



**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS,
ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO**

**UNIDAD ACADÉMICA EXTERNA
“HÉROES DEL CENEPA”**

**CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN
INTERNACIONAL**

**TESIS PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERO EN COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN
INTERNACIONAL**

**TEMA: “MODELO ASOCIATIVO PARA EL INCREMENTO DE
LA OFERTA EXPORTABLE DEL CAFÉ TOSTADO Y MOLIDO
DE LOS PRODUCTORES INDEPENDIENTES DE LA
PARROQUIA DE NANEGAL EN CUMPLIMIENTO AL
OBJETIVO 10 DEL PLAN NACIONAL DEL BUEN VIVIR 2013-
2017 Y SUS ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN A
TRAVÉS DE LA OFICINA COMERCIAL EN BEIJING”**

AUTORA: GAMBOA NARANJO, PAMELA JACQUELINE

**DIRECTOR: ESP. GUAYASAMÍN, MARCO, MBA.
CODIRECTORA: ING. VITERI, MARCELA, MBA.**

**QUITO
2015**

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN INTERNACIONAL

CERTIFICADO DE TUTORÍA

DIRECTOR: ESP. GUAYASAMÍN, MARCO, MBA

CODIRECTORA: ING. VITERI, MARCELA, MBA

CERTIFICAN

Que el trabajo titulado "Modelo asociativo para el incremento de la oferta exportable del café tostado y molido de los productores independientes de la parroquia de Nanegal en cumplimiento al objetivo 10 del plan nacional del buen vivir 2013-2017 y sus estrategias de comercialización a través de la oficina comercial en Beijing" realizado por Pamela Jacqueline Gamboa Naranjo, ha sido guiado y revisado periódicamente y cumple normas estatuarías establecidas en el Reglamento de Estudiantes de la Universidad de las Fuerzas Armadas.

El mencionado trabajo consta de un documento empastado y dos discos compactos los cuales contiene los archivos en formato portátil de Acrobat (pdf). Autorizan a Pamela Jacqueline Gamboa Naranjo que los entregue al Ing. Fabián Guayasamín, en su calidad de Director de la Carrera de Comercio Exterior y Negociación Internacional.

Quito, Junio de 2015



Esp. Marco Guayasamín, MBA

DIRECTOR



Ing. Marcela Viteri, MBA

CODIRECTORA

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN INTERNACIONAL

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

PAMELA JACQUELINE GAMBOA NARANJO

DECLARO QUE:

El proyecto de grado denominado "Modelo asociativo para el incremento de la oferta exportable del café tostado y molido de los productores independientes de la parroquia de Nanegal en cumplimiento al objetivo 10 del plan nacional del buen vivir 2013-2017 y sus estrategias de comercialización a través de la oficina comercial en Beijing", ha sido desarrollado con base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros, conforme las referencias bibliográficas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía.

Consecuentemente este trabajo es de mi autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del proyecto de grado en mención.

Quito, Junio de 2015



Pamela Jacqueline Gamboa Naranjo

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN INTERNACIONAL

AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN

Yo, Pamela Jacqueline Gamboa Naranjo autorizo a la Universidad de las Fuerzas Armadas la publicación, en el repositorio digital de la Institución del trabajo "Modelo asociativo para el incremento de la oferta exportable del café tostado y molido de los productores independientes de la parroquia de Nanegal en cumplimiento al objetivo 10 del plan nacional del buen vivir 2013-2017 y sus estrategias de comercialización a través de la oficina comercial en Beijing", cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y autoría.

Quito, Junio de 2015

A handwritten signature in blue ink, reading "Pamela Gamboa", is written over a horizontal line. The signature is stylized and cursive.

Pamela Jacqueline Gamboa Naranjo

ÍNDICE DE CONTENIDOS

ÍNDICE DE CONTENIDOS	v
ÍNDICE DE TABLAS	x
ÍNDICE DE FIGURAS	xii
ÍNDICE DE ANEXOS	xiv
RESUMEN	xv
ABSTRACT	xvi
CAPÍTULO I	1
GENERALIDADES	1
1.1 Marco Teórico	1
1.1.1 Modelos Asociativos y el cambio de la Matriz Productiva	1
1.1.1.1 Cambio en la matriz productiva	1
1.1.1.2 Talento humano	2
1.1.2 Economía Popular y Solidaria	3
1.1.2.1 Principios de la economía solidaria	5
1.1.2.2 La cooperación, fundamento del trabajo en común	6
1.1.2.3 Asociatividad	7
1.1.3 Estrategias de Comercialización:	8
1.1.3.1 Tipos de Sociedades	8
1.1.4 Regulación Sociedades de China	11
1.1.5 Legislación Tributaria	14
1.2 Diagnóstico de los modelos asociativos en Ecuador	15
1.3 Diagnóstico Situacional de la República Popular de China	17
1.3.1 Factor geográfico	17
1.3.2 Factor demográfico	18
1.3.3 Factor cultural	19
1.3.4 Factor económico y comercial	21
1.3.4.1 Cooperación China - Ecuador	21
1.3.4.2 Convenios China – Ecuador	22
1.3.4.3 Créditos China – Ecuador	23
1.3.4.4 Preferencias Arancelarias en Base a Acuerdos	24
1.3.4.5 La inversión	25

1.3.4.6	Sectores económicos del país de destino (China)	25
1.3.4.7	Principales destinos de exportación de China	26
1.3.4.8	Principales países que proveen a China.....	27
1.3.4.9	Principales productos exportados por China.....	28
1.3.4.10	Productos importados por China.....	30
1.3.4.11	Análisis de la Balanza Comercial Ecuador China	33
CAPÍTULO II.....		36
ANÁLISIS DE CIFRAS COMERCIALES		36
2.1	Nomenclatura arancelaria general producto café	36
2.2	Principales destinos del café tostado y molido.....	37
2.3	Principales proveedores internacionales del café	38
2.4	Importaciones a nivel mundial de café tostado y molido de China.....	40
2.5	Comercio internacional de café ecuatoriano	44
2.5.1	Características del sector ecuatoriano	44
2.5.2	Descripción de productos y elaborados del sector del café en Ecuador	45
2.5.3	Exportaciones del Sector Café de Ecuador	46
2.5.4	Proveedores de Café para China desde Ecuador.....	49
2.6	Análisis de la parroquia Nanegal	50
2.6.1	Producción de café en Nanegal	51
2.6.2	La competencia.....	53
2.7	Análisis y resultados del estudio de campo	55
2.7.1	Encuesta	55
2.7.3	Trabajo de campo	58
2.7.4	Análisis de Resultados.....	59
CAPÍTULO III.....		68
MODELO DE ASOCIATIVIDAD Y ESTRUCTURA DE LA EXPORTACIÓN		68
3.1	Tamaño de Proyecto.....	68
3.1.2	Localización del proyecto.....	68
3.1.2.1	Macrolocalización.....	68
3.1.2.2	Provincia de Pichincha.....	69

3.1.2.3	Microlocalización.....	70
3.1.3	Ingeniería del Proyecto	72
3.1.3.1	Flujogramas de proceso.....	73
3.1.3.2	Definición del producto.....	75
3.2	Calidad del Producto.....	76
3.2.1	Capacitación	78
3.2.1.1	Resultados esperados	78
3.2.1.2	Responsables	79
3.2.1.3	Funciones:	79
3.2.1.4	Estructura del Plan de Capacitación	79
3.3	Requerimiento de recursos	80
3.3.1	Infraestructura	81
3.3.2	Recursos financieros.....	81
3.3.3	Talento humano	81
3.3.4	Requerimiento de maquinaria y equipo.....	82
3.4	Estructura de la empresa asociativa	82
3.4.1	Requisitos para obtener la aprobación de una organización comunitaria	83
3.4.2	De la constitución y domicilio	83
3.4.2.1	Fines de la Asociación	84
3.4.2.2	De los socios de la empresa asociativa:	84
3.5	Direccionamiento estratégico de la empresa comunitaria.....	85
3.5.1	Filosofía empresarial.....	85
3.5.2	Principios y valores	85
3.5.3	Políticas	87
3.5.4	Organigrama de la empresa asociativa.....	87
3.5.4.1	Asamblea	88
3.5.4.2	Junta Directiva	88
3.5.4.3	Comités.....	88
3.5.4.4	Obligaciones del equipo.....	89
3.5.4.5	Servicios comunes para la empresa asociativa	89
3.5.4.6	Descripción de funciones del personal.....	89

3.6	Estrategias de comercialización.....	93
3.6.1	Estrategias de Marketing	94
3.6.2	Estrategias de Producto.....	95
3.6.2.1	Objetivo General:	95
3.6.2.2	Objetivos Específicos:.....	95
3.6.2.3	Marca	96
3.6.2.4	Eslogan	96
3.6.2.5	Empaque.....	96
3.6.3	Estrategias de Precio	97
3.6.3.1	Objetivos	97
3.6.4	Estrategias de distribución	98
3.6.5	Estrategias de promoción	99
3.7	Estructura de la exportación	101
3.7.1	Requisitos para exportar a China.....	101
3.7.1.1	Políticas arancelarias.....	101
3.7.1.2	Licencias de Importación/Autorizaciones previas	102
3.7.1.3	Registro de establecimientos exportadores de alimentos extranjeros a China	102
3.7.1.4	Inspección e inocuidad de los alimentos.....	103
3.7.1.5	Requisitos de empaque, embalaje y etiquetado	103
3.7.2	Ficha técnica del producto	104
3.7.3	Requisitos de exportación.....	105
3.7.3.1	Requisitos para ser Exportador:.....	105
3.7.3.2	Negociación	106
3.7.3.3	Selección del INCOTERM.....	106
3.7.3.4	Determinación de la carga	108
3.7.3.5	Empaque, embalaje, marcado y rotulado de la carga	108
3.7.3.6	Condiciones de pago	110
3.7.3.7	Aranceles	110
3.7.3.8	Proceso de exportación	111
3.7.3.9	Trámites para exportar	111
3.7.3.10	Post- embarque	112

3.7.3.11	Certificado de Origen	113
3.7.3.12	Certificado Fitosanitario	114
3.7.3.13	Certificado de Calidad.....	115
CAPÍTULO IV		118
ESTUDIO FINANCIERO DEL PROYECTO		118
4.1	Inversión del Proyecto.....	118
4.1.1	Activos Fijos.....	118
4.1.1.1	Maquinaria y Equipo	119
4.1.1.2	Equipo de Computación.....	120
4.1.1.3	Equipo de oficina.....	120
4.1.1.4	Muebles y Enseres.....	121
4.1.2	Capital de Trabajo.....	121
4.1.2.1	Financiamiento del Proyecto.....	122
4.2	Costos e ingresos	126
4.2.1	Ingresos del Proyecto	126
4.2.2	Costos.....	128
4.2.2.1	Costos de producción	128
4.3	Evaluación económica financiero del proyecto	134
4.3.1	Estado de situación inicial.....	134
4.3.2	Estado de resultados	134
4.3.3	Flujo de caja.....	135
4.3.4	Costos de oportunidad del capital	137
4.3.5	Valor actual neto	137
4.3.6	Tasa interna de retorno.....	138
4.3.7	Periodo de recuperación de la inversión	139
CONCLUSIONES		140
RECOMENDACIONES.....		142
BIBLIOGRAFÍA		144
ANEXOS.....		¡Error! Marcador no definido.

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 (Comercio bilateral entre China y Mundo en 2013 (exportaciones)	29
Tabla 2 (Comercio bilateral entre China y Mundo en 2013 (importaciones)	31
Tabla 3 (Estructura arancelaria de la Cadena de Café.....	36
Tabla 4 Principales destinos (importaciones) del café tostado y molido.....	37
Tabla 5 Principales destinos (importaciones) del café tostado y molido.....	38
Tabla 6 Principales proveedores (exportadores) de café tostado y molido .	39
Tabla 7 Principales proveedores (exportadores) de café tostado y molido .	39
Tabla 8 Importaciones de China de café tostado y molido	40
Tabla 9 Variación de importaciones de café tostado y molido de China	42
Tabla 10 Principales destinos de las exportaciones de café tostado y molido de Ecuador	48
Tabla 11 Flujoograma de procesos productivos de café tostado y molido	74
Tabla 12 Estructura del Plan de Capacitación.....	79
Tabla 13 Requerimiento de talento humano.....	81
Tabla 14 Requerimiento de maquinaria y equipo	82
Tabla 15 Funciones del Administrador	90
Tabla 16 Funciones del Técnico de operaciones de exportación.....	91
Tabla 17 Funciones del técnico de producción	92
Tabla 18 Funciones del Operador	93
Tabla 19 Estrategias Asociativas.....	94
Tabla 20 Estrategias del producto	95
Tabla 21 Estrategia de Distribución.....	98
Tabla 22 Estrategia de promoción.....	100
Tabla 23 Resumen Arancelario	101
Tabla 24 Resumen Arancelario	102
Tabla 25 Ficha Técnica del Producto	104
Tabla 26 Empaque, embalaje, marcado y rotulado de la carga.....	110
Tabla 27 Los aranceles aplicados por China.....	110
Tabla 28 Inversión del Proyecto	118
Tabla 29 Activos Fijos	119
Tabla 30 Maquinaria y Equipo.....	119

Tabla 31 Equipo de Computación	120
Tabla 32 Equipo de Oficina	120
Tabla 33 Muebles y Enseres	121
Tabla 34 Capital de Trabajo	122
Tabla 35 Entidades de financiamiento.....	123
Tabla 36 Estado de Fuentes y Usos.....	125
Tabla 37 Tabla de Amortización	126
Tabla 38 Cantidades a producirse por año.....	127
Tabla 39 Ingresos anuales	128
Tabla 40 Costos de Producción.....	129
Tabla 41 Costos Fijos.....	129
Tabla 42 Costo Variables	130
Tabla 43 Gasto Ventas.....	130
Tabla 44 Empaque y Etiquetado	131
Tabla 45 Embalaje.....	132
Tabla 46 Flete Internacional	132
Tabla 47 Documentos de Exportación.....	133
Tabla 48 Manipuleo de Mercadería	133
Tabla 49 Estado de Situación Inicial.....	134
Tabla 50 Estado de Resultados Proyectado	135
Tabla 51 Flujo de Caja	136
Tabla 52 Valor Actual Neto.....	137
Tabla 53 Tasa interna de retorno	138
Tabla 54 Periodo de recuperación de la inversión.....	139

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Factor Cultural China	20
Figura 2 Convenios China - Ecuador	22
Figura 3 Principales destinos de exportaciones de china	27
Figura 4 Principales países que proveen a China.....	27
Figura 5 Principales productos exportados por China.....	28
Figura 6 Productos Importados por China	30
Figura 7 Balanza Comercial Ecuador China	33
Figura 8 Balanza Comercial Ecuador China	34
Figura 9 Importaciones de China de café tostado y molido	41
Figura 10 Importaciones de China de café tostado y molido	41
Figura 11 Exportaciones del sector café de Ecuador (miles USD).....	47
Figura 12 Exportaciones ecuatorianas de Café (toneladas)	47
Figura 13 Principales destinos de las exportaciones de café tostado y molido de Ecuador	48
Figura 14 Presentación Café Vélez.....	53
Figura 15 Ubicación	59
Figura 16 Asociación.....	60
Figura 17 Tipo de café	60
Figura 18 Hectáreas Cultivadas	61
Figura 19 Producción por hectárea	62
Figura 20 Tiempo de cosecha.....	63
Figura 21 Precio por Kilo.....	64
Figura 22 Mejora de procesos.....	65
Figura 23 Mejora de procesos.....	66
Figura 24 Servicios Adicionales	67
Figura 25 Mapa Político de Pichincha.....	69
Figura 26 Ubicación Parroquia Nanegal	71
Figura 27 Proceso de producción de café tostado y molido para exportación enfocado hacia mejorar la calidad	77
Figura 28 Estructura de funcionamiento del nivel asociativo en Nanegal ...	88
Figura 29 Mapa puerto de Tianjin	105

Figura 30 INCOTERMS	108
Figura 31 Declaración Aduanera de Exportación.....	111
Figura 32 Documento DAE	112
Figura 33 Proceso declaración juramentada de origen DJO.....	116
Figura 34 Precio referencial café tostado y molido	128

ÍNDICE DE ANEXOS

[ANEXO 1](#) ¡Error! Marcador no definido.

RESUMEN

La presente investigación se centra en la estructuración de un modelo asociativo que fomente el desarrollo sostenido de la comunidad de la parroquia Nanegal a través de la producción de café tostado y molido y su comercialización en China mediante la intervención de la oficina comercial de Ecuador en Beijing, a lo largo del estudio se definen parámetros teóricos y prácticos que conforman los lineamientos organizativos y comerciales de la empresa asociativa. En primera instancia se analiza las estadísticas de comercio exterior de China en relación a la importación de café tostado y molido, con el fin de encontrar evidencia de consumo válida para definir el mercado objetivo para el café tostado y molido. Adicionalmente se determina la capacidad máxima de producción de acuerdo a las condiciones de cultivo de los agricultores de la parroquia Nanegal, conforme a la cuota de cosecha se establece el lugar idóneo dentro de la zona para receptor el café y añadirle valor a través del empaque y etiquetado. Como parte complementaria se puntualiza el plan de marketing, el mismo que con estrategias y tácticas facilitara la comercialización del café tostado y molido en China. Además se analiza el proceso de exportación, los requerimientos, documentación y certificaciones necesarias para que un producto perecible como el café pueda ingresar al mercado chino. Finalmente se determinó la factibilidad del proyecto mediante la realización del estudio financiero el mismo que con indicadores rentabilidad demostró la viabilidad en el mediano plazo del proyecto.

PALABRAS CLAVES:

- **MODELO ASOCIATIVO**
- **OFICINA COMERCIAL**
- **COMERCIO EXTERIOR**
- **PLAN DE MARKETING**
- **ESTUDIO FINANCIERO**

ABSTRACT

This research focuses on the structuring of a partnership model that fosters sustainable development Nanegal parish community through the production of roasted and ground coffee and its marketing in China through the intervention of Ecuador's commercial office in Beijing along theoretical and practical study parameters within the organizational and commercial lines of business association are defined. In the first instance the statistics of China's foreign trade is analyzed in relation to the import of roasted and ground coffee in order to find evidence of valid use to define the target market for roasted and ground coffee. Additionally, the maximum production capacity according to growing conditions of farmers in the parish Nanegal is determined according to the harvest quota is set right place within the area to both receive the coffee and add value through packaging and labeled. As a complement to the marketing plan points out, the same strategies and tactics to facilitate the marketing of roasted and ground coffee in China. Besides the export process, requirements, documentation and certifications necessary for a perishable product such as coffee can enter the Chinese market is analyzed. Finally the feasibility of the project was determined by conducting the same financial study that showed the profitability indicators in the medium-term viability of the project.

KEYWORDS:

- **PARTNERSHIP MODEL**
- **COMMERCIAL OFFICE**
- **FOREIGN TRADE**
- **MARKETING PLAN**
- **FINANCIAL REVIEW**

CAPÍTULO I

GENERALIDADES

1.1 Marco Teórico

1.1.1 Modelos Asociativos y el cambio de la Matriz Productiva

1.1.1.1 Cambio en la matriz productiva

El (Ministerio de Industrias y Productividad , 2013), detalla que:

Uno de los objetivos de este pilar es transformar el patrón de especialización basado en la extracción de recursos naturales y en la exportación de productos primarios, por el de producción inclusiva de bienes y servicios de alto valor agregado ricos en innovación y conocimiento en los que el país tiene ventajas comparativas dinámicas que propendan a la creación de empleo de calidad procurando el cuidado del ambiente y el uso racional y eficiente de los recursos naturales. Para lo cual se requiere impulsar de manera estratégica y técnica una política de sustitución estratégica de importaciones sobre la base de una protección inteligente, que a su vez deba tener una promoción paralela y efectiva de exportaciones en aquellos sectores que potencialmente son candidatos a la sustitución estratégica de importaciones o en sus siglas SEI, debiendo no repetir la experiencia incompleta de los años setenta.

Los esfuerzos por reconocer la potencialidad de la mencionada sustitución estratégica de importaciones SEI,

incluyen la identificación técnica de productos que Ecuador importa en una cantidad de volumen y monto considerable, pero que al mismo tiempo es parte de la oferta productiva y, consecuentemente, compite con la producción nacional.

El cambio de la matriz productiva se ha convertido en la carta de presentación del gobierno actual, a través de la política social la cual está encaminada a mejorar la calidad de vida de todos los habitantes del país, el cambio de la matriz productiva se deriva de la injusticia social y económica que ha regido en el Ecuador desde tiempos de la dictadura, así entonces los esfuerzos del actual poder es el de impulsar los sectores prioritarios de la producción a través del fomento e incentivo de pequeños, medianos y grandes empresarios. Uno de los objetivos del cambio de la matriz productiva es el de potencializar las capacidades del emprendedor ecuatoriano mediante programas de capacitación, facilidades de financiamiento y por supuesto políticas para mejorar la calidad de sus productos y servicios, dentro de este cabe destacar el apoyo a pequeños agricultores y productores en el marco del cooperativismo y asociatividad creando de esta forma nuevas maneras de integración comercial para mejorar las condiciones de vida de los sectores más vulnerables del país.

1.1.1.2 Talento humano

El talento humano es el capital que gradualmente ha ido tomando importancia dentro del campo empresarial del país, según (Ministerio de Industrias y Productividad , 2013);

El proceso de transformación productiva que permita avanzar hacia un mayor crecimiento y equidad son tareas que dependen, en esencia, del capital humano de los países, de la capacidad de las personas para resolver nuevos problemas

mediante el ejercicio de conocimientos, competencias y habilidades adquiridas que elevan su productividad y su calidad de vida.

La educación constituye un eslabón múltiple en el desarrollo, una sociedad con más altos niveles de educación tiene una mejor base para la incorporación oportuna del progreso técnico, la innovación y los aumentos en materia de competitividad y productividad. En el ámbito de la igualdad, la educación juega un papel decisivo, una menor segmentación del aprendizaje y los logros por niveles socioeconómicos, género, territorio y etnia, permite reducir las brechas de desigualdad de una generación a la siguiente. Así mismo, dispone a las nuevas generaciones para insertarse productivamente en el mercado laboral y con mejores opciones de movilidad social y ocupacional a lo largo del ciclo de vida, lo que reduce futuras brechas salariales y de bienestar.

En ese sentido se hace imperiosa la articulación del nuevo modelo productivo con un sistema de formación del talento humano que a más de generar nuevas competencias y habilidades, también sea un catalizador de desarrollo de nuevos conocimientos impulsado por la innovación y el espíritu emprendedor de la sociedad ecuatoriana.

1.1.2 Economía Popular y Solidaria

El tema de economía popular y solidaria es sin duda uno de los más debatidos en la actualidad, sin embargo no es un tema reciente sino que en los últimos años ha entrado en auge, tal vez por el nacimiento de una corriente política nueva en América Latina, por la posición radical que han

manifestado algunos de sus mandatarios en cuanto a temas económicos y la dependencia hacia Estados Unidos, u otros acontecimientos.

Un concepto claro acerca de economía popular y solidaria no existe, pues los límites no están bien definidos, tampoco hacia quién o quiénes va dirigido, cuáles serán los instrumentos necesarios para su conformación; y no se sabe si el marco legal vigente será el adecuado; sin embargo podemos ver que en la Ley de Economía Popular y Solidaria, vigente en nuestro país se entiende a la economía popular y solidaria como: (Ley de la economía popular y solidaria, 2011):

Un conjunto de formas y prácticas económicas, individuales o colectivas, auto gestionadas por sus propietarios que, en el caso de las colectivas, tienen, simultáneamente, la calidad de trabajadores, proveedores, consumidores o usuarios de las mismas, privilegiando al ser humano, como sujeto y fin de su actividad, orientada al buen vivir, en armonía con la naturaleza, por sobre el lucro y la acumulación de capital.

En base a esto podemos decir que la construcción de una economía popular y solidaria va a ser un punto crucial para lograr encaminarnos hacia una nueva alternativa para construir una sociedad en la que prevalezca la armonía y el respeto entre la naturaleza y el ser humano, y entre seres humanos en miras a la convivencia armónica y el reconocimiento de los valores culturales de cada uno. Además es importante destacar que “la solidaridad es una dimensión muy importante de la Economía Popular, porque la calidad de vida alcanzable depende no sólo de las capacidades y recursos materiales sino de la percepción de lo justo y de lo posible.” (Coraggio, 2011, pág. 103); Además la Economía Popular y Solidaria se basa en otros principios tales como: la reciprocidad, el comercio justo, la

repartición equitativa de los excedentes, la elección del trabajo y del ser humano ante el capital (Capeno, 2013).

La economía social y solidaria no debería ser solo para los pobres sino para todos los ciudadanos, de esta manera se podría asegurar la inclusión de los sectores menos privilegiados del país, mediante la construcción de una nueva economía más incluyente, accesible y apegada a nuestra realidad, pues de no tratarla de esta manera y dejarla como un sector lejano, separado y de exclusividad para los pobres solo se estaría excluyendo aún más a este ya desatendido grupo de la población.

Hay que tener en cuenta también que el sector de la economía popular y solidaria es un sector que se encuentra en construcción.

1.1.2.1 Principios de la economía solidaria

De acuerdo a (Arango, 2006), existen principios de la economía solidaria que deben cumplirse para generar asociaciones de interés común:

- i. El ser humano, su trabajo y mecanismos de cooperación tienen primacía sobre los medios de producción.*
- ii. Administración democrática, participativa, autogestionaria y emprendedora.*
- iii. Adhesión voluntaria, responsable y abierta.*
- iv. Propiedad asociativa y solidaria sobre los medios de producción.*
- v. Participación económica de los asociados, en justicia y equidad.*
- vi. Formación e información para sus miembros, de manera permanente, oportuna y progresiva.*
- vii. Autonomía, autodeterminación y autogobierno.*
- viii. Servicio a la comunidad.*
- ix. Integración con otras organizaciones del mismo sector.*

- x. *Promoción de la cultura ecológica.*
- xi. *Fines de la economía solidaria*
- xii. *Promover el desarrollo integral del ser humano.*
- xiii. *Generar prácticas que consoliden una corriente vivencial de pensamiento solidario, crítico, creativo y emprendedor como medio para alcanzar el desarrollo y la paz de los pueblos.*
- xiv. *Contribuir al ejercicio y perfeccionamiento de la democracia participativa.*
- xv. *Participar en el diseño y la ejecución de planes, programas y proyectos de desarrollo económico y social.*
- xvi. *Garantizar a sus miembros la participación y acceso a la formación, el trabajo, la propiedad, la información, la gestión y la distribución equitativa de beneficios sin discriminación alguna.*

1.1.2.2 La cooperación, fundamento del trabajo en común

De acuerdo a (Arango, 2006), el trabajo es la herramienta capaz de mejorar las condiciones de vida de las personas, a través de este la cooperación se hace efectiva y solidaria:

El cooperativismo ha ido evolucionando con el pasar del tiempo, llegando así a formar tipos de cooperación más complejas, en las cuales cada individuo tomaba un rol dentro del proceso productivo.

En consecuencia, la cooperación es el trabajo en común, donde interviene personas con los mismos deberes y derechos que tienen el interés de trabajar en grupo para obtener mejoras en sus condiciones económicas, sociales basándose en la solidaridad, ayuda mutua etc.

1.1.2.3 Asociatividad

Es un mecanismo de cooperación entre empresas pequeñas y medianas, en donde cada empresa participante, manteniendo su independencia jurídica y autonomía gerencial, decide voluntariamente participar en un esfuerzo conjunto con los otros participantes para la búsqueda de un objetivo común.

Según (Capeno, 2013, pág. 203), la asociatividad cumple con varios principios:

Principales características de la asociatividad:

- i. Permite resolver problemas conjuntos manteniendo la autonomía gerencial de las empresas participantes:*
- ii. Otra distinción importante de la asociatividad es el alto grado de autonomía gerencial que mantienen los participantes después de adoptar la decisión. Por ejemplo, la manera de emplear los recursos o beneficios obtenidos a partir de la asociatividad es de la incumbencia exclusiva de cada empresa, la cual debe responder ante el resto de participantes por la cuota parte de los esfuerzos que le corresponde. (pág. 203)*

Esto puede constituir uno de los principales estimuladores al desarrollo de la asociatividad en el futuro. Bajo esta modalidad los directivos de las empresas no son obligados a compartir información que estimen confidencial para sus compañías, como en el caso de la cooperación compulsiva de las redes verticales, o las exigencias de las alianzas estratégicas.

1.1.3 Estrategias de Comercialización:

1.1.3.1 Tipos de Sociedades

A. Las Oficinas de Representación

De acuerdo a (Cuatrecasas, Gonçalves, & Pereira, 2014):

Por medio de una oficina de representación (Representative Office o RO) las empresas extranjeras tienen la opción más efectiva y rápida para establecerse en China. Muchas veces las empresas extranjeras inician sus operaciones en el país asiático por medio de la oficina de representación, dichas oficinas intervienen en algunos casos en la intermediación con el fin de obtener contactos, realizar promociones, hacer estudios de mercados etc.

Estas oficinas tienen poco riesgo al comparar con otros tipos modalidades para ingresar en el mercado, uno de los grandes beneficios de las oficinas de representación es la de tener una de posición oficial en China, para poder realizar distintos trámites como por ejemplo la obtención del permiso de residencia, la apertura de cuentas bancarias entre otros.

