	2		
Población		Medio	2		
Tasa de crecimiento poblacional		Medio	2		
Distribución de los ingresos		Medio	2		
		Suma	12	Suma	0
		Promedio	2,00	Promedio	0
FACTORES POLÍTICOS		Nivel	Pts.	Nivel	Pts.
Política Comercial		Alto	3		
Política Económica		Medio	2		
Balanza Comercial		Alto	3		
		Suma	8	Suma	0
		Promedio	2,7	Promedio	0
FACTORES LEGALES		Nivel	Pts	Nivel	Pts
Barreras Arancelarias		Alto	3		
Barreras no Arancelarias				Bajo	1
Certificado Fitosanitario				Bajo	1
Envase, empaque y embalaje		Alto	3		
		Suma	6	Suma	2
		Promedio	3	Promedio	1
FACTORES GEOGRÁFICOS		Nivel	Pts	Nivel	Pts
Infraestructura de transporte		Alto	3		
Infraestructura en comunicación		Alto	3		
		Suma	6	Suma	0
		Promedio	3	Promedio	0
FACTORES TECNOLÓGICOS		Nivel	Pts	Nivel	Pts
Facilidad de acceso a la tecnología		Alto	3		
Velocidad en el desarrollo tecnológico		Alto	3		
Comunicaciones eficientes		Alto	3		
		Suma	9	Suma	0
		Promedio	3	Promedio	0
Ponderación	Alto = 3	Medio = 2	Bajo = 1		

Fuente: Gerencia Estrategia (2012)

Elaboración: Fernanda Pozo

Tabla No.19

RESUMEN POAM	Oportunidades	Amenazas
Factores Socioeconómicos	2,00	0
Factores Políticos	2,7	0
Factores Legales	3	1
Factores Geográficos	3	0
Factores Tecnológicos	3	0
Suma	13,7	1
Promedio	2,74	1

Fuente: Gerencia Estrategia (2012)

Elaboración: Fernanda Pozo

Análisis del Perfil de Oportunidades y Amenazas del Medio (POAM)

a. Factores socioeconómicos:

- Se identifica que el PIB de España ha ido incrementando convirtiéndose en una oportunidad de medio impacto, pese a la crisis que ha atravesado el país se ha establecido una estabilidad económica hasta el 2015 de acuerdo a sus perspectivas macroeconómicas.
- En cuanto al riesgo país, se aprecia que el gobierno español busca generar mayor apertura de mercados, facilitando sus relaciones comerciales que permita recuperar la confianza de la comunidad europea y mundial.
- El nivel de inflación está estrechamente relacionado con la capacidad adquisitiva del consumidor español, identificándose como una oportunidad de medio impacto debido a la estabilidad de precios.
- La población de España está en aumento lo que constituye una oportunidad de medio impacto, es así que se puede incentivar al consumo de café a nuevos consumidores.
- El crecimiento de la población representa una oportunidad de medio impacto ya que existe una buena masa poblacional pero el índice de crecimiento bajo implica pocos nacimientos, por ende la expectativa de crecimiento en el consumo también es regular.

b. Factores políticos:

- La política comercial de España es abierta a las importaciones mundiales y mantiene programas de liberación de tributos; busca una apertura hacia nuevos mercados permitiendo entonces que el café ingrese con 0% de arancel, por lo que se considera una oportunidad de alto impacto para este proyecto.
- La política económica constituye una oportunidad de medio impacto ya que debido a la crisis que afrontó existen deficiencias económicas, éstas gracias a la gestión estatal han ido mejorando continuamente.
- Ecuador mantiene una Balanza Comercial con España positiva, identificándose como una oportunidad de alto impacto concatenada con una creciente demanda de productos.

c. Factores legales:

- Las barreras arancelarias representan una oportunidad de alto impacto debido a que Ecuador se beneficia del Sistema General Preferencial (SGP) con la presentación del certificado de origen que libera el 100% del pago de tributos.
- Las barreras no arancelarias que constituyen la obtención del certificado fitosanitario, costos y tramitología necesaria, sumado a posibles plagas en la producción podría orientar al mercado español exigir o aumentar tales barreras, por ello se considera una amenaza de bajo impacto.
- El envase, empaque y embalaje requeridos para el ingreso al mercado español debe cumplirse la normativa exigida por la Unión Europea, que es de fácil ejecución por parte de Ecuador al tratarse de un commodity, por ende se considera una oportunidad de alto impacto.

d. Factores geográficos:

- Para el proyecto la infraestructura de transporte, así como la comunicación disponible es un factor determinante para un eficiente tránsito internacional del café hasta el mercado de español generando una alta oportunidad ya que existen empresas que prestan el servicio de transporte de manera eficaz y segura.

e. Factores tecnológicos:

- En cuanto a la parte tecnológica no existen inconvenientes ya que España se caracteriza por el uso intensivo de tecnología en sus operaciones, existen las facilidades suficientes de acceso y la velocidad de adaptación de las mismas es rápida dada su participación como país industrializado en el mercado global, convirtiéndose entonces en una alta fortaleza.

3.6.2 ANÁLISIS DEL MERCADO ESPAÑOL

Para la realización del proyecto es necesario desarrollar el estudio de mercado objetivo, donde se analizarán los indicadores más representativos e importantes de España.

3.6.2.1 Perfil del Consumidor

España es uno de los países de mayor importación de café donde ocupa el séptimo puesto a nivel mundial lo que visualiza un consumo permanente, constituyéndose en una oportunidad favorable para el proyecto.

Tabla No.20
Consumidores de Café

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

Fuente: TradeMap

Elaborado: Fernanda Pozo

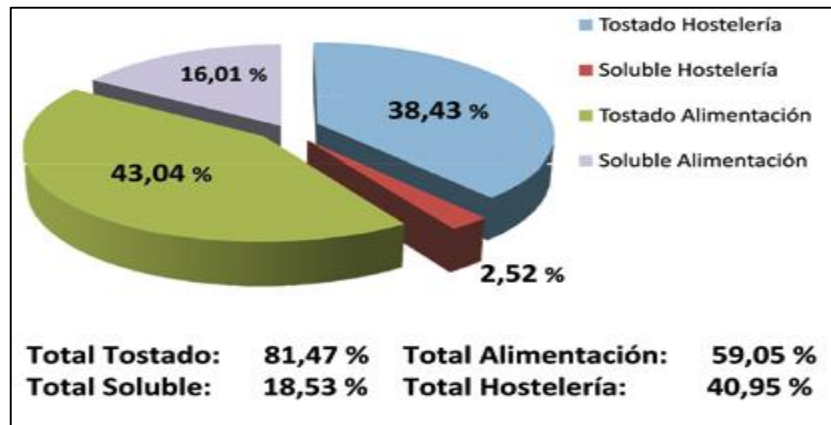
Según el informe del Café en España (2010) se indica que: “La Federación Española del Café hace la siguiente lectura de los datos recabados y advierte del estancamiento, un año más, del consumo per cápita en nuestro país, que no logra superar los 4 kg/persona/año, situándose, de nuevo, a la cola de Europa”. (p. 5)

Los mayores de 65 años consumen un 47% más de café que el resto de la población, por el contrario los menores de 35 años consumen un 42% menos. El consumo de café en los hogares es inversamente proporcional al número de integrantes de la unidad familiar, así pues, los hogares de un solo miembro consumen un 80% más de café que la media, mientras que los de cuatro personas consumen un 25% menos. Los españoles que más café consumen son los asturianos, canarios y extremeños, estando un 46%, 45% y 37%, respectivamente, por encima de la media; (...) 3 de cada 4 españoles consideran hoy que el consumo moderado de café es un hábito saludable. (...) Según este estudio, 1 de cada 4 encuestados han mejorado su percepción del café en el último año. Los que más: andaluces (32%) y gallegos (30%). También por encima de la media Aragón, Madrid, La Rioja, Canarias, Castilla La Mancha, País Vasco y Asturias. (p. 6)

En España el consumo de café es permanente es así que 3 de cada 4 españoles el consumo de café orgánico es un hábito saludable, de estos se puede identificar que el consumo es inversamente proporcional de número de integrantes de una familia es decir que los hogares conformados con un solo miembro consumen más café, mientras los que están integrados por cuatro personas o más consumen menos.

Gráfico No.3

Distribución Mercado del Café



Fuente: Forum Café

Elaborado: Fernanda Pozo

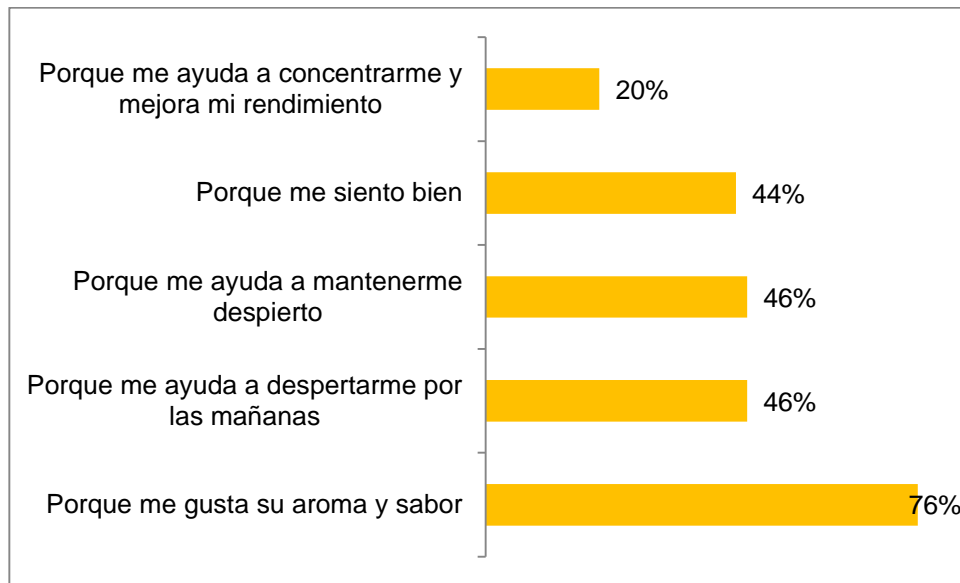
De acuerdo a la gráfica se puede identificar que la mayor parte de la comercialización de café se destina a la alimentación y a la industria hotelera, mercados a los cuales se puede incursionar con el café de Maldonado.

Según informe sobre los Hábitos de Consumo de Café en España realizado por la cadena Café & Té (2011):

La primera empresa del mercado español por número de establecimientos especializados en café de calidad, desprende que el 63% de los españoles mayores de 15 años (unos 22 millones de personas) declara tomar al menos un café diario. (...) el 63% de los españoles que toman café fuera de casa suelen hacerlo por la mañana, mientras que el 38% señala hacerlo también después de comer y el 29% a media tarde. (párr. 8)

Se puede identificar claramente los hábitos de consumo de los españoles es así que un 63% toman café fuera de sus hogares y lo realizan por la mañana, después de almuerzo y en la tarde.

Gráfico No.4
Motivos de consumo de café



Fuente: Informe Café
Elaborado: Fernanda Pozo

Dentro de los factores claves más relevantes para el consumo tenemos como principal aspecto su aroma y sabor, luego se ha identificado que les ayuda a despertarse, mantenerse y mejorar su rendimiento, este es un aspecto positivo para el proyecto ya que el café orgánico producido en Maldonado posee un aroma y sabor de alta calidad.

En España, tomar café es un acto eminentemente social, puesto que el 78% de los consumidores afirma que suele hacerlo con amigos, familiares y/o compañeros de trabajo. Así, el 68% de los que toman café lo hace fuera de casa y de éstos, el 54% son hombres. 8 de cada 10 españoles consumen café a diario atraídos por su aroma, su sabor y por sus efectos estimulantes. El desayuno es el principal momento de consumo del día, aunque también se considera una bebida socializadora, relacionándola con la sobremesa o una charla entre amigos. (párr. 12)

Otro aspecto importante es que la cultura del café en España está ampliamente establecida ya que el consumidor cada vez demanda una mayor calidad y especialización.

a. Nivel de aceptación de productos importados

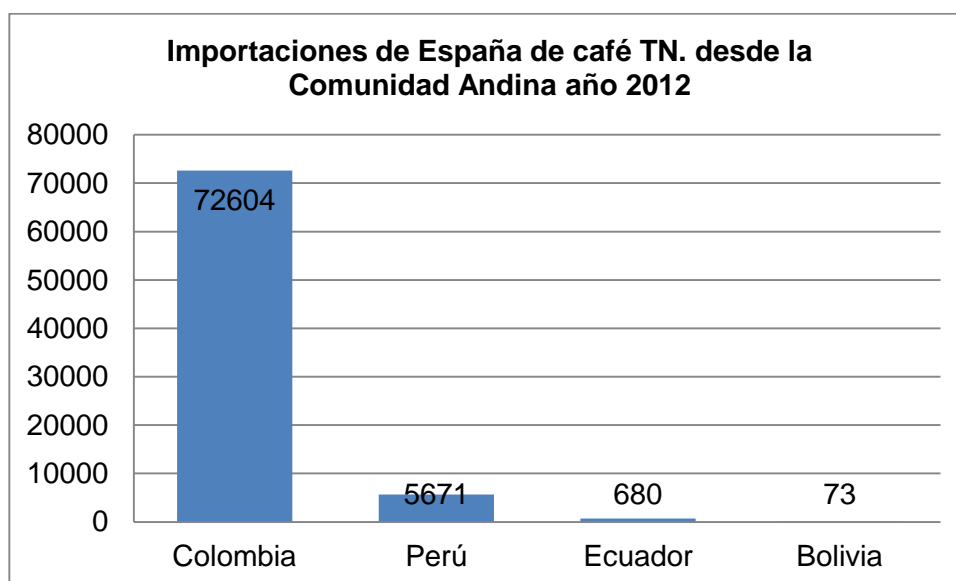
Según el informe el Mercado Internacional del Café (2011) indica que:

Los consumidores y consumidoras de España se preocupan por el impacto de sus compras y quieren asegurarse que los productos que proceden de países en desarrollo se han producido de manera ética y responsable. En una encuesta reciente más del 80 por ciento de los consumidores de España indicó que las empresas deberían proteger el medio ambiente e asegurarse de que los agricultores y trabajadores reciben pagos justos y tienen condiciones de trabajo seguras. (pág. 5)

Se puede indicar entonces que el mercado Español en el consumo de productos importados procedentes de países en desarrollo procura que cumplan con los procesos éticamente responsables, cuidando la salud, el medio ambiente, en el pago justo desde el proceso de producción. En tales circunstancias estos lineamientos orientan a pensar que nuestro producto tendrá la suficiente aceptación en dicho mercado por sus características nutricionales y productivas a tratarse de un producto orgánico que sigue una normativa adecuada de producción y busca favorecer al sector productivo de Maldonado.

b. Nivel de aceptación de productos ecuatorianos

Gráfico No.5



Fuente: Trademap.

Elaborado: Fernanda Pozo

El Ecuador, gracias a su gran variedad de climas y ubicación geográfica posee una gran capacidad productiva, el café es de los mejores producidos en América del sur y los más demandados en España, aspecto favorable para el proyecto ya que existe aceptación del café ecuatoriano.

3.6.2.2 Oferta

Es la cantidad de bienes disponibles en el mercado, en este análisis se consideró la producción nacional, importaciones y exportaciones de café.

a. Importaciones

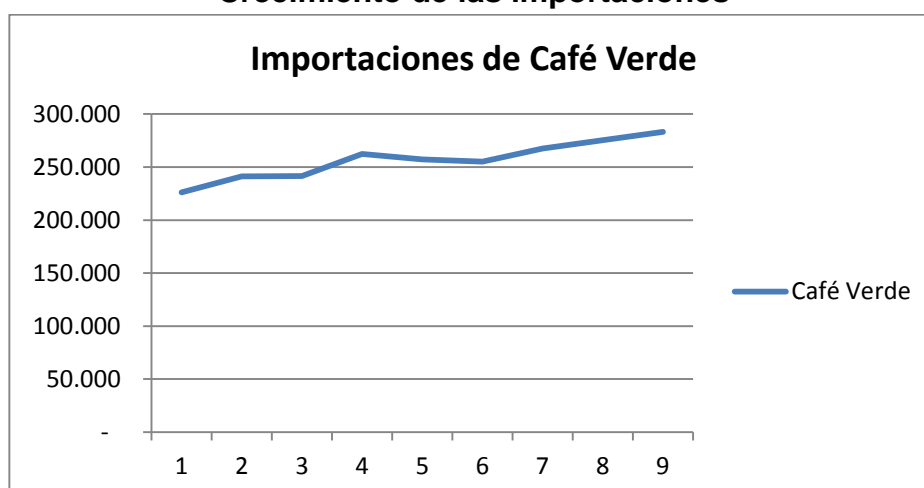
Tabla No. 21
Importaciones de Café hacia España

AÑO	Importaciones Tn.		
	Café Verde	Café Tostado	Café Soluble
2004	226.251	10.667	3.607
2005	241.236	11.560	4.154
2006	241.387	15.001	5.024
2007	262.227	15.211	6.318
2008	257.061	16.548	8.159
2009	255.157	17.439	8.081
2010	267.499	14.593	9.779
2011	275.277	15.502	11.589
2012	283.281	15.953	13.734

Fuente: Datacomex

Elaborado: Fernanda Pozo

Gráfico No. 6
Crecimiento de las importaciones



Fuente: Data comex
Elaborado: Fernanda Pozo

Como se puede apreciar en el Gráfico No. 6 las importaciones de café en España tienen una tendencia creciente en volúmenes superiores a las 260 mil toneladas, con un promedio anual del 2,91%, demostrando en este sentido una perspectiva positiva para que este proyecto sea aceptado.

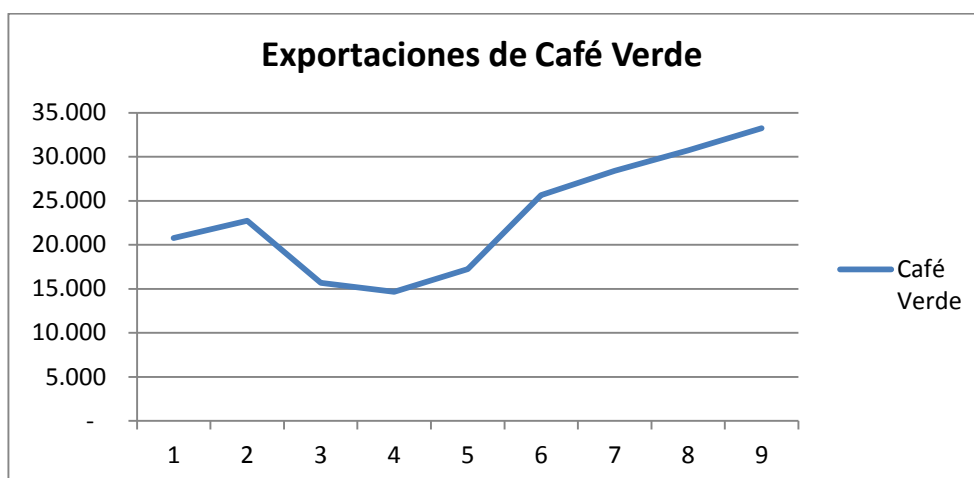
b. Exportaciones

Tabla No.22
Exportaciones de Café

AÑO	Exportaciones Tn.		
	Café Verde	Café Tostado	Café Soluble
2004	20.791	5.586	21.787
2005	22.737	9.225	21.011
2006	15.697	9.186	24.145
2007	14.668	12.548	24.178
2008	17.251	10.048	22.621
2009	25.632	7.361	22.008
2010	28.416	6.080	29.795
2011	30.732	6.458	31.668
2012	33.236	6.858	33.659

Fuente: Informe Café
Elaborado: Fernanda Pozo

Gráfico No.7
Exportaciones de Café de España



Fuente: Datacomex
Elaborado: Fernanda Pozo

Según el gráfico No. 7 las exportaciones de café en España tienen una tendencia decreciente, pero han empezado a recuperarse en los dos últimos, y sus volúmenes de exportación son muy inferiores a las importaciones debido a que la mayor parte del café se queda en España para consumo industrial y familiar de tal manera podemos indicar que existen condiciones favorables para la ejecución del proyecto.

c. Producción nacional

De acuerdo a infusionistas.com (noviembre, 2010)

Aunque se cultivó en la mayor parte de la isla de Gran Canaria, el café de Agaete fue considerado como el mejor debido a las condiciones climáticas. Hasta mediados del siglo XX se mantuvo su producción, posteriormente la caída de los precios favoreció la producción de otros cultivos, pero se continuó cultivando por tradición en pequeñas cantidades para el consumo familiar. (párr. 2)

De acuerdo a esa información podemos indicar que no existe producción nacional de café en España, su mercado se satisface con la importación de café verde, tostado y soluble.

d. Precio en el mercado de destino

Tabla No.23
Precios internacionales

ICO INDICADORES DE PRECIOS: PROMEDIOS ANUALES Y MENSUALES													
USD por Quintal de 45 kg.													
Promedio anual y mensual	Precio compuesto OIC	Colombian Mild Arabicas			Other Mild Arabicas			Brazilian Natural Arabicas			Robustas		
		Mercado			Mercado			Mercado			Mercado		
		Nueva		PPD	Nueva		PPD	Nueva		PPD	Nueva		PPD
		York	Alemania		York	Alemania		York	Alemania		York	Francia	
2007	107,68	126,74	124,70	125,57	123,20	123,81	123,55	110,72	112,06	111,79	88,29	86,29	86,60
2008	124,25	145,85	143,12	144,32	138,32	140,86	139,78	122,51	127,86	126,59	106,31	105,03	105,28
2009	115,67	180,87	174,58	177,43	141,65	145,48	143,84	111,39	116,55	115,33	77,16	74,02	74,58
2010	147,24	223,76	226,22	225,46	194,40	196,63	195,96	145,71	155,93	153,68	84,09	77,63	78,74
2011	164,80	270,60	276,24	274,27	228,04	230,85	230,11	161,44	176,22	172,94	84,64	76,87	78,21
2012	184,45	327,25	337,32	333,64	267,51	271,03	270,20	178,86	199,16	194,61	85,20	76,12	77,69

Fuente: Organización Internacional del Café (ICO)

Elaborado: Fernanda Pozo

La Organización Internacional del Café presenta sus indicadores de precios en el cual se observa que Colombian Milds Arábicas es el café más cotizado en el Mercado internacional, su precio supera los USD \$300 por quintal de 45 kg, en comparación al Robustas que tiene el precio más bajo. Other Mild Arábicas es el segundo mejor cotizado que ha manejado un historial de precios ligeramente variable con tendencia al alza en mayor medida en el último periodo registrado. El café Brazilian Natural Arábicas de procedencia brasileña se distancia un poco en precio de los dos primeros, sin embargo su producto no genera el mejor rendimiento de productividad y quizá esa sea una causa para menor precio en el mercado.

Precio referencial promedio por quintal de 45 kg para Ecuador en las variedades de café es: Arábigo Lavado USD 271.39, Arábigo Natural USD 238.56, Robusta Natural USD 104.08 y Tostado y/o Molido USD 193.32.

e. Competencia

Tabla No.24
Principales Exportadores Mundiales de Café
Sub-Partida: 090111 “Café sin tostar, sin descafeinar”

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

Fuente: TRADEMAP

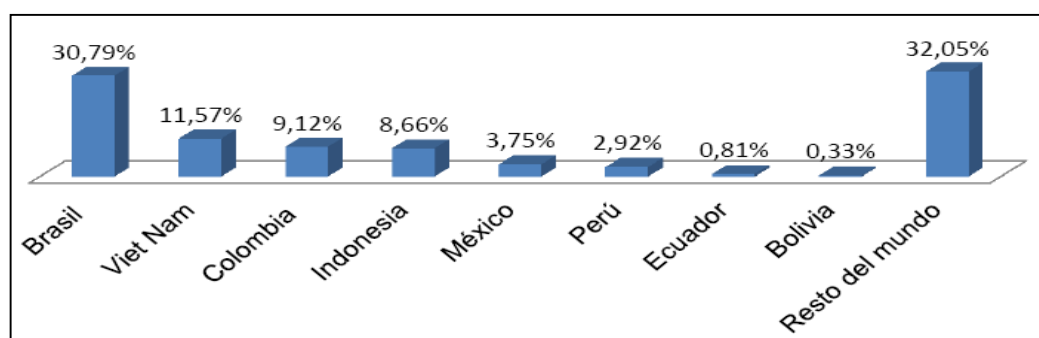
Elaborado: Fernanda Pozo

Se ha identificado que Ecuador ocupa el puesto 23 de los mayores productores y exportadores de café del mundo, es así que ya se encuentra posicionado en diferentes mercados internacionales.

f. Producción del mercado internacional

Según la Organización Internacional del Café OIC (2012), la producción mundial de café para los años 2012 y 2013 subiría cerca de un 8% a 140 millones de sacos de 60 kilos debido a un año de alta cosecha en Brasil. Según esta organización la tasa de crecimiento promedio anual de la producción de café es del 2,9%.

Gráfico No.8
Producción Internacional del Café



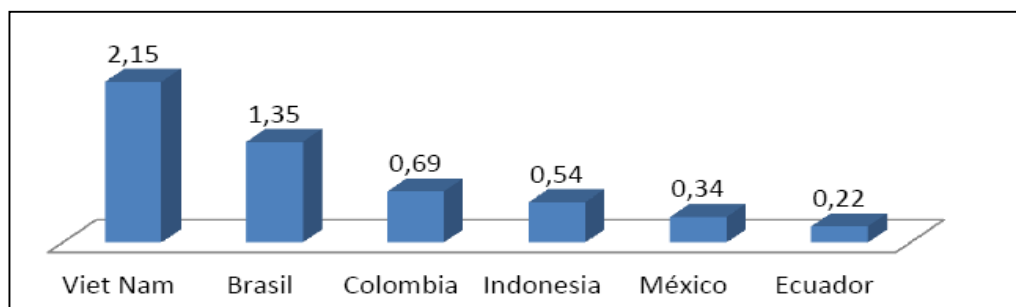
Fuente: FAOSTAT (2011)

Elaborado: Fernanda Pozo

Vietnam en el segundo lugar alcanza un rendimiento de 2,1 toneladas por hectárea de cultivo comparado con el 1,3 ton/ha que tiene Brasil a pesar de ser el primer productor mundial, Ecuador tiene un rendimiento bajo y apenas alcanza 0,22 ton/ha.

Gráfico No.9

Rendimiento de la producción de café a nivel mundial



Fuente: FAOSTAT (2011)

Elaborado: Fernanda Pozo

Las causas de los bajos rendimientos de la producción de café, es que la mayoría de los productores lo realizan de manera artesanal y no cuentan con los recursos necesarios para implementar nuevas tecnologías e incrementar su productividad y rentabilidad.

g. Canal de distribución Internacional

El canal de distribución actualmente utilizado es a través de agentes o distribuidores que negocian y facilitan el intercambio entre compradores y vendedores, ya que poseen el conocimiento del mercado y la ubicación estratégica en las diferentes ciudades.

El mercado español localiza diferentes mercados regionales unidos a dos importantes centros: Madrid y Barcelona. Estas ciudades concentran una amplia mayoría de agentes, distribuidores, grupos corporativos y entidades gubernamentales, que constituyen un bloque económico de poder en el país. Consecuentemente, la llave del éxito al penetrar el mercado español, es seleccionar un agente o distribuidor competente que domine el mercado, o constituir una subsidiaria en alguna de las dos ciudades. (...) Los agentes y distribuidores son generalmente exclusivos, cubriendo la totalidad del país. Aunque muchos tienen su sede en Madrid o Barcelona, disponen de oficinas en Bilbao, Valencia y otras ciudades industriales. (Guía Comercial de España, 2011, pág. 31)

El café de Maldonado estará distribuido por la empresa CAFÉS DURBÁN SL quien posee representantes en la mayoría de las ciudades y los medios adecuados para hacer llegar el producto hacia el consumidor final.

CAFÉS DURBÁN SL

Crta. Valencia Ademúz, Km. 11 46184 Paterna (Valencia)

Tel: 96 132 07 98

Fax: 96 132 08 84

Móvil: 69 014 756

email: info@cafesdurban.com

3.6.3 ANÁLISIS SITUACIONAL DEL ECUADOR

3.6.3.1 Factores Político y legal

Según el Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones (2010), en el Artículo 53 se establece que pequeña y mediana empresa son las personas naturales o jurídicas, que realicen actividades de producción, comercio o prestación de servicios y que cumpliendo los requisitos necesarios para su funcionamiento, de acuerdo a cada categoría de empresa; así mismo si los artesanos califican como tal podrán recibir los beneficios contemplados en este Código.

Dentro de las políticas de gobierno, Ecuador busca promover el desarrollo del sector micro empresarial, para que sus productos puedan ingresar a nuevos mercados y mejorar la calidad de vida de los involucrados, en este estudio específico los productores de café de la parroquia de Maldonado.

Tabla No.25
Barreras no Arancelarias

Barreras no Arancelarias	Descripción
Certificado de Calidad	Instituto Nacional Ecuatoriano de Normalización (INEN)
Certificado de origen	Libera al producto de aranceles en el mercado español
Cuota ANECAFE	El exportador deberá pagar ANECAFE el 2% del valor FOB.

Fuente: ANECAFE
Elaborado: Fernanda Pozo

Las barreras no arancelarias para el café se requiere de la obtención del certificado de calidad que otorga el Instituto Ecuatoriano de Normalización (INEN); el certificado de origen a través de la Asociación Nacional de Café del Ecuador.

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

Tabla No.26
Norma Técnica de producción de Café

Norma	Descripción
NTEINEN 1111:	Café en grano, determinación de la masa de 1000 gramos.
NTEINEN 0289:	Café en grano, determinación de los defectos del grano y de la materia extraña.
NTEINEN 0286:	Café en grano, determinación de pérdida por calentamiento (método de rutina).
NTEINEN 0290:	Café en grano, determinación del tamaño.
NTEINEN 0288:	Café en grano, exámenes olfativos y visuales.
NTEINEN 0284:	Café en grano, muestreo.
NTEINEN 0285:	Café verde en grano, clasificación y requisitos.

Fuente: ANECAFE
Elaborado: Fernanda Pozo

3.6.3.2 Factores Socio, Económicos

Es importante analizar los factores económicos del Ecuador para entender los elementos que pueden influir en la ejecución del proyecto de exportación de café.

Tabla No.27
Indicadores Económicos del Ecuador

PRINCIPALES INDICADORES DEL ECUADOR		
INFORMACIÓN GENERAL	Nombre Oficial	República del Ecuador
	CAPITAL	QUITO
	Superficie	256,370 km ²
	Idioma oficial	Español
	Gentilicio	Ecuatoriano/a
	Tipo de Gobierno	República Democrática
	Presidente	Rafael Correa
DEMOGRAFIA	Población	14,306,876
	Tasa de crecimiento poblacional	1.52%
ECONOMIA	PIB(Nominal) 2010	USD 57.98 miles de
	PIB per cápita 2010	USD 4,052
	Tasa de Crecimiento del PIB	3.6%
	Tasa de Inflación (2010)	3.33%
	Moneda de Circulación Oficial	Dólares de los Estados Unidos

Fuente: Banco Central del Ecuador 2011

Elaborado por: Fernanda Pozo

Según datos obtenidos del Ministerio Coordinador de la Política Económica (2013), indica que

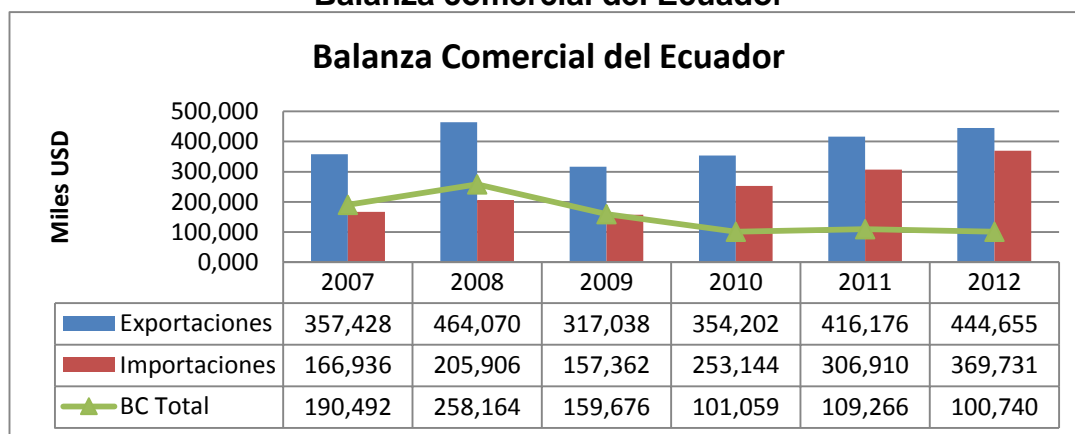
El crecimiento anual de la economía en el tercer trimestre de 2012 fue del 4,7%, 1,1 puntos por encima del crecimiento registrado en el segundo trimestre del mismo año. Por otra parte, para diciembre de 2012 el desempleo a nivel nacional se ubicó en el 4,12%, en tanto que la ocupación plena y el subempleo a nivel nacional mostraron niveles de 42,8% y 50,9%, respectivamente. De esta forma, no solo se ha reducido el desempleo, sino también se ha mejorado la calidad del empleo respecto a los años previos. (pág. 1)

Los principales indicadores de Ecuador revelan una estabilidad y confianza en los últimos años es así que presenta varias oportunidades para el sector cafetero dado a que el estado a través del Gobierno Provincial del Carchi, desarrolla acciones que benefician a las asociaciones de café en la zona de Maldonado. Por otra parte existe apoyo del Ministerio de Industrias y Productividad a través de programas para fomentar y promover la competitividad y productividad de las diferentes cadenas y sectores productivos con asistencia técnica y capacitaciones.

a. Balanza comercial de Ecuador

Con lo que respecta a la balanza comercial del Ecuador se ha registrado un superávit, aspecto positivo para el proyecto ya que se realizan mas exportaciones y menos importaciones del exterior, ya que una de las políticas del estado ecuatoriano es fomentar las exportaciones con valor agregado y la disminución estratégica de la importaciones por ende es necesario estimular este proyecto para aportar con ingresos al país.

Tabla No.28
Balanza comercial del Ecuador



Fuente: Banco Central del Ecuador BCE.
Elaborado: Fernanda Pozo

b. Situación del Ecuador en relación al café

Ecuador es uno de los pocos países en el mundo que posee gran variedad de climas le permite una producción permanente de café de alta calidad acorde con las exigencias del mercado nacional e internacional.

Según el informe de Proecuador sobre el Análisis Sectorial de Café y Elaborados (2011) indica que:

Ecuador, posee una gran capacidad productiva, convirtiéndose en uno de los pocos países en el mundo que exporta todas las variedades de café: arábigo lavado, arábigo natural y robusta, los diferentes ecosistemas permiten que los cultivos de café se den a lo largo y ancho del país llegando a cultivarse inclusive en las Islas Galápagos, debido a la ubicación geográfica del Ecuador, su café es de los mejores producidos en América del sur y los más demandados en Europa.(p. 1)

c. Situación actual de sector oferente

Según datos obtenidos del Consejo Cafetero Nacional (2010) “en la provincia existe un potencial para cultivar café, de la variedad arábica de alrededor de 442 hectáreas de explotarse este potencial la participación de cultivo de café aumentaría al 1,32 % de la superficie agrícola del Carchi”. (pág. 235)

Tabla No.29
Superficie dedicada a la producción de café en el Carchi

superficie	Hectáreas	Porcentaje %
Superficie provincia	37.4960	
Superficie uso agrícola	32.985	
Superficie dedicada al café	182	0,55 %
Aptitud para el cultivo de café arábigo	442	1,34 %

Fuente: ESPAC. Plan de Ordenamiento Territorial del Carchi. COFENAC. 2008
Elaborado: Fernanda Pozo

La superficie apta para la producción de calidad de café arábica en el Carchi es de 442 hectáreas, de las cuales en base de la investigación de campo realizada en diciembre del 2012 y por información de funcionarios del Gobierno provincial del Carchi se determina que en la parroquia de Maldonado existe una producción actual de 250 hectáreas de café arábigo.

Así mismo en base de la investigación de campo, se identifica que la producción de café en Maldonado ha permitido mejorar la economía de sus habitantes, constituyendo una fuente de ingresos, generación de empleo, desde su cultivo hasta la comercialización.

d. Oferta del Ecuador

Los principales mercados de exportación del café ecuatoriano se detallan a continuación en la siguiente tabla.

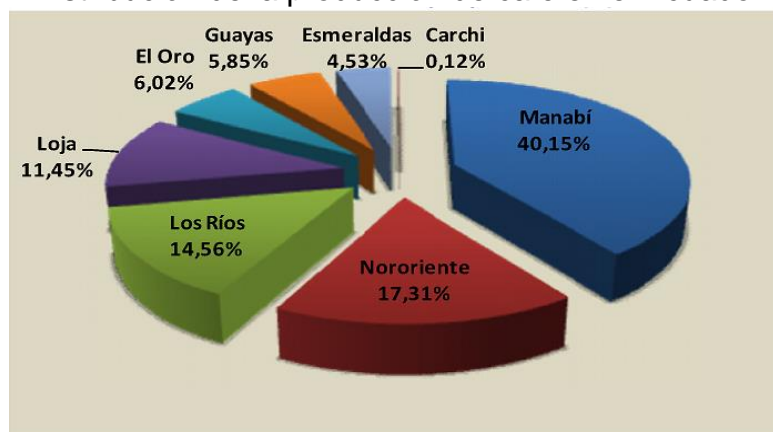
Tabla No.30
Destino de las exportaciones de café de Ecuador

Subpartida Nandina	Descripción Nandina	PAÍS	Toneladas	Fob - dólar
090121100	EN GRANO	Estados Unidos	107.45	303.98
		Chile	80.64	194.12
		Holanda(Países Bajos)	5.71	64.82
		República de Corea (Sur),	7.32	54.49
		España	20.28	40.05
		Canadá	2.58	11.84
		Reino Unido	1.12	5.99
		Rusia	0.57	1.2
		Alemania	0.18	0.82
		República Checa	0.05	0.51
Total General			173.14	673.44

Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado: Fernanda Pozo

En lo que respecta a la distribución de la producción de café en Ecuador se ha identificado los lugares principales que se dedican a este cultivo.