A.1. Oficinas Comerciales

Del concepto o connotación de las oficina de representación se derivan las oficinas comerciales, entidades del sector público que tienen injerencia comercial en un país extranjero y cuyas funciones se desenvuelven dentro de la gestión de acuerdos que beneficien a determinado grupo empresarial o sector económico prioritario del país, es decir la oficina comercial es el

vínculo estratégico entre el país exportador y el país importador, a través de esta entidad la empresa o empresas interesadas en exportar determinado producto pueden simplificar el proceso de comercialización internacional, puesto que la oficina de comercialización dentro de sus alcances contempla el vincular compradores dentro del mercado de destino.

Para la presente investigación esta modalidad de negociación se convierte en el método adecuado para exportar café tostado y molido a China, puesto que la empresa asociativa se encargará de producir la cuota establecida de acuerdo al análisis técnico, análisis que se desarrollará en el capítulo tres, teniendo asegurada su venta total en el país destino a través de los convenios y acuerdos concretados en la oficina comercial de Ecuador en Beijing.

Este método de exportación con representación en China le permite a la organización de productores mejorar sus relaciones comerciales con el importador, puesto que uno de los requisitos para poder exportar es el de producir un producto de calidad, con certificación y aval fitosanitario, en otras palabras deberá cumplir con las exigencias del país oriental para poder ser comercializado. Uno de los principales beneficios de la oficina comercial en Beijing es el aseguramiento de compradores sin la necesidad de partner o agente de ventas el cual actualmente por el costo de sus servicios encarecería el precio final del café.

B. Las Sociedades Mixtas o Joint Ventures

De acuerdo (Cuatrecasas, Gonçalves, & Pereira, 2014), las sociedades mixtas joint ventures:

Las sociedades mixtas o joint ventures es el producto de la unión o asociación de empresas para la ejecución de un proyecto determinado, las

leyes que regularizan las sociedades mixtas instituyen acuerdos entre los miembros a la hora de tomar decisiones.

Una de las razones por las cuales un inversionista decide entrar al mercado de China conjuntamente con un socio local, es porque el inversionista encuentra ciertas dificultades al negociar con los compradores chinos, por tal razón en algunos casos una de las razones primordiales para tener un socio chino es por la parte legal.

Una de las características del joint venture es el riesgo compartido, es decir las empresas asociadas comparten la misma probabilidad de generar pérdidas o ganancias en las transacciones comerciales asociadas al comercio internacional de determinado producto. Así se promueve una práctica justa y equilibrada en el comercio exterior. Otro de los beneficios del joint venture pasa estrictamente por la parte legal y tributaria puesto que la empresa residente en el país asiático, goza de experiencia en el tratamiento de impuestos además que recibe incentivos del gobierno chino por contribuir a la economía local.

C. Las Sociedades 100% de Capital Extranjero o WFOE

Otra de las sociedades más utilizadas para comercializar en China es la sociedad de capital extranjero que de acuerdo a (Cuatrecasas, Gonçalves, & Pereira, 2014), se define como la entidad:

Que cuenta con un capital totalmente extranjero, el mismo que les permite prescindir de un socio chino, sin embargo existen algunas restricciones en ciertas partes del país para las 100% de Capital Extranjero o WFOEs, estas sociedades tienen ventajas al contar con el 100% de capital ya que tienen el control de todo lo relacionado con la empresa.

D. Otras figuras

Finalmente de acuerdo a (Cuatrecasas, Gonçalves, & Pereira, 2014), cabe mencionar que:

Existen otros tipos como las sucursales, las sociedades por acciones, las sociedades holding, estas son difícilmente utilizadas ya que la inversión directa del capital extranjero en las sucursales es permitida en el sector seguros y bancos, las sociedades por acciones están direccionadas a empresas que quieran invertir en la bolsa y las sociedades holding tienen una gran desventaja piden requisitos que para muchos va a ser imposible cumplirlos como por ejemplo el inversor debe indicar que sus activos fuera del país asiático China son superiores a 400 millones de dólares.

1.1.4 Regulación Sociedades de China

La constitución de una empresa de capital extranjero (o “FIE” por sus siglas en inglés) implica dos fases: la de aprobación y la de registro. Las oficinas de representación, por el contrario, no requieren aprobación (salvo, en su caso, la aprobación específica para operar en un sector determinado), sino sólo su registro.

Así lo cita (Cuatrecasas, Gonçalves, & Pereira, 2014) a continuación:

***FIE:** Aprobación previa de la denominación: Para constituir una empresa de capital extranjero o FIE en China, los inversores extranjeros deben solicitar, en primer lugar, la aprobación previa de la denominación propuesta a la autoridad de registro, esto es, a la Administración Estatal de Industria y Comercio (“SAIC”, por sus siglas en inglés) o sus*

delegaciones locales. La denominación aprobada puede reservarse durante seis meses a efectos de registro, plazo que puede prorrogarse mediante autorización.

Procedimiento de aprobación: tras la aprobación de la denominación por la Administración Estatal de Industria y Comercio SAIC, han de obtenerse las siguientes autorizaciones:

- i. **Aprobación del proyecto concreto de inversión:** de acuerdo con la correspondiente normativa de la NDRC (National Development and Reform Commission o su traducción en español Comisión de Desarrollo y Reforma del Gobierno Chino), el establecimiento de una empresa de capital extranjero o FIE está sujeto a la verificación de este organismo. No obstante, las autoridades locales a menudo no exigen dicha verificación a las FIE que no se dedican a la fabricación. En el caso de las Sociedades 100% de Capital Extranjero o WFOE y JV que se propongan desarrollar proyectos de fabricación, se requiere una Verificación del Proyecto de Inversión por parte de la NDRC o sus delegaciones antes de solicitar la aprobación de su establecimiento al Ministerio de Comercio o sus delegaciones locales.*
- ii. **Aprobación del establecimiento de la entidad:** con independencia del tipo de actividad empresarial prevista, antes de establecer una WFOE o JV debe obtenerse la aprobación del Ministerio de Comercio o sus delegaciones locales.*
- iii. **Aprobación Inmobiliaria Previa y Aprobación de la Evaluación de Impacto Ambiental:** los proyectos de inversión que suponen la adquisición de terrenos requieren una Aprobación Inmobiliaria Previa del Ministerio de Tierras y Recursos Naturales o sus delegaciones locales, y los*

proyectos que incluyen actividades de construcción deben obtener la Aprobación de la Evaluación de Impacto Ambiental de la Administración Estatal de Protección del Medio Ambiente o sus delegaciones locales.

- iv. **Aprobación sectorial específica:** *las WFOE y JV cuyas actividades empresariales se desarrollen en sectores sujetos a la supervisión de autoridades especiales, como los de farmacia, turismo y educación, entre otros, deben obtener la aprobación específica de las autoridades correspondientes.*

Procedimiento de registro: *la SAIC o sus delegaciones locales se encargan del registro del establecimiento de todas las WFOE y JV tras la obtención de la aprobación correspondiente. Una vez concluido el registro, se expedirá una licencia de actividad económica.*

Registros posteriores al establecimiento: *tras los procedimientos de aprobación y registro, las WFOE y JV deben realizar una serie de registros adicionales ante las autoridades competentes para su funcionamiento cotidiano. Dichos registros posteriores al establecimiento incluyen, principalmente, los registros del sello de la entidad, del código organizativo, fiscal y de divisas, de la aprobación de la apertura de cuentas bancarias, de la inyección y verificación de capital, del cambio de licencia comercial tras la inyección de capital, así como el registro financiero, de seguridad social, de estadística y de aduanas.*

Oficina de representación: *El establecimiento de una oficina de representación no requiere la aprobación previa de su denominación por la autoridad de registro, ni la aprobación de su establecimiento por el Ministerio de Comercio o sus delegaciones. La aprobación sectorial específica, el procedimiento de registro y el registro posterior al establecimiento son similares a los de las WFOE y las JV.*

1.1.5 Legislación Tributaria

Según la (Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, 2014), China tiene al momento 19 categorías de impuestos, las mismas que son:

- i. Impuesto al Consumo,*
- ii. Impuesto sobre Actividades Económicas,*
- iii. Impuesto sobre la Renta,*
- iv. Impuesto sobre la Renta Individual,*
- v. Impuestos a los recursos fiscales,*
- vi. Impuesto al Uso de la Tierra*
- vii. Impuesto a la Propiedad*
- viii. Impuesto por el mantenimiento de la ciudad y construcción*
- ix. Impuesto sobre el Uso de la Tierra Cultivable*
- x. Impuestos a la Apreciación de la Tierra*
- xi. Impuesto a la compra de Vehículos Fiscales*
- xii. Impuesto sobre Vehículos y Buques*
- xiii. Impuesto a Sellos - Estampillas*
- xiv. Impuesto a los Título de Propiedad*
- xv. Impuestos a las Hojas de Tabaco*
- xvi. Impuestos de Aduana*
- xvii. Cuotas – Pagos al Tonelaje*
- xviii. Impuesto a los activos fijos de inversión*
- xix. Impuesto al Valor Agregado*

17 categorías de los impuestos mencionados anteriormente son cobrados por las autoridades fiscales de dicho país.

1.2 Diagnóstico de los modelos asociativos en Ecuador

En el Ecuador la asociatividad y el cooperativismo han sido formas de organización comunitaria de mucha importancia para el desarrollo de pequeñas comunidades rurales y en proporciones pequeñas le han dado un impulso significativo a la economía del país, para conocer la forma de asociación y la historia de asociatividad en el país es preciso conocer algunas de las organizaciones que han generado empleo a través del trabajo comunitario:

Según (Maquita Cushunchic , 2013), resume sus inicios y forma de organización:

Maquita Cushunchic : *Sus inicios y forma de organización nació en el año 1985, esta era una fundación que tenía la finalidad de apoyar a campesinos de bajos recursos económicos, con un método de comercialización alterno el cual se basaba en vender productos básicos sin la intervención de terceros, con el pasar del tiempo esta organización fue creciendo y las personas favorecidas establecieron empresas especializadas en comercio solidario, se desarrollaron por todo el país y hoy en días Maquita Cushunchic es parte de la Organización Mundial de Comercio Justo.*

La organización (COREMANABA S.A, 2013), detalla información acerca de su estructura y formación:

COREMANABA S.A: *“Representar y defender a los pequeños y pequeñas productores-as en la búsqueda de canales de comercialización directos para generar mayores*

utilidades, asesorando a cada organización técnicamente en la producción y preparación de café de calidad para nichos especiales de mercado nacional e internacional, a través de una comercialización asociativa, solidaria, con peso y precio justo, con procedimientos claros transparentes, para lograr un desarrollo socioeconómico sustentable, por medio de un enfoque empresarial directo, promoviendo el uso equilibrado de los recursos naturales”.

A nivel externo empresarial: *“COREMANABA S.A., líder de la comercialización asociativa solidaria del café arábico manabita, posicionándose a nivel mundial a través de su producto CAFÉ DE LAS TABLADAS MANABITAS, ofreciendo un café de características de alto sabor y aroma con mediano cuerpo y mediana acidez, producido por pequeños-as productores -as de forma artesanal para nichos especiales de mercado”*

Visión: *“COREMANABA S.A. en el año 2012 ubica el 80 % de café, producido en las tabladas manabitas en Mercados Especiales, Comercio Justo y Orgánico, el 10 % de su acopio se vende tostado y molido ofreciendo lotes de café con alta calidad preparados y validados en su laboratorio, maneja sus operaciones financieras y administrativas desde Portoviejo en sus propias oficinas, trabaja conjuntamente con CORECAF en la expansión del componente comercial a nivel regional y sus organizaciones participan de las acciones de la empresa” .*

La Asociación de Productores de Cacao de la zona del Norte de Esmeraldas, APROCANE, (APROCANE, 2013), argumenta su creación como base en:

APROCANE: *Una organización que trabaja con productores de cacao en la provincia de Esmeraldas. Se constituyó*

jurídicamente en el año 2.000, y actualmente tienen incidencia de trabajo en 25 comunidades de los cantones Eloy Alfaro (Comuna Río Santiago Cayapas) y San Lorenzo integrando alrededor de 1.150 familias productoras de cacao.

La misión de APROCANE es “mejorar las condiciones de vida de los/las productores/as de cacao fino y de aroma de Esmeraldas de manera sustentable, a través de la asesoría y asistencia en producción, post cosecha y comercialización solidaria y justa con altos estándares de calidad para el mercado nacional e internacional en alianza con la cooperación internacional, entidades públicas y privadas del Ecuador y del mundo”.

1.3 Diagnóstico Situacional de la República Popular de China

La República Popular de China y el Ecuador han fortalecido sus relaciones bilaterales, dichas relaciones tienen intereses y beneficios comunes.

De acuerdo a las relaciones entre China y Ecuador, nuestro país orienta sus esfuerzos para seguir trabajando de manera conjunta, con el fin de incrementar y desarrollar nuevos acuerdos de beneficios mutuos, también se quiere promover las exportaciones de los productos de nuestro país, aumentar intercambios culturales, todo esto con el fin de mejorar la economía de nuestro país.

1.3.1 Factor geográfico

De acuerdo a la (Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, 2014) se obtiene los siguientes datos:

La República Popular China, cuenta con una superficie de 9,561,000 Km², está ubicada al este de Asia, y sus límites son: al norte con la Federación Rusa y Mongolia, al sur con India, Nepal, Bhután, Myanmar (Birmania), Laos y Vietnam, al este con Corea del Norte y los mares Amarillo y de China Oriental y Meridional y al oeste con Kazajastán, Kirguistán, Tayikistán, Afganistán y Pakistán.

China en el cuarto país más grande del mundo, posee un 11.62 % de superficie cultivable, es uno de los mayores productores y exportadores de arroz, papas, trigo, maíz, entre otros, sus principales ríos son el Yangtsé y el Amarillo.

China goza de una gran diversidad de climas, desde continental extremo a subtropical, hasta zonas desérticas, sin embargo existe dos zonas climáticas en el nordeste y sur hay precipitaciones abundantes, principalmente en las zonas más húmedas y en el oeste y noroeste, zonas áridas o semiáridas, debido a llanuras y colinas en el este, a terrenos montañosos y desiertos en el oeste.

1.3.2 Factor demográfico

Dentro del factor demográfico de China se resumen algunas de las características más importantes de la población como su número de habitantes, su sistema de gobierno y los lenguajes hablados en dicho país, así de acuerdo a la (Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, 2014):

China es uno de los países más poblado del mundo, como resultado representa a más del 20% de la población mundial, las zonas más habitadas se localizan en el este de China y las menos habitadas y pobres en el Oeste.

1.3.3 Factor cultural

A través de (UNIVERSIA , 2013), se pueden tomar algunos datos referentes a la cultura china, país que alrededor de la última década se ha convertido en uno de los mercados más exigentes y de altos rendimientos económicos, por lo que para el empresario es importante conocer cómo se comporta el habitante chino para mejorar sus condiciones de venta y especializar el producto que se desea exportar:

China posee un enorme patrimonio cultural, este país tiene más de medio centenar de grupos étnicos, los cuales mantienen su propia lengua hablada y sus costumbres específicas a pesar de que el mandarín es su lengua oficial.

Los festivales son las tradiciones más significativas y conocidas del país, una de ellas es el Festival de Primavera, que festeja la llegada del Año Nuevo Lunar, el cual se celebra cuando aparece la primera luna del primer mes según el calendario lunar, que muchas veces coincide con los últimos días del mes de enero o los primeros días del mes de febrero, la celebración del año nuevo lunar se realiza con bailes, carteles, decoración y comida típica China.

Otra de las celebraciones importantes es el festival de los faroles, el cual tiene lugar 15 días después de la llegada del Nuevo Año Lunar, esta festividad conmemora el respeto a Buda con luz y color

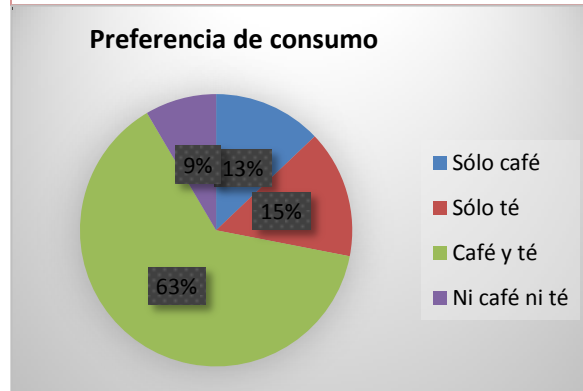
Comida

La comida para los chinos representa una manera de socialización, es muy importante para ellos el compartir con otras personas, ellos tienen la costumbre de no desperdiciar nada lo cual ha creado una gama de platos diferentes.

Los productos que más consumen en China son el arroz y los fideos, china es considerado como uno de los originarios de los cultivos de arroz, el arroz es muy valorado en el país asiático.

China con el pasar del tiempo ha incrementado sus hábitos de consumo del café, en la clase media se considera que el consumo de café es distintivo de educación y clase, sin embargo el crecimiento de los consumidores de café no ha sido tan alto, ya que ellos tienen arraigado su costumbre del consumo del té.

Bebida predilecta	
Bebida	Consumidores (%)
Únicamente café	12,89
Únicamente té	15,17
Café y té	63,46
Ni café ni té	8,48
Total	100



De acuerdo a los gustos y preferencias de la población china, existe un cambio en el tipo de infusiones de consumo, pasando del tradicional y arraigado té hacia el sofisticado café, este fenómeno cultural se fundamenta en que consideran al café como un lujo caro y moderno. Los habitantes chinos si estarían dispuestos a probar el café

Fuente: (Destino Café, 2013)
Lenguaje

La lengua oficial de china es el mandarín, dicha lengua fue reconocida por las Naciones Unidas, en China existen aproximadamente 80.000 palabras, sin embargo sólo usan 30.000

Valores

En la cultura China los valores morales son muy importantes, los principales son la humildad y el respeto, la gente tiene un pensamiento no individualista, es decir que piensan en las otras personas antes de tomar una decisión porque las mismas podrían afectar a terceros, las decisiones que ellos toman tienen la visión del bien común no solo en el bienestar personal.

Figura 1. Factor Cultural China

Fuente: (Destino Café, 2013)

Realizado por: Pamela Gamboa

El análisis cultural de la sociedad china evidencia el consumo progresivo y el cambio de hábitos, en especial de la clase social media, pues el té es una de las bebidas emblemáticas por excelencia del país oriental, este fenómeno constituye una de los factores predominantes para comenzar con la exportación de café hacia China, pues de acuerdo a datos estadísticos tomados en los últimos cinco años, el 63,43% de la población china

consume té y café, cifra que consolida el presente proyecto de exportación pues el café tostado y molido tiene una demanda creciente.

1.3.4 Factor económico y comercial

Dentro del factor económico y comercial es preciso conocer cuáles han sido los principales acuerdos de cooperación entre Ecuador y China y los créditos otorgados por China para proyectos de desarrollo al Ecuador:

1.3.4.1 Cooperación China - Ecuador

Ecuador y China tienen reuniones constantes para afirmar sus relaciones, China está interesada en invertir en Ecuador, por lo que el país asiático envía delegaciones para revisar proyectos en los que esté interesado invertir.

Según la (Embajda del Ecuador en la República de China, 2014):

La empresa Sinohydro se está encargando del Proyecto Hidroeléctrico Coca Coda Sinclair, la empresa Water and Electrical Corporation está a cargo de la construcción de la represa Toachi Pilatón a partir el 24 de diciembre de 2010, existen varias empresas del país asiático interesadas en algunos proyectos hidroeléctricos de nuestro país como es el caso de: Minas San Francisco (270 Mega Watts), Delsitanisagua (115 Mega Watts), Sopladora” (487 Mega Watts), entro otras.

1.3.4.2 Convenios China – Ecuador

De acuerdo a una investigación realizada por el (El Comercio, 2012), a continuación se ha recopilado y sintetizado los principales convenios realizados entre los dos países, dejando en evidencia que el beneficiario mayoritario es Ecuador pues China es referente de desarrollo económico, tecnológico y comercial:

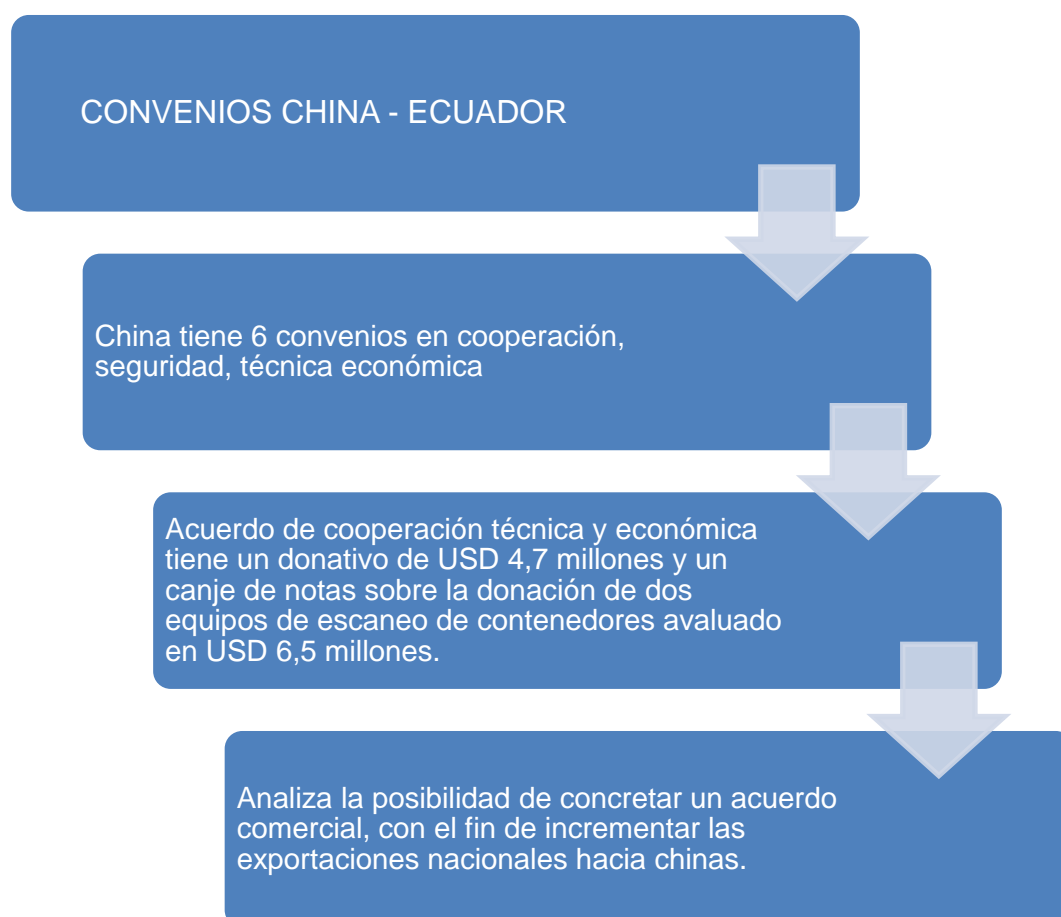


Figura 2. Convenios China - Ecuador

Fuente: (El Comercio, 2012)

Realizado por: Pamela Gamboa

Los convenios entre Ecuador y China en consecuencia buscan el apoyo bilateral entre los dos países para mejorar las condiciones de vida de sus habitantes, el beneficiado mayoritario es Ecuador, pues China actualmente

representa un icono de desarrollo sostenido en la última década, así entonces la cooperación mutua mejora.

1.3.4.3 Créditos China – Ecuador

Uno de los puntos polémicos de los últimos cinco años ha sido el nivel de endeudamiento que tiene el Ecuador con China, pues este país se ha convertido en el principal inversor del Ecuador, a través de la cooperación bilateral para el desarrollo hidroeléctrico y minero, sin embargo las garantías consolidadas para la otorgación de estos créditos ha sido en su gran mayoría la otorgación de petróleo a China a precios muy por debajo de los comercializados en el mercado mundial, sin embargo hay que destacar que este dinero le ha servido al país para mejorar sus deficiencias económicas internas en reemplazo del déficit valorado como resultado de la baja del precio del barril del petróleo.

Una investigación de (La Hora , 2015), revela los montos más importantes concedidos al Ecuador por China desde el año 2005:

Según la Hora, el Ecuador ha recibido prestamos de China de aproximadamente 7.254 millones de dólares entre el 2005 y 2011, haciendo una comparación China nos ha prestado más dineros a nosotros que a entidades mundiales y en el mismo periodo, estas entidades son: el Banco Mundial (BM) recibió de China 153 millones de dólares y del Banco Interamericano de Desarrollo (BID) recibió 2.457 millones de dólares en igual periodo.

China se comprometió a invertir USD 5 296 millones en Ecuador en diferentes proyectos de movilidad, educación, sanidad y seguridad, se anunció el 6 de enero del 2015, en Pekín el ministro de Finanzas, Fausto Herrera, según un

reporte de la agencia EFE. Este fue el resultado de la reunión que el presidente ecuatoriano, Rafael Correa, mantuvo con el presidente del Banco de Importaciones y Exportaciones de China (Eximbank), Li Ruogu, con motivo de la visita de Estado que realiza esta semana al gigante asiático. El ministro de Finanzas de Ecuador detalló que los créditos tendrán en promedio 30 años de plazo y 2% de interés. A estos préstamos se suman otros USD 250 millones de un préstamo comercial otorgado por la entidad china.

1.3.4.4 Preferencias Arancelarias en Base a Acuerdos

Adicionalmente a los acuerdos comerciales establecidos entre Ecuador y China existen convenios que benefician al tratamiento arancelario de los productos provenientes del país, por lo que de acuerdo a la (Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, 2014), estos acuerdos se resumen en lo siguiente:

- i. “Acuerdo sobre Cooperación Económica y Tecnológica entre el Gobierno de la República Popular de China y el Gobierno de la República del Ecuador”.*
- ii. “China y Ecuador suscribieron 4 acuerdos de cooperación como parte de estos acuerdos China abrió una línea de crédito de 50 millones de RMB (alrededor de 7.3 millones de dólares) para incrementar el comercio de productos agrícolas e invertir en el sector agrícola del país.*
- iii. “China y Ecuador firmaron siete convenios en los ámbitos de cooperación, comercio y seguridad”.*
- iv. “Convenio para Evitar la Doble Tributación”.*

- v. *“Acuerdo de Cooperación entre el Comité Internacional Económico y Comercial de China Internacional y la Cámara de Comercio Ecuador- China”.*
- vi. *“Acuerdo de cooperación técnica y económica, contempla una donación a Ecuador de 30 millones de RMB (USD 4,7 millones), y un canje de notas sobre la donación de dos equipos de escaneo de contenedores avaluado en 42 millones de RMB (USD 6.5 millones)”.*

1.3.4.5 La inversión

China se ha convertido en una fuente adicional de financiamiento en la región, sobre todo para aquellos países que tienen problemas para acceder a los mercados mundiales de capital. Sin embargo, los beneficios y las desventajas no siempre son tan claras, así de acuerdo a la información recopilada por (La Hora , 2015), se muestra que:

Algunos de los gobiernos de Sudamérica como Ecuador, Venezuela Argentina y Brasil, recibieron un 93% del total de los préstamos chinos, un catedrático hace el análisis de la situación y concluye con que China quiere ganar un papel protagónico a nivel internacional para ingresar a países como Estados Unidos y la Unión Europea.

1.3.4.6 Sectores económicos del país de destino (China)

Dentro del diagnóstico económico y comercial de China es relevante conocer cuáles son sus principales industrias y su participación en la economía local. Así entonces tenemos que de acuerdo a la (Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, 2014):

- i. **Agrícolas y de consumo**
- ii. *La República Popular China es uno de los países más habitados en el mundo, es un país productor agrícola con un 35%, la ganadería también tiene un puesto importante dentro de la economía, china es el principal productor de electrodomésticos en todo el mundo.*
- iii. **Industriales**
- iv. *China posee depósitos de minerales, de acuerdo a sus reservas el país se posiciona como potencial mundial. La energía renovable es muy importante para China es por esto que quiere incrementar la capacidad en un 15% para el año. Referente a la energía hidráulica de igual manera el gobierno pretende incrementar la capacidad para el año 2020.*

Es importante mencionar también a la producción de piezas de vehículos destinadas a la exportación, pues China uno de los principales proveedores de autopartes, mediante la tecnología con la que cuenta son los productores número uno del mundo.

1.3.4.7 Principales destinos de exportación de China

Con el gráfico que tenemos a continuación podemos observar que los principales destinos de las exportaciones de China son: Japón con 20%, Hong Kong con 19%, Estados Unidos con 14%, seguido de Alemania, Malasia y Australia.



Figura 3. Principales destinos de exportaciones de china
Fuente: (Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, 2014)
Realizado por: Pamela Gamboa

1.3.4.8 Principales países que proveen a China

Uno de los principales países proveedores de China es Japón el cual se ubica en el primer lugar con un 20%, Australia con 14%, Alemania con un 10%, en los últimos lugares se encuentra Tailandia, Federación Rusa Brasil.

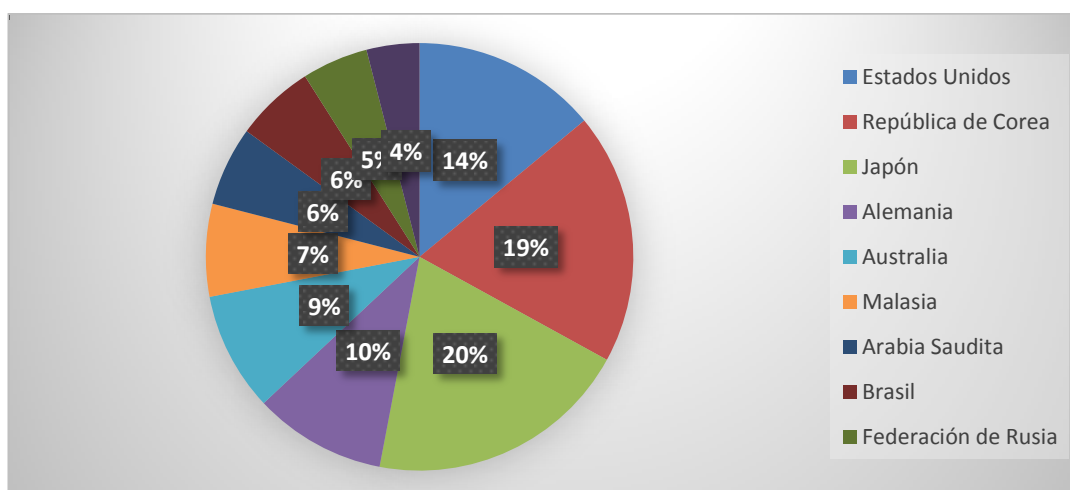


Figura 4. Principales países que proveen a China
Fuente: (Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, 2014)
Realizado por: Pamela Gamboa

1.3.4.9 Principales productos exportados por China

En el siguiente cuadro se observa que China exportó con un valor muy alto los demás dispositivos, seguido de máquinas automáticas para tratamiento o procesamiento de datos digital, teléfonos móviles, con el cuadro podemos observar que China exporta en gran cantidad tecnología.



Figura 5. Principales productos exportados por China

Fuente: (Trade Map, 2015)

Realizado por: Pamela Gamboa

De acuerdo a las estadísticas comerciales registradas por China a través de Trade Map, las exportaciones de dicho país se caracterizan por la comercialización de tecnología es decir artículos electrónicos de última generación de entre los cuales se destacan unidades de memoria digital, circuitos integrados, partes y accesorios de máquinas, esto también incluye teléfonos celulares y sus respectivos repuestos, denotando la capacidad de producción tecnológica y el desarrollo que ha tenido China en la última década.

Tabla 1.
Comercio bilateral entre China y Mundo en 2013 (exportaciones)

Código del producto	Descripción del producto	China exporta hacia el Mundo	
		Valor 2013, en miles US\$	Tasa de crecimiento anual en valor entre 2009-2013, %, p.a.
TOTAL	Todos los productos	17.974.395.141,00	10
'01	Animales vivos	22.847.915,00	7
'02	Carne y despojos comestibles	122.183.848,00	9
'03	Pescados y crustáceos, moluscos y otros invertebrados acuáticos	102.737.193,00	10
'04	Leche y productos lácteos; huevos de ave; miel natural;	92.831.369,00	12
'05	Los demás producto de origen animal ,no comprendidos en otros capítulos	10.344.780,00	13
'06	Plantas vivas y productos de la floricultura	21.561.803,00	5
'07	Legumbres y hortalizas, plantas, raíces y tubérculos alimenticios	65.526.306,00	7
'08	Frutos comestibles; cortezas de agrios o de melones	95.961.580,00	10
'09	Café, te, yerba mate y especias	44.097.993,00	11
'10	Cereales	121.529.493,00	13
'11	Semillas y frutos oleaginosos; semillas y frutos diversos..	99.508.992,00	15
'12	Gomas, resinas y demás jugos y extractos vegetales	9.177.048,00	23
'13	Materias trenzarles, demás productos de origen vegetal, no expreso en otros	770.341,00	4
'14	Grasas y aceites animales o vegetales; grasas alimenticias; ceras	98.622.935,00	11
'16	Preparaciones de carne, de pescado o de crustáceos, de moluscos.	49.087.544,00	9
'17	Azúcares y artículos de confitería	50.953.628,00	10
'18	Cacao y sus preparaciones	45.270.140,00	7
'19	Preparado a base de cereales, harina, almidón, fécula o leche; pastelería	64.107.673,00	10
'20	Preparado de legumbres, hortalizas, frutos o de otras partes de plantas	60.516.455,00	8
'21	Preparaciones alimenticias diversas	62.301.564,00	9
'22	Bebidas, líquidos alcohólicos y vinagre	110.830.926,00	9
'23	Residuos, desperdicios de las industrias alimentarias; alimento para animales	80.162.414,00	12
'24	Tabaco y sucedáneos del tabaco elaborados	40.836.133,00	6
'25	Sal; azufre; tierras y piedras; yesos, cales y cementos	45.851.220,00	8
'26	Minerales, escorias y cenizas	244.694.230,00	18
'27	Combustibles minerales, aceites minerales y productos de su destilación	3.209.605.814,00	16
'28	Productos químicos inorgánicos ;compuestos inorgánicos de los metales	123.466.837,00	6
'29	Productos químicos orgánicos	445.116.306,00	9
'30	Productos farmacéuticos	485.523.808,00	3
'31	Abonos	66.857.886,00	13
'32	Extractos curtientes/tintóreos; taninos, sus derivados; pinturas	80.574.272,00	8

CONTINÚA →

'33	Aceites esenciales y resinoides; preparado de perfumería, de tocador	108.798.612,00	8
'34	Materias albuminoides; producto a base de almidón o de fécula modificados	27.645.536,00	8
'35	Pólvoras y explosivos; artículos de pirotecnia; fósforos..	4.621.014,00	7
'36	Productos fotográficos o cinematográficos	16.682.537,00	0
'37	Miscellaneous chemical products.	182.423.009,00	9
'38	Materias plásticas y manufacturas de estas materias	579.997.520,00	10
'39	Caucho y manufacturas de caucho	201.896.567,00	13
'40	Pieles (excepto la peletería) y cueros	32.202.568,00	13
'41	Manufactura de cuero; artículos de guarnicionería, talabartería	68.589.081,00	16
'42	Peletería, confecciones de peletería; peletería artificial/facticia	12.951.796,00	27
'43	Madera, carbón vegetal y manufacturas de madera	131.547.941,00	8
'44	Corcho y sus manufacturas	1.732.710,00	2
'45	Manufacturas de espartería o de cestería	2.419.686,00	4
'46	Pasta de madera o de otras materias fibrosas celulósicas; papel.	45.505.810,00	8
'47	Papel cartón; manufactura. de pasta de celulosa, de papel/de cartón	170.958.155,00	4
'48	Productos editoriales, de la prensa/de otras industrias gráficas	45.819.089,00	0
'49	Seda	3.022.283,00	3
'50	Algodón	68.051.314,00	13

Fuente: (Trade Map, 2015)

Realizado por: Pamela Gamboa

1.3.4.10 Productos importados por China

China importó los demás tubos y perfiles huecos con un valor de 80.001.00 dólares, seguido de vehículos de turismo cilindrada con un valor de 72.135.00 dólares, con el valor más bajo China importó llantas con un valor de 30.818.00

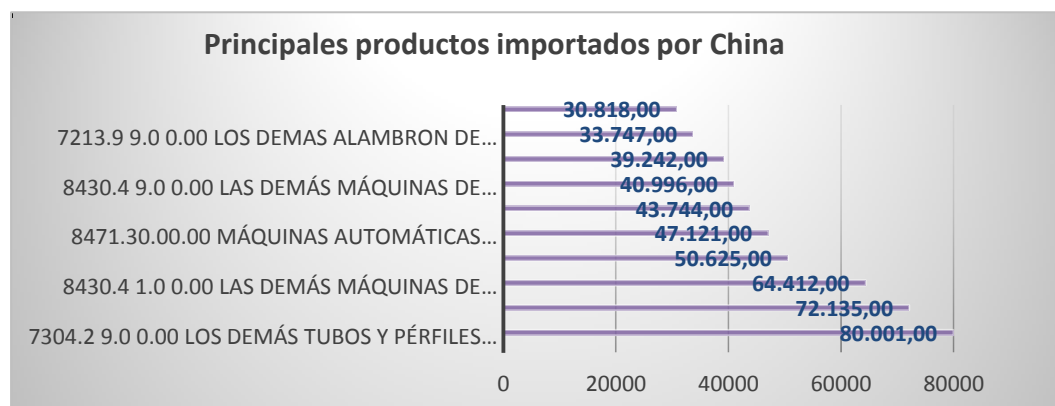


Figura 6. Productos Importados por China

Fuente: (Trade Map, 2015)

Realizado por: Pamela Gamboa

De acuerdo a la información obtenida a través de Trade Map, es posible reconocer que la economía de China mantiene una balanza comercial a favor pues sus importaciones en general por bien o producto no sobrepasan los 100 millones de dólares, lo que en conclusión refleja la autosuficiencia de este país para manejar su comercio interno y externo. La economía de China es uno de los puntos referenciales a nivel mundial, sin embargo carecen de las condiciones para cultivar productos agrícolas de calidad por lo que recurren a la importación para satisfacer las necesidades de sus habitantes.

Tabla 2.
Comercio bilateral entre China y Mundo en 2013 (importaciones)

Código del producto	Descripción del producto	China importa desde el mundo		
		Valor 2013, en miles US\$	Tasa de crecimiento anual en valor entre 2009-2013, %, p.a.	Participación en las importaciones mundiales, %
TOTAL	Todos los productos	1.949.992.315,00	17	10,4
'01	Animales vivos	432.743,00	33	1,9
'02	Carne y despojos comestibles	5.929.656,00	36	5
'03	Pescados y crustáceos, moluscos y otros invertebrados acuáticos	5.993.593,00	13	5,8
'04	Leche y productos lácteos; huevos de ave; miel natural;	5.245.216,00	45	5,8
'05	Los demás producto de origen animal ,no comprendidos en otros capítulos	498.148,00	13	4,7
'06	Plantas vivas y productos de la floricultura	173.378,00	17	0,9
'07	Legumbres y hortalizas, plantas, raíces y tubérculos alimenticios	2.549.352,00	25	3,7
'08	Frutos comestibles; cortezas de agrios o de melones	4.100.716,00	26	3,9
'09	Café, te, yerba mate y especias	256.359,00	34	0,6
'10	Cereales	5.053.759,00	59	4
'11	Semillas y frutos oleaginosos; semillas y frutos diversos..	42.626.755,00	19	40,9
'12	Gomas, resinas y demás jugos y extractos vegetales	223.938,00	19	2,7
'13	Materias trenzarles, demás productos de origen vegetal, no expreso en otros	185.309,00	12	17,3
'14	Grasas y aceites animales o vegetales; grasas alimenticias; ceras	10.822.945,00	11	10,7
'15	Preparaciones de carne, de pescado o de crustáceos, de moluscos.	197.436,00	39	0,4
'16	Azúcares y artículos de confitería	2.363.617,00	51	4,6
'17	Cacao y sus preparaciones	714.385,00	27	1,6
'18	Preparado a base de cereales, harina, almidón, fécula o leche; pastelería	2.583.892,00	26	4,1

CONTINÚA →

'19	Preparado de legumbres, hortalizas, frutos o de otras partes de plantas	661.646,00	18	1,1
'20	Preparaciones alimenticias diversas	1.205.243,00	24	1,9
'21	Bebidas, líquidos alcohólicos y vinagre	3.058.402,00	30	2,7
'22	Residuos, desperdicios de las industrias alimentarias; alimento para animales	3.654.224,00	14	4,4
'23	Tabaco y sucedáneos del tabaco elaborados	1.459.659,00	17	3,3
'24	Sal; azufre; tierras y piedras; yesos, cales y cementos	5.986.590,00	21	11
'25	Minerales, escorias y cenizas	148.772.300,00	19	53,7
'26	Combustibles minerales, aceites minerales y productos de su destilación	315.232.252,00	27	9,6
'27	Productos químicos inorgánicos ;compuestos inorgánicos de los metales	9.460.465,00	8	7,3
'28	Productos químicos orgánicos	65.876.608,00	15	14
'29	Productos farmacéuticos	15.096.015,00	27	3
'30	Abonos	3.374.943,00	16	4,5

Fuente: (Trade Map, 2015)

Realizado por: Pamela Gamboa

China, el mayor consumidor de materias primas del mundo, recobró en septiembre de 2013 su apetito al aumentar sus importaciones de crudo y mineral de hierro hasta nuevos récords.

Las importaciones de cobre también se dispararon 18% frente a agosto hasta un máximo de 18 meses, impulsadas por una reposición de inventarios y un mejor panorama económico.

Sin embargo, las importaciones de soja cayeron a menos de cinco millones de toneladas en septiembre del 2013, a medida que la demanda volvió a sus niveles habituales tras un aumento en el segundo trimestre debido a la llegada de cargamentos atrasados.

Según datos de (CNN Expansión, 2014), la economía de China alcanzo un repunte en el año 2014, esto impulsó significativamente la demanda de importación de petróleo y otras materias primas, pero ahora hay temores sobre si la reciente mejora de la economía no va a disminuir:

El avance de las exportaciones de China fue interrumpido en septiembre, por una sorpresiva caída que cuestionó la fortaleza de la segunda mayor economía del mundo.

La Administración de Aduanas dijo este sábado que las exportaciones chinas cayeron 0.3% en septiembre respecto al mismo mes del año pasado, confundiendo al mercado que esperaba un aumento de 6%.

Paralelamente las importaciones aumentaron 7.5%, dejando a China con un superávit comercial de 15,200 millones de dólares en septiembre, muy por debajo de los 27,700 millones de dólares anticipados por economistas encuestados por Reuters.

1.3.4.11 Análisis de la Balanza Comercial Ecuador China

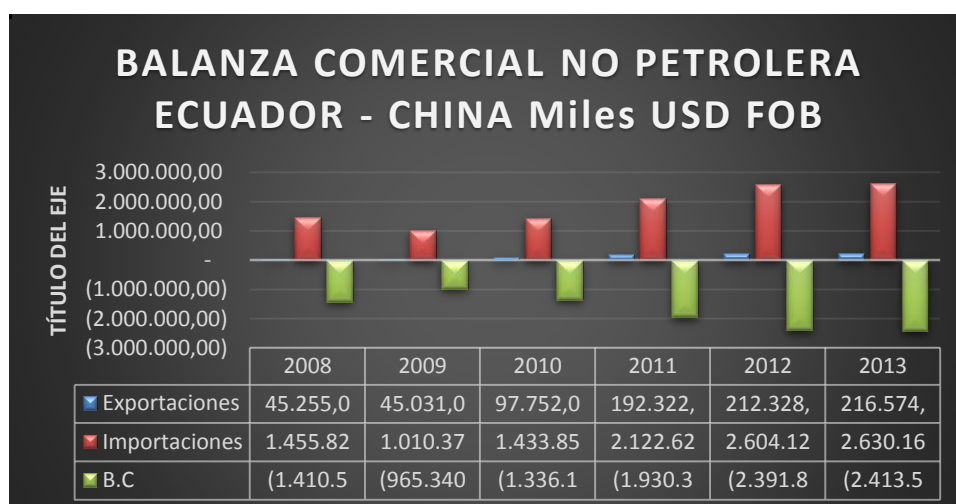


Figura 7. Balanza Comercial Ecuador China
Fuente: (Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, 2014)
Realizado por: Pamela Gamboa

En el periodo 2008-2013, el Ecuador registra un balance desfavorable pues se evidencia una alta dependencia de los productos y manufacturas provenientes desde China, debido a sus bajos costos y al desarrollo tecnológico evidente, este país en particular se ha convertido en una de las

potencias económicas a nivel mundial, por lo que su progreso se ve evidenciado en el campo de acción que poseen sus actividades comerciales.

Las relaciones entre Ecuador y China han mejorado los últimos diez años, pues el país del oriente ha invertido en el país condicionando su financiamiento con el petróleo nacional, así pues el punto fuerte de Ecuador se basa en la producción de productos agrícolas semiprocesados que son muy apetecidos en el mercado asiático, este sector debe su crecimiento a los esfuerzo realizados por agrupaciones de empresarios privados los mismos que han abierto los mercados altamente exigentes de países desarrollados como China.

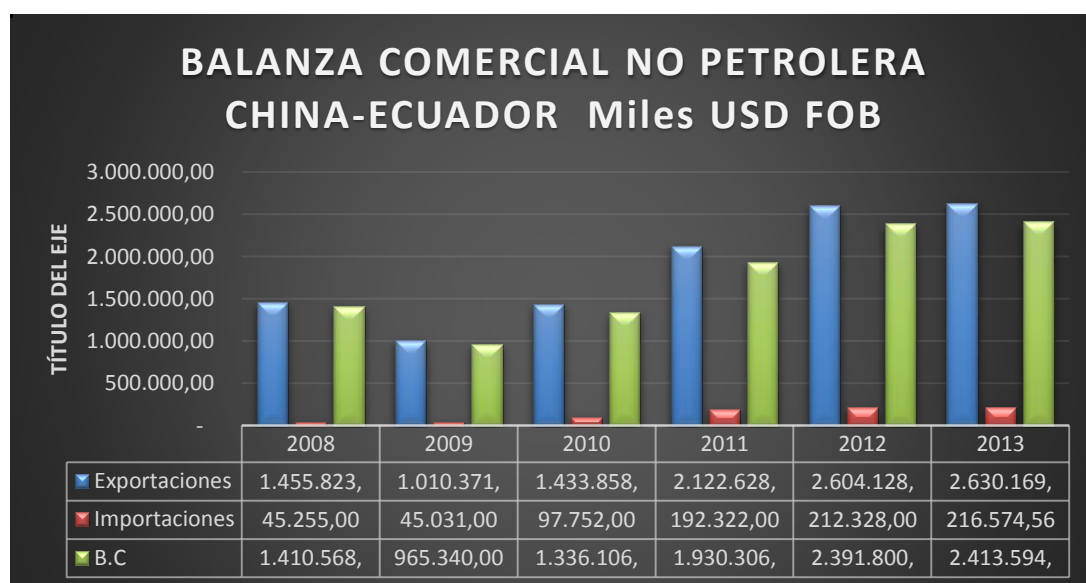


Figura 8. Balanza Comercial Ecuador China
Fuente: (Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, 2014)
Realizado por: Pamela Gamboa

Al contrario de la situación desfavorable para el Ecuador, China registra desde el año 2008 una balanza comercial a favor es decir superávit con respecto a las relaciones comerciales con el país, a partir del año 2009 existe un crecimiento continuo de exportaciones desde el país asiático, evidenciando la dependencia del Ecuador en cuanto a productos procesados, tales como dispositivos móviles, artículos electrónicos,

accesorios y repuestos automovilísticos, en si una gama amplia de tecnología en todas las ramas, desde la perspectiva China el exportar a Ecuador es favorable y rentable en el mediano plazo, pues hasta el año 2013 China registro 2,630.169 miles USD FOB de exportaciones hacia el país.

CAPÍTULO II

ANÁLISIS DE CIFRAS COMERCIALES

2.1 Nomenclatura arancelaria general producto café

Es necesario conocer la nomenclatura y la codificación arancelaria que tiene el café y sus derivados en materia de comercio exterior, pues a través de esta se podrá planificar adecuadamente los documentos y certificados necesarios para exportar el café tostado y molido hacia China.

Tabla 3
Estructura arancelaria de la Cadena de Café

09.01	Café, incluso tostado o descafeinado; cáscara y cascarilla de café; sucedáneos del café que contengan café en cualquier proporción. Café sin tostar:
09.11	Sin descafeinar:
0901.11.10 .00	Para siembra
0901.11.90 .00	Los demás
0901.12.00 .00	Descafeinado Café tostado:
0901.21	Sin descafeinar:
0901.21.10 .00	En grano
0901.21.20 .00	Molido
0901.22.00 .00	Descafeinado
0901.90.00 .00	Los demás
21.01	Extractos, esencias y concentrados de café, té o yerba mate y preparaciones a base de estos productos o a base de café, té o yerba mate; achicoria tostada y demás sucedáneos del café tostados y sus extractos, esencias y concentrados. Extractos, esencias y concentrados de café y preparaciones a base de estos extractos, esencias o concentrados o a base de café:
2101.11.00 .00	Extractos, esencias y concentrados
2101.12.00 .00	Preparaciones a base de extractos, esencias o concentrados o a base de café

Fuente: (Dirección de Inteligencia Comercial PROECUADOR, 2013)
Realizado por: Pamela Gamboa

2.2 Principales destinos del café tostado y molido

Según (Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, 2014):

Existe varios países que debido a sus condiciones climatológicas no pueden cultivar café y en el mejor de los casos el producto cosechado no posee la calidad, el sabor ni el aroma, necesarios para su comercialización y consumo interno y mucho menos para la exportación, por lo que el café de las zonas tropicales del planeta son bastante apetecidos en países de clima frío, entre los productores más destacados a nivel mundial se encuentran aquellos ubicados en centro y Sudamérica. Entre los principales destinos del café tostado y molido están Estados Unidos, Alemania, Francia e Italia, que en caso de Estados Unidos existen valores importados en el 2010 de 4.695.991,00 de miles de USD teniendo un crecimiento considerable hasta el año 2013 del 14% con 5.469.156,00 miles de USD, siendo este el país que más consume café importado en todo el mundo.

Tabla 4
Principales destinos (importaciones) del café tostado y molido
Producto: 090190
Miles USD

IMPORTADORES	VALOR IMPORTADA EN 2010	VALOR IMPORTADA EN 2011	VALOR IMPORTADA EN 2012	VALOR IMPORTADA EN 2013
Mundo	23.896.137,00	36.195.861,00	33.228.561,00	28.829.890,00
Estados Unidos de América	4.695.991,00	7.843.588,00	6.754.776,00	5.469.156,00
Alemania	3.527.486,00	5.268.625,00	4.612.046,00	3.613.845,00
Francia	1.681.260,00	2.361.850,00	2.343.612,00	2.408.147,00
Italia	1.303.279,00	1.972.144,00	1.899.100,00	1.649.013,00
Japón	1.405.815,00	2.059.155,00	1.699.718,00	1.586.001,00
Canadá	970.969,00	1.473.732,00	1.411.342,00	1.181.387,00
Bélgica	1.108.690,00	1.659.252,00	1.390.076,00	1.156.160,00
España	732.983,00	1.065.854,00	944.110,00	808.623,00
Holanda	598.496,00	888.412,00	849.824,00	798.464,00
Suiza	558.538,00	892.789,00	812.337,00	715.781,00
China	70.435,00	129.849,00	168.771,00	142.662,00

Fuente: (Trade Map, 2015)
Realizado por: Pamela Gamboa

Tabla 5
Principales destinos (importaciones) del café tostado y molido
Producto: 090190
Toneladas

IMPORTADORES	CANTIDAD IMPORTADA EN 2010	CANTIDAD IMPORTADA EN 2011	CANTIDAD IMPORTADA EN 2012	CANTIDAD IMPORTADA EN 2013
Mundo	7.107.858,00	7.375.310,00	7.505.884,00	7.881.178,20
Estados Unidos de América	1.344.217,00	1.451.601,00	1.446.458,00	1.493.416,00
Alemania	1.150.528,00	1.207.988,00	1.225.759,00	1.120.627,00
Francia	481.364,00	486.285,00	508.125,00	516.610,00
Italia	416.850,00	423.114,00	387.386,00	464.495,00
Japón	359.860,00	354.431,00	351.508,00	331.713,00
Canadá	334.309,00	330.408,00	318.045,00	318.763,00
Bélgica	283.138,00	271.383,00	285.907,00	282.871,00
España	215.878,00	227.338,00	224.592,00	229.005,00
Holanda	129.628,00	133.626,00	137.094,00	175.433,00
Suiza	178.627,00	174.281,00	166.446,00	174.496,00
China	30.324,00	43.015,00	57.603,00	48.141,00

Fuente: (Trade Map, 2015)

Realizado por: Pamela Gamboa

2.3 Principales proveedores internacionales del café

Existen más de cien países productores de café tostado y molido en todo el mundo, siendo los cincuenta primeros los más importantes por el monto total anual exportado, así entonces el primer exportador de café de este tipo es Brasil con 4.598.100,00 USD en el 2013, seguido por Vietnam con 2.948.208,00 miles USD, a continuación Alemania con 2.360.282,00, en tercer lugar Suiza y Colombia con 2.195.113,00 miles USD y 1.922.532,00 USD respectivamente, siendo estos países los referentes en la producción de café tostado y molido. Ecuador ocupa el puesto cuarenta y ocho con 29.240,00 USD para el año 2013.

Tabla 6
Principales proveedores (exportadores) de café tostado y molido,
Producto: 090190
Miles USD

Nº	EXPORTADORES	VALOR EXPORTADA EN 2010	VALOR EXPORTADA EN 2011	VALOR EXPORTADA EN 2012	VALOR EXPORTADA EN 2013
	Mundo	24.203.743,00	35.983.077,00	33.032.229,00	28.569.591,00
1	Brasil	5.203.348,00	8.026.399,00	5.740.321,00	4.598.100,00
2	Vietnam	1.851.411,00	2.761.069,00	3.545.275,00	2.948.208,00
3	Alemania	1.921.658,00	2.860.890,00	2.583.665,00	2.360.282,00
4	Suiza	1.231.979,00	1.733.128,00	1.803.872,00	2.195.113,00
5	Colombia	1.913.679,00	2.657.525,00	1.956.066,00	1.922.532,00
6	Italia	954.981,00	1.250.848,00	1.319.033,00	1.411.006,00
7	Indonesia	814.311,00	1.036.671,00	1.249.519,00	1.174.044,00
8	Estados Unidos de América	719.354,00	1.032.627,00	1.071.638,00	943.924,00
9	Honduras	681.604,00	1.266.805,00	1.339.087,00	835.673,00
10	Bélgica	989.122,00	1.442.286,00	1.208.000,00	726.598,00
48	Ecuador	56.258,00	115.349,00	75.188,00	29.240,00

Fuente: (Trade Map, 2015)
Realizado por: Pamela Gamboa

Tabla 7
Principales proveedores (exportadores) de café tostado y molido,
Producto: 090190
Toneladas

Nº	EXPORTADORES	VALOR EXPORTADA EN 2010	VALOR EXPORTADA EN 2011	VALOR EXPORTADA EN 2012	VALOR EXPORTADA EN 2013
	Mundo	7.199.367,20	7.574.902,00	7.953.044,00	8.350.696,20
1	Brasil	1.795.162,00	1.794.803,00	1.505.965,00	1.701.162,00
2	Vietnam	413.445,00	437.141,00	400.651,00	547.569,00
3	Alemania	502.612,00	529.888,00	543.262,00	539.163,00
4	Suiza	433.595,00	346.493,00	448.591,00	534.025,00
5	Colombia	204.160,00	236.159,00	317.435,00	264.112,00
6	Italia	229.862,00	293.706,00	265.573,00	237.423,00
7	Indonesia	159.178,00	201.279,00	169.706,00	230.985,00
8	Estados Unidos de América	206.989,08	232.572,00	217.383,00	229.296,00
9	Honduras	235.518,00	261.994,00	226.995,00	216.839,00
10	Bélgica	211.999,00	159.176,00	203.722,00	173.070,00
48	Ecuador	21.352,00	35.167,00	28.092,00	12.240,00

Fuente: (Trade Map, 2015)
Realizado por: Pamela Gamboa

2.4 Importaciones a nivel mundial de café tostado y molido de China

China debido a su cultura milenaria guarda en sus costumbres el consumo de té, esta es la infusión por excelencia de la población china, sin embargo el café se ha convertido en la última década en la bebida más apetecida entre jóvenes y adultos de la clase social media y alta, siendo así en el año 2013 se registró un total de 142.662 miles de USD de café tostado y molido comprado por China, lo que lleva a concluir que el mercado asiático en particular el chino está creciendo convirtiéndose en una oportunidad para países productores de café de calidad como Ecuador.

Tabla 8
Importaciones de China de café tostado y molido
Producto: 090190
Miles USD

PAISES VENDEDORES DE CAFÉ TOSTADO Y MOLIDO A CHINA	VALOR IMPORTADA EN 2009	VALOR IMPORTADA EN 2010	VALOR IMPORTADA EN 2011	VALOR IMPORTADA EN 2012	VALOR IMPORTADA EN 2013
Mundo	50.908,00	70.435,00	129.849,00	168.771,00	142.662,00
Vietnam	27.511,00	36.121,00	74.704,00	86.727,00	57.915,00
Indonesia	2.226,00	3.635,00	8.739,00	21.728,00	26.161,00
Estados Unidos de América	7.112,00	9.027,00	11.988,00	19.499,00	17.765,00
Italia	4.165,00	5.844,00	7.005,00	8.673,00	10.097,00
Reino Unido	662,00	1.268,00	1.725,00	4.179,00	5.523,00
Brasil	2.286,00	2.698,00	5.736,00	6.235,00	5.499,00
Colombia	794,00	1.234,00	2.734,00	4.608,00	3.239,00
Guatemala	147,00	346,00	1.705,00	2.066,00	2.582,00
Etiopía	363,00	521,00	1.647,00	2.687,00	1.499,00
Suiza	1.058,00	1.680,00	3.022,00	1.112,00	1.381,00
Taipei Chino	918,00	1.324,00	1.899,00	990,00	1.162,00

Fuente: (Trade Map, 2015)
Realizado por: Pamela Gamboa



Figura 9. Importaciones de China de café tostado y molido
Producto: 090190; Miles USD
Fuente: (Trade Map, 2015)
Realizado por: Pamela Gamboa

Es importante para la presente investigación conocer el crecimiento de consumo de café tostado y molido en China, en toneladas, por lo que a continuación se describe gráficamente la curva ascendente de consumo por toneladas:

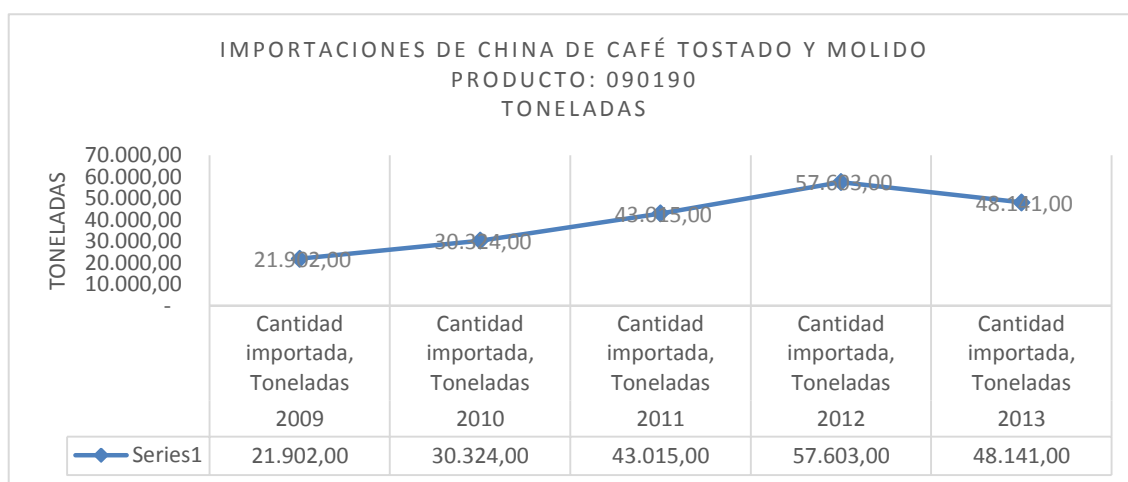


Figura 10. Importaciones de China de café tostado y molido
Producto: 090190
(TONELADAS)
Fuente: (Trade Map, 2015)
Realizado por: Pamela Gamboa

La estadística recopilada desde el año 2009 hasta el año 2013, evidencia el incremento del consumo de café tostado y molido en China, por

lo que se convierte en una oportunidad para los productores ecuatorianos de café, puesto que el país asiático tiene preferencia por aquellos granos con exquisito aroma y sabor, derivados del cultivo en zonas tropicales como en el caso de los agricultores de Nanegal.