Gráfico No. 10
Distribución de la producción de café en el Ecuador



Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado: Fernanda Pozo

e. Factor Tecnológico

Según el informe del Foro Económico Mundial, (2012) “Ecuador ocupa el puesto 91 entre 144 economías del mundo. El estudio midió la capacidad de aprovechar las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) para lograr crecimiento y bienestar. En este índice también se nota un cierto desarrollo, pues en el 2012 ocupaba el puesto 96.”

Ese acceso a la tecnología permite desenvolverse en los mercados globales, generar ofertas on line, comunicarse rápidamente, encontrar nuevos clientes, recibir los pagos directos, así como obtener información sobre equipos y tecnologías que mejoren los procesos tecnológicos en las empresas, ello favorece ostensiblemente a este proyecto generando un mecanismo de comunicación para la comercialización reduciendo tiempos y costos.

Según datos del INEC (2010), el 27% de los hogares ecuatorianos tiene un computador y el 12% de las familias tienen acceso a internet; la razón más importante del uso de internet es con fines educativos en un 40%, obtener información alcanza un 27% y comunicación en general un 22%.

Se puede decir que Ecuador ha mejorado su infraestructura de telecomunicaciones con inversiones por parte del gobierno pero aun se debe seguir mejorando para alcanzar a los países desarrollados.

3.6.4 PRODUCTO

a. Características del producto

Los productores de la Asociación de cafeteros del Carchi de la parroquia de Maldonado ofrecen actualmente Café Arábigo detallado a continuación:

Café de altura: son cafés especiales aquellos que obtienen en catación, calificación superior a 80 puntos sobre 100 en la escala de la Asociación Americana de Cafés Especiales [Specialty Coffee Association of America, SCAA]. El café requerido debe ser empacado en sacos de Fique o Yute con capacidad de 125 libras de café pergamino o 100 libras de café verde. Este producto está dirigido a tostadores de cafés especiales.

Tabla No.31
Ficha Técnica del Producto

Subpartida arancelaria	0901.11.00.00	
Descripción de la subpartida	Café sin tostar sin descafeinar	
Nombre del producto	Café, Coffee	
Unidad de medida	Quintal 100 libras	
Empaque	Sacos de Yute o Fique	
Descripción del Producto Nombre Común: Café Variedades: Arábica, Castillo, Típica, Caturro Rojo y Amarillo Nombre científico: Arábicas – Coffee Arabica Familia: Rubiáceas		
Usos principales	<ul style="list-style-type: none"> • Bebida: Grano tostado y soluble (en polvo) • Pastelería y heladería • Curtiembre (taninos) • Perfumería 	
Tipo de conservación	Lugar fresco y seco	
Composición nutricional	<ul style="list-style-type: none"> • Porción comestible 1,00 • Agua (ml) 100,00 Energía (Kcal)2,00 • Carbohidratos (gr)0,30 Proteínas (gr)0,30 • Lípidos (gr)0,10 Colesterol (mgr) 0,00 • Sodio (mgr)4,00 Potasio (mgr)20,00 • Calcio (mgr)5,00 Fósforo (mgr) 5,00 • Hierro (mgr)0,00 Retinol (mg) 	
Presentación	Quintal	

Fuente: Anacafé

Elaborado: Fernanda Pozo

El producto tiene ciertas características de rendimiento cumplidos los procesos de limpieza hasta obtener el producto terminado y empaçado.

Tabla No.32

	Almendra Sana	Presencia de broca	Nivel de merma	Pasilla de mano
Café de calidad	77%	3%	18%	2%

Fuente: Gobierno Provincial del Carchi (2011)

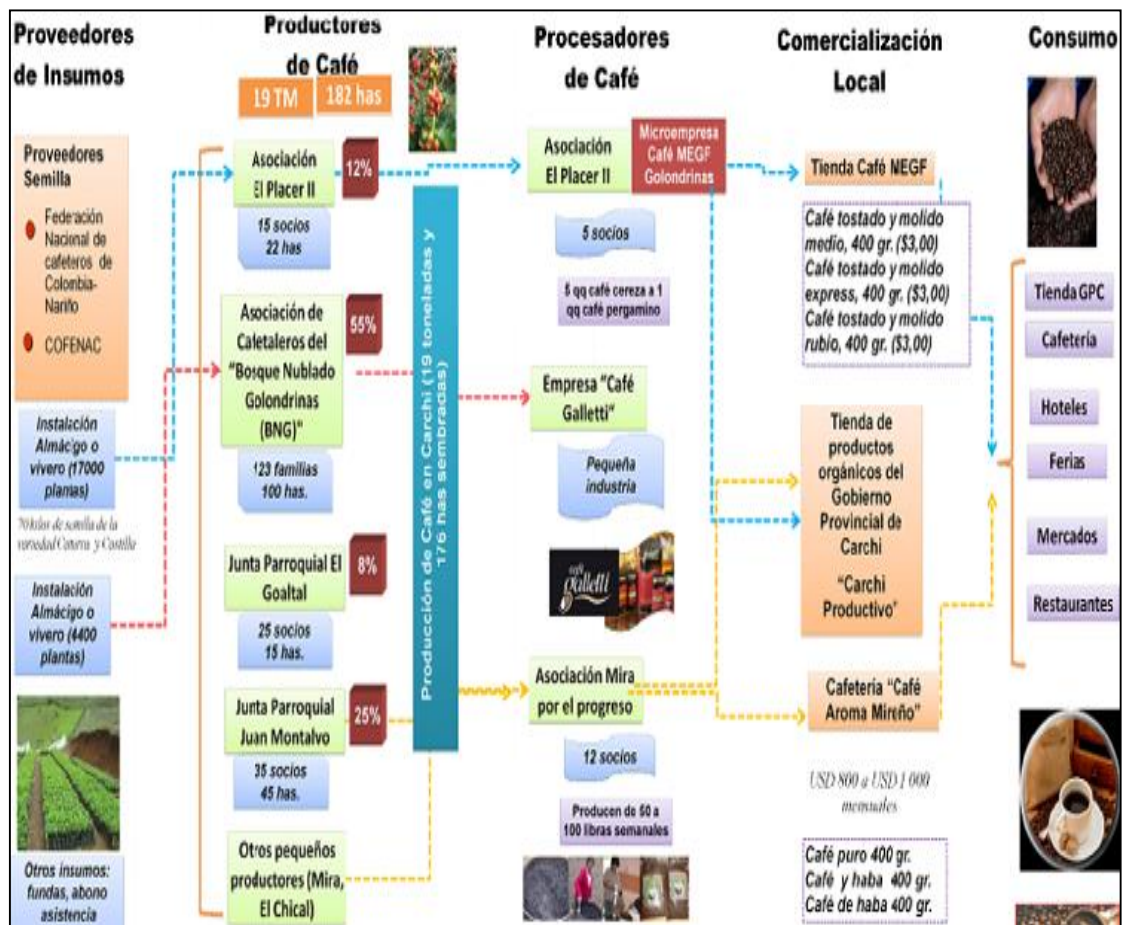
Elaborado: Fernanda Pozo

b. Proveedores del sector

Como se puede observar en el Gráfico No. 11 el sistema de producción del café está integrado de la siguiente manera:

- Proveedores de insumos
- Productores de café (Asociación de pequeños productores de café El Placer II; Asociación de Cafetaleros del Bosque Nublado Golondrinas (BNG); Junta Parroquial de Juan Montalvo, Junta Parroquial de El Gualtal).
- Procesadores de café
- Comercializadores locales.

Gráfico No.11
Cadena productiva del café



Fuente: Ofiagro

Elaborado: Fernanda Pozo

El café producido en la parroquia de Maldonado es de variedad arábica ya que se ha adaptado muy rápidamente a las condiciones climáticas de Maldonado permitiendo obtener un producto de calidad muy apetecido por los consumidores.

c. Superficie producción y cosecha a nivel local

De acuerdo a datos obtenidos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos del Ecuador INEC (2011) “La producción de café se distribuye en todo el territorio ecuatoriano, la mayor provincia productora es Manabí, con un 25% de la producción nacional; le sigue Sucumbíos con una participación del 20%; Loja con un 9%, Los Ríos 8%”. (s/p)

Tabla No.33
Producción Anual de Café en el Ecuador

Región Y Provincia	Superficie (Has)		Producción (Tm)	Ventas (Tm)
	Plantada	Cosechado		
Región Sierra				
Bolívar	4202	4073	1008	634
Carchi	186	176	110	110
Cotopaxi	974	946	295	294
Chimborazo	324	208	46	44
Imbabura	76	57	11	11
Loja	15441	14920	1605	1516
Pichincha	2585	1426	546	570
Tungurahua				
Santo Domingo	1845	1729	346	346
Región Costa				
El Oro	270	157	38	36
Esmeraldas	5950	5950	1241	1241
Guayas	5619	4617	819	815
Los Ríos	16460	14819	3491	3432
Manabí	34053	30227	4261	4231
Santa Elena	340	340	120	117
Región Oriental				
Nororiente	25748	20325	4992	4800
Centro Suroriente	1125	1125	166	166

Fuente: ESPAC, 2011

Elaborado: Fernanda Pozo

De acuerdo a información de funcionarios del Gobierno provincial del Carchi (agosto, 2012) de las 186 hectáreas producidas en el 2011, 100 correspondían a la producción de Maldonado, correspondiente al cultivo realizado por 123 familias.

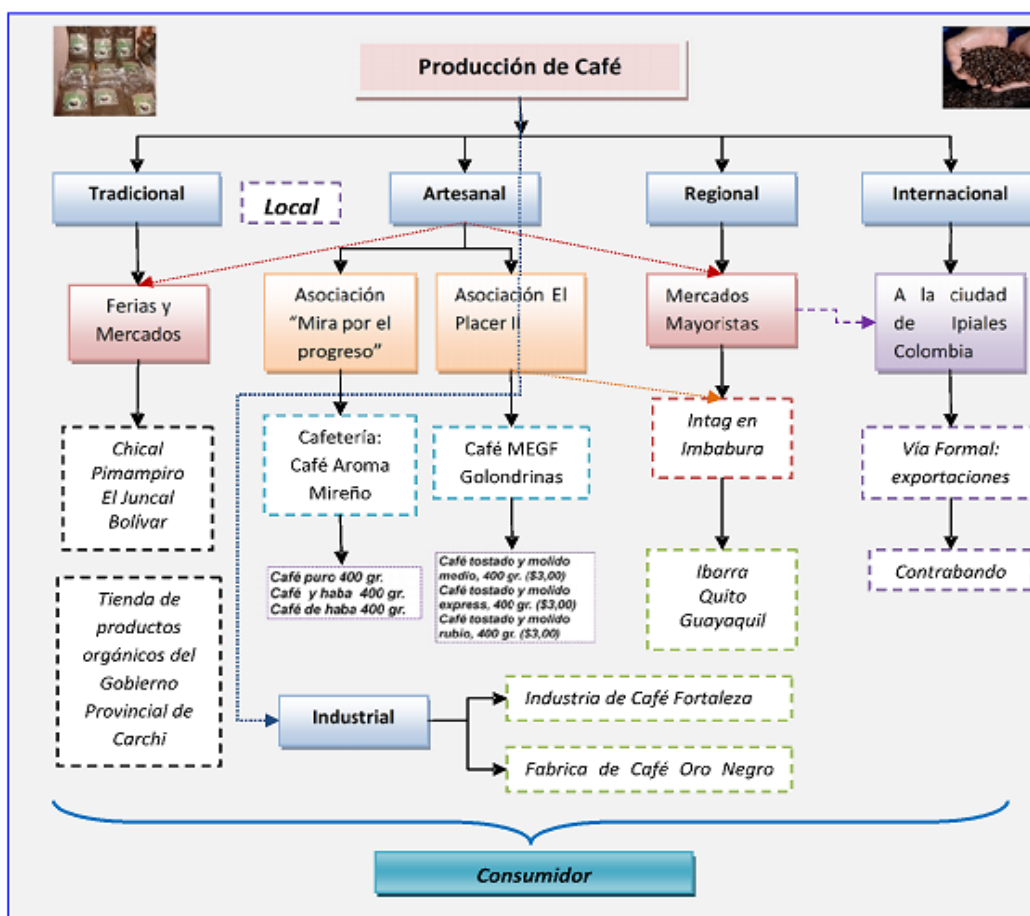
d. Sistema de comercialización actual del café

De acuerdo a información obtenida del Gobierno Provincial del Carchi (2013), en la zona de intervención de la Corporación Provincial y donde se desarrolla el cultivo de café, la comercialización de este grano es un proceso incipiente, por cuanto las fincas que se han establecido tienen un periodo muy corto de haber sido instaladas y la producción actual es de fincas con cafetales envejecidos de variedades nativas; quienes comercializan el café a intermediarios que realizan la transacción en la vecina república de Colombia e interior del país; los cultivares nuevos, cuyos propietarios se encuentran inmersos dentro del proceso de producción del café con el apoyo de la institución provincial, comercializan el café a través de la organización de cafeteros de Carchi, quienes a su vez comercializan a empresas tostadoras ubicadas en la ciudad de Quito, empresas establecidas con centros de acopio y beneficio ubicadas en la parroquia del Goaltal (Galletti); y un porcentaje también se comercializa al sur de Colombia.

La federación de cafeteros del Carchi, solicita el café al productor y al momento de la entrega realiza el pago en efectivo; los tostadores (Galletti) realiza el contrato de adquisición y los pagos los realiza 15 días posterior al recibimiento del producto y la cancelación la efectúa mediante transacción bancaria.

La entrega se puede realizar en la región de producción, siempre que el producto se encuentre acopiado en un solo sitio; Las distancias no son los limitantes cuando los volúmenes que se transen sean lo suficientemente grandes y amerite la contratación de un vehículo de carga.

Grafico No.11
Comercialización de Café en el Carchi



Fuente: Ofiagro
Elaborado: Fernanda Pozo

e. Cantidad ofertada y unidad de medida del café

Según el Instituto Ecuatoriano de Censos y Estadísticas INEC (2011) muestra que “En cuanto al rendimiento del café (2003-2008), se registra un rendimiento promedio a nivel nacional de 0,24 TM/Ha. La región nororiental (0,40 TM/Ha) es la que registra mayor rendimiento, le siguen en orden de importancia Guayas (0,34 TM/Ha), Azuay (0,310 TM/Ha), El Oro (0,27 TM/Ha), Carchi (0,26 TM/Ha)” (p. 229)

El producto a ofrecer es Café Arábigo en pergamino seco, clasificado y seleccionado, libre de impurezas y empacado a granel, sacos de fique o yute de 100 libras.

La cantidad ofertada del proyecto se obtuvo a través de las hectáreas de producción de café que existen en Maldonado actualmente, con el indicador del rendimiento promedio tonelada/hectárea que es de 0,26 Tn/Ha, realizado el cálculo se obtuvo la oferta exportable.

Tabla No.34
Producción de café en Maldonado

Año	Producción Maldonado Ha.	Producción Promedio Carchi Tn/ Ha.	Producción Maldonado Tn.	Producción Quintales	Producción para la Exportación TN. (30%)
2012	250	0,26	65	1300	20

Fuente: Investigación
Elaborado: Fernanda Pozo

Se planea realizar la venta de café en los meses pico de producción que son: Abril, Mayo, Junio (primera época del año) y en los meses de Octubre, Noviembre y Diciembre (la segunda época).

3.6.5 FODA

El análisis FODA es un instrumento que permite identificar aspectos internos externos de la empresa, para establecer las oportunidades de los productores de café de la parroquia de Maldonado.

3.6.5.1 Análisis FODA

Tabla No.35
Matriz FODA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none">• Conocimientos del proceso de producción• Disponibilidad del terreno para el cultivo• Constitución legal de la empresa• Producción libre de químicos• Disponibilidad de semillas certificadas	<ul style="list-style-type: none">• Aceptación y consumo del café• Diversificación de mercados• Creciente demanda de consumo• Precios altos en el mercado internacional
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none">• Inexperiencia para exportar• Escasa variedad del presentación del producto• Baja disponibilidad de tecnología• Ubicación de la empresa• Producción artesanal	<ul style="list-style-type: none">• Limitado acceso a fuentes de financiamiento• Cambio en la política de gobierno• Incremento del precio de insumos• Productos posicionados de la competencia

Fuente: Empresa MEGF

Elaborado: Fernanda Pozo

3.6.6 PROYECCIONES DEL ESTUDIO

a. Proyección de la Población

La población es un indicador base para el cálculo de la proyección se utilizó el índice de crecimiento histórico promedio del mercado español que corresponde a Madrid.

3.6.6.1 CONSUMO NACIONAL APARENTE

El consumo nacional aparente es un indicador base que equivale a suma de la producción nacional más importaciones menos exportaciones.

$$Ca = P + M - X$$

En España se importa café verde el mismo que posteriormente es transformado en café tostado y café soluble para su consumo para ello se realizó la conversión de la siguiente manera.

- ✓ 2,4 a 2,6 Tm de café verde robusta equivale a 1 Tm de café soluble
- ✓ 2,6 a 2,8 Tm de café verde arábica equivale a 1 Tm de café soluble
- ✓ 1,19 Tm de café verde equivale a 1 Tm de café tostado

3.6.6.1 Demanda efectiva

Para obtener la demanda efectiva del proyecto se realizó la suma del café tostado y café soluble para obtener el consumo total, para el cálculo de la proyección se utilizó el método matemático de regresión lineal simple.

Tabla No. 36
Demanda efectiva

AÑO	Total	Población España	Consumo Real Kg
2004	113.677	40.397.840	2,8
2005	120.299	40.341.460	3,0
2006	125.952	40.280.780	3,1
2007	137.555	40.448.190	3,4
2008	140.009	40.491.050	3,5
2009	137.775	40.525.000	3,4
2010	136.019	46.505.960	2,9
2011	141.568	46.535.300	3,0
2012	143.604	46.564.658	3,1

El consumo real o consumo por persona equivale a la cantidad de Kg que cada persona podría consumir en relación a la población total de España y se compara para determinar la demanda insatisfecha por el promedio sugerido por la Organización Internacional del Café en España (2012) correspondiente a 4,2 Kg.

Previamente se realizó el cálculo del Consumo Nacional Aparente que es igual a la Producción Nacional + importaciones – Exportaciones.