Tabla 9
Variación de importaciones de café tostado y molido de China por países
Producto: 090190

PAISES QUE VENDE CAFÉ TOSTADO Y MOLIDO A CHINA	Crecimiento Año 2010	Crecimiento Año 2011	Crecimiento Año 2012	Crecimiento Año 2013
Mundo	28%	46%	23%	-18%
Vietnam	24%	52%	14%	-50%
Indonesia	39%	58%	60%	17%
Estados Unidos de América	21%	25%	39%	-10%
Italia	29%	17%	19%	14%
Reino Unido	48%	26%	59%	24%
Brasil	15%	53%	8%	-13%
Colombia	36%	55%	41%	-42%
Guatemala	58%	80%	17%	20%
Etiopía	30%	68%	39%	-79%
Suiza	37%	44%	-172%	19%
Taipei Chino	31%	30%	-92%	15%

Fuente: (Trade Map, 2015)
Realizado por: Pamela Gamboa

Es importante realizar el análisis de la variación de importaciones de café tostado y molido de China en el periodo 2010-2013, a nivel general se ha evidenciado un comportamiento con tendencia creciente sin embargo los porcentajes de crecimiento fluctúan irregularmente es así que para el año 2010 se registró un crecimiento del 28%, para el año 2011 el 46% e inusualmente para el año 2012 baja a 23%, por lo que no se puede determinar una directriz clara en las importaciones de China, como resultado de esto para el año 2013 existe una caída considerable del 18% con respecto al año 2012, este fenómeno responde a un sin número de factores

económicos pero sin duda el de mayor influencia es el aumento del precio del café según información de la (Organización Mundial del Comercio, 2014), aun así el mercado asiático se muestra como atractivo para el comercio internacional de café tostado y molido.

En cuanto a los países que exportan café tostado y molido hacia China, Vietnam se destaca como el proveedor con más participación desde el año 2010 y el comportamiento en cuanto a la variación comercial es similar a la situación presentada a nivel general fluctuando de la siguiente manera 2010-24%, 2011-52%, 2012-14% y 2013- 50%, esta relación muestra la irregularidad del comercio debido a la pugna de los exportadores de café que se enfrentan para ganar un espacio en el mercado chino uno de los más rentables a nivel mundial. Por otro lado Indonesia muestra un crecimiento constante pasando del 39% en 2010 hasta llegar a 60% en 2012, siendo el 2013 en el cual apenas aumentan en un 17% sin embargo sigue creciendo. El resto de países muestra una situación similar a excepción de Guatemala Suiza y Taipei que en 2013 crecieron en 20%, 19% y 15% respectivamente.

En cuanto al tipo de café que China importa anualmente no existe una clasificación y estadística de comercio exterior de la variedad que consume este país, sin embargo hay que mencionar que los tipos de café de mayor comercialización son el arábica y el robusta, siendo el arábica el que mejor se desarrolla en el Ecuador por los tipos de clima que posee por sobre los 1400 msnm, de esta manera se sustenta el objetivo del proyecto pues los agricultores mantienen activos sus sembríos de café arábica en sus variaciones como pacamara, typica, bourbon y gueisha.

2.5 Comercio internacional de café ecuatoriano

2.5.1 Características del sector ecuatoriano

La importancia del café a nivel nacional tiene trascendencia económica, como generadora de trabajo en áreas rurales, social pues mejora la calidad de vida de muchos pequeños agricultores, pues el café hoy en día es una bebida que representa clase y buen gusto.

De acuerdo a estas consideraciones la (Dirección de Inteligencia Comercial PROECUADOR, 2013), ha recopilado algunos factores relevantes en cuanto a la influencia del café en el Ecuador:

La importancia económica es vital ya que genera ingresos para los productores de café, genera trabajo a diferentes personas que interviene en la movilización, producción, etc.

La importancia social de igual manera tiene relevancia ya que mejora el nivel de vida de las personas dedicadas a la producción de café, crea fuentes de trabajo, mejora la vida de las familias de los productores.

La importancia ecológica influye de manera vital ya que nos permite tener el producto gracias a la diversidad del clima de nuestro país, el café se da en las cuatro regiones de Ecuador.

Según (PROECUADOR, 2013), COFENAC realizó un estudio en donde podemos ver la situación de la caficultura:

- i. Superficie Total: 199,215 hectáreas*
- ii. Área de café arábigo: 136,385 hectáreas*
- iii. Área de café robusta: 62,830 hectáreas*

- iv. *Área cosechada: 149,411 hectáreas*
- v. *Unidades de producción cafetalera: 105,000 UPA´s*
- vi. *Producción nacional: 650.000 sacos de 60 kilos*
- vii. *Producción de café arábigo (%): 62%*
- viii. *Producción de café robusta (%): 38%*
- ix. *Consumo interno: 150.000 sacos de 60 kilos*
- x. *Producción exportable: 400.000 sacos de 60 kilos*
- xi. *Capacidad instalada de la industria: 1'200,000 sacos de 60 kilos*
- xii. *Capacidad instalada de exportadores de grano: 800,000 sacos de 60 kilos*

De acuerdo al estudio que realizó la COFENAC, podemos observar que hay cafetales abandonados, y otros con su producción sin embargo se está desaprovechando el suelo que no está sembrado y que está abandonado.

2.5.2 Descripción de productos y elaborados del sector del café en Ecuador

Café arábica

Este tipo de café es uno de los más apreciados internacionalmente por su aroma y por su sabor, las alturas en las que es cosechado le dan una distintiva característica propia de la región costa.

De acuerdo a (Dirección de Inteligencia Comercial PROECUADOR, 2013):

Para que el café arábigo se desarrolle perfectamente al ser un cultivo estacional requiere aproximadamente de 180 a 200

días de lluvia que es 6 meses, el café puede permanecer un tiempo sin lluvia pero esto afectaría a la producción.

El café arábigo necesita de un tiempo de sequía de más o menos 3 meses, este tipo de café tiene una adaptación muy buena a los tipos de clima que hay en el Ecuador.

Café robusta

El café robusta requiere de un clima tropical, cálido, con abundante lluvia o riego. Según (Dirección de Inteligencia Comercial PROECUADOR, 2013):

En la Amazonía se produjo café robusta en gran cantidad, lo cual fue muy importante para intensificar la economía del país. Con la caída del precio, también cayó nuestra economía, la producción y el uso del suelo.

A continuación se mencionan algunas presentaciones de café que produce Ecuador: café tostado, en grano y/o molido, pods de café verde, café soluble.

2.5.3 Exportaciones del Sector Café de Ecuador

De acuerdo al siguiente gráfico podemos ver que el valor de las exportaciones de café aumentaron en un 21.78% en el último periodo, mediante el gráfico de toneladas podemos observar que creció el 5.33%.

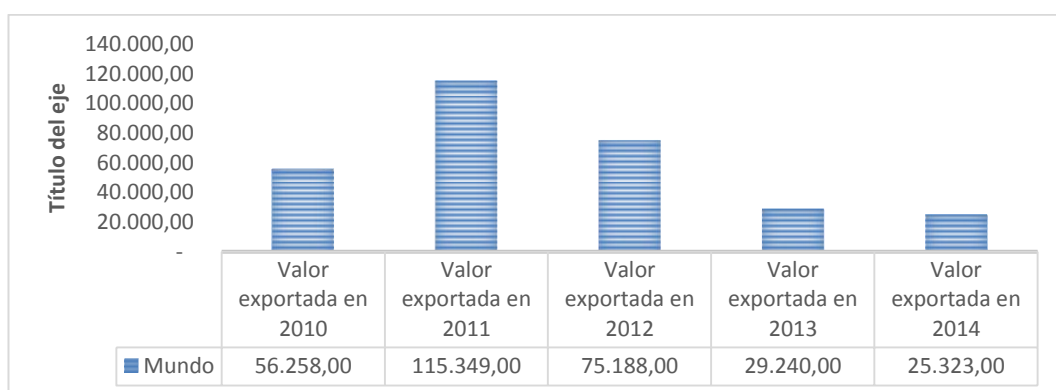


Figura 11. Exportaciones del sector café de Ecuador (miles USD)

Fuente: (Trade Map, 2015)

Realizado por: Pamela Gamboa

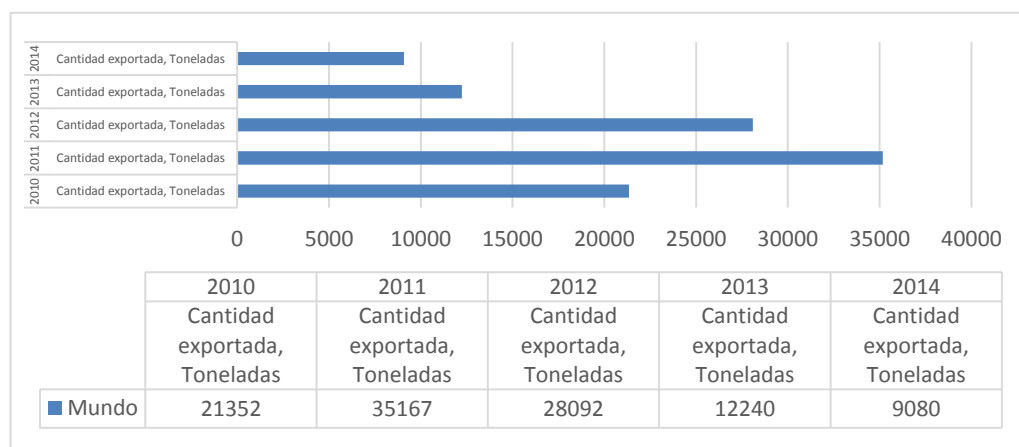


Figura 12. Exportaciones ecuatorianas de Café (toneladas)

Fuente: (Trade Map, 2015)

Realizado por: Pamela Gamboa

Hay que destacar que las variaciones de las exportaciones de Ecuador de café han variado súbitamente desde el año 2010 hasta el año 2014, siendo el año 2011 el de mejor registro con 115.349 miles de USD y reportando en el 2014 una de los más bajas recaudaciones en este periodo con 25.323 miles de USD, una de las razones por las cuales se suscita este fenómeno es el aumento del precio del café y sin duda el aumento del poder adquisitivo del dólar frente a la devaluación de las monedas de los principales países importadores de café desde Ecuador.

2.5.4 Principales destinos de las exportaciones de café tostado y molido de Ecuador

Tabla 10

Principales destinos de las exportaciones de café tostado y molido de Ecuador

Producto: 090190; Toneladas

Importadores	2010	2011	2012	2013	2014
Mundo	21.352,00	35.167,00	28.092,00	12.240,00	9.080,00
Colombia	15.599,00	29.078,00	24.505,00	7.608,00	5.201,00
Estados Unidos de América	3.623,00	4.341,00	2.314,00	3.174,00	3.138,00
Japón	160,00	169,00	206,00	194,00	176,00
Alemania	1.428,00	1.275,00	557,00	584,00	162,00
Cuba	130,00	122,00	156,00	323,00	130,00
Chile	205,00	6,00	44,00	78,00	88,00
Francia	10,00	28,00	55,00	118,00	62,00
Federación de Rusia	0	0	0	35,00	39,00
España	91,00	41,00	155,00	0	29,00
China	0	0	1	0	0

Fuente: (Trade Map, 2015)

Realizado por: Pamela Gamboa

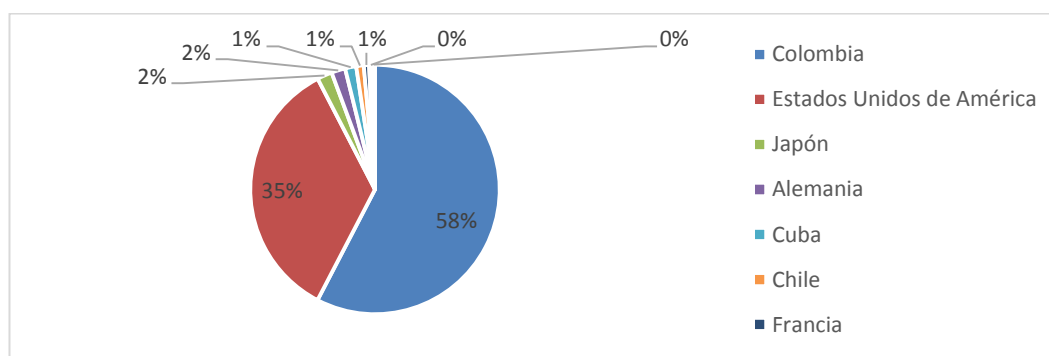


Figura 13. Principales destinos de las exportaciones de café tostado y molido de Ecuador

Fuente: (Trade Map, 2015)

Realizado por: Pamela Gamboa

Uno de los principales destinos de las exportaciones de café tostado y molido en el mundo extrañamente es Colombia con el 58% del total de las exportaciones, pues este país tiene una larga tradición de producción de café y es considerado por su aroma y sabor el mejor del mundo, sin embargo es el país que más importa de Ecuador café tostado y molido lo que denota sus deficiencias de producción para el consumo interno, seguido el segundo importador más importante es Estados Unidos con el 35%, en promedio completan la cuota que Ecuador produce para exportar, estos porcentajes van de la mano con las tendencias de consumos de estos dos países que dentro de sus costumbres se encuentra la ingesta diaria de café,

los demás países como Japón, Alemania, Cuba, Chile y Francia apenas ascienden al 2% del total de las exportaciones de Ecuador.

2.5.4 Proveedores de Café para China desde Ecuador

De acuerdo a la Asociación Nacional de Exportadores de Café, existen un grupo de empresas establecidas en el medio que proporcionan la mayoría de producto procesado y terminado listo para ser comercializado en China cuyo mercado aún no está explotado, pues apenas se están realizando exportaciones desde el año 2013, de entre los cuales se destacan:

i. El Café C.A.

Según (El Café C.A., 2014):

Es una compañía ubicada en la ciudad de Guayaquil, ágil, dinámica y profesional con un gran conocimiento de la técnica de un buen proceso de elaboración de café soluble. EL CAFÉ puede ofrecerle a usted desde el producto más económico hasta el más fino. ELCAFÉ C.A. (Pres2, Si Café, Expreso, Mon-tecristi Freeze dried y Si Café Gold), fundada en 1978, cuenta con dos plantas industriales ubicadas en Guayaquil y Montecristi. Es uno de los mayores exportadores de café soluble del Ecuador y uno de los más grandes productores de café soluble liofilizado de Lati-noamérica.

En el 1998 invirtió en liofilización, proceso de secado que preserva el sabor y aroma del café tostado. El resultado: un café soluble Premium.

En ese año se inicia además la construcción de la Planta 'Batch' en Guayaquil y luego de la Planta Continua. Y en 2011 la compañía construyó otra planta 'Batch' en Montecristi.

ii. Solubles Instantáneos C. A.

De acuerdo a (Solubles Instantaneos C.A., 2014):

Fundada en 1960 y dirigida por el señor Jorge Salcedo Salcedo quien se destacó por ser una persona con visión, con metas, creativo, en sus inicios él se dedicaba a realizar sacos de cabuya a la edad de 26 años, mediante este trabajo él quería tener su dinero para mejorar su calidad de vida.

Solubles Instantáneos C.A. se diferenció por la utilización de tecnología, con el fin de obtener un producto de alta calidad, de esta manera la empresa se posicionó y es la primera fábrica de café soluble.

iii. Belset S.A.

(Belset S.A., 2014):

Empresa 100% ecuatoriana, fundada por el Ing. Igor Ayala, actual gerente, cuya principal actividad es la comercialización de café natural; 25 años de experiencia en el mercado cafetero, la acreditan como una empresa de prestigio. Caracterizada por cuidar los detalles, desde el despulpado, lavado y secado, seleccionando así los mejores granos, para esto cuenta con amplias instalaciones ubicadas en el km 5 ½ vía el Rodeo, Portoviejo provincia de Manabí.

2.6 Análisis de la parroquia Nanegal

La parroquia de Nanegal está ubicada al noroccidente de la provincia de Pichincha, sus características físicas se describen a continuación:

De acuerdo a (Gobierno de la Provincia de Pichincha, 2012):

i. Ubicación

Este lugar está ubicado en Quito, Pichincha, Ecuador, sus coordenadas geográficas son 0° 70' 0" al norte, 78° 40' 0" oeste.

ii. Límites

Norte: Provincia de Imbabura

Sur: Parroquia Nono

Este: Parroquias San José de Minas y Calacalí.

Oeste: Parroquias Gualea y Nanegalito

iii. Altitud

1199 msnm

iv. Clima

El clima es cálido, la temperatura promedio los 28 grados centígrados y como mínima los 12 grados centígrados.

v. Superficie

La superficie aproximada de la parroquia es de 350.14 Km²

2.6.1 Producción de café en Nanegal

El noroccidente de la provincia de Pichincha es un área con gran potencialidad para producir café, esta producción puede ser destinada a varios mercados, gracias a los distintos climas que tiene el Ecuador podemos producir café de los siguientes tipos: pacamara, typica, bourbon y gueisha.

La franja que oscila entre 1400 a 1600 msnm es ideal para cultivar variedades finas para la obtención de excelentes tazas como: pacamara, typica, bourbon y gueisha.

En Nanegal existen dos asociaciones que agrupan a cerca de setenta productores, pero adicionalmente se ha logrado identificar a veinte productores más que no están formalizados, tienen sus fincas produciendo café y necesitan asistencia técnica. La opción más viable para agrupar y mejorar la producción de café de estos veinte productores no asociados es

la asociatividad puesto que a través de esta se podrá establecer parámetros de producción que eleven la calidad del producto, adicionalmente las finanzas derivadas por los ingresos de las ventas serán estructuradas de acuerdo a las necesidades de los socios comunitarias y las ganancias serán repartidas equitativamente dependiendo del rendimiento individual de cada productor.

Se cuenta con un 53,75% de hectáreas en producción, con un rendimiento de aproximadamente 133,33 kilos por hectárea al año. Actualmente, los setenta productores asociados están constituidos en dos empresas las cuales son: AAPROCCNOP (Asociación Artesanal de Productores y Comercializadores de Café del Noroccidente de Pichincha) con cuarenta y dos socios y AAPROCAFEP (Asociación Agroartesanal de Productores de Café El Paraíso) con veinte y ocho socios.

Según datos del (El Telégrafo , 2013):

Hoy por hoy el café ocupa el 40% de la superficie agrícola sembrada en la parroquia Nanegal y contribuye con el 27% del ingreso agrícola y el 11.6% de los ingresos totales del área.

Existen alrededor de ciento cincuenta hectáreas dedicadas al cultivo de café (53.75% del total de hectáreas dedicadas a la agricultura) en la parroquia Nanegal en el noroccidente de la provincia de Pichincha de acuerdo a información proporcionada por (Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuicultura y Pesca, 2014), cuya producción de café se sitúa en alrededor de 20.000 kilos anuales.

De acuerdo a las cifras citadas anteriormente existen veinte productores no asociados los cuales podrían producir anualmente aproximadamente 4.000 kilos (133,33 kilos/ hectárea x 30 hectáreas disponibles) de café tostado y molido al año.

2.6.2 La competencia

Los setenta productores asociados en las dos asociaciones existentes en la parroquia de Nanegal, son la competencia directa para la empresa asociativa a crearse en el presente proyecto, pues AAPROCCNOP y AAPROCAFEP están articuladas con Café Vélez, lo que garantiza la industrialización y comercialización del café tostado y molido especial de altura. Café Vélez es una empresa quiteña fundada por José Nicolás Vélez, y cuya marca nace de la pasión por el café. Café Vélez trabaja con los campesinos productores de café para ayudarles a mejorar la calidad de su producto participando en un comercio justo. Además, Vélez utiliza un tostado artesanal que asegura un café de excelente calidad.

De acuerdo a (Café Veléz , 2014):

El producto que se exporta por Café Vélez y asociados es el del tipo arábica escogido de 1200 a 1800 m.s.n.m. el cual es un exquisita elección de los mejores cafés, este delicioso café se produce de acuerdo a los más altos estándares, su presentación de venta y exportación son sobres de 350 gr.



Figura 14. Presentación Café Vélez
Fuente: (Café Veléz , 2014)

La presentación del café de la competencia es un empaque en cuyo interior se encuentra el grano de café tostado y molido, de esta forma es como el cliente final puede disfrutar del aroma y del sabor original del café sin modificaciones, por lo que está la forma en la cual la competencia está exportando actualmente el café.

2.7 La demanda

La demanda se convierte en el número total de personas en China que pueden acceder o comprar el producto, en este caso el café tostado y molido:

De acuerdo a la (Organización Internacional del Café, 2013):

La población total de China es de 1,3 miles de millones de personas, los chinos consumen aproximadamente 25 gramos, de acuerdo a la Organización Internacional del Café se puede determinar que el consumo promedio incrementó de 9.6 gramos a 47.6 gramos en el año 1998 y 2012 respectivamente.

En los 15 últimos años, el consumo aumentó de 199.000 sacos en 1998 a alrededor de 1,1 millones de sacos en 2012. La tasa media de crecimiento al año entre 1998 y 2012 fue del 12,8%.

La tasa de crecimiento para el café es media, esto representa un porcentaje de 12.1 al año. De acuerdo a los datos de Euromonitor International indican un consumo medio por habitante de 23,7 gramos al año (0.0237 kg / 0.0000237 t). La tasa media de crecimiento debería mantenerse al 12.8% (proyección de consumo anual) para que el consumo

de café en China alcance los 2.8 millones de sacos en el año 2020. (pág. 9)

La producción de la asociación anualmente puede alcanzar los 160 sacos de 25 kilos cada uno, cubriendo apenas el 0,01% de la demanda total de café tostado y molido de China.

2.7 Análisis y resultados del estudio de campo

Para obtener un mejor panorama y una perspectiva amplia conforme a los productores de café en la parroquia de Nanegal, se ha visto pertinente aplicar una encuesta a los productores no asociados, los cuales ascienden a veinte, siendo este el universo de estudio y del cual se obtuvieron los siguientes resultados.

2.7.1 Encuesta



ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO "HÉROES DEL CENEP" INGENIERÍA EN COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN INTERNACIONAL

Encuesta dirigida a los productores de café de la Parroquia Nanegal,
Provincia de Pichincha.

Objetivo:

Conocer la predisposición de los agricultores de la Parroquia de Nanegal para conformar una empresa asociativa productora de café tostado y molido.

Instrucciones:

1. Responda con sinceridad las siguientes preguntas que se formulan a continuación.
2. Marque con un visto en la pregunta escogida y en las preguntas de opción múltiple (solo una).
3. Los datos son de absoluta reserva, objeto de un estudio académico y no se debe suscribir.

Información General:

Nº de hectáreas que dispone:
Barrió al que pertenece:

Información Específica:**1. ¿Se encuentra asociado a algún tipo de organización comunitaria?**

Sí No

A qué organización pertenece:.....

2. ¿Qué tipo de café produce actualmente?

Pacamara

Typica

Bourbon

Gueisha

Otra

Nota: este tipo de variedades de café son variaciones del tipo arábica.

3. ¿Cuántas hectáreas utiliza para la producción de café?

0,5 Hect. - 1 Hect.

1,5 Hect. – 2 Hect.

2,5 Hect. – 3 Hect.

4. ¿Qué cantidad en kilogramos produce de café aproximadamente por cada hectárea cultivada mensualmente?

10 kl – 12 kl

13 kl – 15 kl

16 kl – 18 kl

5. ¿Cuál es el tiempo aproximado de cosecha de la planta de café?

4 meses – 6 meses

6 meses – 8 meses

8 meses – 10 meses

6. ¿Cuál es el precio por kilo al cual comercia el café tostado y molido?

5 USD – 10 USD

11 USD – 15 USD

16 USD – 20 USD

7. ¿Estaría dispuesto a mejorar los procesos de producción del café tostado y molido para ser competitivo en el mercado?

Sí No

8. ¿Le gustaría pertenecer a una asociación comunitaria que mejore los procesos productivos y comercialice el café cultivado a un precio justo y competitivo en el mercado nacional e internacional?

Sí No

9. ¿Al momento de conformar la asociación comunitaria que tipo de servicios adicionales le gustaría recibir?

Capacitación

Financiamiento

Asesoría Técnica y Legal

2.7.3 Trabajo de campo

La toma de información se realizó directamente en la parroquia Nanegal, a través de la encuesta estructurada en base a los objetivos y alcances de la investigación, de acuerdo a la información proporcionada por el Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca, se pudo obtener la dirección de los agricultores, por lo que en base al siguiente cronograma se obtuvo la información:

Número total de encuestados: 20

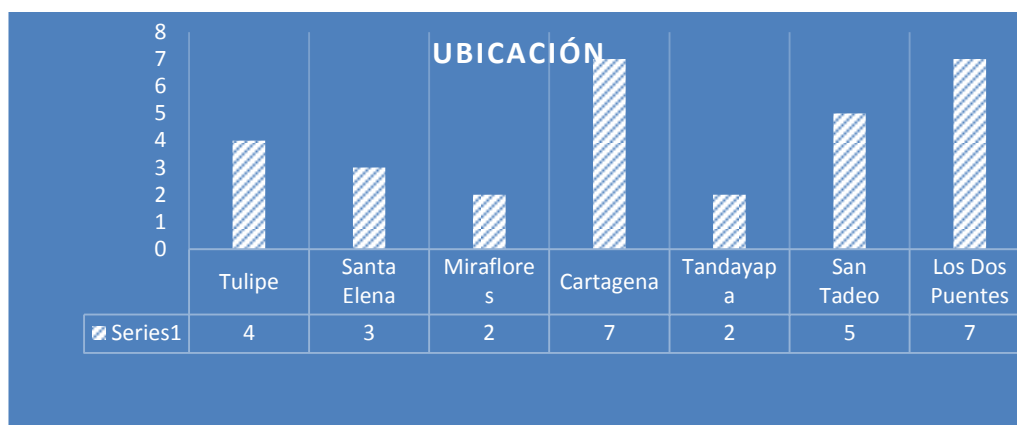
Fecha:	Hora:	Barrio:
Lunes 02/FEB	8: 00 am – 12:00 pm	Los Dos Puentes, San Tadeo
Lunes 02/FEB	2: 00 pm – 4:00 pm	Tandayapa
Martes 03/FEB	8: 00 am – 12:00 pm	Cartagena, Tulipe
Martes 03/FEB	2: 00 am – 4:00 pm	Santa Elena
Miércoles 04/FEB	8: 00 am – 12:00 pm	Miraflores

El total de encuestados respondieron la encuesta es decir se tomó la información del total del universo, lo que no deja sesgos en la información obtenida, como dato adicional estos veinte agricultores fueron identificados previamente con la ayuda de CONQUITO (Agencia Metropolitana de Promoción Económica), los productores son asociados dentro de la parroquia.

2.7.4 Análisis de Resultados

(Ver [ANEXO 1](#))

Información General:



Total de Hectáreas disponibles para el cultivo: 30 hectáreas

Figura 15. Ubicación

Fuente: investigación propia

Realizado por: Pamela Gamboa

De acuerdo a las preguntas generales realizadas existe un total aproximado de treinta hectáreas disponibles para la producción de café tostado y molido, en cuanto a la ubicación de los cultivos estos se sitúan en mayor cantidad en los barrios Cartagena y Los Dos Puentes, seguido por Tulipe y San Tadeo con seis hectáreas en total.

Información Específica:

1. ¿Se encuentra asociado a algún tipo de organización comunitaria?



Figura 16. Asociación
 Fuente: investigación propia
 Realizado por: Pamela Gamboa

En cuanto a la asociación o agrupación comercial, ninguno de los veinte productores se encuentran organizados y no responden a ninguna asociatividad, lo que consecuentemente genera información útil para el presente proyecto, el cual encaminará a los agricultores a conformar una empresa comunitaria que generará valor agrado al café tostado y molido, para posteriormente comercializarlo en el exterior, específicamente al mercado chino.

2. ¿Qué tipo de café produce actualmente?

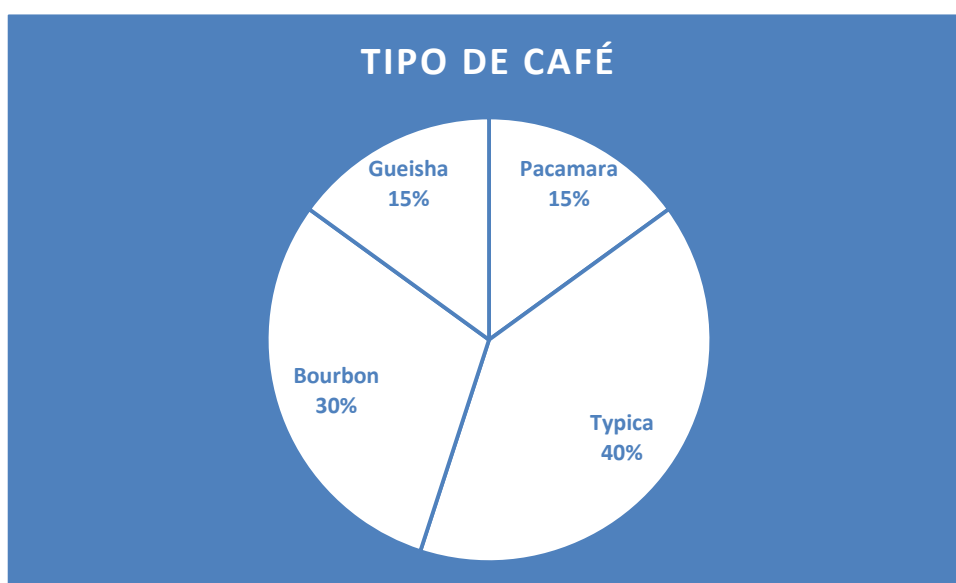


Figura 17. Tipo de café
 Fuente: investigación propia
 Realizado por: Pamela Gamboa

Los resultados obtenidos a través de la encuesta demostraron que el 40% de los productores de café de la zona se dedican al cultivo del café tipo típica especie que se genera a los 1400 msnm, esta especie es una de las más requeridas por comerciantes de café de aroma según información de los agricultores, seguido de esta con un porcentaje amplio está el de tipo bourbon con el 30%, a continuación el de tipo pacamara y gueisha con el 15%, estos permiten generar una perspectiva sobre la producción anual de café tostado y molido, pues se creará un modelo de producción proporcional para ofertar de acuerdo al nivel de demanda el tipo de café más requerido por el mercado chino.

Este tipo de variedades como típica, bourbon, pacamara y gueisha están dentro del tipo de café arábica y se diferencian por su tipo de hoja y fruto.

3. ¿Cuántas hectáreas utiliza para la producción de café?

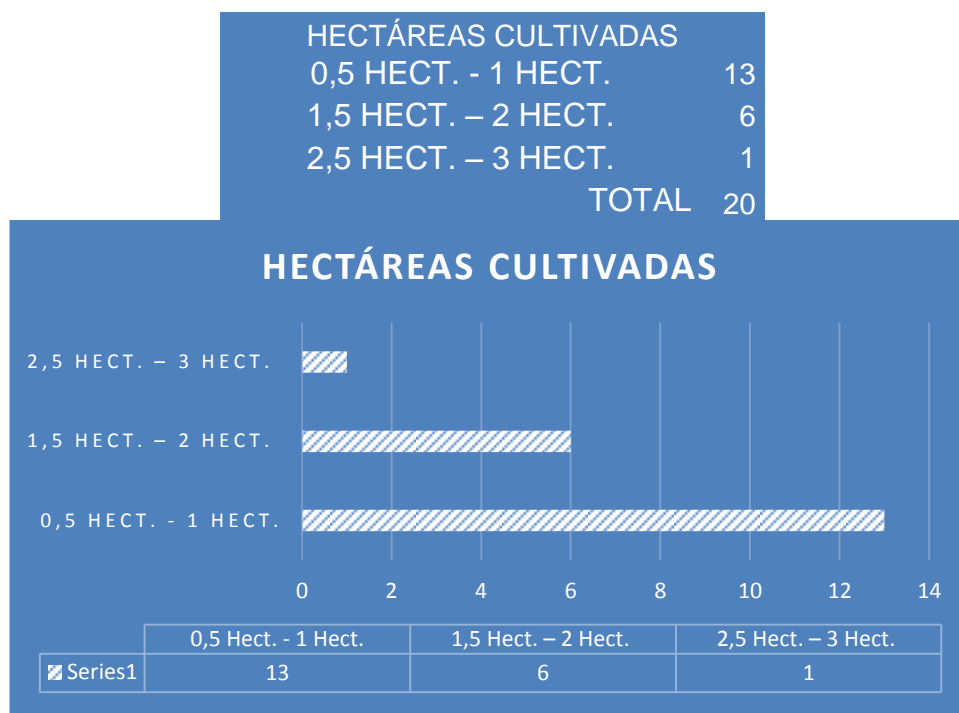


Figura 18. Hectáreas Cultivadas
Fuente: investigación propia
Realizado por: Pamela Gamboa

Saber cuántas hectáreas están dedicadas a la producción de café permite tener una idea clara del total de producción anual que se podrá obtener, sin embargo de acuerdo a la información tomada directamente de los agricultores existe pequeños espacios de terreno ocupados para la siembra de otras especies vegetales como tomate, limón y mandarina, por lo que se deberá conseguir a través de la planificación sistemática concentrar todos los esfuerzos hacia el cultivo del café que puede generar mayores réditos a los agricultores por el comercio internacional del grano procesado.

4. ¿Qué cantidad en kilogramos produce de café aproximadamente por cada hectárea cultivada mensualmente?

PRODUCCIÓN POR HECTÁREA	
10 KL – 12 KL	80%
13 KL – 15 KL	15%
16 KL – 18 KL	5%
TOTAL	100%

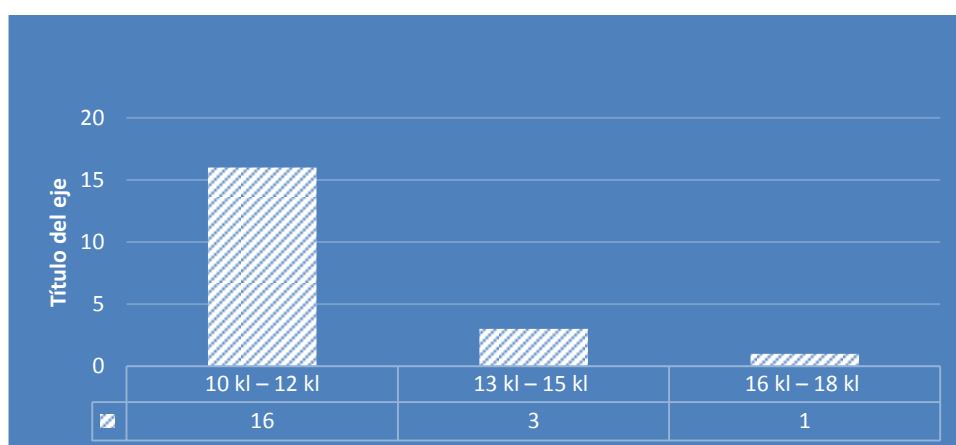


Figura 19. Producción por hectárea
Fuente: investigación propia
Realizado por: Pamela Gamboa

El 80% de los agricultores encuestados afirma producir entre 10 kl y 12 kl mensuales, este dato es aproximado y responde al proceso de producción que atraviesa el grano desde su siembra hasta su cosecha, por lo que será necesario estandarizar los procesos para mejorar la producción por cada

hectárea cultivada, para fines del proyecto se tomará como referencia la cantidad promedio mayormente producida por los agricultores.

5. ¿Cuál es el tiempo aproximado de cosecha de la planta de café?

TIEMPO DE COSECHA	
4 MESES – 6 MESES	0
6 MESES – 8 MESES	20
8 MESES – 10 MESES	0
TOTAL	20

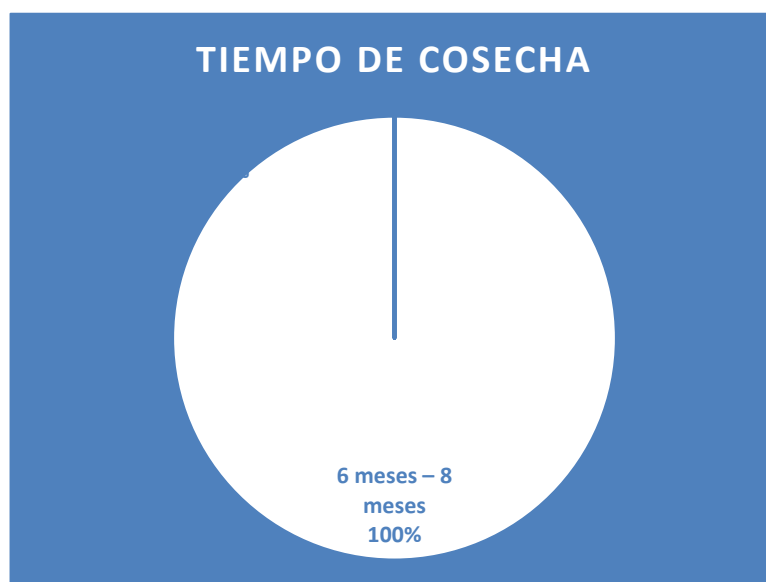


Figura 20. Tiempo de cosecha
Fuente: investigación propia
Realizado por: Pamela Gamboa

El total de los agricultores encuestados afirma de acuerdo a sus conocimientos empíricos que el tiempo aproximado en el cual se cosecha la planta de café es de 6 a 8 meses, siendo una fruto de ciclo corto, el cual puede ser sembrado en diferentes temporadas del año para tener una producción continua.

6. ¿Cuál es el precio por kilo al cual comercia el café tostado y molido?

PRECIO POR KILO	
5 USD – 10 USD	17
11 USD – 15 USD	3
16 USD – 20 USD	0
TOTAL	20

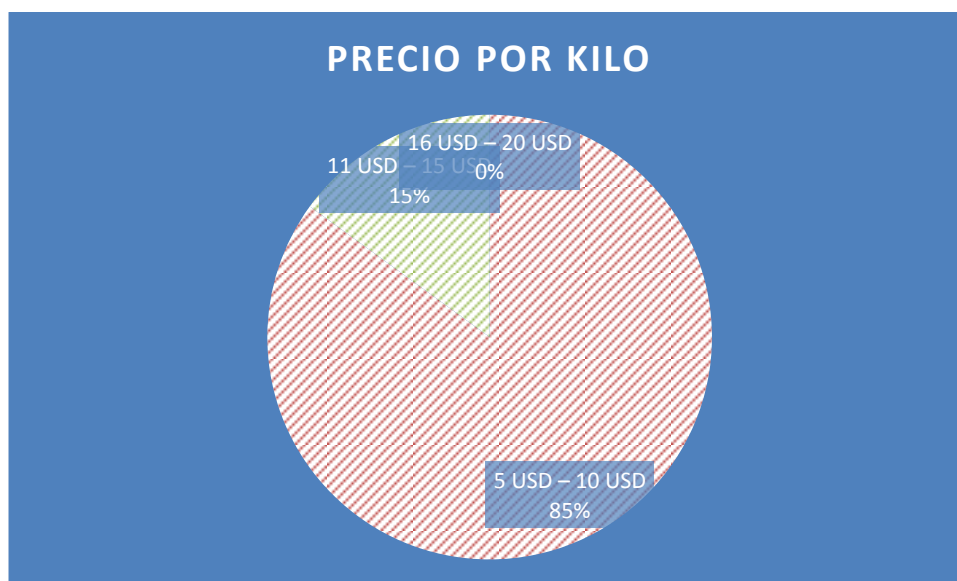


Figura 21. Precio por Kilo
Fuente: investigación propia
Realizado por: Pamela Gamboa

La mayoría de productores recibe por cada kilo de café tostado y molido entre 5 USD y 10 USD, el 85% vende su producto a un precio intermedio, seguido de este apenas el 15% recibe entre 11 USD y 15 USD por cada kilo cultivado, para desarrollar el presente proyecto para la parte comercial se tomará el precio referencial al cual se vende el kilo de café en la zona, este precio también será analizado y determinado para equilibrar la situación comercial del agricultor promoviendo el comercio justo.

7. ¿Estaría dispuesto a mejorar los procesos de producción del café tostado y molido para ser competitivo en el mercado?

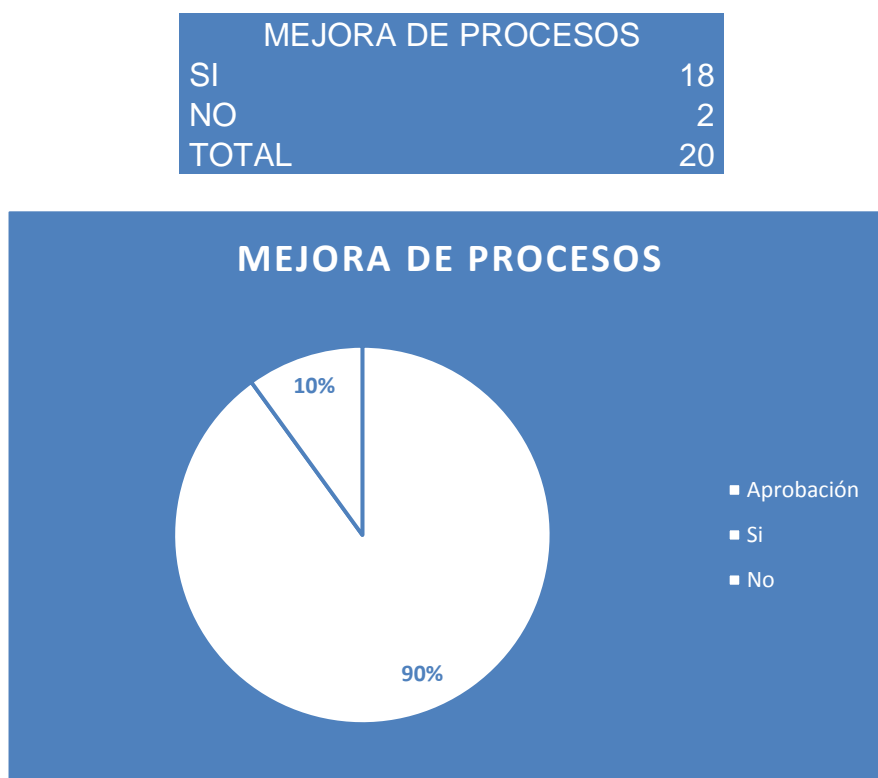


Figura 22. Mejora de procesos
 Fuente: investigación propia
 Realizado por: Pamela Gamboa

El 90% de los encuestados está dispuesto a mejorar sus procesos de producción de café tostado y molido para aumentar sus niveles de calidad y poder competir a nivel nacional e internacional, sin embargo al 10% restante será necesario inducirlo al cambio a través de programas de capacitación, y asesorías técnicas que avalen los resultados que pueden esperarse de una producción bajo procesos de control de calidad.

8. ¿Le gustaría pertenecer a una asociación comunitaria que mejore los procesos productivos y comercialice el café cultivado a un precio justo y competitivo en el mercado nacional e internacional?

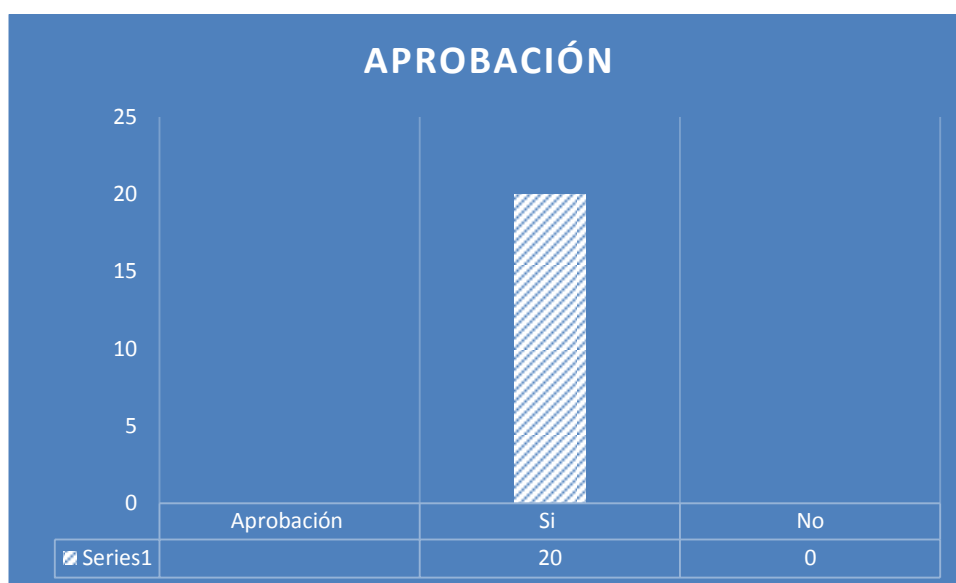


Figura 23. Mejora de procesos
 Fuente: investigación propia
 Realizado por: Pamela Gamboa

El 100% de los productores están de acuerdo con organizarse y generar una empresa comunitaria capaz de asumir los retos impuestos por el mercado nacional y extranjero, la calidad es uno de los requisitos fundamentales exigidos para poder exportar, el objetivo de la asociatividad es generar valor agregado a través de la planificación coherente y ordenada de la producción con la cooperación y participación equitativa de todos los socios o agrupados, que solidariamente generan oportunidades de desarrollo para la comunidad a la que pertenecen y mejoran su calidad de vida.

9. ¿El momento de conformar la asociación comunitaria que tipo de servicios adicionales le gustaría recibir?

SERVICIOS ADICIONALES	
CAPACITACIÓN	45%
FINANCIAMIENTO	25%
ASESORÍA TÉCNICA Y LEGAL	30%
TOTAL	100%



Figura 24. Servicios Adicionales
Fuente: investigación propia
Realizado por: Pamela Gamboa

Como última pregunta de diagnóstico la opinión en cuanto a los servicios adicionales que les gustaría recibir a los agricultores asociados se distribuye de una forma equitativa pues tanto la capacitación, el financiamiento y la asesoría legal y técnica tienen aceptación, la primera con el 45%, la segunda y tercera con 25% y 30% respectivamente, dejando en evidencia que estos tres complementos empresariales deben formar parte de las políticas de desarrollo de la empresa comunitaria, con esto se permite dar paso a la mejora constante de los procesos de producción.

CAPÍTULO III

MODELO DE ASOCIATIVIDAD Y ESTRUCTURA DE LA EXPORTACIÓN

3.1 Tamaño de Proyecto

Existen alrededor de 150 hectáreas dedicadas al cultivo de café en el noroccidente de Pichincha de acuerdo a información proporcionada por (Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuicultura y Pesca, 2014), de las cuales treinta hectáreas pertenecen a los veinte productores que el proyecto pretende asociar para mejorar sus condiciones de comercio y estructurar una oferta exportable de calidad. Así entonces se comenzará con una producción de 160 sacos anuales de 25 kilos cada uno, es decir aproximadamente en cada hectárea se cosechará 133,33 kilos dando un aproximado de 4000 kilos al año.

3.1.2 Localización del proyecto

La localización del proyecto es fundamental dentro de la estructura del plan de producción pues detalla la ubicación exacta de la infraestructura del centro de acopio de café tostado y molido, para esto se debe describir tanto la macrolocalización y la microlocalización de la misma

3.1.2.1 Macrolocalización

Es la ubicación del negocio (sector), es decir, es la definición de la zona, región, provincia o área geográfica en la que se localizará la unidad productiva tratando de reducir al mínimo los costos totales.

La macrolocalización para la presente investigación hace referencia a la provincia en la cual se encuentra la parroquia Nanegal, es decir la provincia

de Pichincha, para lo cual se detalla a continuación información de su ubicación y características de la zona.

3.1.2.2 Provincia de Pichincha

De acuerdo a (Ecuale, 2013), la provincia de Pichincha está ubicada en el centro de la Sierra del Ecuador, el nombre que se le dio a la provincia fue por el volcán Guagua Pichincha, el mismo que se caracteriza por su actividad volcánica, debido a la ubicación del volcán, se lo puede observar con facilidad.

La provincia de pichincha cuenta con varios tipos de climas, esto es beneficioso, ya que se puede producir habas y papa, en zonas altas se produce legumbres, trigo, y en las zonas bajas y valles se produce café.

La provincia de Pichincha cuenta con una extensión total 16.599 km², su población asciende a los 2'646.426 habitantes, está compuesta por 9 cantones los cuales son: Distrito Metropolitano de Quito, Mejía, Rumiñahui, Cayambe, Pedro Moncayo, Santo Domingo de los Colorados, Puerto Quito, Pedro Vicente Maldonado y San Miguel de los Bancos.



Figura 25. Mapa Político de Pichincha
Fuente: (Gobierno de la Provincia de Pichincha, 2013)

3.1.2.3 Microlocalización

La microlocalización hace referencia al lugar mismo en donde se realizará el proyecto, es decir a continuación se detallara la ubicación exacta de la parroquia Nanegal: (Gobierno de la Provincia de Pichincha, 2012, pág. 28):

Este poblado se ubica en medio del bosque nublado en las estribaciones del volcán Pichincha a 1.650 metros sobre el nivel del mar, en un paraje cuya temperatura oscila entre los 18° y 20° C. Forma parte de la región ecológica forestal el Chocó, la misma que avanza desde el suroeste de Colombia hasta el noroeste del Ecuador.

Conocido por sus pobladores como “El pueblo donde nacen las nubes”, Nanegal posee un bosque silvestre muy valorado por la diversidad de maderas como el cedro, el canelo, la caña guadua y el aliso; así mismo tiene una gran variedad de plantíos y frutales nativos como la guaba, guayaba y caña de azúcar. También se destacan las 260 especies de orquídeas de cuales nueve son endémicas, razón por la cual se han convertido en uno de los símbolos de la zona.

Adicionalmente, este territorio acoge varias especies de animales, entre ellos el gallo de la peña, armadillos, tigrillos, una gran variedad de colibríes y el pájaro yumbo. Este último es considerado como el símbolo del pueblo ancestral que lleva el mismo nombre. Su forma de trinar y colorido lo hacen único en su especie.

i. Ubicación

Este lugar está ubicado a una hora de la ciudad de Quito, Pichincha, Ecuador, sus coordenadas geográficas son 0° 70' 0" al norte, 78° 40' 0" oeste.

ii. Límites

Norte: Provincia de Imbabura

Sur: Parroquia Nono

Este: Parroquias San José de Minas y Calacalí.

Oeste: Parroquias Gualea y Nanegalito

iii. Altitud

1199 msnm

iv. Clima

El clima es cálido, la temperatura promedio los 28 grados centígrados y como mínima los 12 grados centígrados.

v. Superficie

La superficie aproximada de la parroquia es de 350.14 Km²

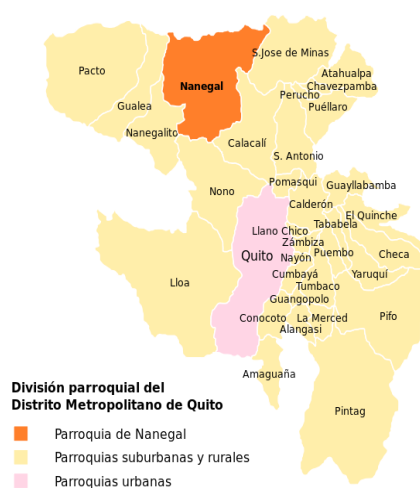


Figura 26. Ubicación Parroquia Nanegal

Fuente: (Gobierno de la Provincia de Pichincha, 2012)

3.1.3 Ingeniería del Proyecto

La infraestructura para el tratamiento del café tostado y molido deberá contar con las áreas y requerimientos necesarios para poder llevar a cabo el proceso de control de calidad, empaçado, etiquetado y embalado.

A continuación para conocer el proceso integro desde la siembra hasta la cosecha de café, se detallan los siguientes procedimientos:

- i. Se comienza por realizar la limpia del terreno;
- ii. Realizar mediciones y trazado para hacer la hoyada;
- iii. Hoyada;
- iv. Siembra: 6000 plantas de café por hectárea.
- v. El café es una especie perenne que demora aproximadamente de dieciocho a veinticuatro meses para dar su primera cosecha y en el transcurso de este tiempo, el agricultor tiene que desarrollar las siguientes labores.
- vi. Plateo de cada planta, abonadas cada nueve meses durante los dos años, curaciones de enfermedades durante todo el tiempo del cultivo hasta que llega a la cosecha.
- vii. Cosecha de la cereza del café
- viii. Despulpada, lavado y reposo del café en barriles
- ix. Secado del café
- x. Tostado del café
- xi. Molido de café
- xii. Ensacado o empaquetado
- xiii. Bodega
- xiv. Distribución.

El proceso detallado anteriormente se está explicado en base a toda la cadena de producción de café tostado y molido, esta información ha sido considerada como necesaria para conocer como se está realizando los cultivos en la parroquia Nanegal, hay que mencionar que los pequeños

productores ya siembran café aproximadamente desde hace tres años, por lo que el proyecto a implementarse se encargara de añadir valor mediante los últimos tres procesos descritos.

3.1.3.1 Flujogramas de proceso

Los flujogramas de procesos ejemplifican de forma gráfica los procesos productivos de café tostado y molido, desde la siembra pasando por la cosecha y terminando con los procedimientos de tostado y molido.

Simbología

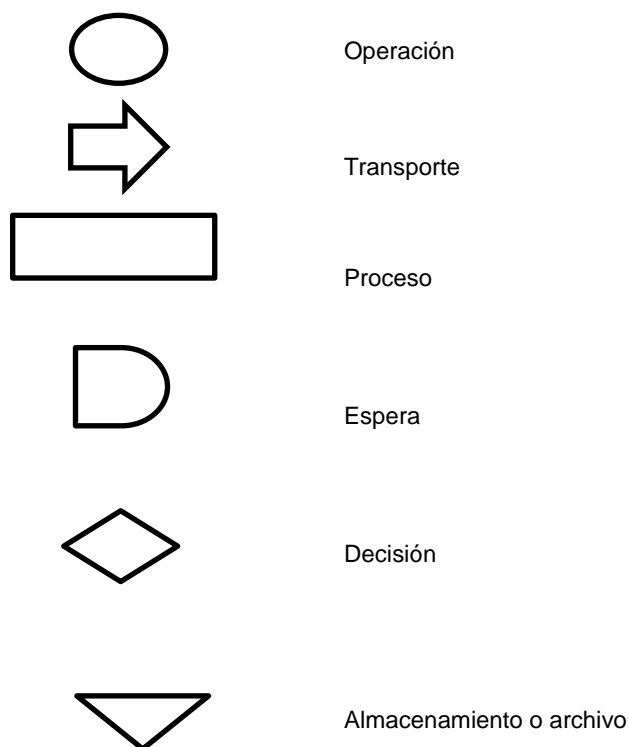
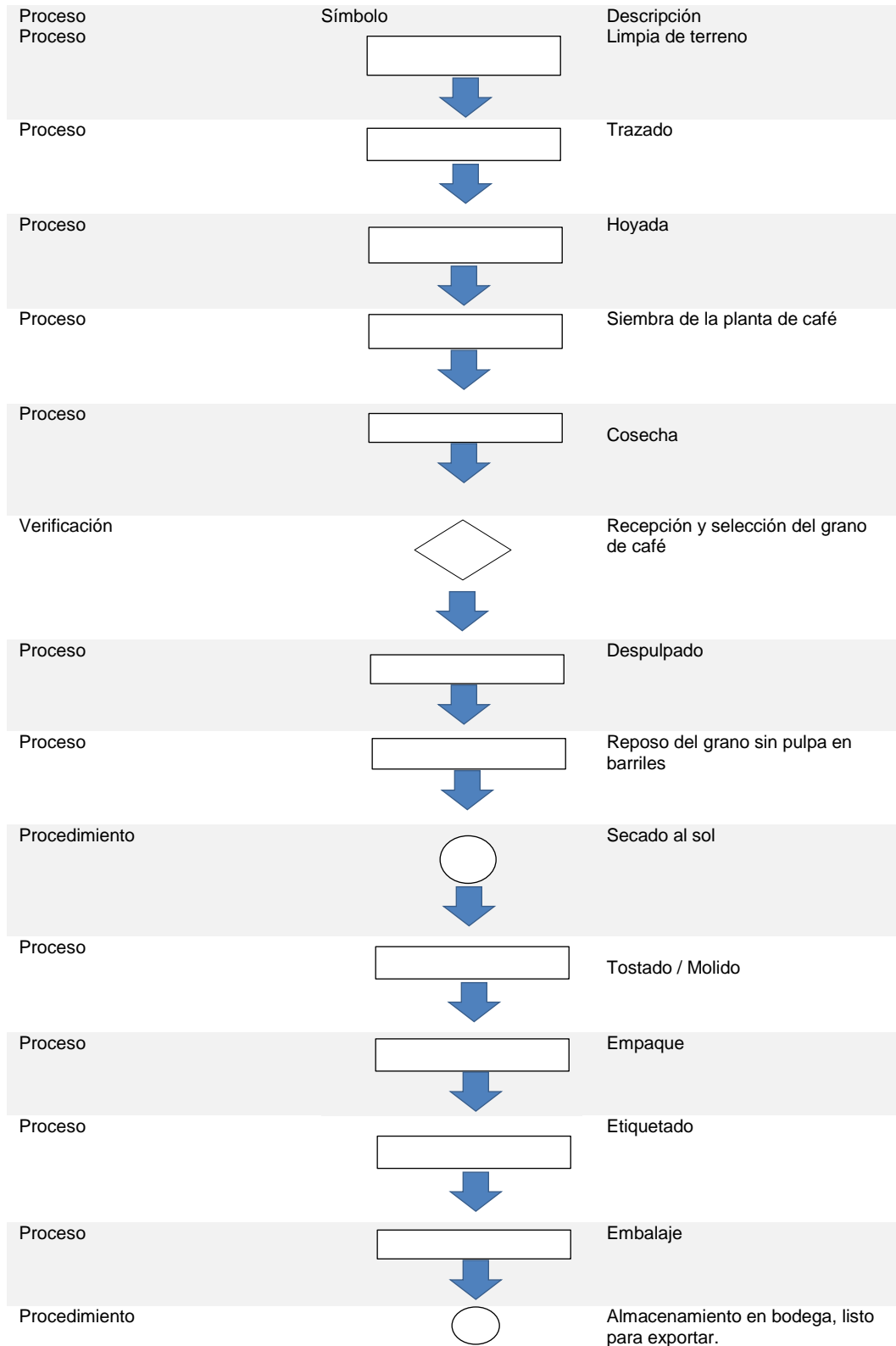


Tabla 11
Flujograma de procesos productivos de café tostado y molido



Realizado por: Pamela Gamboa

3.1.3.2 Definición del producto

Una vez conocido el proceso de producción del café tostado y molido es preciso definir el producto a exportarse, es decir el tipo de presentación, peso y diseño del empaque que tendrá el café como parte del valor agregado, factor diferenciador en el mercado nacional e internacional.