3.6.6.2 Oferta exportable

Para la elaboración del proyecto se tomó los datos de la producción de la parroquia de Maldonado que cuenta con 250 hectáreas de cultivo de café, de los cuales el 30% de la producción total se destina a la exportación que equivale a 23 toneladas.

Tabla No.37
Producción de café de Maldonado

Año	Producción Maldonado Ha	Producción Promedio Carchi Tn x Ha	Producción Maldonado Anual TN.	Producción Anual Quintales	Producción Exportación TN. (30%)	Producción Quintales Anual
2012	250	0,26	65	1300	20	390
Proyección						
2013	293	0,26	76	1521	23	456
2014	298	0,26	77	1548	23	464
2015	303	0,26	79	1575	24	473
2016	308	0,26	80	1603	24	481
2017	314	0,26	82	1631	24	489

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), ESPAC – 2009
Elaborado: Fernanda Pozo

3.6.6.3 Demanda insatisfecha

El consumo real de café en España se determinó a través del valor del consumo nacional aparente dividido para la población total.

El déficit per cápita en kilogramos se lo identificó a través de la diferencia entre el consumo anual recomendado menos el consumo real de café; según la Organización internacional del café en España (2012) el consumo anual recomendado de café es igual 4,2 kilogramos.

Luego para obtener el déficit total en kilogramos del mercado meta de Madrid, se multiplica el déficit por el total de la población objeto de estudio. Según el informe del Centro de Información Café y Salud “Madrid. Al 89% de los madrileños les gusta mucho o bastante el café y 9 de cada 10 personas lo beben habitualmente, 8 de ellas a diario.” (párr. 1)

Tabla No. 38

Proyección de la demanda insatisfecha del proyecto

Año	Total	Población España	Consumo Real	Consumo Recom.	Déficit en Kg.	Población de Madrid	Déficit en Kg.	Demanda Insatisfecha Tn	OFERTA DEL PROYECTO		
									Kg.	Tn	% Cobertura
2004	113.677	40.397.840	2,8	4,2	1,39	5.308.087					
2005	120.299	40.341.460	3,0	4,2	1,22	5.347.283					
2006	125.952	40.280.780	3,1	4,2	1,07	5.412.703					
2007	137.555	40.448.190	3,4	4,2	0,80	5.581.758					
2008	140.009	40.491.050	3,5	4,2	0,74	5.660.614					
2009	137.775	40.525.000	3,4	4,2	0,80	5.775.815					
2010	136.019	46.505.960	2,9	4,2	1,28	5.874.386					
2011	141.568	46.535.300	3,0	4,2	1,16	5.974.638					
2012	143.604	46.564.658	3,1	4,2	1,12	6.076.601	6.781.695	6.782	19.500	20	0,29%
2013	145.639	46.594.034	3,1	4,2	1,07	6.180.305	6.639.467	6.639	22.815	23	0,34%
2014	147.675	46.623.429	3,2	4,2	1,03	6.285.778	6.490.747	6.491	23.217	23	0,36%
2015	149.710	46.652.843	3,2	4,2	0,99	6.393.052	6.335.361	6.335	23.625	24	0,37%
2016	151.746	46.682.275	3,3	4,2	0,95	6.502.156	6.173.131	6.173	24.041	24	0,39%
2017	153.781	46.711.726	3,3	4,2	0,91	6.613.122	6.003.873	6.004	24.464	24	0,41%

Fuente: Investigación

Elaborado: Fernanda Pozo

IV. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1 Conclusiones

Las conclusiones que se obtuvieron del estudio para la exportación de café orgánico desde la parroquia Maldonado al mercado español se describen a continuación:

- Madrid es una de las ciudades de España que presenta un índice de crecimiento poblacional del 1,3 % anual; indicador muy relevante ya que existe un incremento de la población que demanda café, pues del mismo estudio se ha establecido que un 63% de la población española y de mercado objetivo consumen café.
- España es uno de los países que mantiene convenios con la mayoría de los países del mundo y con el Ecuador a suscrito el Sistema General Preferencial SGP, de las cuales se beneficia el Ecuador, facilitando la exportación de café a España exento de aranceles en las importaciones.
- La demanda del mercado mundial del café reconoce que el Ecuador posee características únicas en sus suelos que permite producir variedades de café arábigo y robusta. La provincia del Carchi al poseer un clima tropical y suelo fértil produce estas especies de gran demanda a nivel mundial, por ende tiene la oportunidad de exportar el café si se lleva a cabo la ejecución de este proyecto.
- El consumidor español es sensible a los aspectos sociales y ambientales, por tanto el café orgánico producido en Maldonado podría incidir en un alto nivel de aceptación de consumo ya que es libre de químicos.

- La distribución de café hacia el mercado español se realiza con mayor frecuencia a través de un agente, o distribuidor de Ecuador a España se hace desde el puerto de Guayaquil hasta el puerto de Valencia, con una duración de viaje de 22 días y un costo de \$1.500 por contenedor.
- Los productores de café de la parroquia Maldonado desconocen un sistema adecuado de comercialización limitando su apertura a nuevos mercados, por ende sus ventas se ven afectadas negativamente.
- Los productores de café de Maldonado deben continuar mejorando el proceso productivo para alcanzar estándares de calidad en la producción de café a nivel nacional e internacional, pasando de ser una actividad artesanal de subsistencia a una actividad empresarial.
- No se ha fortalecido la organización e integración con los demás productores para poder ofertar mayor cantidad de café, que favorezca a la vez su capacidad de negociación, aprovechando al mismo tiempo los incentivos del gobierno a través de sus planes de acción en favor del sector cafetalero.
- Las causas de los bajos rendimientos de la producción de café, es que la mayoría de los productores lo realizan de manera artesanal y no cuentan con los recursos necesarios para implementar nuevas tecnologías e incrementar su productividad y rentabilidad.

4.2 Recomendaciones

Es importante a raíz de las conclusiones obtenidas proponer las respectivas recomendaciones, que se deben considerarse en la aplicación del proyecto de modo que se logren los resultados deseados:

- El crecimiento poblacional en Madrid-España mantiene un consumo permanente de café, por ende se debe aprovechar su demanda creciente proveyendo el producto de manera adecuada.
- Ecuador y en particular Maldonado debe aprovechar las preferencias arancelarias otorgadas España, que faciliten el ingreso de nuestro producto a ese mercado.
- Los productores de café en Maldonado deben realizar inversiones para obtener las certificaciones que permitan su comercialización a nivel nacional e internacional, garantizando un producto acorde a las exigencias de los consumidores.
- Se debe mejorar la producción de café, propiciando la asociatividad de los productores locales, donde se pueda obtener un producto de alta calidad, competitivo, con valor agregado, generando a la vez fuentes de empleo, a la vez que promueva el desarrollo de la zona y la calidad de vida de sus habitantes.
- Los productores de café de la parroquia de Maldonado deben capacitarse con el propósito de manejar los procesos productivos de manera técnica y eficiente, para obtener el producto con estándares de calidad.
- Los productores de Maldonado deben profundizar en el conocimiento de procesos de comercialización, establecer contactos, propiciar encuentros y llegar a acuerdos. Para ampliar sus estrategias comerciales deberían participar en ferias nacionales e internacionales para promocionar sus

productos, ya sea de manera autónoma o con apoyo de entidades de gobierno.

- Es necesario desarrollar estrategias de marketing On Line que expongan los beneficios nutricionales del café orgánico de Maldonado y la información de contactos para futuras negociaciones de largo plazo, en base de condiciones requeridas por los mercados extranjeros.
- Se deben aprovechar las políticas crediticias accesibles del gobierno para impulsar la inversión en el desarrollo de procesos productivos e infraestructura, buscando eficiencia en costos, mejorando la calidad cafetalera y consecuentemente lograr mayores beneficios económicos.

5. PROPUESTA

5.1. TÍTULO

La realización de un estudio de factibilidad para la exportación de café orgánico al mercado español facilitara la comercialización internacional desde la parroquia de Maldonado en la provincia del Carchi.

5.2. ANTECEDENTES DE LA PROPUESTA

En la presente investigación se ha determinado los niveles de producción y comercialización del café producido en la parroquia de Maldonado y cuáles son los requerimientos en el mercado de destino España, se ha identificado oportunidades favorables para exportación de café orgánico al mercado español.

El café ha sido una de las bebidas más importantes en el mundo, con la comercialización del café orgánico se podrá a través de procesos correctos demostrar que los productores pueden mejorar la producción garantizando la calidad que demanda el mercado, facilitando una relación más directa entre los productores y compradores.

En el Ecuador el café se ha constituido durante mucho tiempo en un producto tradicional de importancia dentro de la economía ecuatoriana, generadora de fuentes de ingresos para el país y para sus involucrados, desde su cultivo hasta la comercialización, este proyecto busca integrarse al progreso social del país, posibilitando el incremento económico del sector.

La presente investigación busca dar la oportunidad de conseguir un mejor posicionamiento en el mercado, internacional, con mejores beneficios que ayuden al desarrollo sector productivo de café de la parroquia de Maldonado.

A través de esta propuesta se busca conocer la factibilidad de exportación al mercado Español con un producto en condiciones óptimas que sea aceptado por los consumidores.

5.3. JUSTIFICACIÓN

El desarrollo del presente proyecto permitirá aplicar los conocimientos adquiridos, además desarrollar la creatividad y la capacidad de tomar decisiones ante las diversas situaciones en las que se desenvuelve el sector productivo de café de la parroquia de Maldonado, además se fundamenta que en esta actividad existe participación de mano de obra artesanal, que requiere mejorar sus rendimientos económicos, conocimientos técnicos, almacenamiento, transporte e innovación de su tecnología.

Además uno de los requisitos fundamentales para competir en los mercados internacionales radica en el carácter orgánico convirtiéndose en una oportunidad debido a que el producto es cultivado y tratado sin el uso de químicos, que se puede convertir en una opción sostenible, a largo plazo y también la protección del medio ambiente.

La información y documentación obtenida proporcionará un aporte continuo a muchas familias de la parroquia de Maldonado vinculadas a la actividad del café que le permitirá conocer e identificar los procesos logísticos de comercialización, para el traslado del producto desde el lugar de producción hasta el consumidor final.

El estudio económico y financiero permitirá identificar la rentabilidad del proyecto, conociendo las inversiones realizadas para obtener utilidades.

5.4. OBJETIVOS

5.4.1. Objetivo General

Realizar un estudio de factibilidad para la exportación de café orgánico por parte de los productores de la parroquia Maldonado que cubra parte de la demanda existente en el mercado español

5.4.2. Objetivos Específicos

- ✓ Determinar los requisitos técnicos y logísticos necesarios para la exportación de café orgánico al mercado español.
- ✓ Establecer la distribución física Internacional de café que facilite la comercialización internacional desde la parroquia de Maldonado en la provincia del Carchi.
- ✓ Analizar económica y financieramente la rentabilidad de exportar café orgánico al mercado español desde la parroquia de Maldonado.

5.5. FUNDAMENTACIÓN

5.5.1. Factibilidad del proyecto

El presente proyecto de investigación trata de establecer analizar e identificar la factibilidad de exportación de café desde Maldonado hacia el mercado de España y al finalizar el estudio nos permita tomar una decisión de aceptación o rechazo.

De acuerdo a lo expresado por Palacio I. (2010), establece qué;

El estudio de factibilidad, es una tarea que suele estar organizada y realizada por los analistas de sistemas. El estudio consume aproximadamente entre un 5% y un 10% del costo estimado total del proyecto, y el período de elaboración del mismo varía dependiendo del tamaño y tipo de sistema a desarrollar. (p. 23)

5.6. ESTUDIO TÉCNICO DEL PROYECTO

5.6.1. Tamaño de la Empresa

El tamaño de la empresa está calculada en base a la capacidad de producción de la parroquia de Maldonado, identificando los siguientes aspectos como; espacio físico, personal a trabajar, maquinaria, equipos e insumos a utilizar para obtener el producto terminado.

Tabla No. 39
Tamaño de la Empresa comercializadora de café

Año	Demanda Insatisfecha España Tn.	Oferta de Maldonado	
		Quintales	Tn.
2012	6.782	390	20
2013	6.639	456	23
2014	6.491	464	23
2015	6.335	473	24
2016	6.173	481	24
2017	6.004	489	24

Fuente: Investigación de campo

Elaborado: Fernanda Pozo

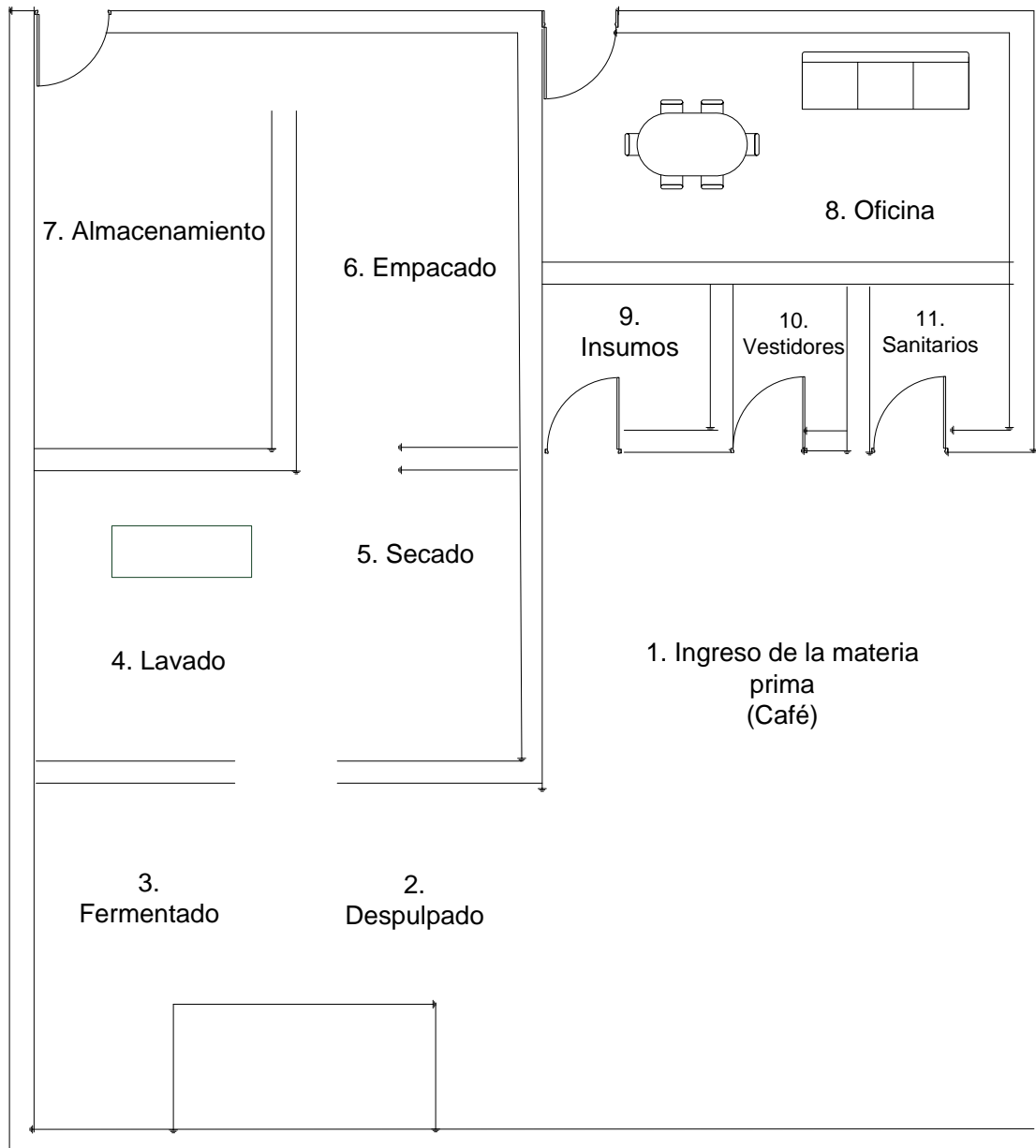
Realizado la investigación se ha logrado determinar que el 30% de la producción de café de Maldonado se puede disponer para su exportación al mercado español.

5.6.2. Espacio físico del proyecto

La asociación de productores de café de la parroquia de Maldonado cuentan con su espacio físico para su producción para ello se hace necesario la instalación de un oficina de comercialización ubicada en la ciudad de Tulcán.

A continuación se detalla el espacio físico requerido para el proceso productivo y de comercialización distribuido de la siguiente forma:

Gráfico No.12
Distribución Física del proyecto



Fuente: Investigación de campo
Elaborado: Fernanda Pozo

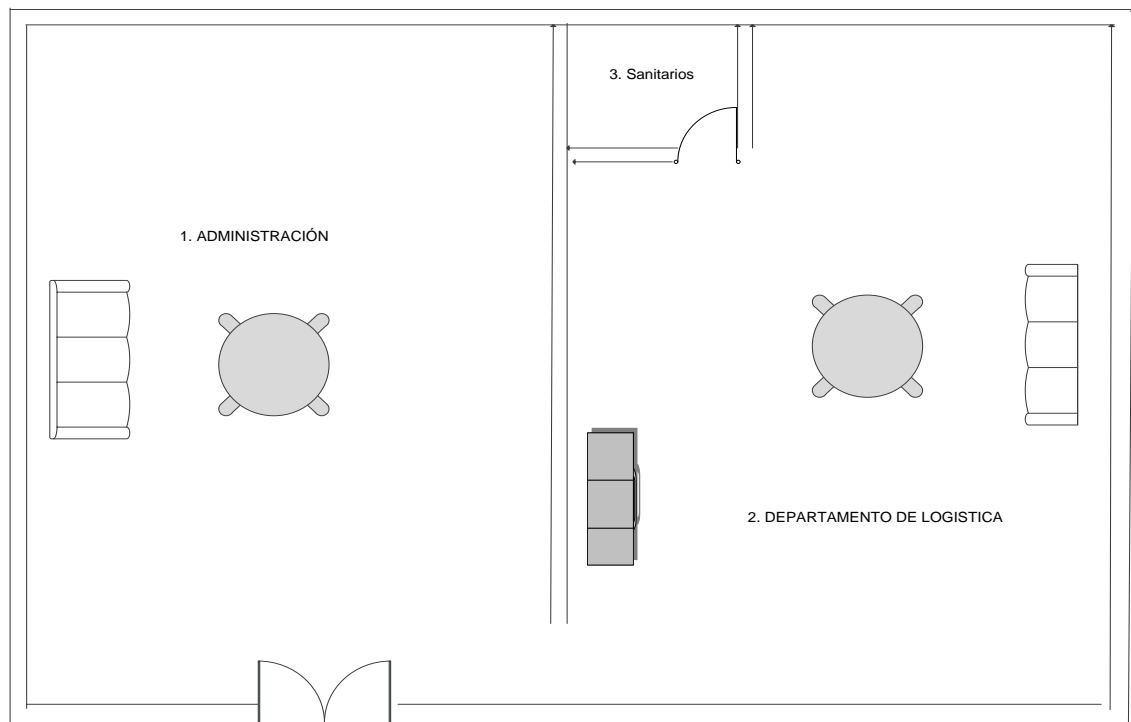
Tabla No. 40

No.	Actividad	Requerimiento m ²
1	Recepción de la materia prima	40
2	Despulpado	30
3	Fermentado	30
4	Lavado	20
5	Secado	30
6	Empacado	20
7	Almacenamiento	50
8	Insumos	15
9	Vestidores	15
10	Oficina	15
11	Sanitarios	5
Total		270

Fuente: Investigación de campo
Elaborado: Fernanda Pozo

El espacio total requerido de la empresa es de 270 m² que está distribuido en 11 áreas.

Gráfico No.13
Distribución Física de la oficina de comercialización



Fuente: Investigación de campo
Elaborado: Fernanda Pozo

Tabla No.41

No.	Actividad	Requerimiento m ²
1	Administración	10
2	Departamento de Logística	10
3	Sanitarios	5
Total		25

Fuente: Investigación de campo

Elaborado: Fernanda Pozo

Para la comercialización se requerirá de 25 m² distribuidos en tres áreas

5.6.3. Presupuesto de activos fijos

La empresa requiere de activos fijos los cuales son necesarios para la puesta en marcha del proyecto, estos se describen de la siguiente manera:

Tabla No.42

Activos Fijos

Activos Fijos			Año 2012
Concepto	Cantidad	Valor Unitario	Costo Total
Muebles y Enseres			5.460,00
Escritorio	2	200,00	400,00
Sillón ejecutivo	2	100,00	200,00
Sillas	10	400,00	4.000,00
Mesas	2	150,00	300,00
Archivadores	2	120,00	240,00
Estantería metálica	1	200,00	200,00
Teléfono	2	60,00	120,00
Equipo de Computo			2.250,00
Computadora	2	800,00	1.600,00
Impresora	2	200,00	400,00
Fax	1	250,00	250,00
Total Activos Fijos - Inversión Fija			7.710,00

Fuente: Investigación de campo

Elaborado: Fernanda Pozo

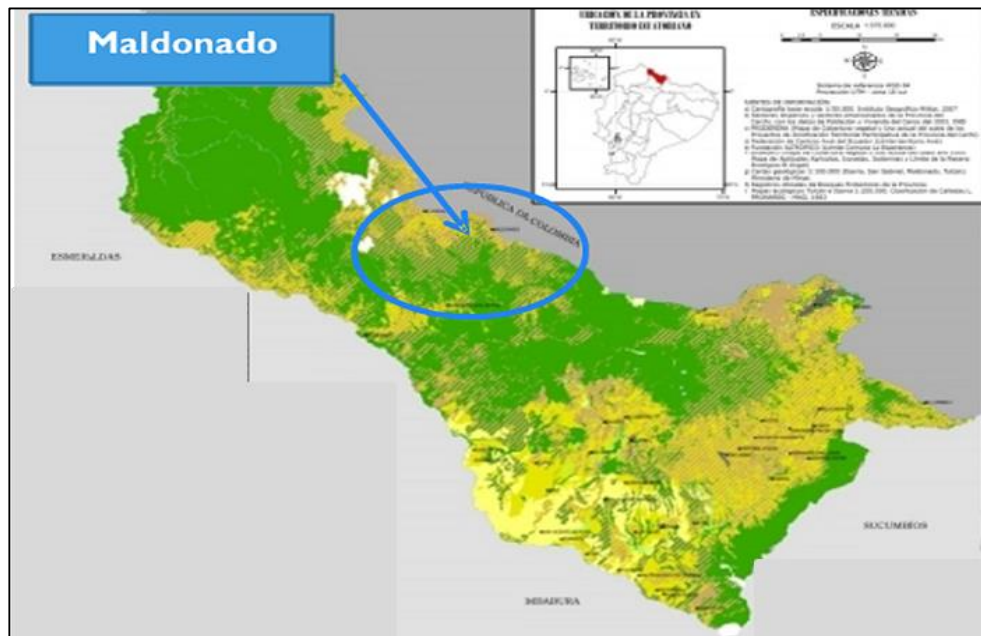
5.6.4. Localización de la Empresa

Se realizó un análisis para determinar la localización más óptima de la empresa tomando de producción y comercialización.

5.6.4.1. Macro Localización

La empresa se encuentra localizada en el Continente Americano en el Ecuador, la provincia del Carchi;

Gráfico No.14
Localización de la empresa



Fuente: Plan de Ordenamiento Territorial Carchi
Elaborado: Fernanda Pozo

5.6.4.2. Micro Localización

La ubicación de la empresa productora de café se encuentra en la provincia del Carchi, Cantón Tulcán, parroquia de Maldonado, zona idónea para la obtención del café sus límites son; Norte con Colombia, al Sur y Este la Parroquia El Chical, al Oeste con las parroquias La Libertad y Tufiño.

Para el análisis de la ubicación de la oficina de comercialización en la ciudad de Tulcán se realizó la siguiente escala de evaluación por puntos:

P.A. (%) = Puntuación asignada.

C.P. = Calificación ponderada.

CALIF = Calificación

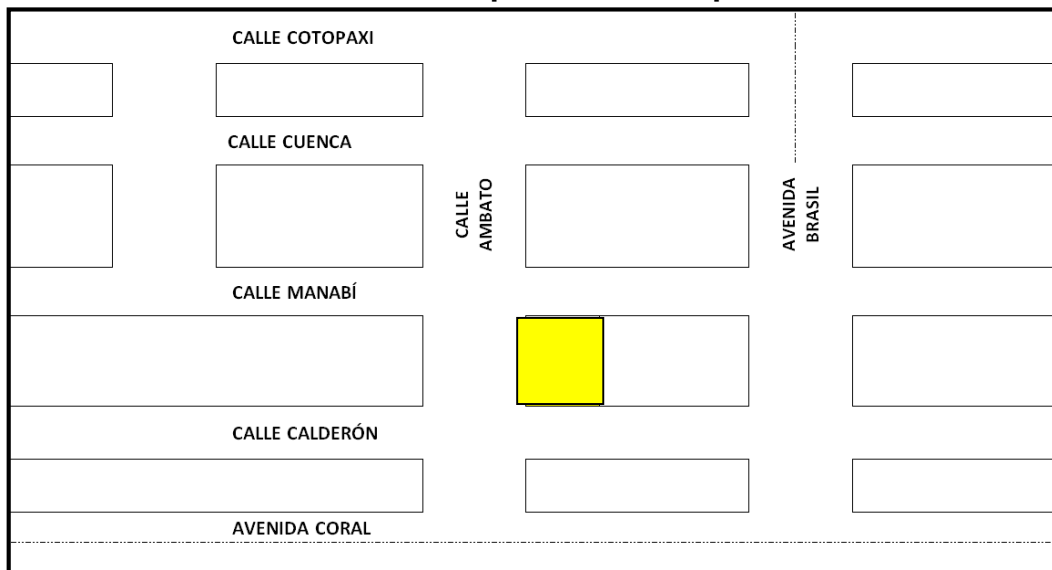
Tabla No.43
Localización óptima de la empresa

Factor zona	P.A (%)	Zona norte		Zona Centro		Zona Sur	
		Calif.	C.P	Calif.	C.P	Calif.	C.P
Cercanía del M. Cliente.	25	9	2.5	8	1.8	7	0.7
Costo edificación	15	7	0.9	6	0.9	7	1.1
Vías comunicación	10	7	0.7	7	0.8	8	0.8
Mano obra disponible	15	7	1	7	1.1	8	1.2
Costo insumos	15	7	1.2	7	1.2	8	1.2
Disponibilidad M.P.	15	7	1.1	6	0.9	8	1.2
Aspecto fiscal	5	7	0.4	7	0.4	7	0.4
TOTAL	100		7.8		6.95		7.6

Fuente: Investigación de campo
Elaborado: Fernanda Pozo

El lugar más idóneo para la empresa de café es el sector norte, ubicado en la calle Calderón y Ambato, ya que en esta zona existe mucha afluencia de clientes, debido que existen gran cantidad de distribuidores y comercializadores, además existe lugares disponibles para la colocación de la oficina para la comercialización de café.

Gráfico No. 15
Localización óptima de la empresa



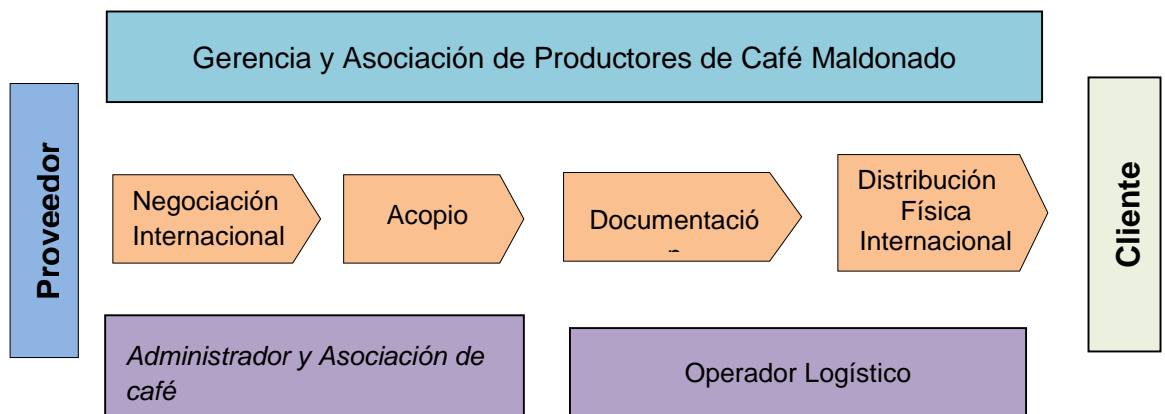
Fuente: Investigación de campo
Elaborado: Fernanda Pozo

5.6.5. Ingeniería de procesos del proyecto

5.6.5.1. Procesos

El proceso de exportación de café requiere el siguiente proceso:

Gráfico No. 16
Diagrama de Procesos de la exportación de café

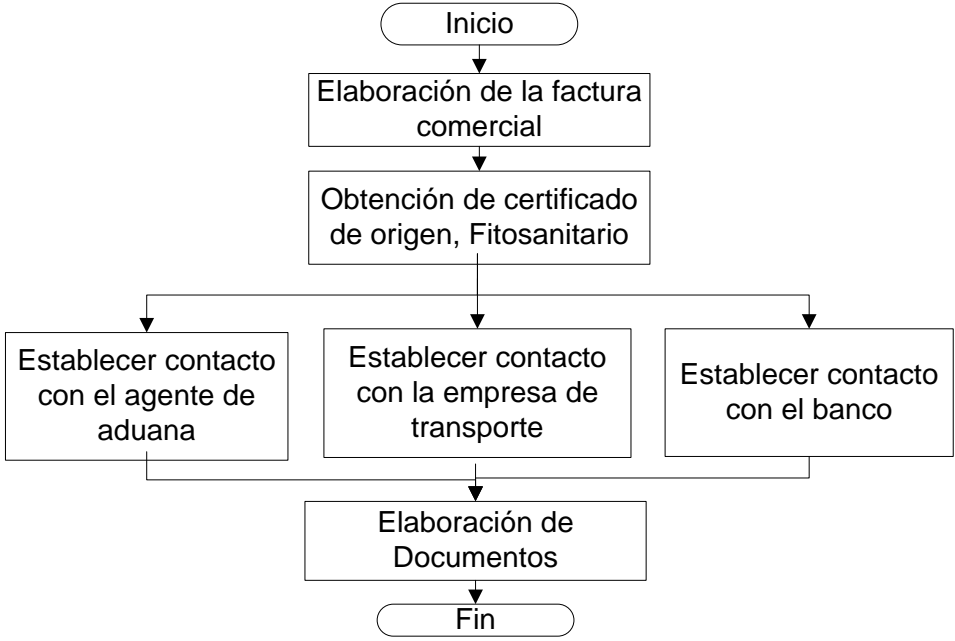


Fuente: ISO 9000.
Elaborado: Fernanda Pozo

De la misma manera para que se realice las operaciones es necesario detallar los procesos establecidos en la cadena de valor.

	NEGOCIACIÓN INTERNACIONAL CON CLIENTE		Código:	NIC-001
			Versión:	01
			Páginas:	1-01
Responsable:	Administrador y Asociación de productores de café			
Objetivo:	Negociación internacional con el cliente			
Alcance:	Establecer el contacto con el cliente hasta elaborar del contrato.			
Responsable	1. DETALLE		Documento	
Administrador	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Búsqueda de clientes ➤ Contacto ➤ Pre-negociación, presentación y demostración propuesta, realizar cotizaciones ➤ Negociación, llegar a un acuerdo. ➤ Toma de pedido de la cantidad ➤ Elaboración del contrato de compra venta internacional 		Páginas web Correo electrónico Contrato de compra venta	
2. FLUJOGRAMA				
<pre> graph TD subgraph "1. Administrador y Asociación" Inicio([Inicio]) Búsqueda[Búsqueda de clientes] Contrato[Elaboración del Contrato] Fin([Fin]) end subgraph "2. Cliente" Contacto[Contacto en el cliente] Propuesta[Propuesta] Acepta{Acepta} Negociación[Negociación] end Inicio --> Búsqueda Búsqueda --> Contacto Contacto --> Propuesta Propuesta -- No --> Búsqueda Propuesta -- Si --> Negociación Negociación --> Contrato Contrato --> Fin </pre>				
MEDICIÓN Y SEGUIMIENTO DEL PROCESO				
INDICADOR	FORMA DE CÁLCULO	ESTÁNDAR/META	PERIODICIDAD DE CÁLCULO	RESPONSABLE
Clientes	Clientes contactados/ número de ventas realizadas	Crecimiento del 10%	Mes	Administrador
DETERMINACIÓN DE RECURSOS RELACIONADA CON EL PROCESO				
RECURSO HUMANO	INFRAESTRUCTURA		AMBIENTE DE TRABAJO	
Administrador y Asociación	Equipos de computo, papelería de oficina		Ninguno	
REVISADO		APROBADO	FECHA	
Administrador		Administrador	12/05/2013	

	ACOPIO DE LA MERCANCÍA		Código:	ADM-001				
			Versión:	000				
			Páginas:	1-1				
Responsable:	Administrador y Asociación							
Objetivo:	Acondicionar la mercadería para el envío							
Alcance:	Recolectar el café de la asociación y preparar para el envío							
Responsable	1. DETALLE		Documento					
Administrador y Asociación	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Establecer el contacto con la asociación de productores de café ➤ Realizar el pedido de la cantidad requerida a exportar ➤ Indicaciones para el empaque de la mercadería ➤ Elaboración de la factura comercial ➤ Pago por el valor de la mercadería ➤ Mercadería lista para el envío 		Teléfono, fax Nota de pedido Factura Lista empaque					
2. FLUJO GRAMA								
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 50%; text-align: center;">1. Administrador</td> <td style="width: 50%; text-align: center;">2. Asociación</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;"> <p>Inicio</p> <p>↓</p> <p>Establecer contacto con la asociación</p> </td> <td style="text-align: center;"> <p>Productores de Café</p> <p>↓</p> <p>Pedido de la cantidad requerida</p> <p>↓</p> <p>Cumple con la especificación técnica</p> <p>↓</p> <p>Decisión: Acepta</p> <p style="text-align: right;">No</p> <p style="text-align: left;">Si</p> <p>↓</p> <p>Pago</p> <p>↓</p> <p>Fin</p> </td> </tr> </table>					1. Administrador	2. Asociación	<p>Inicio</p> <p>↓</p> <p>Establecer contacto con la asociación</p>	<p>Productores de Café</p> <p>↓</p> <p>Pedido de la cantidad requerida</p> <p>↓</p> <p>Cumple con la especificación técnica</p> <p>↓</p> <p>Decisión: Acepta</p> <p style="text-align: right;">No</p> <p style="text-align: left;">Si</p> <p>↓</p> <p>Pago</p> <p>↓</p> <p>Fin</p>
1. Administrador	2. Asociación							
<p>Inicio</p> <p>↓</p> <p>Establecer contacto con la asociación</p>	<p>Productores de Café</p> <p>↓</p> <p>Pedido de la cantidad requerida</p> <p>↓</p> <p>Cumple con la especificación técnica</p> <p>↓</p> <p>Decisión: Acepta</p> <p style="text-align: right;">No</p> <p style="text-align: left;">Si</p> <p>↓</p> <p>Pago</p> <p>↓</p> <p>Fin</p>							
MEDICIÓN Y SEGUIMIENTO DEL PROCESO								
INDICADOR	FORMA DE CÁLCULO	ESTÁNDAR/META	PERIODICIDAD DE CÁLCULO	RESPONSABLE				
Acopio	Número de quintales recolectados / número de quintales listos	5 horas	Mes	Administrador				
Pedido	Número de pedidos realizados / Número de despachos	5 horas	Mes					
DETERMINACIÓN DE RECURSOS RELACIONADA CON EL PROCESO								
RECURSO HUMANO	INFRAESTRUCTURA		AMBIENTE DE TRABAJO					
Administrador	Equipos de computo, suministros y papelería de oficina		Ninguno					
REVISADO		APROBADO	FECHA					
Administrador		Administrador	12/10/2013					

	DOCUMENTACIÓN DE EXPORTACIÓN		Código:	DE-001
			Versión:	001
			Páginas:	1-1
Responsable:	Administrador y Operador logístico			
Objetivo:	Elaborar los documentos de exportación			
Alcance: Elaboración de los documentos de exportación y obtener los certificados requeridos				
Responsable	1. DETALLE		Documento	
Administrador y Operador logístico	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Elaborar la lista de empaque y la factura comercial ➤ Obtener el certificado de origen en el MIPRO. ➤ Obtener el certificado fitosanitario en Agrocalidad ➤ Establecer el contacto con el agente de aduana para la elaboración de la declaración aduanera de exportación DAE. ➤ Establecer el contacto con la empresa de transporte para la elaboración del documento del transporte. ➤ Establecer el contacto con el banco para la elaboración de la carta de crédito de exportación. 		Lista de empaque Factura Certificado de origen Certificado Fitosanitario Teléfono	
2. FLUJOGRAMA				
 <pre> graph TD Inicio([Inicio]) --> A[Elaboración de la factura comercial] A --> B[Obtención de certificado de origen, Fitosanitario] B --> C[Establecer contacto con el agente de aduana] B --> D[Establecer contacto con la empresa de transporte] B --> E[Establecer contacto con el banco] C --> F[Elaboración de Documentos] D --> F E --> F F --> Fin([Fin]) </pre>				
MEDICIÓN Y SEGUIMIENTO DEL PROCESO				
INDICADOR	FORMA DE CÁLCULO	ESTÁNDAR/META	PERIODICIDAD DE CÁLCULO	RESPONSABLE
Documentos	Numero de documentos requeridos	1 día	Semanal	Administrador y Operador Log.
DETERMINACIÓN DE RECURSOS RELACIONADA CON EL PROCESO				
RECURSO HUMANO	INFRAESTRUCTURA		AMBIENTE DE TRABAJO	
Administrador, operador log.	Equipos de computo, suministros y papelería de oficina		Ninguno	
REVISADO		APROBADO	FECHA	
Administrador		Administrador	12/10/2013	