El producto a exportar es el café tostado y molido en las variedades como pacamara, typica, bourbon y gueisha, cuya presentación será de 250 gr. en un empaque con una combinación de tres materiales los cuales son: tereftalato de polietileno + capa metalizada + capa de polietileno, la cual proporciona al empaque la barrera suficiente para que el café empacado permanezca fresco hasta que sea usado finalmente por los consumidores.

Ficha técnica del producto café tostado y molido

<i>FICHA TÉCNICA</i>	
<i>PRODUCTO:</i>	<i>Café tostado y molido (gourmet)</i>
<i>VARIEDAD:</i>	<i>Pacamara, typica, bourbon y gueisha</i>
<i>PESO:</i>	<i>250 gr.</i>
<i>EMPAQUE</i>	<i>PET combinado</i>



Realizado por: Pamela Gamboa

Hay que mencionar que existen dos características diferenciadoras en el producto a exportarse, el primero comienza por la calidad en cada proceso de producción empezando por la siembra y terminando con el empaque final, el sabor de las variedades de café cultivados en la parroquia de Nanegal son únicos y diferenciados, el segundo es el empaque el mismo que se convierte en el carta de presentación del producto, el material del cual está hecho es el mejor para preservar el sabor, el aroma y la textura original, para que el consumidor final pueda disfrutar de un verdadero café diferenciado.

3.2 Calidad del Producto

Para asegurar y mejorar la calidad del producto es necesario que el pequeño productor este consiente del tratamiento del café desde la siembra, la cosecha, hasta terminar con el café tostado y molido, por lo que el objetivo del presente proyecto adicionalmente de comercializar el producto en el exterior, es el de capacitar y enseñar al agricultor a mejorar sus procesos de producción, para esto se ha diseñado un diagrama ajustado a las necesidades del productor con el fin de optimizar la producción del café.

El proceso de producción de calidad consiste en lo siguiente:

- i. Se debe seleccionar el café de acuerdo a su calidad y aroma para proceder a ser tostado. Cuando se tuesta el café que está caliente, cae al enfriador y en ese mismo momento que el café está cayendo al enfriador, se aplica los saborizantes, o los zumos, o el ron ahí el café se estaría moviendo en el enfriador, lo mueven las aspas que tiene en el centro el enfriador. Una vez enfriado y puesto el saborizante.
- ii. Se lo pasa a la mezcladora.
- iii. Luego se lo pone en el molino, el molino se gradúa para sacar diferentes tipos de molido, gruesos, fino, pulverizado.
- iv. Se lo empaca y está listo para ser exportado.

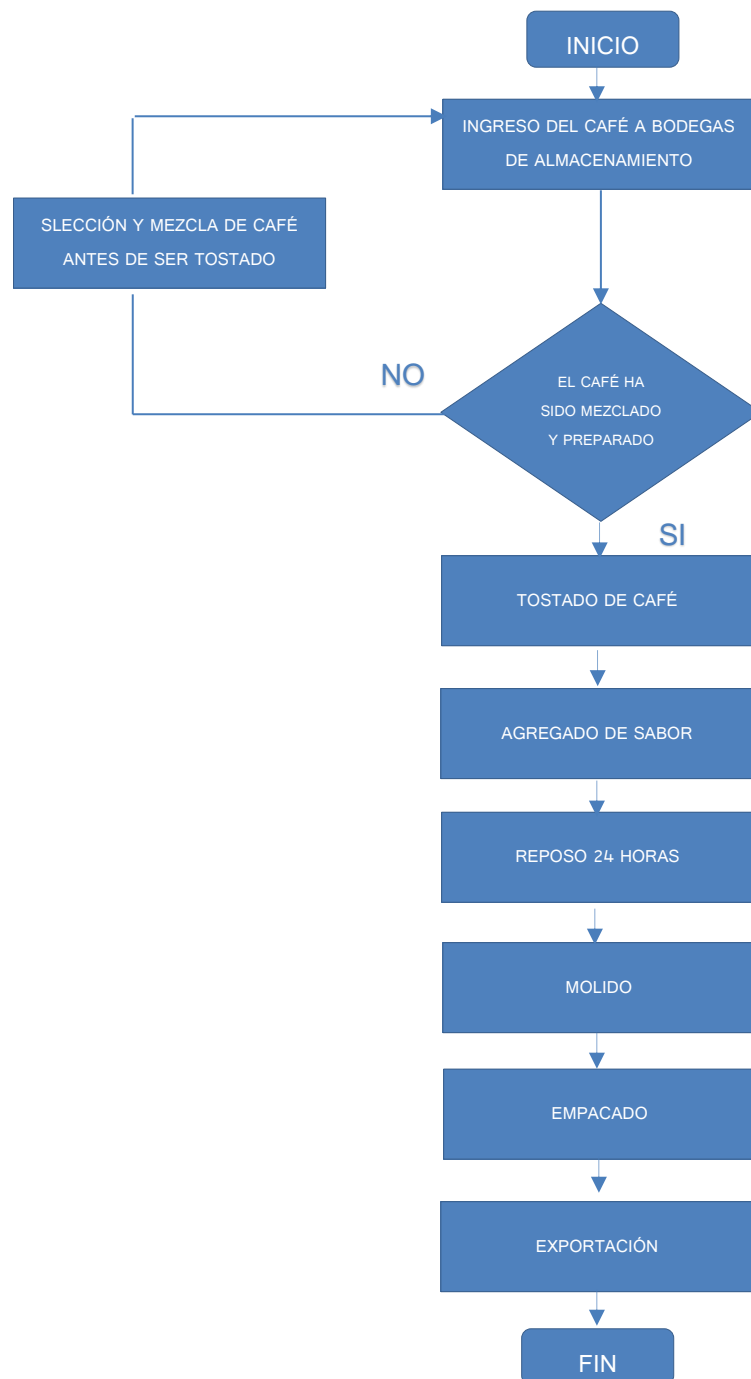


Figura 27. Proceso de producción de café tostado y molido para exportación enfocado hacia mejorar la calidad
Realizado por: Pamela Gamboa

3.2.1 Capacitación

Dentro de la reestructuración de mejora de procesos de producción para alcanzar la calidad del café tostado y molido, se adiciona la capacitación a los agricultores asociados, con el fin de completar el ciclo de mejora continua.

Para iniciar el proceso de capacitación se deben fijar los objetivos de la misma:

- i. Facilitar a los pequeños productores de café los conocimientos, la información técnica y las metodologías de trabajo para mejorar las capacidades, habilidades y destrezas relacionadas con: fortalecimiento socio organizativo, caficultura sostenible, certificaciones sociales y ambientales; y, agroindustria y comercialización asociativa.
- ii. Contribuir al mejoramiento de las condiciones de vida de las familias cafetaleras sobre la base de la mejora de la productividad, calidad y competitividad de la actividad cafetalera en la parroquia Nanegal.

3.2.1.1 Resultados esperados

- i. Lograr la facilitación a los agricultores de café los conocimientos, información técnica y metodologías de trabajo para mejorar sus capacidades, habilidades y destrezas en los aspectos: fortalecimiento socio organizativo, caficultura sostenible, certificaciones sociales y ambientales; y, agroindustria y comercialización asociativa.
- ii. Alcanzar el mejoramiento de las condiciones de vida de las familias cafetaleras sobre la base de la mejora de la productividad, calidad y competitividad de la actividad cafetalera de la parroquia de Nanegal.

3.2.1.2 Responsables

Los encargados de realizar el plan de capacitación son el Comité de Capacitación conformado por cinco representantes de la asociación, los mismos que serán delegados en sesión de junta.

3.2.1.3 Funciones:

- i. Diseñar el plan de capacitación
- ii. Aprobar el contenido, perfiles e informes de capacitación a los productores cafetaleros
- iii. Gestionar el financiamiento de la capacitación
- iv. Participar como facilitadores en los procesos de capacitación

3.2.1.4 Estructura del Plan de Capacitación

El plan de capacitación es el soporte técnico y se referencia como pieza principal para el mejoramiento continuo de los procesos de producción de café tostado y molido se detalla a continuación el plan de capacitación establecido para su ejecución el segundo semestre del año 2015, (Julio/2015).

Tabla 12
Estructura del Plan de Capacitación

MÓDULO 1 Y TEMAS		Días
1.	Fortalecimiento socio organizativo	3
1.1.	Organización de productores	
1.2.	Liderazgo y gestión empresarial	
1.3.	Procedimiento parlamentario	
1.4.	Micro finanzas y desarrollo	
1.5.	Plan estratégico de la organización	
1.6.	Formulación de proyectos productivos, sociales o ambientales	

CONTINÚA →

MÓDULO 2 Y TEMAS		Días
2. Caficultura sostenible		5
2.1.	Plan de mejoramiento de la finca	
2.2.	Renovación de plantaciones	
2.3.	Rehabilitación de plantaciones	
2.4.	Diversificación de los sistemas de producción	
2.5.	Prácticas de conservación de suelo en cafetales	
2.6.	Nutrición de plantas, fertilización y elaboración de abonos	
2.7.	Asociación temporal y permanente de cultivos	
2.8.	Manejo integrado ecológico de arvenses malezas	
2.9.	Manejo integrado de problemas fitosanitarios	
2.10.	Podas de las plantaciones	
2.11.	Plan de mejoramiento de la finca	
2.12.	Renovación de plantaciones	
2.13.	Rehabilitación de plantaciones	
MÓDULO 3 Y TEMAS		Días
3. Certificaciones sociales y ambientales		2
3.1.	Cafés especiales	
3.2.	Estándares internacionales de producción y procesamiento	
3.3.	Normativa ecuatoriana de agricultura orgánica	
3.4.	Normas internas de producción y procesamiento	
3.5.	Proceso de certificación ecológica	
MÓDULO 4 Y TEMAS		Días
4. Agroindustria y Comercialización asociativa		2
4.1.	Cadena de valor	
4.2.	Contabilidad básica y tributación	
4.3.	Administración y operación de centros de acopio	
4.4.	Normas INEN para café verde	
4.5.	Normativa INEN para café tostado y molido	
4.6.	Inocuidad y aptitud de los alimentos	
4.7.	Plan de negocios	

Fuente: (COFENAC, 2012)

3.3 Requerimiento de recursos

Para que la empresa asociativa productora y exportadora de café tostado y molido comience sus actividades productivas necesita de una serie de recursos indispensables para el inicio de las operaciones como el recurso humano, tecnológico y financiero, por lo que a continuación se detallan los bienes materiales requeridos por la organización.

3.3.1 Infraestructura

Para mejorar el rendimiento económico de la empresa asociativa está previsto utilizar la casa comunal ubicada en el barrio Miraflores, la misma que proporciona las facilidades para captar el café tostado y molido de los productores, con el fin de invertir dinero en nueva infraestructura la opción más rentable es alquilar el espacio de uso común, este rubro formará parte de los gastos administrativos de la asociación y cuyo nombre será arriendos.

3.3.2 Recursos financieros

Los recursos financieros óptimos para el emprendimiento del proyecto tendrán dos fuentes de financiamiento, la primera será propia y equivaldrá al 65%, la segunda fuente provendrá de terceros (instituciones financieras) y ascenderá al 35% del total de la inversión.

3.3.3 Talento humano

El talento humano requerido para poner en marcha a la empresa asociativa debe contar con experiencia en procesos de transformación, administración de la producción y manejo de maquinaria y herramienta de precisión.

Tabla 13
Requerimiento de talento humano

CONCEPTO	CANTIDAD
MANO DE OBRA DIRECTA	
Técnico de producción	1
Operarios	2
MANO DE OBRA INDIRECTA	
Administrador	1
Técnico de operaciones de exportación	1
TOTAL PERSONAL	5

Realizado por: Pamela Gamboa

3.3.4 Requerimiento de maquinaria y equipo

La maquinaria y equipo se convierte en el medio único y necesario para realizar los procesos de elaboración de café tostado y molido, por lo que se convierten en una de las inversiones más importantes en el inicio de las operaciones de la empresa asociativa.

Tabla 14
Requerimiento de maquinaria y equipo

MAQUINARIA Y EQUIPO		
CONCEPTO	MEDIDA	CANTIDAD
Sellador al vacío	Unidad	1
Medidor de pH	Unidad	1
Balanza	Unidad	2
Etiquetador	Unidad	1

Realizado por: Pamela Gamboa

3.4 Estructura de la empresa asociativa

Para desarrollar las estrategias enfocadas hacia la asociatividad es preciso determinar los parámetros bajo los cuales la organización va a desenvolverse una vez creada la empresa.

Primero se debe hacer referencia a lo determinado por la Ley de Economía Popular y Solidaria:

(Asamblea Nacional del Ecuador , 2011):

La economía popular y solidaria es una forma de estructura económica en la cual intervienen personas con el objetivo de organizar y desarrollar procesos productivos, de comercialización, de consumo de bienes y servicios y financiamiento, todo esto para lograr satisfacer las

necesidades y tener mayores ingresos, acogiéndose a la solidaridad, cooperación, reciprocidad etc.

De acuerdo a esto se puede concluir que el proyecto encaja dentro del emprendimiento comunitario, pues los emprendimientos comunitarios se basan en la solidaridad, reciprocidad, autogestión, cooperación, eficiencia, que agrupan a las personas menos favorecidas laboralmente y que buscan la superación.

3.4.1 Requisitos para obtener la aprobación de una organización comunitaria

De acuerdo a (Servicio de Rentas Internas , 2012):

Las organizaciones comunitarias deben presentar ante la Superintendencia EPS (Economía Popular y Solidaria) una solicitud, junto con el acta constitutiva, suscrita, al menos por diez miembros fundadores y copia de la cédula de identidad del representante provisional y el certificado de depósito del aporte del fondo social inicial por el monto fijado por el Ministerio de Coordinación de Desarrollo Social, el cual asciende a tres remuneraciones básicas unificadas.

3.4.2 De la constitución y domicilio

La empresa se constituye como una organización de derecho privada sin fines de lucro orientada a la producción agrícola para el desarrollo comunitario, la misma que se registrará por las disposiciones establecidas en los reglamentos y normas legales vigentes.

Con fines legales los socios deberán aprobar y firmar el acta constitutiva de la empresa asociativa, la misma que deberá tener al frente a un representante legal.

Con el propósito de determinar los objetivos a alcanzarse por la asociación, a continuación se detallan los fines de la misma.

3.4.2.1 Fines de la Asociación

Son fines de la asociación los siguientes:

- i. Mejorar la producción, calidad y comercialización del café tostado y molido a nivel nacional e internacional.
- ii. Lograr el mejoramiento socioeconómico de los pequeños productores de café de Nanegal.
- iii. Acogerse a los beneficios que otorgan la Constitución Política y las diferentes leyes a favor de la pequeña propiedad agraria.
- iv. Fomentar el apoyo y la ayuda mutua para alcanzar el desarrollo cultural, social y económico de los asociados, mediante el trabajo mancomunado que permita emprender actividades de tipo empresarial.
- v. Mejorar el nivel de vida de sus socios.

3.4.2.2 De los socios de la empresa asociativa:

Son productores de café los dueños de haciendas, fincas campestres, estos pueden ser personas naturales o jurídicas.

Deberes y derechos de los socios:

- i. Poder ser elegido y elegir para cualquiera de los cargos.
- ii. Intervenir en la asamblea.
- iii. Recibir los servicios que preste la asociación.
- iv. Tener identificaciones, credenciales y certificados de registro.

3.5 Direccionamiento estratégico de la empresa comunitaria

Con el fin de definir los lineamientos con los cuales se sustentará la actividad de la empresa se determina a continuación la filosofía empresarial de la asociación.

3.5.1 Filosofía empresarial

La empresa asociativa para desarrollar sus actividades de producción diarias se basará en el siguiente direccionamiento empresarial:

Misión: Optimizar constantemente los procesos productivos del café de los agricultores asociados de la parroquia Nanegal para mejorar su calidad de vida y ofrecer al mercado un producto de exportación, altamente competitivos.

Visión: En cinco años convertir a la empresa asociativa productora y exportadora de café en una de las asociaciones más importantes a nivel nacional, situándola como referente generador de empleo asociativo.

3.5.2 Principios y valores

La empresa asociativa a crearse va a promover los siguientes principios y valores dentro del recurso humano que laborará en la misma:

Principios:

- i. Trabajo en equipo*
- ii. Responsabilidad*
- iii. Solidaridad*
- iv. Compromiso*

La importancia de acoplar estos principios dentro de la futura empresa es esencial porque son los medios por los cuales pueden ser identificados los empleados de acuerdo a las funciones asignadas y así mismos evaluados dentro de cada puesto de trabajo. La aplicación de estos principios traerá éxito y buena imagen a la empresa ante los clientes potenciales y el mercado.

Valores:

- i. Ética*
- ii. Honestidad*
- iii. Respeto*
- iv. Transparencia*
- v. Perseverancia*
- vi. Disponibilidad al cambio*
- vii. Aprendizaje*

Estos valores son la base fundamental de la empresa para alcanzar el éxito sin ningún problema ya que son juicios morales sobre determinadas cuestiones dentro de la gestión administrativa de cada empleado. Cada uno de los valores planteados servirá como instrumentos gerenciales que permitirán orientar las conductas de los empleados hacia la calidad.

3.5.3 Políticas

Las políticas son las normas que condicionan la forma de como tienen que alcanzarse los objetivos planteados y así desarrollarse las estrategias de mejora.

Las políticas propuestas para la empresa asociativa son las siguientes:

- i. Cumplir y hacer cumplir con el reglamento general interno de la empresa.*
- ii. Toda gestión administrativa se la realizará bajo los parámetros gerenciales de la empresa*
- iii. La falta de entrega de los informes mensuales de las actividades realizadas será sancionada de acuerdo a decisiones gerenciales.*
- iv. Se realizarán reuniones de trabajo con todo el personal una vez al mes para evaluar, corregir y planificar actividades.*
- v. Se llevará un registro de control adecuado y eficiente de los recursos económicos, materiales, físicos y humanos.*

3.5.4 Organigrama de la empresa asociativa

La estructura de funcionamiento se enmarca en una autonomía de cada productor, cada uno mantendrá sus procedimientos internos, se detalla el organigrama:

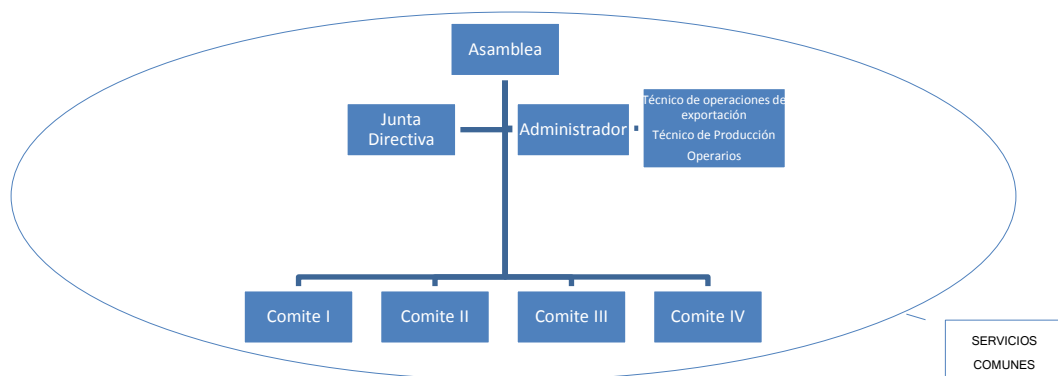


Figura 28. Estructura de funcionamiento del nivel asociativo en Nanegal
 Fuente: (Universidad Nacional de Colombia, 2013)
 Realizado por: Pamela Gamboa

3.5.4.1 Asamblea

La asamblea es el colectivo al que se asistirá para analizar la situación general de funcionamiento de empresa asociativa además en esta instancia se aprobarás los grupos de trabajo para abordar iniciativas. (Rubio, 2011)

3.5.4.2 Junta Directiva

Es el grupo encargado de definir los objetivos a cumplir por la empresa asociativa, de vigilar el buen funcionamiento y de dar directrices a los proyectos e iniciativas abordados por los agricultores.

La Junta Directiva trabajará en el plan estratégico anual, para definir bajo qué fórmula y con qué presupuesto. (Rubio, 2011)

3.5.4.3 Comités

Cada comité estará conformado por directivas (presidente/a, vicepresidente/a, secretario/a, tesorero/a, es el responsable de organizar a los productores de cada zona. (Rubio, 2011)

3.5.4.4 Obligaciones del equipo

- i. Asistir a las reuniones convocadas por la asamblea.
- ii. Presentar propuestas de nuevas iniciativas
- iii. Búsqueda permanente de oportunidades de mejora

3.5.4.5 Servicios comunes para la empresa asociativa

- i. Información a cada productor
- ii. Comunicación interna
- iii. Talleres de capacitación
- iv. Bolsa de trabajo
- v. Vigilancia del cumplimiento de las planificaciones
- vi. Participación con otras redes a fines
- vii. Además el equipo debe tener a su cargo la centralización de toda la información sobre las acciones relacionadas con los productores que estén ubicadas tanto en la comunidad como fuera de ella.

Esta actividad tiene dos objetivos: por un lado tener un punto de encuentro de toda la información de los productores y por otro lado, buscar una coordinación entre todo lo que los agentes hacen en esta materia para evitar duplicidades y buscar mayores sinergias. (Rubio, 2011)

3.5.4.6 Descripción de funciones del personal

En el siguiente manual se describe las funciones que tiene cada uno de los integrantes del equipo de trabajo de la exportadora de café tostado y molido.

Manual de funciones del personal

Tabla 15
Funciones del Administrador

MANUAL DE FUNCIONES DEL PERSONAL	NOMBRE DEL CARGO: GERENTE ADMINISTRATIVO	DEPARTAMENTO: ADMINISTRACIÓN	DEFINICIÓN DEL CARGO: Es la persona que lidera el grupo de trabajo y que se encarga de velar que la exportadora alcance los objetivos esperados.
		REPORTA A:	
		SUPERVISA A: TÉCNICO DE PRODUCCIÓN	
	FUNCIONES		
	i.	Conducir la gestión del negocio y la marcha administrativa del mismo.	
	ii.	Definir y hacer una planificación de las metas y objetivos de la empresa.	
	iii.	Planear y controlar de forma integral las funciones de los diferentes departamentos.	
	iv.	Autorizar los desembolsos de efectivo que la empresa tenga que realizar.	
	v.	Supervisar el endeudamiento de la misma.	
	vi.	Realizar los presupuestos de la empresa	
vii.	Atención personal a clientes y proveedores.		
viii.	Seleccionar al recurso humano de la empresa.		
ix.	Representar legalmente a la empresa.		
REQUISITOS		CAPACIDADES	
i.	Título universitario en el área de administración de empresas.	i.	Liderazgo de la empresa
ii.	Manejo de paquetes informáticos actuales.	ii.	Trabajo bajo presión
iii.	Conocimiento de las leyes que regulan el sector empresarial del país.	iii.	Manejo de personal
iv.	Genero indistinto	iv.	Trabajo en equipo
v.	Edad mayor de 25 años		
vi.	Experiencia mínima de 2 años		

Realizado por: Pamela Gamboa

Tabla 16
Funciones del Técnico de operaciones de exportación

MANUAL DE FUNCIONES DEL PERSONAL	NOMBRE DEL CARGO:	TÉCNICO DE OPERACIONES EXPORTACIÓN	DEPARTAMENTO:	ADMINISTRACIÓN	DEFINICIÓN DEL CARGO:	Persona encargada de todas a las actividades de comercialización internacional del café tostado y molido.
	REPORTA A:	GERENTE ADMINISTRATIVO	SUPERVISA A:	TÉCNICO DE PRODUCCIÓN		
	FUNCIONES					
		i.	Conducir la gestión de comercialización internacional del producto.			
		ii.	Definir el plan de exportación de la empresa.			
		iii.	Controlar las transacciones financieras de la empresa.			
		iv.	Realizar los presupuestos de exportación de la empresa			
		v.	Atención personal a clientes internacionales.			
		vi.	Buscar redes internacionales para la comercialización del producto.			
		vii.	Representar legalmente a la empresa internacionalmente.			
	REQUISITOS			CAPACIDADES		
	i.	Título universitario en el área de exportaciones y negocios internacionales.	i.	Liderazgo de la empresa		
	ii.	Manejo de paquetes informáticos actuales.	ii.	Trabajo bajo presión		
	iii.	Conocimiento de las leyes que regulan el mercado internacional.	iii.	Manejo de personal		
	iv.	Genero indistinto	iv.	Trabajo en equipo		
	v.	Edad mayor de 25 años				
	vi.	Experiencia mínima de 3 años				

Realizado por: Pamela Gamboa

Tabla 17
Funciones del técnico de producción

MANUAL DE FUNCIONES DEL PERSONAL	NOMBRE DEL CARGO: TÉCNICO DE PRODUCCIÓN	DEL DEPARTAMENTO: PRODUCCIÓN	DEFINICIÓN DEL CARGO: Es la persona encargada de colaborar en el área de producción, y de dar soporte técnico al administrador.
		REPORTA A: ADMINISTRADOR	
	FUNCIONES		
	<ul style="list-style-type: none"> i. Optimizar el uso y aprovechamiento de los recursos tanto humanos como materiales y financieros acorde a las políticas, normas y tecnología de la empresa. ii. Proponer a su jefe inmediato la adquisición de nueva maquinaria a fin de mejorar la productividad, según las necesidades del área. iii. Programar las actividades de su departamento de acuerdo al plan de producción suministrado por la gerencia de producción, a fin de optimizar las entregas de producto terminado a tiempo. iv. Presentar a la gerencia de producción reportes de tiempos de producción, horas hábiles laboradas, permisos y ausentismos, que permitirán medir la realidad del rendimiento horas hombres. 		
	REQUISITOS		CAPACIDADES
	<ul style="list-style-type: none"> i. Tecnología a fin con la rama de producción. ii. Conocimientos sobre mantenimiento de maquinaria. iii. Genero indistinto iv. Edad mayor de 22 años v. Experiencia mínima de 1 año 		<ul style="list-style-type: none"> i. Trabajo bajo presión ii. Manejo de personal iii. Trabajo en equipo

Realizado por: Pamela Gamboa

Tabla 18
Funciones del Operador

MANUAL DE FUNCIONES DEL PERSONAL	NOMBRE CARGO: OPERADOR	DEL	DEPARTAMENTO: PRODUCCIÓN	DEFINICIÓN DEL CARGO: Manipular las herramientas y maquinaria destinada para el procesamiento del café tostado y molido.
			REPORTA A: TÉCNICO DE PRODUCCIÓN	SUPERVISA A:
FUNCIONES				
	<ul style="list-style-type: none"> i. Revisar la máquina al inicio del turno determinando su operatividad. ii. Operar la máquina en la forma adecuada y responsable bajo los parámetros y normas establecidas a fin de cumplir con los objetivos de producción. iii. Efectuar los ajustes diarios necesarios en la maquinaria para realizar los procesos productivos. iv. Efectuar el enjuague, limpieza y procedimientos respectivos para el mantenimiento adecuado de la maquinaria. v. Detectar y determinar las fallas y/o desperfectos que obstaculicen el normal desenvolvimiento de la producción, y resolverlos en forma personal y/o con el mecánico de línea de acuerdo a la magnitud de la falla, en el menor tiempo y en coordinación. 			
REQUISITOS		CAPACIDADES		
	<ul style="list-style-type: none"> i. Bachiller técnico ii. Mantenimiento de maquinaria iii. Genero indistinto iv. Edad mayor de 20 años v. Experiencia mínima de 1 año 		<ul style="list-style-type: none"> i. Trabajo bajo presión ii. Trabajo en equipo 	

Realizado por: Pamela Gamboa

3.6 Estrategias de comercialización

Las estrategias de comercialización responde específicamente a la forma en la cual se venderá el café tostado y molido en el mercado Chino, para lo cual se debe fomentar desde un principio las tácticas base que se ejecutaran en la parroquia Nanegal para mejorar constantemente la calidad del café.