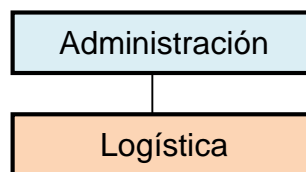
	DISTRIBUCIÓN FÍSICA INTERNACIONAL	Código: Versión: Páginas:	DFI-001 000 1-1
Responsable:	Administrador y Operador logístico		
Objetivo:	Realizar la distribución física internacional		
Alcance: Enviar la mercadería desde el país de origen hasta el país de destino			
Responsable	1. DETALLE	Documento	
Trabajadores	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Cargar la mercadería al medio de transporte ➤ Realizar el transporte interno, traslado de la mercadería hasta el puerto de embarque. ➤ Contratar el almacén temporal para el almacenamiento en el puerto de Guayaquil ➤ Realizar el trámite de exportación en aduana coordinando con el agente de aduana ➤ Manipulación y embarque de la mercadería coordinando con la empresa naviera. ➤ Contratar el seguro internacional de la mercadería ➤ Transporte internacional de la mercadería Guayaquil - Valencia ➤ Contratar el almacén temporal en España ➤ Manipulación y desembarque de la mercadería en el puerto de destino ➤ Realizar el trámite de importación en aduana, contratación de agente de aduana ➤ Transporte interno de la mercadería hasta el lugar de comercialización. 	Lista de empaque Manifiestos Declaración aduanera de exportación Documento de transporte Declaración aduanera de importación	
Administrador y Operador logístico			
2. FLUJO GRAMA			
Operador Logístico 1. País de Origen	Importador 2. Transito Internacional	Importador 3. País de Destino	
<pre> graph TD Inicio([Inicio]) --> M1[Manipulación en el local del exportador] M1 --> T1[Transporte Interno] T1 --> A1[Almacenamiento] A1 --> P1[Presentación de documentos en Aduana] P1 --> D1{Acepta} D1 -- No --> P1 D1 -- Si --> E1[Embarque de la mercadería] E1 --> T2[Transporte Internacional] </pre>	<pre> graph TD T2[Transporte Internacional] --> S1[Seguro Internacional] </pre>	<pre> graph TD D2[Desembarque y manipulación] --> A2[Almacenamiento] A2 --> P2[Presentación de documentos en Aduana] P2 --> D2{Acepta} D2 -- No --> P2 D2 -- Si --> P3[Pago de Impuestos] P3 --> T3[Transporte Interno] T3 --> Fin([Fin]) </pre>	
MEDICIÓN Y SEGUIMIENTO DEL PROCESO			

INDICADOR	FORMA DE CÁLCULO	ESTÁNDAR/ META	PERIODICIDAD DE CÁLCULO	RESPONSABLE
DFI	Despachos programados / despachos realizados	1 día	Semanal	Administrador y Operador Logístico
DETERMINACIÓN DE RECURSOS RELACIONADA CON EL PROCESO				
RECURSO HUMANO	INFRAESTRUCTURA		AMBIENTE DE TRABAJO	
Administrador y operador logístico	Equipos computo, suministros y papelería de oficina		Ninguno	
REVISADO		APROBADO	FECHA	
Administrador		Administrador	12/10/2013	

5.6.6. Organización de la empresa

Al tratarse de una oficina comercial, solo se requiere de la siguiente estructura empresarial.

Gráfico No. 17
Organigrama Estructural



Fuente: Investigación de campo
Elaborado: Fernanda Pozo

- a. Administración.- Encargado de representar a la empresa, legal, judicial a cargo del administrador.
- b. Operador Logístico.- Tendrá a su cargo realizar el proceso de exportación de café de la asociación.

5.7. PROCESO LOGÍSTICO

El proceso logístico es el conjunto de actividades que comprende el traslado del café desde el punto de origen, Maldonado hasta el puerto de destino España cumpliendo con todas las formalidades establecidas.

Los procesos involucrados para el traslado de la mercadería son:

- Procesos realizados en el país de exportación
- Procesos realizados en el tránsito internacional
- Procesos realizados en el país de importación

5.7.1. Datos del Embarque

Para realizar la exportación de café desde Maldonado fue necesario identificar de forma detallada el producto, partida arancelaria, unidad comercial, valor comercial tanto en el Ecuador y en España.

Tabla No.45

INFORMACIÓN BÁSICA DEL PRODUCTO:	
Nombre técnico o comercial del producto	Café sin tostar, sin descafeinar
Posición arancelaria en el país exportador	0901.11.00.00
Posición arancelaria en el país importador	0901.11.00
Unidad comercial de venta	Quintal
Moneda de transacción.	USD
Valor ex-work de la unidad comercial.	150,96

Elaborado: Fernanda Pozo

La información que se detalla en la tabla son de un envío bimestral de un contenedor de 20 pies, es decir se realizara seis envíos durante al año.

Tabla No.44

INFORMACIÓN BÁSICA DEL EMBARQUE	
País de origen	Ecuador
Ciudad de punto de embarque	Guayaquil
País de destino	España
Ciudad de punto de destino	Madrid
Nº de unidades comerciales por embarque	65
Valor inicial del embarque (EXW)	9813,00
Tipo de embalaje	Quintal
Tipo de unidad de carga	Vehículos
Nº total de embalajes	65
Nº total de unidades de carga	1

Elaborado: Fernanda Pozo

5.7.2. Calculo del cubicaje

Para conocer la capacidad exacta del medio de transporte se realizo el cálculo en base a las medidas de largo ancho y alto del empaque que corresponde a un saco de café de 45 kg. Y al contenedor de 20 pies logrando establecer una capacidad máxima de 196 quintales de café.

Tabla No.46

CALCULO DE CUBICAJE	EMPAQUE / EMBALAJE	UNIDAD DE CARGA	Estimación del espacio
Nº de unidades	1	196	196,00
Largo mts.	1,00	7,00	7
Alto mts.	0,28	2,00	7
Ancho mts.	0,60	2,40	4
Volumen total del embarque m ³	0,168	33,6	200
Peso por unidad kg	45	8820	196
Peso total del embarque ton	0,045	8,820	196

Elaborado: Fernanda Pozo

a. Costos directos país de exportación

Son todos aquellos costos en los que se ha incurrido en el Ecuador que corresponden a empaque, unitarización, manipuleo, documentación transporte y aduanas.

b. Total Costo - Tiempo de la distribución física internacional país exportador

Son los costos generados en el país exportador y permite realizar un análisis de los cuales se ha identificado un valor FOB de 11409,69 USD, en un tiempo de 3,33 días.

Tabla No.47

ANALISIS TOTAL COSTO - TIEMPO EN EL PAÍS DE EXPORTACIÓN		
COSTOS DIRECTOS	COSTO	TIEMPO DÍAS
Empaque	0,00	0,00
Embalaje	83,75	0,63
Unitarización	302,50	0,25
Manipuleo en el local del exportador	60,00	0,00
Documentación	192,50	0,00
Transporte interno	500,00	1,00
Manipuleo Embarque	80,00	0,08
Agentes	250,00	1,13
COSTOS INDIRECTOS		
Bancarios	203,50	0,25
Capital e inventario país de origen	8,62	3,33
TOTAL COSTO - TIEMPO DE LA DFI PAÍS EXPORTADOR	1680,88	3,33
VALOR ExWORK	9812,56	0,63
VALOR FCA	10175,06	1,21
VALOR FOB	11409,69	3,33

Elaborado: Fernanda Pozo

c. Total Costo – Tiempo de la distribución física internacional en el tránsito internacional

Para el tránsito internacional se logro identificar un valor de 1945,43 USD, y el valor DAT haciende a 13355,12 USD en un tiempo requerido de 25,83 días.

Tabla No.48

ANÁLISIS TOTAL COSTO - TIEMPO EN EL TRÁNSITO INTERNACIONAL		
COSTOS DIRECTOS	COSTO	TIEMPO EN DÍAS

Flete Internacional	1500,00	22,00
VALOR CFR	12909,69	25,33
Seguro Internacional	258,19	0,25
VALOR CIF	13167,88	25,58
Manipuleo Desembarque	120,00	0,25
COSTOS INDIRECTOS		
CAPITAL E INVENTARIO	67,24	22,50
COSTO DE LA DFI EN EL TRÁNSITO INTERNACIONAL	1945,43	22,50
VALOR DAT	13355,12	25,83

Elaborado: Fernanda Pozo

a. Total Costo - Tiempo de la distribución física internacional en el país Importador

Según datos obtenidos de la tabla el costo obtenido en el país importador es de 2649.59 USD. En un tiempo de 3,38 días y el valor del incoterm DDP haciende a 15884,71 USD. Y un tiempo total de 29,71 días.

Tabla No.49

ANÁLISIS TOTAL COSTO - TIEMPO EN EL PAÍS IMPORTADOR		
COSTOS DIRECTOS	COSTO	TIEMPO EN DÍAS
Almacenamiento temporal	50,00	1,00
Manipuleo desembarque	120,00	0,00
Documentación	130,00	0,63
Agentes	320,00	1,25
Transporte interno	700,00	1,00
VALOR DAP	14555,12	29,71
Aduaneros	1316,79	incluido en agentes
COSTOS INDIRECTOS		
Capital e Inventario	12,800	3,88
COSTO DE LA DFI EN EL PAÍS IMPORTADOR	2649,59	3,88
VALOR DDP	15884,71	29,71
Precio (c/u) en país de destino	244,38	
MARGEN DE VENTAS	17,1	
PRECIO DE VENTA	261,49	

Elaborado: Fernanda Pozo

Para finalizar se estableció que el precio de venta del café en el mercado de Madrid es de 261,49 USD y se espera obtener un margen de utilidad del 7%, aspecto positivo para el proyecto.

5.8. EVALUACIÓN ECONÓMICA Y FINANCIERA

5.8.1. Inversión Inicial

La inversión inicial del proyecto corresponde a los activos fijos, capital de operación y gastos de constitución necesarios para la exportación de café.

La inversión total equivale a \$18.826,00 los cuales se encuentran se detallan a continuación.

Tabla No. 50
Inversión Inicial

Concepto	Valor
Inversión Fija	7.710,00
Capital de Operación	8.116,00
Gastos de Constitución	3.000,00
Total Inversión Inicial	18.826,00

Elaborado: Fernanda Pozo

El financiamiento se lo realizara a través del Banco del Pichincha con una tasa de interés del 11,20%, una cuota mensual de \$ 247,25 a un plazo de 3 años, este valor se constituye por un 60% correspondiente al capital propio y un 40% constituye el capital ajeno que será financiado el cual se detalla a continuación.

Tabla No. 51
Estructura de Financiamiento

Concepto	Participación	Valor
Capital Propio	60%	11.296
Capital Ajeno	40%	7.530
Total	100%	18.826

Elaborado: Fernanda Pozo

5.8.2. Proyección de Costos del proyecto

Durante el proceso productivo se incurrirá en costos directos e indirectos para poder obtener el producto listo para la exportación que corresponde a los sacos de café de 45 kg. Para su proyección de cinco años de vida del proyecto se tomo la inflación anual del Ecuador que equivale a 4.48%.

Tabla No. 52
Costos de Producción Proyectados

Concepto	Año 2012	Año 2013	Año 2014	Año 2015	Año 2016	Año 2017
Materia Prima						
Café	39.000	47.623	48.250	48.877	50.130	50.757
Costos Indirectos de Fabricación:						
Empaque (saco de yute)	390	594	627	661	705	744
Otros	100	104	109	114	119	124
Total Costo de Producción	39.490	48.322	48.986	49.652	50.954	51.624

Elaborado: Fernanda Pozo

5.8.3. Proyección de Gastos del proyecto

Los gastos del proyecto corresponden a los gastos administrativos y de exportación es decir son aquellos necesarios para el manejo de la oficina de comercialización ubicada en Tulcán y los gastos de exportación.

Tabla No. 53
Gastos Administrativos

Concepto	Año 2012	Año 2013	Año 2014	Año 2015	Año 2016	Año 2017
Sueldos	14.345	16.838	18.582	20.506	22.630	24.974
Servicios Básicos	600	627	654	683	714	745
Suministros de Oficina	600	627	654	683	714	745
Suministros de Limpieza	240	251	262	273	286	298
Arriendo	3.600	3760	3927	4101	4283	4473
Depreciaciones	0	1296	1296	1296	1329	1329
Amortizaciones	0	600	600	600	600	600
Total Gastos	19.385	23.998	25975	28143	30555	33165

Elaborado: Fernanda Pozo

Los gastos de exportación corresponden a la unitarización, manipulación, transporte, aduana, documentación, almacenamiento.

Tabla No. 54
Gastos de Exportación

Concepto	Año 2012	Año 2013	Año 2014	Año 2015	Año 2016	Año 2017
Unitarización	1.815	1.896	1.980	2.067	2.159	2.255
Manipuleo en el local de exportador	360	376	393	410	428	447
Documentación	1.155	1.206	1.316	1.499	1.783	2.215
Transporte interno	3.000	3.133	3.272	3.417	3.569	3.727
Manipuleo de embarque	480	501	524	547	571	596
Agentes	1.500	1.567	1.709	1.946	2.316	2.877
Costos bancarios	1.221	1.492	1.547	1.605	1.682	1.750
Capital e inventario en el país de origen	52	62	65	68	71	75
Flete internacional	9.000	9.399	9.816	10.252	10.707	11.182
Seguro internacional	1.549	1.839	1.912	1.992	2.096	2.198
Capital e inventario en el tránsito internacional	403	479	498	519	546	572
Almacenamiento	300	307	315	322	330	338
Manipuleo desembarque	720	752	785	820	857	895
Documentación	780	799	818	838	859	879
Agentes	1.920	2.005	2.187	2.491	2.964	3.682
Transporte interno	4.200	4.386	4.581	4.784	4.997	5.218
Aduaneros	7.901	9.379	9.749	10.160	10.689	11.211
Capital e inventario en el país de destino	2.160	90	94	98	103	109
Total Gastos	38.516	39.669	41.559	43.837	46.726	50.228

Elaborado: Fernanda Pozo

5.8.4. Estados Financieros

5.8.4.1. Balance General

El balance general es un estado financiero muestra la situación actual de la empresa identificando los activos, pasivos y capital.

Tabla No. 55
Balance General - Con Financiamiento

Activos		Pasivos	
Activos Corrientes		Pasivos Corto Plazo	
Bancos	8.116	Deudas <1 Año	0
Total Activos Corrientes	<u>8.116</u>	Total Pasivos Corto Plazo	<u>0</u>
Activos Fijos		Pasivos Largo Plazo	
Equipo de Cómputo	5.460	Préstamos Bancarios	7.530
Construcciones	2.250	Total Pasivos Largo Plazo	<u>7.530</u>
Total Activos Fijos	<u>7.710</u>		
Activos Diferidos		Total Pasivos	7.530
Gastos de Constitución	<u>3.000</u>	Patrimonio	
Total Activos Diferidos	<u>3.000</u>	Capital Social	<u>11.296</u>
		Total Patrimonio	<u>11.296</u>
Total Activos	<u><u>18.826</u></u>	Total Pasivo + Patrimonio	<u><u>18.826</u></u>

Elaborado: Fernanda Pozo

5.8.4.2. Estado de Resultados

Es aquel que nos permite conocer los ingresos y gastos del proyecto y de esta manera conocer la utilidad o pérdida que se genera durante el periodo de vida del proyecto.

Tabla No. 56
Estado de Resultados - Con Financiamiento

Detalle	Año 2013	Año 2014	Año 2015	Año 2016	Año 2017
Ventas	120.610	125.176	130.331	137.211	144.469
Cantidad	456	462	468	480	486
Precio	264,49	270,94	278,49	285,86	297,26
- Costo de Ventas	48.322	48.986	49.652	50.954	51.624
Utilidad Bruta en Ventas	72.288	76.191	80.679	86.258	92.845
- Gastos Operacionales	63.667	67.534	71.980	77.281	83.394
Gastos Administrativos	23.998	25.975	28.143	30.555	33.165
Gastos de Exportación	39.669	41.559	43.837	46.726	50.228
Utilidad Operacional	8.621	8.656	8.699	8.976	9.451
- Gastos Financieros	731	467	172	0,00	0,00
Interés Bancario	731	467	172	0,00	0,00
U.A.T.I	7.890	8.189	8.526	8.976	9.451
- 15% Particip. Trabajadores	1.184	1.228	1.279	1.346	1.418
Utilidad Antes de Impuestos	6.707	6.961	7.247	7.630	8.034
- 23% Impuesto a la Renta	1.543	1.601	1.667	1.755	1.848
Utilidad Neta	5.164	5.360	5.580	5.875	6.186

Elaborado: Fernanda Pozo

Tal como indica la tabla el estado de resultados muestra una utilidad neta creciente durante el periodo de vida del proyecto aspecto positivo para la realización del proyecto.

5.8.5. Flujos de Efectivo, VAN, TIR

El flujo de caja proyectado durante los cinco años del proyecto, muestra el análisis de los indicadores financieros que permitirán tomar una decisión conociendo su Valor Actual Neto, Tasa Interna de Retorno, costo beneficio y el periodo de recuperación.

Tabla No. 57
Flujos de Efectivo - Con Financiamiento

Entradas de efectivo	Año 2012	Año 2013	Año 2014	Año 2015	Año 2016	Año 2017
Utilidad Neta		5.164	5.360	5.580	5.875	6.186
+ Depreciaciones		1.296	1.296	1.296	1.329	1.329
+ Amortizaciones		600	600	600	600	600
Liquidación del Proyecto						3.513
Recuperación Capital de Operación						8.116
Total Entradas	0	7.060	7.256	7.476	7.804	19.744
Salidas de Efectivo	Año 2012	Año 2013	Año 2014	Año 2015	Año 2016	Año 2017
Inversión Inicial	18.826					
Amortización de la Deuda		2.236	2.500	2.795		
Reposición de Activos				2.350		
Total Salidas	18.826	2.236	2.500	5.144	0,00	0,00
= Flujo de efectivo Neto	-18.826	4.824	4.756	2.332	7.804	19.744

Elaborado: Fernanda Pozo

Año	Flujo de Efectivo	Factor de Actualización	Flujo de efectivo Descontado
0	- 18.825,95		
1	4.824,17	0,9142	4.410,39
2	4.756,01	0,8358	3.975,13
3	2.332,08	0,7641	1.781,99
4	7.804,36	0,6986	5.451,98
5	19.744,36	0,6387	12.609,96
		ΣFE	28.229,45
		- I.I.	18.825,95
		VAN	9.403,50
		TIR	22,84%
		PR	3,88
		C/B	1,50

Los resultados obtenidos del proyecto corresponden a los siguientes datos; El valor actual neto de \$9.403,50, positivo, es decir el proyecto es viable; la TIR es de 22,84% superior a la tasa de descuento 9,38%; la relación costo beneficio indica que por cada dólar invertido se recupera 1,50 dólares; el periodo de recuperación corresponde a 3,88 años, identificando resultados favorables para la ejecución del proyecto.

5.8.6. Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio nos muestra el número de unidades mínimas que se debe producir y vender para no generar pérdidas, es decir donde la empresa no gana ni pierde. Se identifica que se requeridas producir menos unidades de las que actualmente se vende, por ende una vez superado el punto de equilibrio, las unidades adicionales generan utilidad.

Tabla No. 58
Punto de Equilibrio - Con Financiamiento

Punto de Equilibrio - Con Financiamiento								
	Año 2012		Año 2013		Año 2014		Año 2015	
	Fijos	Var.	Fijos	Var.	Fijos	Var.	Fijos	Var.
Costo de Producción								
Café		39.000		47.623		48.250		48.877
Costos Indirectos Fabric.								
Embalajes		390		594		627		661
Otros	100		104		109		114	
Depreciaciones	0,00		0,00		0,00		0,00	
Total Costo Producción	100	39.390	104	48.217	109	48.877	114	49.538
Gastos Operacionales	19.385	38.516	23.998	39.669	25.975	41.559	28.143	43.837
Gastos Administrativos	19.385		23.998		25.975		28.143	
Gastos de Exportación		38.516		39.669		41.559		43.837
Gastos Financieros	0,00		731		467		172	
Interés Bancario			731		467		172	
Costos y Gastos Totales	19.485	77.906	24.833	87.886	26.551	90.436	28.430	93.375
Unidades	390		456		462		468	
Costos y Gastos Unitarios	49,96	199,76	54,46	192,73	57,47	195,75	60,75	199,52
Total Costos y Gastos Unitarios	249,72		247,19		253,22		260,27	
% Utilidad	7%		7%		7%		7%	
Precio de venta Unitario	267,20		264,49		270,94		278,49	
P. Eq. Unid. = Costos Fijos / (P - CV)	289		346		353		360	

Elaborado: Fernanda Pozo

6.- BIBLIOGRAFÍA

BIBLIOGRAFÍA

Bracho, F., (10/2012), Gobierno Provincial del Carchi.

Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones. (2010)
<http://www.industrias.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/08/Codigo-Organico-de-la-Produccion-Comercio-e-Inversiones.pdf>

Cumbicus, E. (202012), *Análisis sectorial del café en la Zona 7 del Ecuador*.
Universidad Técnica Particular de Loja, Ecuador.

DATOS ESTADÍSTICOS AGROPECUARIOS (2011) *Café*, recuperado el 22/04/2013, en http://www.inec.gob.ec/espac_publicaciones/espac-2011/INFORME_EJECUTIVO%202011.pdf

Federación española de Café, (2010), *El Café en España*, recuperado el 20/04/2013, en http://www.forumdelcafe.com/pdf/F-46_Cafe_Espana_2010.pdf

Guía Comercial de España, (2011), recuperado el 18/04/2013, en <http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/04/PROEC-GC2011-ESPANA.pdf>

Jiménez, F., (2012), *Elementos de teoría y política macroeconómica para una economía abierta*, Fondo Editorial, Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima.

Palacio I. (2010), *Guía práctica para la Identificación, Formulación y evaluación de proyectos*. Bogotá. Editorial; Universidad del Rosario

PROECUADOR, (2011), *Informe de primer nivel*, recuperado el 19/04/2013, en <http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/03/X-1203-CAFE-EUROPA.pdf>

PRO ECUADOR, (2012), *Ficha Comercial Reino de España*, recuperado el 20/04/2013, en http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/01/PROEC_FC2012_ESPANA.pdf

Linkografía

Aplicaciones de Inteligencia Artificial [AIS], (2013), *Vascos, madrileños, catalanes y baleares tienen la media de ingresos más alta*, recuperado el 18/04/2013, en <http://www.ais-int.com/vascos-madrilenos-catalanes-y-baleares-tienen-la-media-de-ingresos-mas-alta.html>

Centro de Información Café y Salud (2011), *Gráfico de consumo de café en Madrid* recuperado el 22/04/2013 en <http://www.cicas.es/cifras/graficos-de-consumo-de-cafe-en-madrid>

DATOS MACRO, (2013), *PIB de España*, recuperado el 9 de mayo del 2013, en <http://www.datosmacro.com/pib/espana>

Foro Económico Mundial, (2012), *Los avances de la tecnología en Ecuador son paulatinos*, recuperado en; http://www.elcomercio.com.ec/sociedad/Tecnologia-innovacionemprendimiento-emprendedores-Ecuador-desarrollo-nuevasTecnologias_0_995900422.html

Mercado Internacional café (2011) recuperado el 22/03/2013 en http://www.sellocomerciojusto.org,20120621_dossier_mercadoInternacionalcafe

Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente (2010), *Embalajes de madera - NIMF 15*, recuperado el 16/04/2013, <http://www.magrama.gob.es/es/agricultura/temas/sanidad-vegetal/embalajes-de-madera-nimf-15/nimf-15/>

Ministerio Coordinador de la Política Económica (2013) Indicadores Macroeconómicos del Ecuador recuperado el 13/02/2013 <http://www.politicaeconomica.gob.ec/wpcontent/uploads/downloads/2013/02/enero-2013.pdf>

Ministerios de Economía de España, (2013), Actualización del Programa de Estabilidad Reino de España 2012-2015, recuperado el 16/04/2013, en www.mineco.gob.es

Organización internacional del café en España (2012), Consumo de café, recuperado el 10/04/2013 <http://www.organizacióninternacionaldelcafe.com>

7. ANEXOS

ANEXO No.1

Como información adicional y necesaria se identificó las formas de pago, tasas de interés en el Ecuador y en España que pueden influir de manera directa o indirectamente en la exportación de café.

Tabla No.59

INFORMACIÓN ADICIONAL	
Termino de negociación	FOB
Forma de pago	Giro Directo
Plazo	X
Tipo de Cambio	1,00
% de tasa de seguro	2%
Porcentaje de tasa pasiva de interés anual	8,17%
Tasa promedio de inflación anual, Ecuador	4,44%
Inflación anual país de destino, España	2,43%

Elaborado: Fernanda Pozo

Se detallan los costos incurridos en el país de origen que corresponde a la unitarización de los quintales de café de exportación se realizara en un contenedor de 20 pies con el fin de facilitar la manipulación, transporte y a su vez conserven sus condiciones originales, luego se estiba de los sacos al medio de transporte para posteriormente ser trasladados desde la parroquia de Maldonado hacia el puerto de Guayaquil, en un contenedor cerrado de 20 pies, para el embarque.

Luego se carga de contenedor al buque, el exportador debe de coordinar con la empresa Naviera de transporte internacional encargada de llevar la mercancía hasta España, en el proceso de exportación se contrata a un Agente de Aduana, para realizar la exportación y elaborar los documentos respectivos Declaración Aduanera de Exportación (DAE) ante el Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador SENA. E.

El cobro de la mercadería se realizara a través de una carta de crédito que será emitida por el Banco del Pichincha que presta estos servicios, el capital e inventario se realiza del valor del incoterm FCA y la Tasa de Interés Pasiva anual vigente por el Banco Central del Ecuador que es del 8,17 %

Tabla No.60

EMPAQUE/ EMBALAJE / MARCADO								
Descripción	Costo Unit. USD.	Cantidad	Costo total USD.	Tiempo en Días/ Horas	RR.H H.	Costo x Trabajador	Costo mano de obra	Costo total Operación USD.
Sacos yute	1,00	65,0	65,00	0,6 h.	3	10,00	18,75	83,75
TOTALES								83,75
UNITARIZACIÓN								
Alquiler del contenedor	300	1	300	0,3 h.	1	10,00	2,5	303,00
TOTALES								303,00
MANIPULEO EN EL LOCAL DE EXPORTADOR								
Cargue de los sacos al vehículo	60,00	1						60,00
TOTALES								60,00
TRASPORTE INTERNO								
Flete interno vehículo	500,00	1		1				500,00
TOTALES								500,00
MANIPULACIÓN DE EMBARQUE								
Cargue de los sacos al Transporte Internacional	80,00	1		0,08				80,00
TOTALES								80,00
AGENTES								
Descripción	Honorarios Profesionales	RR.HH. Empresa	Tiempo en Horas	Tiempo en Días	Costo total operación USD			
Agente de carga	80,00	1	3	0,38	80,00			
Agente de aduana	150,00		5	0,63	150,00			
Otros	20,00		1	0,13	20,00			
TOTALES			9	1,13	250,00			
COSTOS BANCARIOS								
Descripción	Valor FCA	Tasa del banco	Tiempo contratación horas	Tiempo de contratación días	Costo USD			
Costo Carta de Crédito	10175,06	2%	2	0,25	203,50			
CAPITAL E INVENTARIO - PAIS DE ORIGEN								
Descripción	Base de cálculo = FCA + gastos	Tasa de interés pasiva anual	Tiempo en días	Año comercial	Costo USD			
Costo de oportunidad	11401,06	8,17%	3,33	360	8,62			

Elaborado: Fernanda Pozo

ANEXO No. 2

Costos directos en el Tránsito Internacional Flete Internacional

El transporte internacional de la mercancía estará a cargo del importador español que realizara desde el puerto de Guayaquil hacia el puerto de Valencia España en un tiempo aproximado de 22 días por un costo de 1500 USD por contenedor de 20 pies, llegada la mercadería a Valencia se realizará su descarga y almacenamiento hasta realizar el proceso de importación.

Tabla No.61

FLETE INTERNACIONAL					
Descripción	Costo unitario por embarque	Cantidad de vehículos	Tiempo en días de operación	Costo total operación USD	
Flete de un contenedor 20 pies	1500,00	1	22	1500,00	
TOTALES			22	1500,00	
MANIPULEO DE DESEMBARQUE					
Descripción	Costo por Embarque	Cantidad	Tiempo en horas	Tiempo en Días	Costo total USD
Descargue de los sacos al Transporte Internacional	100,00	1	2	0,25	100,00
Otros	20,00	1		0,00	20,00
TOTALES				0,25	120,00
CAPITAL E INVENTARIO - TRANSITO INTERNACIONAL					
Descripción	VALOR CIF	Tasa de interés pasiva anual	Tiempo en días	Año comercial	COSTO FINAL USD
Costo de oportunidad.	13167,88	8,17%	22,50	360	67,24

Elaborado: Fernanda Pozo

ANEXO No. 3

Costos directos en el país de Importación

En la importación se requiere de la documentación emitida por el exportador en el país de origen más la requerida por la aduana de España que se detalla a continuación.

- Declaración aduanera de exportación - DAE
- Factura Comercial
- Certificado de Origen
- Documento de Transporte (conocimiento de embarque o B/L)
- Certificados Fitosanitario
- Lista de Empaque

Para el café los impuestos aplicables equivale IVA del 10 %, existe un beneficio del Sistema General Preferencial SGP, liberando el pago de advalorem a 0% para ello se requiere la presentación del certificado de origen ante la aduana.

Tabla No. 62

ALMACENAMIENTO						
Descripción	Tiempo de almacenaje en días			Costo Total		
Almacenamiento temporal	1			50,00		
DOCUMENTACIÓN						
DESCRIPCIÓN	Costo unitario	Cantidad	RR.HH.	Tiempo en Horas	Tiempo en Días	Costo total USD
Documento de recepción de carga	100,00	1	2 personas	4	0,50	100,00
Certificado sanitario en el destino	0,00	0		0	0,00	0,00
Otros	30,00	1		1	0,13	30,00
TOTALES				5	0,63	130,00
ADUANEROS						
DESCRIPCIÓN	% DE IMPUESTO	BASE IMPONIBLE	Costo total USD	Tiempo en horas	Tiempo en días	COSTO USD
ADVALOREM	0%	13167,88	0,00	3	incluido en agentes	1316,79
ICE	0%	13167,88	0,00			
IVA	10%	13167,88	1316,79			
CAPITAL E INVENTARIO EN EL PAÍS DE DESTINO						
Descripción	VALOR DAP	Tasa de interés pasiva	Tiempo en días	Año comercial	COSTO FINAL	
Costo de oportunidad	14555,12	8,17%	3,88	360	12,80	

Elaborado: Fernanda Pozo

ANEXO No. 4

EVALUACIÓN ECONÓMICA Y FINANCIERA

Para el presente proyecto la inversión inicial comprende la adquisición de todos los activos fijos, capital de operación y gastos de constitución requeridos para la exportación de café.

Tabla No. 63
Activos Fijos

Detalle	Valor Total
Muebles y enseres	5460,00
Equipo de Cómputo	2250,00
Total Activos Fijos	7710,00

Elaborado: Fernanda Pozo

Tabla No. 64
Capital de Operación

Concepto	Valor
Costos de Producción	39.490,00
Gastos Administrativos	19.385,00
Gastos de Exportación	38.516,00
Total Costo Anual	97.391,00
Total Costo Diario	271,00
Ciclo de caja	30
Capital de Operación	8116,00

Elaborado: Fernanda Pozo

Tabla No. 65
Gastos de Constitución

Concepto	Total
Investigación	600,00
Diseños	400,00
Abogado	500,00
Permisos	500,00
Licencias	1.000,00
Total Gastos de Constitución	3000,00

Elaborado: Fernanda Pozo

Se calcularon con base del estudio técnico, relacionado con lo requerido para la puesta en marcha del proyecto.

Estado de Resultados

Tabla No. 66
Estado de Resultados - Sin Financiamiento

Detalle	Año 2013	Año 2014	Año 2015	Año 2016	Año 2017
Ventas	119.827	124.676	130.147	137.211	144.469
Cantidad	456	462	468	480	486
Precio	262,78	269,86	278,09	285,86	297,26
- Costo de Ventas	48.322	48.986	49.652	50.954	51.624
Utilidad Bruta en Ventas	71.506	75.691	80.495	86.258	92.845
- Gastos Operacionales	63.667	67.534	71.980	77.281	83.394
Gastos Administrativos	23.998	25.975	28.143	30.555	33.165
Gastos de Exportación	39.669	41.559	43.837	46.726	50.228
Utilidad Operacional	7.839	8.156	8.514	8.976	9.451
- Gastos Financieros	0	0	0	0	0
Interés Bancario	0	0	0	0	0
U.A.T.I	7.839	8.156	8.514	8.976	9.451
- 15% Particip. Trabajadores	1.176	1.223	1.277	1.346	1.418
Utilidad Antes de Impuestos	6.663	6.933	7.237	7.630	8.034
- 23% Impuesto a la Renta	1.533	1.595	1.665	1.755	1.848
Utilidad Neta	5.131	5.338	5.573	5.875	6.186

Elaborado: Fernanda Pozo

Muestra los resultados del ejercicio, en los siguientes 5 años de proyección del negocio, se consideraron los datos de ventas, costos y gastos necesarios para cumplir con la propuesta, determinando la rentabilidad contable que será insumo para la elaboración de los flujos de efectivo.

Flujo de Efectivo

Tabla No. 67

Flujos de Efectivo - Sin Financiamiento

Entradas de efectivo	Año 2012	Año 2013	Año 2014	Año 2015	Año 2016	Año 2017
Utilidad Neta		5.131	5.338	5.573	5.875	6.186
+ Depreciaciones		1.296	1.296	1.296	1.329	1.329
+ Amortizaciones		600	600	600	600	600
Liquidación del Proyecto						3.513
Recuperación Capital de Operación						8.116
Total Entradas	0	7.027	7.234	7.469	7.804	19.744
Salidas de Efectivo	Año 2012	Año 2013	Año 2014	Año 2015	Año 2016	Año 2017
Inversión Inicial	18.826					
Reposición de Activos				2.350		
Total Salidas	18.826	0,00	0,00	2.350	0,00	0,00
= Flujo de efectivo Neto	-18.826	7.027	7.234	5.119	7.804	19.744

Elaborado: El autor

Reflejan la entrada y salida de efectivo considerando como primera entrada la rentabilidad contable a la que se han sumado las depreciaciones y amortizaciones que no representan movimiento de dinero.

Así mismo se considera como entradas de efectivos el valor de liquidación en caso de terminarse el proyecto y la recuperación del capital de trabajo, pues el negocio dejaría de operar.

ΣFE	34.443,89
- I.I.	18.825,95
VAN	15.617,93
TIR	32,90%
PR	2,88
C/B	1,83

Los indicadores del proyecto sin financiamiento son también favorables y más elevados.