Tabla 19
Estrategias Asociativas

ACCIONES ESTRATEGIAS	Y	CORTO PLAZO (< 1 AÑO)	MEDIANO PLAZO (1-3 AÑOS)	LARGO PLAZO (3-5 AÑOS)
Elaborar proyectos productivos con criterios de sostenibilidad		Ubicar fuentes de financiamiento a nivel nacional para nuevos proyectos.	Ubicar fondos no reembolsables de organizaciones internacionales para las asociaciones.	Generar autofinanciamiento a través de gestión financiera estratégica.
Desarrollar nuevos productos alternativos para el consumo humano.		Diseñar una línea de trabajo en producción de cultivos orgánicos.	Establecer áreas de siembra con tecnologías de manejo, alternativo.	Lograr la certificación de procesos de producción y cuidado ambiental.
Generar valor agregado en la materia prima.		Desarrollar una estrategia de trabajo adicionando valor a la materia prima generada por los agricultores de la asociación.	Instrumentar un sistema agroindustrial para el procesamiento de café y sus derivados.	Lograr la certificación de procesos de producción, cuidado ambiental y en el aspecto social.
Establecer producciones alternativas.		Generar un plan de trabajo para el desarrollo de cultivos no tradicionales.	Implementar superficie sembrada de cultivos nativos e introducidos.	Incorporar la producción de los cultivos tradicionales a la certificación de procesos de producción y cuidado ambiental.

Realizado por: Pamela Gamboa

3.6.1 Estrategias de Marketing

El marketing sirve para delinear estrategias con el fin de desarrollar y lograr ventajas competitivas en relación a la competencia.

El marketing mix es un conjunto de herramientas interrelacionadas, estas se utilizan para satisfacer las necesidades de los clientes. Dentro del marketing mix se contemplan cuatro variables que engloban los aspectos básicos del mercado como son: el producto, el precio, la plaza y la promoción.

3.6.2 Estrategias de Producto

3.6.2.1 Objetivo General:

Satisfacer las necesidades de los clientes, brindando café de calidad mediante exposiciones y demostraciones en ferias internacionales, con precios competitivos.

3.6.2.2 Objetivos Específicos:

- i. Proporcionar al cliente café diferenciado de calidad.
- ii. Garantizar la calidad del producto en todo el proceso de exportación.

Tabla 20
Estrategias del producto

POLÍTICA	ESTRATEGIAS DEL PRODUCTO					
	ESTRATEGIA	ACCIÓN	TIEMPO	PRESUPUESTO	INDICADORES DE GESTIÓN	
Calidad del producto	Diseñar la presentación del producto de acuerdo a las necesidades de los clientes.	Desarrollo de empaque y etiqueta del producto	2 meses	\$ 3.500	Número de diseños aprobados	
Desarrollo de la calidad del servicio	Invertir en una nueva línea de café de aroma que diferencia a los productos de la asociación.	Investigación sobre plantas de café mejoradas a alturas sobre los 1400 msnm	6 meses	\$ 5.000	Número de plantas mejoradas	
TOTAL				\$ 8.500		

Realizado por: Pamela Gamboa

3.6.2.3 Marca

La marca del café producido por la asociación será Cartagena, nombre tomado como referencia de uno de los barrios productores de café.



Café de altura

3.6.2.4 Eslogan

El eslogan “Café de Altura” hace referencia a las distintas alturas a nivel del mar, en las cuales están cultivadas las variedades de café, adicionalmente la frase sugiere al café como de calidad.

3.6.2.5 Empaque

El diseño del empaque es una de las cartas de presentación del producto, por lo que este debe acoplarse a las necesidades de los clientes finales y deberá cumplir con normas de calidad para su exportación.



3.6.3 Estrategias de Precio

El precio constituye el contrapeso entre lo que la empresa asociativa ofrece y lo que el cliente está dispuesto a dar a cambio del producto.

3.6.3.1 Objetivos

- i. Obtener márgenes atractivos para recuperar los costos de investigación y desarrollo del café tostado y molido.
- ii. Fijar un porcentaje de utilidad adecuado que beneficie a los productores y permita el desarrollo de la comunidad.
- iii. Posicionar el café tostado y molido en el mercado chino por el precio que responde al producto de calidad.
- iv. Crear flexibilidad para manejo de promociones y descuentos.

ESTRATEGIAS DE PRECIO

Mantener el Statu Quo:

Tiene como finalidad mantener la situación actual de la empresa asociativa exportadora, o sea, el Statu Quo. Con este *objetivo* se trata de evitar la *competencia de precios*.

(Promonegocios, 2012):

Un objetivo de precios status quo es un objetivo táctico que fomenta la competencia en factores distintos al precio, en el caso de la exportadora mantener la calidad del producto por sobre todos los factores incidentes del mercado. Además se

centra en mantener la cuota de mercado, por ejemplo, coincidir con el precio de un competidor en lugar de superarlo. Los precios status quo pueden tener un efecto estabilizador sobre la demanda de productos de la exportadora.

De acuerdo a esta estrategia de statu quo es necesario analizar el precio al que oferta el café la competencia, dejando en evidencia que el objetivo de esta estrategia es de manejar precios en base a la calidad del producto. Para tener una referencia en cuanto al precio, de acuerdo a la información obtenida en cuanto a los costos de producción el precio por cada paquete de 250 gr de café tostado y molido se encuentra en 9 USD.

3.6.4 Estrategias de distribución

La distribución es el medio necesario por el cual se entregan al cliente final el producto, y la forma mediante la cual se estructura el medio para que pueda acceder más fácil y rápido. Para el caso de la empresa asociativa exportadora se ha determinado que el canal de distribución adecuado será a través del comprador → intermediario → consumidor: puesto que por la naturaleza del producto este no puede ser vendido directamente al cliente por lo que se necesitara la intervención de cadenas comercializadoras de bienes de consumo como supermercados y tiendas especializadas.

Tabla 21
Estrategia de Distribución

POLÍTICA	ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCIÓN				
	ESTRATEGIA	ACCIÓN	TIEMPO	PRESUPUESTO	INDICADORES DE GESTIÓN
					CONTINÚA →

Socialización del producto	Realizar demostraciones de café tostado y molido que produce la empresa asociativa, en ferias internacionales realizadas en China.	Contactar con la oficina comercial de cooperación de Ecuador en China.	3 meses	\$ 5.000,00	Numero de demostraciones al año.
Socialización del producto	Implementar programas de información en lugares especializados de venta de café	Diseñar programas de información para clientes potenciales.	6 meses	\$ 5.000,00	Cantidad de personas que consumen el café de la asociación
TOTAL				\$ 10.000,00	

Realizado por: Pamela Gamboa

3.6.5 Estrategias de promoción

La promoción del café tostado y molido como marca consiste en comunicar, informar y dar a conocer su existencia, incluyendo las características, atributos y beneficios propios del producto así como también persuadir, motivar e inducir a la compra de café fino de aroma único y diferenciado.

Objetivos:

- i. Generar expectativa en el país de destino antes del inicio de comercialización del café.
- ii. Comunicar el tipo de café que produce la empresa asociativa, en el período de un mes a partir de su creación, mediante piezas POP (Point of Purchase; punto de compra), publicidad digital y activaciones BTL (Bellow the line; bajo la línea y consiste en el empleo de formas no masivas de comunicación para mercadeo dirigidas a segmentos de mercado específicos) en el país de destino China.

- iii. Promover el uso de la página web por medio de publicidad por correo directo y actividades BTL, en el período de 3 meses a partir del inicio de las operaciones de la exportadora.

Se ha escogido en primer lugar a el material POP como un buen medio de publicidad para que la gente de China pueda conocer el café tostado y molido con la marca Kartagena, esta publicidad será repartida en tiendas especializadas de café donde volantes, trípticos y llaveros serán los representantes de la marca.

En segundo lugar la publicidad BTL se realizara mediante la colocación de gigantografías con el nombre de la marca y una representación del café tostado y molido en las principales ciudades de China.

Finalmente la página web a estructurarse podrá traducirse a tres idiomas (español, inglés y chino), en donde se promocionará el producto, el cliente podrá hacer sus pedidos online y por supuesto conjuntamente con la publicidad POP se podrán hacer activaciones BTL (códigos de barra) para que el cliente pueda acceder a descuentos y beneficios de la marca.

Tabla 22

Estrategia de promoción

ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD						
POLÍTICA	ESTRATEGIA	ACCIÓN	TIEMPOS	PRESUPUESTO	INDICADORES DE GESTIÓN	
Informar de la existencia de la marca del café producida por la empresa asociativa	Campaña de expectativa y lanzamiento	Diseño y producción de material POP y digital	3 meses	\$ 1.500	Número de clientes atraídos por la publicidad en China	
Generar interés de compra	Dar mantenimiento a la campaña de lanzamiento.	Activación BTL con actividades en ferias internacionales.	3 meses	\$ 5.000	Porcentaje de ventas de café en el mes.	
						CONTINÚA →

Incentivar el uso de la web	Dar a conocer los distintos tipos de café que produce la empresa a raíz de campañas publicitarias.	Promover las campañas principalmente dentro de redes sociales y la web, indicando posibles promociones y descuentos	2 meses	\$ 2.250	Pedidos de café realizados través de medios web.
TOTAL				\$ 8.750	

Realizado por: Pamela Gamboa

3.7 Estructura de la exportación

3.7.1 Requisitos para exportar a China

3.7.1.1 Políticas arancelarias

Las políticas arancelarias son un conjunto de parámetros establecidos en torno a las relaciones comerciales entre China y el resto del mundo, la tasa que se deberá contemplar para la exportación de café tostado y molido hacia China es la:

Tasa de Naciones Más Favorecidas (MFN): se aplica a Importación de bienes de origen de países o regiones con los que la República Popular de China haya concluido un acuerdo de comercio bilateral de manera recíproca de tratamiento MFN, por lo que Ecuador al formar parte de este grupo de cooperación, deberá pagar esta tasa para la exportación de sus productos.

Tabla 23
Resumen Arancelario

RESUMEN ARANCELARIO				
Indicadores	Año	Total	Productos Agrícolas	Productos no Agrícolas
Promedio tasa NMF aplicada	2009	4.9	21.0	2.5

Fuente: (Dirección de Inteligencia Comercial PROECUADOR, 2013)
Realizado por: Pamela Gamboa

Tabla 24
Resumen Arancelario

ARANCEL POR GRUPOS DE PRODUCTOS		
Grupo de productos	Tasa final promedio	Tasa NMF aplicada promedio
Café, té	14.5	15.6

Fuente: (Dirección de Inteligencia Comercial PROECUADOR, 2013)
Realizado por: Pamela Gamboa

3.7.1.2 Licencias de Importación/Autorizaciones previas

Para poder exportar café tostado y molido a China la empresa asociativa deberá postular a un permiso de importación, tendrá que llenar y timbrar un Formulario de Postulación para Permiso de Importación, presentar la Licencia Comercial para Corporaciones, que ha pasado la revisión anual, y el Formulario de Registro de Empresas de Comercio Exterior, que va sellado con el timbre específico para que la asociación se registre.

3.7.1.3 Registro de establecimientos exportadores de alimentos extranjeros a China

La empresa asociativa debe inscribirse o en su defecto a sus agentes extranjeros de alimentos, la asociación debe mantener sus datos actualizados. Si se presentara alguna complicación, se recomienda buscar asesoría del importador o del agente con el que se está trabajando en China para concluir con el proceso.

“Esto aplica a varios productos como: productos acuáticos y en conserva, ovoproductos, bebidas no alcohólicas, carnes, huevos y ovoproductos, materiales de medicina tradicionales, te, café, entre otros”. (MINISTERIO DE AGRICULTURA GANADERIA Y PESCA PRESIDENCIA DE LA NACION)

El registro debe realizarse en La Administración General de Supervisión de Calidad, Inspección y Cuarentena de la República Popular de China (AQSIQ): es principalmente responsable de la supervisión de la calidad nacional, calibración de equipo, inspección de bienes de entrada y salida, cuarentena sanitaria de entrada y salida, cuarentena sanitaria de animales y plantas, certificación, acreditación, estandarización, etc.

3.7.1.4 Inspección e inocuidad de los alimentos

La Oficina de Alimentación y Salud y el Departamento de Higiene Ambiental y de los Alimentos (FEHD) se ocupa de la inocuidad alimentaria, que está regulada por la Orden sobre salud pública y servicios municipales (capítulo 132). Las principales disposiciones de ese instrumento legislativo abarcan la protección general de los consumidores, las infracciones consistentes en la venta de alimentos no aptos para el consumo humano o adulterado, el contenido y etiquetado de los productos alimenticios, la higiene alimentaria, la incautación y destrucción de los alimentos no aptos para el consumo humano. De acuerdo a estas disposiciones el café tostado y molido deberá pasar por los exámenes e inspecciones determinadas por la FEHD, la misma que aprobara su consumo dentro del país asiático.

3.7.1.5 Requisitos de empaque, embalaje y etiquetado

Puntos claves a considerar:

- i. El receptor debe estar claramente especificado.
- ii. El producto café tostado y molido debe contar con el certificados fitosanitarios y certificado de origen.
- iii. El producto debe tener etiquetado en chino.
- iv. Toda la información técnica debe ser profesionalmente traducida al chino, por el contrario la marca del café no debe ser traducida.

- v. Hay que llenar formularios técnicos, toda la información en chino y concordar con el cliente los formularios técnicos que se deben llenar.

Empaque: Las cajas, pallets o empaques de exportación debe tener la siguiente información externa.

- i. **Shopping Marks:** Debe colocar la marca en al menos dos lados del empaque externo en el formato siguiente: Marca, Peso bruto/Peso neto: xx kg, Tamaño: largo x ancho x altura en cm, País de Origen: Ecuador.

Los productos que no tienen identificación en chino, no pueden pasar la aduana, de acuerdo a las condiciones exigidas por China para el ingreso de productos, se establecer y se construirá el plan de producción y la estructura organizacional de la empresa asociativa.

3.7.2 Ficha técnica del producto

Tabla 25
Ficha Técnica del Producto

Producto:	Café tostado y molido
Subpartida arancelaria en Ecuador	09.01.90
País Exportador:	Ecuador
País Importador:	China
Empresa Exportadora:	Fino Aroma
Precio de Venta por empaque (250 gr.)	9 USD
Vía de Transporte:	Marítimo
Puerto de Embarque:	Puerto de Guayaquil
Puerto de Desembarque:	Puerto de Tianji (Beijing): El puerto de Tianjin, antes conocido como el Puerto de Tanggu, es el puerto más grande en el norte de China y la principal puerta de entrada marítima a Beijing. El puerto se encuentra en la costa occidental de la Bahía de Bohai, centrada en el estuario del río Haihe, a 170 km al sureste de Pekín ya 60 km al este de la ciudad de Tianjin. Es el puerto más grande hecho por el hombre en la China continental, y una de las más grandes del mundo.

Fuente: (China Tourist Maps, 2012)
Realizado por: Pamela Gamboa



Figura 29. Mapa puero de Tianjin
Fuente: (China Tourist Maps, 2012)

3.7.3 Requisitos de exportación

Antes de indagar en los requerimientos generales para exportar café, es preciso conocer quien está apto para realizar actividades de exportación en el país.

3.7.3.1 Requisitos para ser Exportador:

De acuerdo con la información de (SENAE, 2012) los requisitos para ser exportador son:

- i. Una vez que se ha tramitado el RUC en el Servicio de Rentas Internas, se deberá:
- ii. Obtener el Certificado Digital para la firma electrónica y autenticación otorgado por las siguientes entidades:
 - Banco Central del Ecuador en el link: <http://www.eci.bce.ec/web/guest/>
 - Security Data en el link : <http://www.securitydata.net.ec/>

iii. *Registrarse en el portal de:*
ECUAPASS:(<http://www.ecuapass.aduana.gob.ec>)

En el ECUAPASS podrá realizar:

- *Realizar solicitud de uso*
- *Crear usuario y contraseña*
- *Aceptar las políticas de uso*
- *Registrar firma electrónica*

Generalidades

Antes de comenzar con el proceso de exportación es necesario determinar algunos parámetros previos, los mismos que para una mejor comprensión y aplicación para la presente investigación se detallan a continuación:

3.7.3.2 Negociación

La negociación establece acuerdos entre el comprador y vendedor, para la satisfacción mutua, en la negociación se establece todos los términos en el que se va a manejar la transacción. El comprador y vendedor señalan puntos importantes como son:

3.7.3.3 Selección del INCOTERM

Para la elaboración del presente proyecto se ha decidido que la negociación se realizará en términos FOB, Franco a Bordo.

De acuerdo a (PROECUADOR), el vendedor debe realizar el trámite para la exportación de la mercancía, así como asumir los costos de la misma.

El vendedor no tiene ninguna obligación con el comprador de formalizar el contrato de transporte, sin embargo, si así lo solicita el comprador, el vendedor deberá contratar el transporte pero a riesgos y expensas del comprador. Se considerará la mercancía entregada cuando el vendedor coloca la misma a bordo del buque designado por el comprador en el punto de carga, si lo hay indicado por el comprador en el puerto de embarque designado, o proporcionando la mercancía así entregada. En cualquiera de los dos casos el vendedor deberá entregar la mercancía dentro del plazo acordado. Si el comprador no ha indicado un punto de carga específico, el vendedor podrá elegir el punto de carga que mejor le convenga en el puerto de embarque designado.

El vendedor no tiene ninguna obligación ante el comprador de formalizar el contrato de seguro, sin embargo si el comprador va a contratar el mismo, el vendedor debe brindar la información necesaria para que se lleve a cabo.

El vendedor debe asumir los costos del embalaje, esto incluye también en el caso de que el comprador requiera de un embalaje en específico siempre y cuando esté dentro del plazo del contrato de compraventa.

El comprador deberá asumir los costos en el caso de que el buque designado por él no llega a tiempo, o no puede hacerse cargo de la mercancía, siempre y cuando la mercancía se haya declarado como mercancía objeto del contrato. El comprador deberá comunicar al vendedor el nombre del buque, el punto de carga, y cuando sea necesario el momento de entrega escogido dentro del plazo acordado.

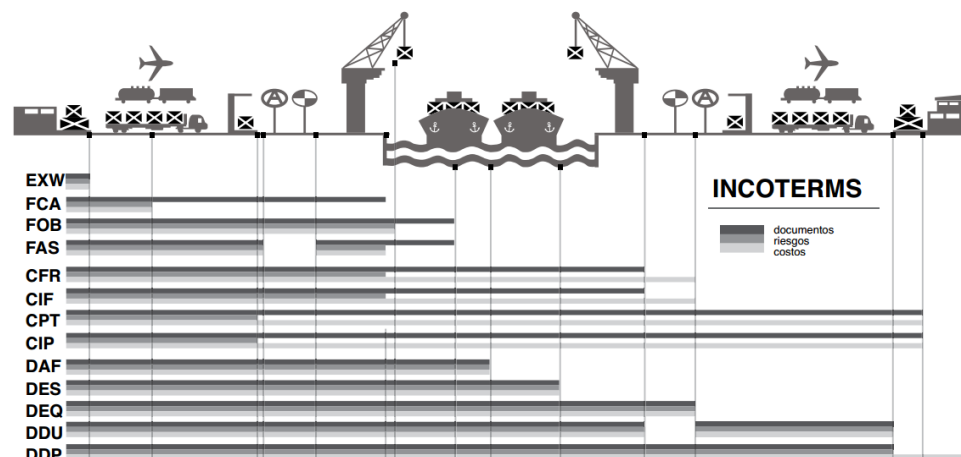


Figura 30. INCOTERMS
Fuente: (SENAE, 2012)

3.7.3.4 Determinación de la carga

Definir y especificar el tipo de carga en el cual se clasifica el café, es fundamental para entender el contexto en el cual se desarrollara el proceso de exportación, es evidente que al tratarse de un producto comestible es propenso a la descomposición, por lo que las condiciones de transporte el momento de la exportación deben guardar ciertos parámetros que procuren la calidad y garanticen las propiedades del café, es decir deben llegar en las mismas condiciones que fue procesado y empacada hacia el lugar de destino.

Para fines del desarrollo del proyecto y específicamente las condiciones de exportación del café serán transportados en contenedores con refrigeración moderada para mantener sus propiedades nutritivas en todo momento.

3.7.3.5 Empaque, embalaje, marcado y rotulado de la carga

Una de las etapas más delicadas en el proceso de exportación es el traslado de los productos al mercado externo. La actividad exportadora

involucra una serie de requisitos de empaque y embalaje que garanticen que el producto llegue en buen estado a su destino final.

De acuerdo a la información proporcionada por el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (SENAE, 2012), a través de su departamento de investigación pone a disposición la siguiente información en cuanto a los procesos finales de Empaque, embalaje, marcado y rotulado de la carga:

El tipo de material que se utilice para el transporte depende del producto, el tipo de transporte (terrestre, aéreo o marítimo) y el destino final. El concepto básico en embalaje es el de “unitarización” que se basa en la idea de que todos los transportistas deberían de empacar la carga de manera que pueda ser movida y manipulada durante toda la cadena de distribución con equipo mecánico como montacargas y grúas. Esta práctica reduce la mano de obra, la manipulación de cajas y la posibilidad de que la mercancía que se va a exportar se dañe, y en última instancia, se traduzca en una pérdida para la empresa.

Asimismo, la unitarización permite reducir los tiempos al agilizar la carga y descarga del producto con el equipo apropiado, hacen más eficaces las operaciones en el centro de distribución y reduce la posibilidad de pérdidas por cualquier razón.

En la unitarización se evalúan las dos principales modalidades: Paletización y contenerización.

- i. La paletización se refiere a la agrupación de productos en sistemas de empaque y/o embalaje sobre un pallet (estiba).*
- ii. La contenerización consiste en la acomodación de los pallets en el contenedor y su respectivo aseguramiento.*

Tabla 26
Empaque, embalaje, marcado y rotulado de la carga

Tipo	Descripción
Envase	El envase adecuado para productos alimenticios es el polipropileno. El polipropileno es una clase de plástico, el mismo que debido a su bajo costo es el preferido por la industria alimenticia para almacenar sus productos. El objetivo principal de empacar alimentos es precautelar la calidad del alimento durante todo el proceso de exportación en especial si este recorre grandes distancias, además que es un medio para facilitar el manejo, la publicidad y el almacenamiento. El café será envasado en fundas de polipropileno de 25 kilos.
Empaque	Incluye las actividades de diseñar y producir el recipiente o la envoltura para un producto. Su objetivo primordial es el de proteger el producto, el envase o ambos y ser promotor del artículo dentro del canal de distribución. El empaqueo de café se realizará en cajas de madera de 15 sacos de 25 kilos de capacidad.
Embalaje	Son todos los materiales, procedimientos y métodos que sirven para acondicionar, presentar, manipular, almacenar, conservar y transportar una mercancía. El embalaje a utilizarse con el café empaquetado debe satisfacer tres requisitos: Ser resistente, proteger y conservar el producto (impermeabilidad, higiene, adherencia, etc.), Además debe informar sobre sus condiciones de manejo, requisitos legales, composición, ingredientes, etc.
Almacenado	Los palets se colocaran a una distancia de 45 cm. entre ellos, para facilitar la limpieza. La bodega de almacenamiento tiene que ser ventilada.

Realizado por: Pamela Gamboa

3.7.3.6 Condiciones de pago

La forma de pago que usaremos será una Carta de Crédito irrevocable, esta forma de pago es internacional, es irrevocable porque no puede ser modificada, es decir se debe cumplir con lo establecido por el comprador y vendedor, la carta de crédito emite el banco, este tiene el compromiso y la obligación de que se realice el pago.

3.7.3.7 Aranceles

Tabla 27
Los aranceles aplicados por China

Código del producto	Descripción del producto	Régimen arancelario	Arancel aplicado	Total en equivalente ad valorem
09.01.90	Café, incluso tostado o descafeinado; cáscara y cascarilla de café; Sucedáneos del café que contengan café en cualquier proporción.	Derechos NMF (Aplicada)	2.1%	2.1%

Fuente: (International Trade Centre, 2013)

3.7.3.8 Proceso de exportación

Para el proceso de exportación es necesario presentar la Declaración Aduanera de Exportación DAE, la misma que debe ser estructurada con las siguientes instrucciones.

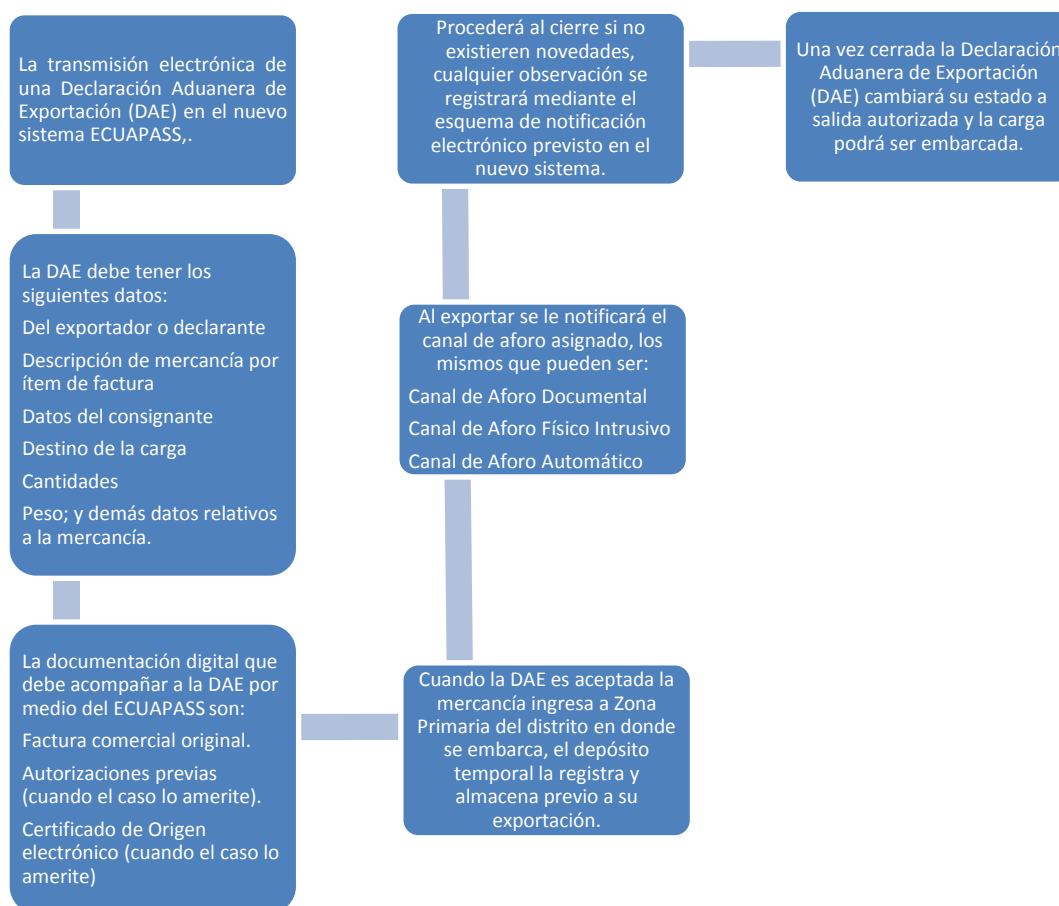


Figura 31. Procesos de exportación

Fuente: (SENAE, 2012)

Realizado por: Pamela Gamboa

3.7.3.9 Trámites para exportar

Pre-embarque:

Se elabora la Declaración Aduanera de Exportación (DAE), en ECUAPASS, ésta debe estar acompañada por la factura o proforma, certificados: origen, fitosanitario y la lista de embarque.



 REPÚBLICA DEL ECUADOR DECLARACIÓN ADUANERA DE EXPORTACIÓN Consulta del detalle de la declaración de exportación 			
Número de DAE	028-2012-40-00005727		
Información de general			
Código de la distrito	GUAYAQUIL - MARITIMO	Código de régimen	EXPORTACIÓN DEFINITIVA
Tipo de Despacho	DESPACHO NORMAL	Código del declarante	01903692
Información de Exportador			
Nombre del exportador	CAFÉ ECUATORIANO S.A	Teléfono del exportador	2597980
Dirección del exportador	Edificio World Trade Center		
Número de documento de CIU	RUC 120244753001	Ciudad del exportador	GUAYAQUIL
Nombre del declarante	CAFÉ EN GRANO	Número de documento de	
Dirección del declarante	CESAR RUÍZ		
Código de forma de pago	CALLE SUR E INTERSECCIÓN	Código de moneda	DÓLAR ESTADOUNIDENSE
Información de carga			
Puerto de carga		Puerto privado desde	
Puerto de llegada o de		Fecha de la carta de	15 ENERO 2013
Nombre del consignatario	GLORIA S.A		
Dirección del	VIII SAN MARTIN Y CALLE 2		
Ciudad del contribuyente	BUENOS AIRES	Tipo de carga	CARGA CONTENERIZADA
Almacén de lugar de	[05909025] CONTECON GUAYAQUIL S.A.	Medio de transporte	MARITIMO
País de destino final	ARGENTINA		
DOLAR ESTADOUNIDENSE			
Totales			
Código de moneda	DOLAR ESTADOUNIDENSE	Tipo de cambio	1
Total moneda transacción (FOB)	662.01	Cantidad de ítem	1
Peso neto total	8328	Peso total	8328
Cantidad total de bultos	64	Cantidad de contenedores	1
Cantidad total de unidades físicas	64	Cantidad total de unidades comerciales	64
Código de la mercancía de desnacho urgente		Código de solicitud de aforo	NO
Fecha de primer ingreso		Fecha de primer embarque	

Figura 32. Documento DAE
Fuente: (SENAE, 2012)

3.7.3.10 Post- embarque

En esta fase se debe regularizar las declaraciones aduaneras de Exportación (RDAE), posteriormente podrá regularizar las declaraciones ante el SENAE y con esto se obtiene el DAE definitivo, existe un registro electrónico el cual nos permite dar por terminado el proceso de exportación para consumo (régimen 40). Cuando se haya registrado, la DAE obtendrá la

marca REGULARIZADA. Para culminar con este proceso contamos con un término de 30 días luego de realizado el embarque. Para este trámite la siguiente documentación:

- i. Copia de la factura Comercial
- ii. Copia de lista de embarque
- iii. Copia de Certificado de Origen
- iv. Copias no negociables de documento de transporte multimodal

3.7.3.11 Certificado de Origen

Según (Insituto Español de Comercio Exterior, 2013), los certificados de origen están destinados a probar el origen de las mercancías, con vistas a satisfacer las exigencias aduaneras o comerciales tales como la apertura de créditos documentales. El Ecuador cuenta con varios convenios, los cuales favorecen a nuestros productos ecuatorianos, ya que podemos ingresar a otros países.