ANEXO No. 5

Fotografías

“Carchi quiere ser el eje cafetero del país”



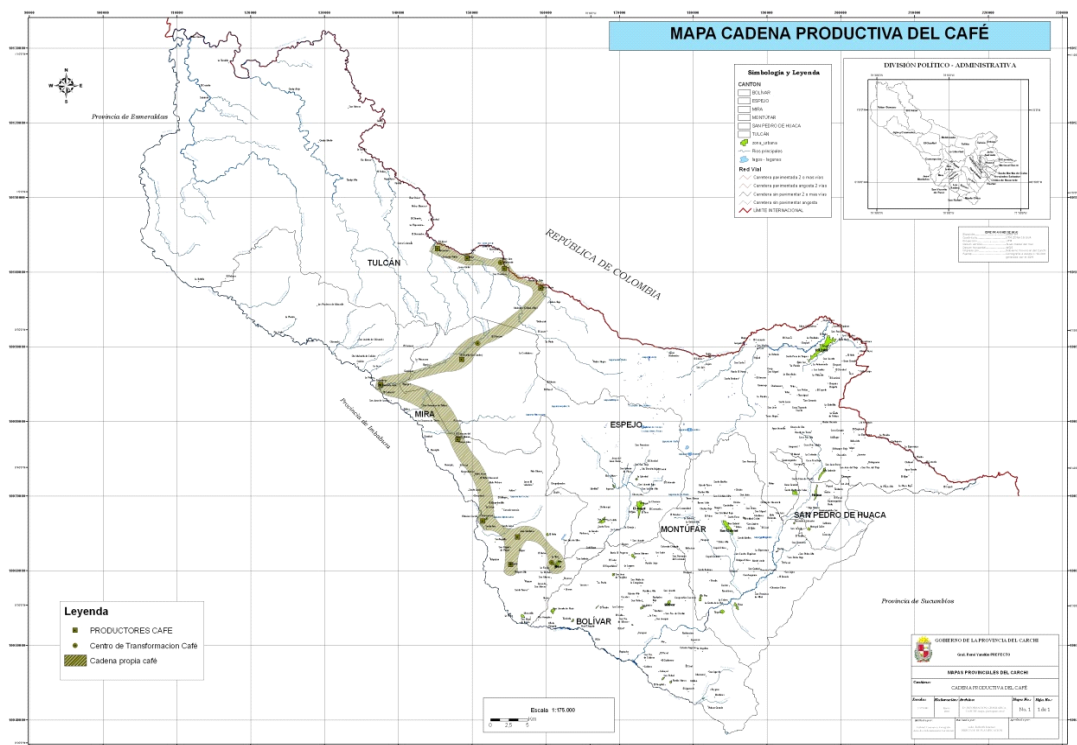
“Café en Maldonado”

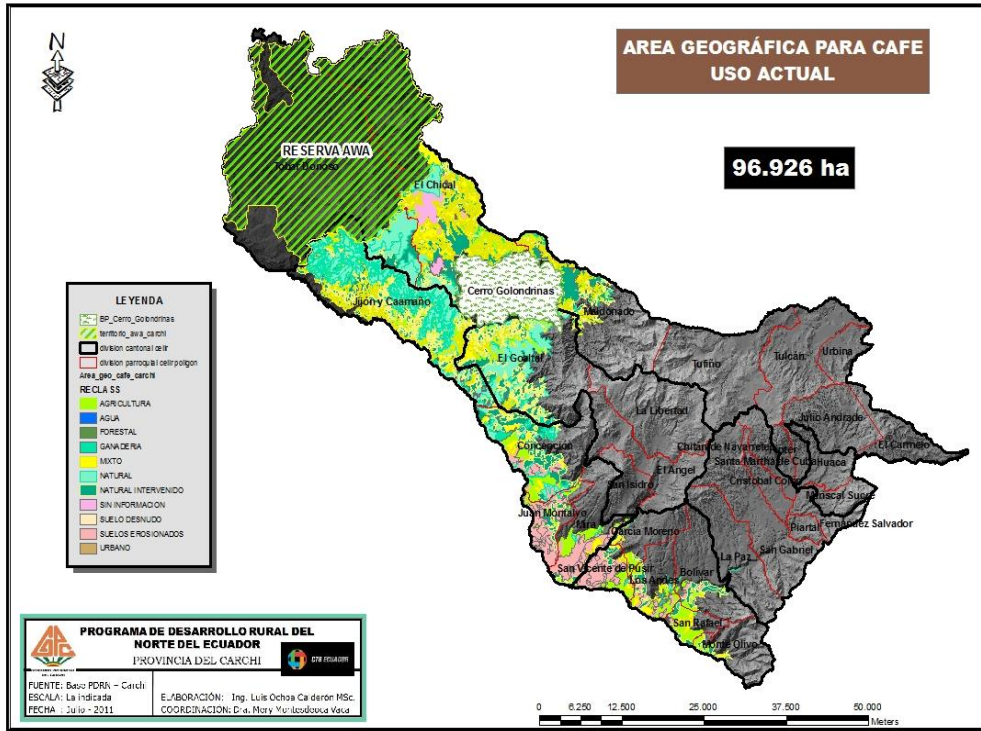


“Provincia del Carchi incursiona en el cultivo de café arábigo”



“Cadena productiva del Café”





Anexo No. 6

ARTICULO CIENTÍFICO

La demanda del café orgánico en el mercado español y la comercialización internacional desde la parroquia Maldonado de la provincia del Carchi

Luisa Fernanda Pozo López
Escuela de Comercio Exterior y Negociación Comercial
Universidad Politécnica Estatal del Carchi (UPEC)
Tulcán - Ecuador

RESUMEN

Esta investigación está enfocada en el análisis y determinación de la demanda de café orgánico en el mercado español producido y la producción existente en la parroquia de Maldonado de la provincia del Carchi analizando la situación actual de los productores, los consumidores en España donde se determinaron los requisitos para la comercialización cumpliendo con la normativa legal, además se identificó los requerimientos económicos, tecnológicos, sociales y ambientales para conocer la factibilidad del proyecto dando así resultados positivos.

El objetivo de este estudio es determinar si el mercado español es un potencial consumidor del café ecuatoriano, analizando aspectos importantes como gustos, preferencias, ingresos económicos, calidad de vida, tendencias de consumo, sistemas de comercialización tomando como base información primaria, obtenida de los productores de café orgánico de la parroquia de Maldonado y secundaria, a través de páginas oficiales del Gobierno de España, libros, documentos, revistas e internet.

El clima subtropical en Maldonado, y la altura de 1200 metros sobre el nivel del mar, se prestan perfectamente para el cultivo de un muy buen café, además, los cultivos se producen sin químicos para llegar a un producto orgánico, sano y aromático, que hoy en la actualidad son muy demandados en los países desarrollados como España.

Palabras claves: Café orgánico, exportación, consumidor potencial oportunidades, factibilidad.

Abstract

This research focuses on the analysis and determination of the demand for organic coffee in the Spanish market place and existing production in the parish of Maldonado province of Carchi analyzing the current situation of producers, consumers in Spain where they determined the marketing requirements for compliance with legal regulations, in addition to economic, technological, social and environmental requirements are identified for the feasibility of the project and positive results.

The objective of this study is to determine if the Spanish market is a potential consumer of Ecuadorian coffee, analyzing important aspects as tastes, preferences, income, quality of life, consumer trends, marketing systems based on primary data obtained from the producers of organic coffee in the parish of Maldonado and secondary, through official website of the Government of Spain, books, documents, magazines and internet.

The subtropical climate in Maldonado, and the height of 1200 meters above sea level, are ideally suited for growing a very good coffee also produce crops without chemicals to reach an organic, healthy and aromatic product, which today are currently in high demand in developed countries such as Spain

Keywords: Organic coffee export potential consumer opportunities, feasibility

1. Introducción

La producción de café orgánico en la parroquia de Maldonado se la realiza de forma artesanal siendo esta una de sus principales actividades que les generan fuentes de ingresos económicos y pese a que su producción es artesanal el café obtenido es de gran calidad con un aroma y sabor acorde con las exigencias internacionales.

Según Jorge Salcedo, presidente de la Asociación Nacional de Exportadores de Café [ANECAFÉ], “la única manera de ser totalmente autosuficientes es emprendiendo la ejecución de proyectos de alto alcance, que reactiven la caficultura nacional”. (04/2010)

El Ecuador es uno de los países que producen café y uno de sus destinos principales de la unión Europea es España que demanda de nuestros productos.

La realización de la presente investigación tiene como finalidad recolectar y analizar la información para determinar la demanda de café orgánico en el mercado español e identificar los posibles consumidores, requerimientos de acceso, gustos y preferencias, oportunidades comerciales que se pueden dar de manera positiva para los productores de la parroquia de Maldonado permitiendo incrementar sus ingresos económicos.

2. Materiales y Métodos

Se utilizó un análisis cualitativo y cuantitativo para realización de la investigación la cual permitió identificar su

situación actual de producción y comercialización de café orgánico y las condiciones de acceso al mercado español.

Además se utilizó una investigación de campo y documental para conocer la oferta exportable de Maldonado y la demanda potencial requerida en el mercado meta, en base a estos resultados permite establecer las alternativas de solución y puesta en marcha del proyecto.

3. Resultados y discusión

Los resultados obtenidos de la presente investigación son:

El 63% de los españoles mayores de 15 años declara tomar al menos un café diario. (...) el 63% de los españoles que toman café fuera de casa suelen hacerlo por la mañana, mientras que el 38% señala hacerlo también después de comer y el 29% a media tarde.

Madrid es una de las ciudades de España que presenta un índice de crecimiento poblacional del 1,3 % anual; indicador que es relevante ya que existe un incremento de la población que demanda este producto, pues del mismo estudio se ha establecido que un 63% de la población española y de mercado objetivo consumen café

La demanda del mercado mundial del café reconoce que el Ecuador posee en su suelo ciertas características que le permite producir variedades de café arábigo y robusta. La provincia del Carchi al poseer un clima tropical y suelo fértil produce estas especies de gran demanda a nivel mundial,

por ende tiene la oportunidad de exportar el café si se lleva a cabo la ejecución de este proyecto.

El consumidor español es sensible ante aspectos sociales y ambientales, por tanto el café orgánico producido en Maldonado podría incidir en un alto nivel de aceptación de consumo ya que es libre de químicos

España otorga tarifas preferenciales a las importaciones a través de Sistema General Preferencial SGP, de las cuales se beneficia el Ecuador, facilitando la exportación de café a España exento de aranceles.

La distribución de café al mercado español se realiza con mayor frecuencia a través de un agente, de Ecuador a España se hace desde el puerto de Guayaquil al puerto de Valencia, con una duración de viaje de 22 días y un costo aproximado \$1.500 por contenedor

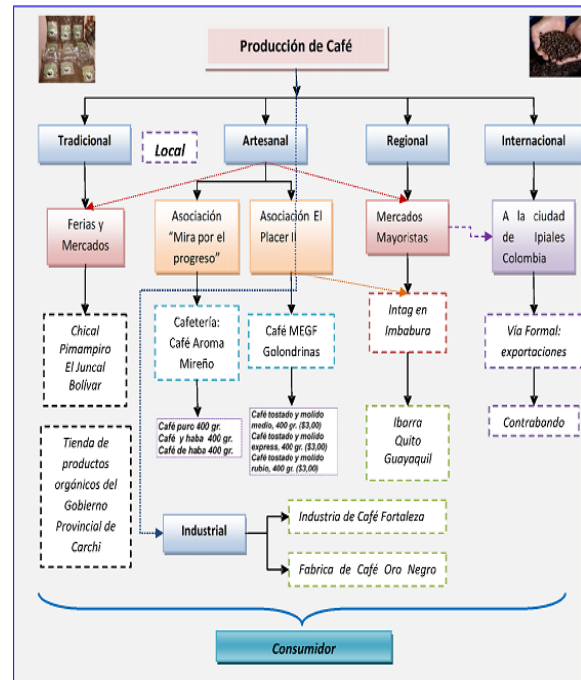
Los productores de café de Maldonado deben continuar mejorando el proceso productivo para alcanzar estándares de calidad en la producción de café a nivel nacional e internacional, pasando de ser una actividad artesanal de subsistencia a una actividad empresarial

Los productores de café en Maldonado deben realizar inversiones para obtener las certificaciones que permitan su comercialización a nivel nacional e internacional, garantizando un producto acorde a las exigencias de los consumidores.

Se debe mejorar la producción de café, propiciando la asociatividad de los productores locales, donde se pueda obtener un producto de alta calidad, competitivo, con valor agregado, generando a la vez fuentes de empleo, a la vez que promueva el desarrollo de la zona y la calidad de vida de sus habitantes.

4. Figuras

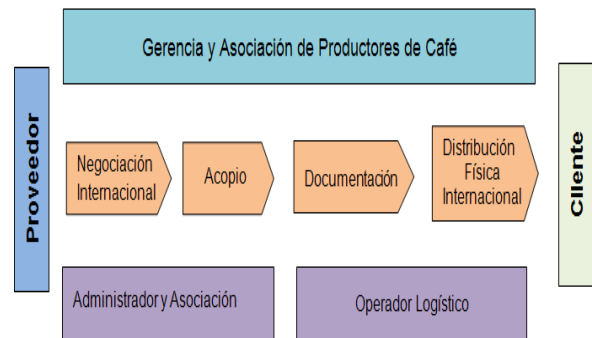
Gráfico No. 1
Flujograma del Comercialización de Café



Fuente: Investigación de campo
Elaborado: Fernanda Pozo

Se identifica el proceso de comercialización de café en la provincia del Carchi cumpliendo con los requisitos establecidos en el mercado.

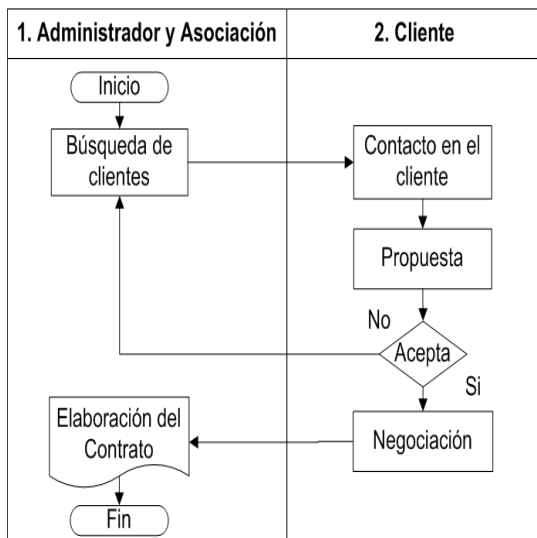
Gráfico No. 2
Diagrama de proceso de comercialización internacional



Fuente: Investigación de campo
Elaborado: Fernanda Pozo

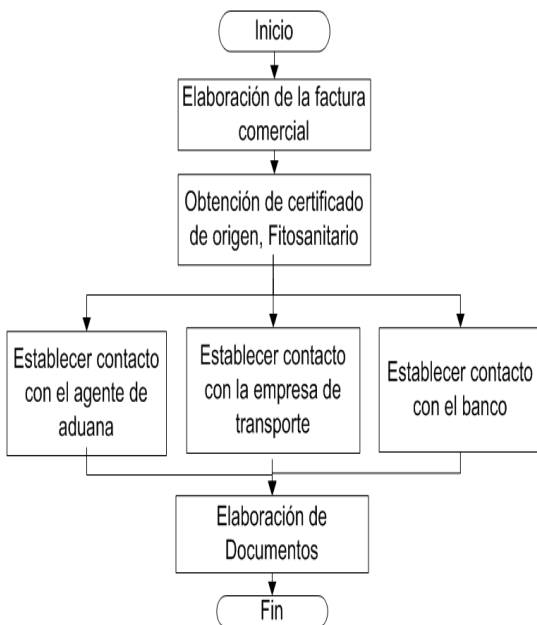
- Productores de café
- Negociación con el cliente internacional
- Documentos requeridos en el mercado de destino
- Distribución Física Internacional
- Cliente

Gráfico No. 3
Proceso de Negociación



Fuente: Investigación de campo
Elaborado: Fernanda Pozo

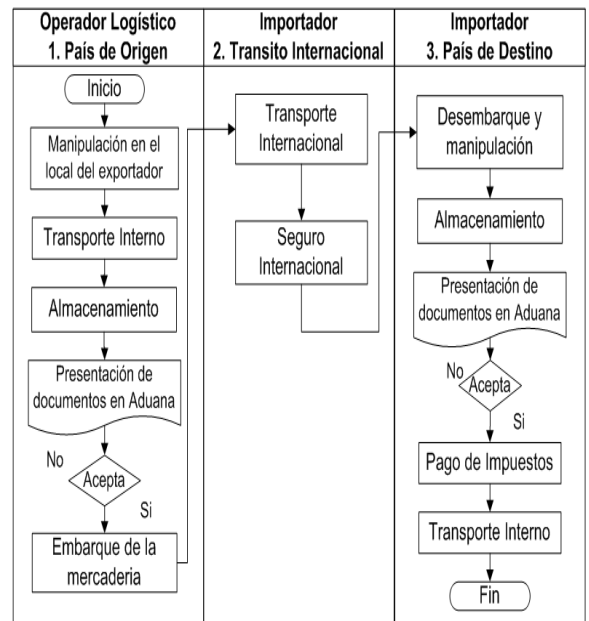
Gráfico No. 4
Proceso de obtención de documentos



Fuente: Investigación de campo
Elaborado: Fernanda Pozo

Para la exportación de café al mercado español se debe obtener los documentos requeridos para su ingreso al mercado.

Gráfico No. 5
Flujograma – Distribución Física Internacional



Fuente: Investigación de campo
Elaborado: Fernanda Pozo

Proceso de exportación de panela desde la parroquia de Maldonado hacia el mercado de Canadá.

5. Tablas

Tabla No. 1
Indicadores Básicos de España

FACTOR	INDICADOR	VALOR
DEMOGRAFÍA	Población (est. Julio 2012)	47,042,984
	Tasa de Crecimiento poblacional (est.2012)	0.65%
	Índice de Desarrollo Humano (2011)	0.878 (Puesto)
PRODUCCIÓN	PIB (Billones*, est. 2011)	USD 1.49
	PIB per cápita(dólares,2011 est)	31,673
	Crecimiento del PIB (tasa de crec.) real, est.2011)	0.8%
	Composición del Pib por Sector	
	Agricultura	3.3%
	Industria	25.8%
Servicios	70.9%	
PRECIOS	Inflación anual (est. 2011)	3.1%
MONEDA	Moneda	Euro
	Tipo de Cambio (Euros por dólar) 2011	0.7107
EMPLEO	Tasa de desempleo (% del total de la fuerza de	20.8%

Fuente: WorldFactbook
Elaborado: Fernanda Pozo

España muestra un elevado nivel poblacional, con una tasa de crecimiento de 0.65%, posee un PIB de 1.49 billones y un crecimiento del 0.8 % e inflación de 3.1%.

Tabla No. 2
Principales 10 países compradores de café

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

Fuente: <http://www.trademap.org/>

España es uno de los países de mayor importación de café donde ocupa el séptimo puesto a nivel mundial lo que visualiza un consumo permanente, constituyéndose en una oportunidad favorable para el proyecto.

Tabla No. 3
Población de España

AÑO	Población España
2004	40.397.840
2005	40.341.460
2006	40.280.780
2007	40.448.190
2008	40.491.050
2009	40.525.000
2010	46.505.960
2011	46.535.300
2012	46.564.658

Fuente: CIA World Factbook
Elaborado: Fernanda Pozo

Tal como indica la tabla se puede observar que existe un crecimiento poblacional es así que desde el año 2010 su incremento es más acelerado este es un factor muy importante a la hora de la puesta en marcha del proyecto ya que existirá un número mayor de consumidores que demanden mayor cantidad de bienes

Tabla No. 4
Demanda de café en España

Año	Demanda Insatisfecha TN.
2012	6.782
2013	6.639
2014	6.491
2015	6.335
2016	6.173
2017	6.004

Fuente: Investigación de campo
Elaborado: Fernanda Pozo

Tabla No. 5
Oferta de café del proyecto

Año	Producción Maldonado Ha	Producción Promedio Carchi Tn x Ha	Producción Maldonado Anual TN.	Producción Anual Quintales	Producción Maldonado Exportación TN. (30%)	Producción Quintales Anual
2012	250	0,26	65	1300	20	390
Proyección						
2013	293	0,26	76	1521	23	456
2014	298	0,26	77	1548	23	464
2015	303	0,26	79	1575	24	473
2016	308	0,26	80	1603	24	481
2017	314	0,26	82	1631	24	489

Fuente: Investigación de campo
Elaborado: Fernanda Pozo

La parroquia de Maldonado que cuenta con 250 hectáreas de cultivo de café, se toma el 30% de la producción total y se realizará la exportación de 23 toneladas anuales en un contenedor de 20 pies, que equivale a 456 quintales de café.

5. Referencias bibliográficas

Bibliografía

Salcedo J. (04/2010), Asociación Nacional de Exportadores de Café [ANECAFÉ].

Federación española de Café, (2010), *El Café en España*, recuperado el 20/04/2013, en http://www.forumdelcafe.com/pdf/F-46_Cafe_Espana_2010.pdf