¿Cómo obtener un certificado de origen?

Requisitos para obtener el certificado de origen según (PROECUADOR):

- i. Debe registrarse en el ECUAPASS como exportador, en el siguiente link: <https://portal.aduana.gob.ec/>, en la opción “Solicitud de Uso”. Para registrarse en Ecuapass deberá contar previamente con el certificado de firma electrónica.*
- ii. Debe generar la declaración juramentada de origen DJO, en ECUAPASS deberá ingresar en el menú “Ventanilla Única”, opción “Elaboración de DJO”. El usuario generará la Declaración Juramentada de Origen del producto a*

exportar, este es un requisito mínimo para la obtención de todo Certificado de Origen. La DJO cumple con revisar si el producto cumple con las normas de origen establecidas en cada uno de los acuerdos, para obtener el beneficio de preferencias arancelarias durante 2 años.

- iii. La generación del certificado de origen es de acuerdo a donde se va a exportar, si la exportación va hacia Estados Unidos de América, Unión Europea, Terceros Países, SGP o SGP+, la única entidad emisora es el MIPRO, el exportador deberá ingresar al sistema ECUAPASS, menú “Ventanilla Única”, opción “Elaboración de CO”, completará el formulario en línea, para luego retirarlo físicamente en el MIPRO.*

3.7.3.12 Certificado Fitosanitario

En el caso del café tostado y molido, al ser un producto alimenticio procesado, se rige a los siguientes requerimientos para su obtención según (PROEcuador):

Registro en Agrocalidad: *se solicitará el registro de operador en la página web de Agrocalidad, la cual es www.agrocalidad.gob.ec como productor, exportador, comercializador.*

Inspección: *en la inspección interviene un auditor de Agrocalidad, el cual tiene la función de inspeccionar el lugar y emitir un reporte el cual deberá ser aceptado. Cuando se apruebe dicho reporte, se emite un certificado y un código de registro, los cuales certifican que el registro como operador en*

Agrocalidad fue concluido, el registro tiene reconocimiento internacional.

Solicitud certificado fitosanitario: *para cada exportación se requiere el certificado fitosanitario, el mismo se solicitará con dos días como máximo antes del despacho de la mercancía. Se solicitará una pre-inspección o inspección la cual se efectuará en el punto de control ya sea puerto, aeropuerto o paso fronterizo. En el caso que sea una pre-inspección se realizará en las coordinaciones provinciales de Agrocalidad.*

(SENAE, 2012), detalla que:

La documentación que requiere es: tener el registro como operador, una copia del manifiesto de embarque, la factura o proforma. Cuando sea una pre-inspección se formulará un certificado provisional que se cambiará por el Certificado Fitosanitario en el punto de control. Cuando el caso sea una inspección, al momento de estar aprobada otorgarán el Certificado Fitosanitario para que poder realizar el envío.

3.7.3.13 Certificado de Calidad

Es el documento que certifica la calidad de los productos que se comercializan tanto local como internacionalmente. Generalmente los certificados de calidad constituyen prueba de que producto en cuestión cumple las normas establecidas para su producción. Tratándose de importaciones las normas respecto a las cuales debe certificarse son, en Ecuador establecidas por el INEN y los certificados propiamente dichos son extendidos por instituciones internacionales reconocidas y generalmente

radicadas en los países exportadores. En materia de exportaciones los certificados de calidad los otorgan.

- i. El Instituto Nacional de Pesca, para productos del mar y sus derivados.
- ii. El INEN para productos alimenticios tales como conservas y similares y,
- iii. Los programas Nacionales del Café, del Cacao y del Banano, para exportaciones de aquellos productos.

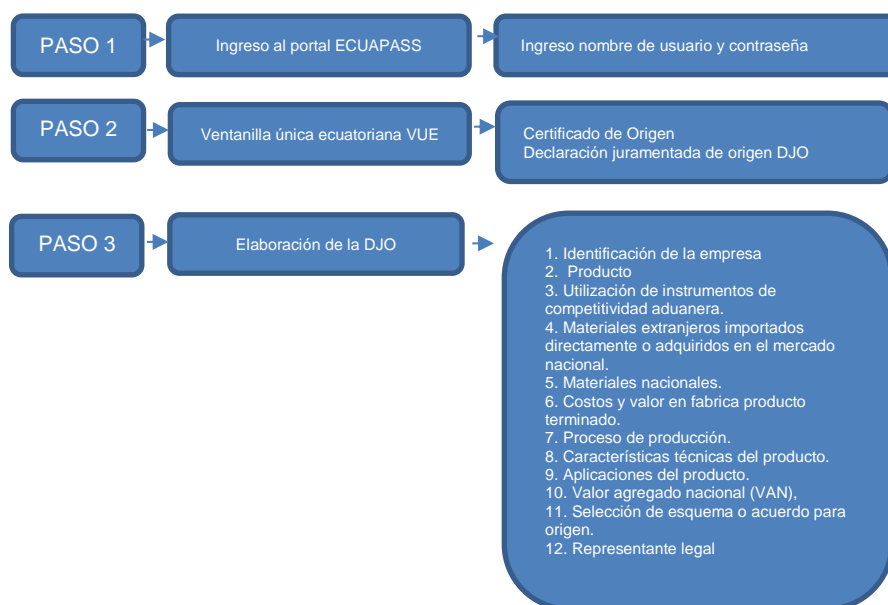


Figura 33. Proceso declaración juramentada de origen DJO

Fuente: (Instituto de Promociones de Exportaciones e Inversiones , 2015)

Realizado por: Pamela Gamboa

En este capítulo se analiza la metodología mediante la cual se realiza el proceso de exportación de del café tostado y molido, para lo cual se ha determinado términos como el INCOTERM, el mismo que corresponde a FOB (Franco a Bordo), el cual es vía marítima, además dentro del ámbito legal se establecen las condiciones en cuanto a documentación y permisos que el producto debe obtener para que pueda comercializarse en China, como principal requisito se tiene al DAE o declaración aduanera para la exportación la misma que en cada envío detalla la cantidad que es enviada

hacia el país de destino, es importante también mencionar el certificado fitosanitario que se debe obtener para garantizar la idoneidad del producto puesto que al tratarse de alimentos la calidad en cuanto a sabor y conservación son fundamentales.

CAPÍTULO IV

ESTUDIO FINANCIERO DEL PROYECTO

El objetivo de la realización del estudio financiero, es el de establecer el escenario económico adecuado en donde el proyecto a través del desarrollo de sus actividades productivas logre en el mediano plazo la rentabilidad esperada. A la vez realizar el análisis financiero a través de los respectivos indicadores como VAN, TIR y PRI, le dará al inversionista una mejor visión sobre el rendimiento que puede llegar a generar el emprendimiento.

4.1 Inversión del Proyecto

La inversión inicial es el recurso financiero, material, tecnológico y humano disponible al momento de iniciar la creación de la empresa asociativa, siendo así estos factores son los de mayor incidencia a la hora de poner en marcha la exportación de café tostado y molido.

Tabla 28
Inversión del Proyecto

INVERSIÓN TOTAL	TOTAL USD.	VALOR PORCENTUAL
Activos Fijos	\$ 6.860,52	6,51
Activos Diferidos	\$ 464,71	0,44
Capital de Trabajo	\$ 98.056,32	93,05
TOTAL	\$ 105.381,55	100,00

Fuente: investigación propia
Realizado por: Pamela Gamboa

4.1.1 Activos Fijos

La inversión fija corresponde en un gran porcentaje a maquinaria y equipo con 4.294,20 USD, representando el 63% de la inversión fija total, equipo de computación y muebles y enseres ascienden a 918 USD y

1.403,52 USD respectivamente con el 13% y 20%, dejando con apenas el 4% de la inversión fija a equipos de oficina con 244,80 USD.

Tabla 29
Activos Fijos

INVERSIÓN FIJA

COSTO	TOTAL USD.	VALOR PORCENTUAL
Maquinaria y equipo	\$ 4.294,20	63%
Equipos de Computación	\$ 918,00	13%
Equipos de Oficina	\$ 244,80	4%
Muebles y Enseres	\$ 1.403,52	20%
TOTAL ACTIVOS FIJOS	\$ 6.860,52	100%

Fuente: Investigación propia
Realizado por: Pamela Gamboa

4.1.1.1 Maquinaria y Equipo

La maquinaria y equipo, son los medios que la empresa comunitaria utiliza para agregar valor al producto mediante los procesos de transformación adecuados para obtener un producto de calidad de exportación, es así que para el sellado y etiquetado del café tostado y molido se utilizará maquinaria y equipo con tecnología adaptable y amigable con el producto.

Tabla 30
Maquinaria y Equipo

MAQUINARIA Y EQUIPO

CONCEPTO	MEDIDA	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Sellador al vacío	Unidad	1	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00
Medidor de ph	Unidad	1	\$ 250,00	\$ 250,00
Balanza	Unidad	2	\$ 230,00	\$ 460,00
Etiquetador	Unidad	1	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00
SUBTOTAL				\$ 4.210,00
IMPREVISTOS 2%				\$ 84,20
TOTAL				\$ 4.294,20

Fuente: (CORIMPORTMAQ: Importada Importadora de máquinas y equipos industriales especializados en el área de sellado empaçado y envasado de productos para diferentes áreas de la industria)
Realizado por: Pamela Gamboa

4.1.1.2 Equipo de Computación

El equipo de computación también clasificado como equipo tecnológico, es una herramienta administrativa fundamental que proporcionará el soporte adecuado en transacciones financieras, así como también el almacenamiento de información útil para la producción y exportación de café tostado y molido hacia China. A continuación se detalla la inversión en equipo de computación:

Tabla 31
Equipo de Computación
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN

CONCEPTO	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Computadora HP AIO 100	1	\$ 750,00	\$ 750,00
Multifunción Canon PIXMA MP150	1	\$ 150,00	\$ 150,00
SUBTOTAL			\$ 900,00
2% Imprevistos			\$ 18,00
TOTAL			\$ 918,00

Fuente: (FDG Computer, 2015)
Realizado por: Pamela Gamboa

4.1.1.3 Equipo de oficina

El equipo de oficina son herramientas básicas que serán utilizadas en la labor diaria del personal administrativo, por lo que se convierten en indispensables para las actividades diarias del grupo de trabajo.

Tabla 32
Equipo de Oficina
EQUIPOS DE OFICINA

CONCEPTO	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Teléfono Panasonic	1	\$ 100,00	\$ 100,00
Calculadora CASIO	2	\$ 30,00	\$ 60,00
Modem Adsl	1	\$ 80,00	\$ 80,00
SUBTOTAL			\$ 240,00
2% Imprevistos			\$ 4,80
TOTAL			\$ 244,80

Fuente: (Créditos Económicos , 2015)
Realizado por: Pamela Gamboa

4.1.1.4 Muebles y Enseres

Constituyen una parte fundamental de la inversión fija ya que proveerán de comodidad al equipo de trabajo para un correcto desenvolvimiento de las actividades diarias. A continuación se detalla uno a uno los diferentes tipos de artículos que se adquirirán en el proceso de exportación de café tostado y molido.

Tabla 33
Muebles y Enseres
MUEBLES Y ENSERES

CONCEPTO	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
AREA ADMINISTRATIVA			
Escritorio para computador	1	85	\$ 85,00
Mesa de reuniones	1	180	\$ 180,00
Sillas	5	65	\$ 325,00
Archivador	2	168	\$ 336,00
AREA PRODUCTIVA			
Mesa de trabajo	1	200	\$ 200,00
Pallets	10	25	\$ 250,00
SUBTOTAL			\$ 1.376,00
2% Imprevistos			\$ 27,52
TOTAL			\$ 1.403,52

Fuente: (DecoArt, 2015)
Realizado por: Pamela Gamboa

4.1.2 Capital de Trabajo

Una definición sencilla para el capital de trabajo se concentra básicamente en los recursos que la empresa asociativa necesita para poder iniciar sus operaciones. Siendo así la empresa requiere tener recursos para poder cubrir rubros como mano de obra, materia prima e insumos, todos estos en el corto plazo para satisfacer de inmediato las necesidades de la empresa asociativa. El cálculo del capital de trabajo es realizado anualmente como parte de la inversión que responde a la proyección anual en el corto plazo (5 años) del proyecto, consecuentemente este puede descompuesto

de acuerdo a la necesidad del inversionista en la modalidad mensual, trimestral y semestral.

Tabla 34
Capital de Trabajo

CAPITAL DE TRABAJO	
CONCEPTO	VALOR ANUAL
COSTOS DIRECTOS	\$ 29.505,36
Empaque	\$ 8.000,00
Etiquetado	\$ 4.000,00
Mano de obra	\$ 17.505,36
COSTOS INDIRECTOS Y ADMINISTRATIVOS	\$ 98,60
Mantenimiento y Reparación	\$ 69,98
Seguro	\$ 28,63
COSTOS INDIRECTOS VARIOS	\$ 11.532,36
Suministros e insumos	\$ 402,90
Servicios Básicos	\$ 918,00
Sueldos y Salarios	\$ 10.211,46
GASTOS DE VENTAS	\$ 54.502,00
Embalaje	\$ 48.000,00
Flete	\$ 1.600,00
Seguro transporte de la mercancía	\$ 384,00
Inspección Antinarcóticos	\$ 960,00
Aforo	\$ 540,00
Manipuleo	\$ 600,00
DOCUMENTOS DE EXPORTACIÓN	\$ 2.418,00
Certificado de Origen	\$ 960,00
Carta de crédito confirmada	\$ 600,00
Documento Transporte	\$ 840,00
Factura Comercial	\$ 12,00
Packing List	\$ 6,00
TOTAL	\$ 98.056,32

Fuente: Investigación propia
Realizado por: Pamela Gamboa

4.1.2.1 Financiamiento del Proyecto

El financiamiento del proyecto se lo realizará a través de la aportación de capital propio (aporte de los 20 socios de la empresa comunitaria) y de terceros, pues para el inicio de las actividades productivas de la empresa asociativa y por la cuantía de la inversión es necesario apalancarse mediante un crédito el cual será solicitado al Banco Nacional de Fomento (BNF). Esta entidad financiera fue escogida debido al conveniente interés del

10% y en especial por su producto crediticio dirigido hacia el financiamiento de hasta 300.000,00 dólares. A continuación se muestra una tabla comparativa de las diferentes tasas de interés cobradas por otras instituciones financieras.

Tabla 35

Entidades de financiamiento

Entidad Financiera	Tasa de Interés	Monto	Plazo
Banco Nacional de Fomento (BNF)	10%	Hasta 300.000,00 dólares	Hasta 15 años
Corporación Financiera Nacional (CFN)	11,5%	Hasta el 70% del capital de trabajo.	Hasta 10 años
Banco del Pichincha	18%	Hasta 20.000 USD	2 – 24 meses
Banco Santander México	20%	Hasta 528.977.89 USD para capital de trabajo	36 meses

Fuente: (Banco Nacional de Fomento, 2015) & (Banco del Pichincha, 2015)
Realizado por: Pamela Gamboa.

Una vez escogido al Banco Nacional de Fomento (BNF) como fuente de financiamiento es necesario conocer los requisitos, condiciones del crédito así como sus garantías según el (Banco Nacional de Fomento, 2015):

- i. Copia legible en blanco y negro o a color de Cédula de Identidad de cliente y garante.*
- ii. Copia legible en blanco y negro o a color de la papeleta de votación vigente del cliente y garante.*
- iii. Para el caso de personas con capacidades especiales y mayores de 65 años la presentación del certificado de votación es opcional.*
- iv. Original o copia de la planilla de servicio básico (con una validez de hasta 60 días), tanto para el cliente como para el garante.*

- v. *Copia de RUC o RISE del solicitante para montos mayores a \$3.000*
- vi. *Plan de Inversión (formato entregado por el BNF para préstamos desde \$20.000 hasta \$100.000).*
- vii. *Proyecto de factibilidad de la actividad productiva a desarrollar para préstamos superiores a \$100.000*
Para compra de activos fijos:
 - i. *Proforma o cotización de los bienes a adquirir.*
 - ii. *Copia de la declaración de Impuesto a la renta del último año (si estuviera obligado a hacerlo).*
 - iii. *Copia de la declaración de Impuesto al Valor Agregado IVA del último año (si estuviera obligado a hacerlo).*
 - iv. *En caso de poseer bienes inmuebles y / o vehículo presentar un documento que certifique la tenencia del mismo.*
 - v. *Título de Propiedad o Contrato de arrendamiento del lugar de la inversión, cuando éste sea diferente al domicilio.*
Para el caso de garantía hipotecaria:
 - i. *Certificado de gravámenes del Registro de la Propiedad (con una antigüedad no mayor a 90 días).*
 - ii. *Copia del recibo de impuesto predial del último año.*

Capital Propio

El capital propio es el monto perteneciente en su totalidad a los socios de la empresa comunitaria, mediante el cual se financiera parte del proyecto, siendo parte fundamental para que las actividades de la empresa den inicio y empiece a generar rentabilidad.

Crédito con terceros

Debido a la cuantía de la inversión del proyecto y con fines de emprender el negocio con riesgo compartido, es necesario solicitar un crédito con el fin de completar el total de la inversión y poder iniciar las actividades productivas de la empresa en el tiempo establecido. Para fines demostrativos el estado de Fuentes y Usos mostrado a continuación muestra la estructuración del capital propio como el de terceros.

Cuadro de fuentes y usos

En este estado se puede visualizar la forma en la cual se va a financiar la constitución de la empresa asociativa, es decir cómo se reparte la utilización del financiamiento ya sea este propio o dado por terceros, en este caso el 16% es financiamiento propio, mientras que el 84% restante será financiado por el Banco Nacional de Fomento, el mismo que da facilidades para personas que quieran emprender una pequeña o mediana empresa.

Tabla 36
Estado de Fuentes y Usos
ESTADO DE FUENTES Y DE USOS

INVERSIÓN	VALOR USD.	% INV. TOTAL	RECURSOS PROPIOS			
			%	VALORES	%	VALORES
Activos Fijos	\$ 6.860,52	6,51%	7	\$ 6.860,52	0	0,00
Activos Diferidos	\$ 464,71	0,44%	0	\$ 464,71	0	0,00
Capital de Trabajo	\$ 98.056,32	93,05%	9	\$ 9.805,63	84	\$ 88.250,69
Inversión Total	\$ 105.381,55	100,00%	16	\$ 17.130,86	84	\$ 88.250,69

Fuente: Investigación propia
Realizado por: Pamela Gamboa

Tabla de Amortizaciones

Para la puesta en marcha de la empresa se ha elegido como aliado al Banco Nacional de Fomento puesto que para nuevos proyectos este puede

financiar hasta 300.000,00 dólares, para el caso de análisis este monto asciende a 88.250,69 USD, siendo así se debe establecer una tabla en donde se pueda evidenciar de mejor manera los pagos semestrales, los mismos que tendrán un interés anual del 10% y se pagaran en un periodo de 5 años:

Tabla 37
Tabla de Amortización
TABLA DE AMORTIZACIÓN

PERIODO	AMORTIZACIÓN	DEL K	INTERÉS	DIVIDENDO	SALDO
0					\$ 88.250,69
1	\$ 6.774,41		\$ 5.074,41	\$ 11.848,83	\$ 81.476,28
2	\$ 7.163,94		\$ 4.684,89	\$ 11.848,83	\$ 74.312,34
3	\$ 7.575,87		\$ 4.272,96	\$ 11.848,83	\$ 66.736,47
4	\$ 8.011,48		\$ 3.837,35	\$ 11.848,83	\$ 58.724,99
5	\$ 8.472,14		\$ 3.376,69	\$ 11.848,83	\$ 50.252,86
6	\$ 8.959,29		\$ 2.889,54	\$ 11.848,83	\$ 41.293,57
7	\$ 9.474,45		\$ 2.374,38	\$ 11.848,83	\$ 31.819,12
8	\$ 10.019,23		\$ 1.829,60	\$ 11.848,83	\$ 21.799,90
9	\$ 10.595,33		\$ 1.253,49	\$ 11.848,83	\$ 11.204,56
10	\$ 11.204,56		\$ 644,26	\$ 11.848,83	\$ 0,00

Fuente: Investigación propia
Realizado por: Pamela Gamboa

4.2 Costos e ingresos

4.2.1 Ingresos del Proyecto

Para el presente proyecto se considera únicamente el ingreso por el total de exportaciones, es decir las ventas concretadas a través del técnico de operaciones de exportación que forma parte de la empresa.

A continuación se detalla la estructura de los ingresos de la empresa:

Disponibilidad de Materia Prima

De acuerdo a la investigación de campo realizada los 20 agricultores asociados tienen 30 hectáreas disponibles por lo que la capacidad de producción por cada hectárea de café al año es de 133 kg, al contar con 30

hectáreas se obtiene una producción anual de 4000 kilos por año, lo que se traduce en 16.000 unidades de café tostado y molido producidos al año, pues cada sobre contiene 250 gr.

El incremento de la producción depende directamente del aumento de la demanda de café tostado y molido en China, la misma que corresponde al 12,80% de acuerdo a **(Organización Internacional del Café, 2013)**, a través de esta proporción a partir del año 1 se irá incrementando en 12,8%. Este porcentaje de crecimiento es adecuado para el desarrollo de un escenario optimista donde la empresa pueda alcanzar estos niveles de producción, sin embargo se estima que el incremento de la producción bordeara el 10% anual. Por otra parte para obtener una base sólida que responda al crecimiento real del mercado se proyectará la demanda con el 12,8%.

Tabla 38

Cantidades a producirse por año

% Crecimiento Demanda	Variedad de Café	Unidades de 250 gr c/u	Unidades de 250 gr c/u	Unidades de 250 gr c/u	Unidades de 250 gr c/u	Unidades de 250 gr c/u
		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
12,80%	Typica (40%)	6.400	7.219	8.143	9.186	10.361
12,80%	Borbon (30%)	4.800	5.414	6.107	6.889	7.771
12,80%	Gueisha (15%)	2.400	2.707	3.054	3.445	3.886
12,80%	Pacarama (15%)	2.400	2.707	3.054	3.445	3.886
	Total	16.000	18.048	20.358	22.964	25.903

Fuente: Investigación propia

Realizado por: Pamela Gamboa

El precio al cual se venderá cada unidad de 250 gr de café tostado y molido es de 9 USD, el precio referencial al cual se vende el café de este tipo en China de acuerdo a (ILLY SHOP, 2015) es de 9,79 USD (8,66 €), sin embargo el precio del producto Cartagena se soporta en la calidad, aroma y sabor del café diferenciado. Para la construcción de la siguiente tabla se ha multiplicado la cantidad (Q) por el precio unitario (\$).



**Espresso Molido - EXPO
2015 - Tueste O.**

12 botes de 250gr de café
molido

7757

104,00 €
Iva 10% incluido

Figura 34. Precio referencial café tostado y molido

Fuente: (ILLY SHOP, 2015)

Nota: Precio por 12 empaques de 250 gr. cada uno 104 € (117,59 USD), precio por cada empaque de 250 gr. 9.79 USD (8.66 €)

Tabla 39

Ingresos anuales

VENTAS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Typica (40%)	\$ 57.600,00	\$ 64.972,80	\$ 73.289,32	\$ 82.670,35	\$ 93.252,16
Borbon (30%)	\$ 43.200,00	\$ 48.729,60	\$ 54.966,99	\$ 62.002,76	\$ 69.939,12
Gueisha (15%)	\$ 21.600,00	\$ 24.364,80	\$ 27.483,49	\$ 31.001,38	\$ 34.969,56
Pacarama (15%)	\$ 21.600,00	\$ 24.364,80	\$ 27.483,49	\$ 31.001,38	\$ 34.969,56
Total	\$ 144.000,00	\$ 162.432,00	\$ 183.223,30	\$ 206.675,88	\$ 233.130,39

Fuente: Investigación propia

Realizado por: Pamela Gamboa

4.2.2 Costos

Los costos para el proyecto representa los montos necesarios en los cuales la empresa asociativa debe incurrir para realizar todo el proceso productivo, es decir empaquetar y etiquetar el café tostado y molido.

4.2.2.1 Costos de producción

Los costos de producción son los gastos necesarios para mantener el proyecto en pleno funcionamiento. A continuación se detalla los costos estimados para el primer año de vida del proyecto.

Tabla 40
Costos de Producción
COSTOS DE PRODUCCION PARA EL AÑO 1

RUBROS	COSTOS	
	FIJOS	VARIABLES
Empaque		\$ 8.000,00
Etiquetado		\$ 4.000,00
Mano de obra directa		\$ 17.505,36
Reparación y Mantenimiento	\$ 69,98	
Seguros	\$ 28,63	
Depreciación	\$ 759,87	
Amortización del Activo diferido	\$ 464,71	
Subtotales	\$ 1.323,18	
Gastos Administrativos	\$ 27.460,92	
Gastos Financieros	\$ 23.697,65	
Gastos de Ventas		\$ 54.502,00
Subtotales	\$ 53.804,94	\$ 84.007,36
Costo Total	\$	137.812,30

Fuente: Investigación propia
Realizado por: Pamela Gamboa

4.2.2.1.1 Costos fijos

Los costos fijos son los costos que permanecen inalterables durante todo el proceso de producción del café tostado y molido, es decir no dependen de la cuota o elaboración máxima o mínima de productos que se realice durante un periodo de tiempo establecido.

Tabla 41
Costos Fijos

RUBROS	COSTOS
Reparación y Mantenimiento	\$ 71,58
Seguros	\$ 29,02
Depreciación	\$ 775,58
Amortización del Activo diferido	\$ 464,71
Gastos Administrativos	\$ 27.460,92
Gastos Financieros	\$ 23.697,65
Total	\$ 53.804,94

Fuente: Investigación propia
Realizado por: Pamela Gamboa

4.2.2.1.2 Costos variables

Los costos variables son aquellos costos que dependen estrictamente del nivel de producción que se desarrolle durante un periodo establecido de

tiempo, es decir fluctúan de acuerdo al nivel máximo o mínimo establecido de elaboración de café tostado y molido.

Tabla 42
Costo Variables

RUBROS	COSTOS	
	VARIABLES	
Empaque	\$	8.000,00
Etiquetado	\$	4.000,00
Mano de obra directa	\$	17.505,36
Gastos de Ventas	\$	54.502,00
Total	\$	84.007,36

Fuente: Investigación propia
Realizado por: Pamela Gamboa

4.2.2.1.3 Gasto ventas

El gasto ventas es aquel desembolso en el cual la empresa asociativa incurre para comercializar o distribuir y realizar el proceso de entrega al cliente final, para el presente proyecto existen costos inherente al proceso de exportación, puesto que para desarrollar el proceso de comercialización primaria de café tostado y molido primero se debe realizar pasos previos en los cuales intervienen los gastos de exportación.

Tabla 43
Gasto Ventas

CONCEPTO	VALOR ANUAL
Embalaje	\$ 4.000,00
Flete	\$ 19.200,00
Seguro transporte de la mercancía (3%)	\$ 384,00
TOTAL	\$ 23.584,00

Fuente: (Grupo Empresarial Raúl Coka Barriga, 2015)
Realizado por: Pamela Gamboa

4.2.2.1.4 Gastos de exportación

Los costos de exportación es la suma de todos los diferentes actos orientados a la exportación, estos pueden cambiar dependiendo el tipo de negociación o costo que se realice, esto se establece mediante el término de negociación internacional INCOTERM utilizado, por lo tanto los gastos de exportación no son iguales.

Los gastos de exportación sirve para establecer el precio del producto, ya que es muy importante tomar en cuenta gastos necesarios para una exportación. La exportación de cada embarque de café tostado y molido se realizará mensualmente.

Empaque y etiquetado

El empaque y etiquetado del producto corresponde a la etapa final de preparación del producto antes de ser enviado o exportado al lugar de destino, al intervenir directamente en el proceso del producto se considera un costo directo.

Tabla 44
Empaque y Etiquetado
COSTO EMPAQUE Y ETIQUETA

Descripción	Cantidad Unidades de café 250 gr	Valor Unitario USD	Valor Anual USD
Empaque	16.000	\$ 0,50	\$ 8.000,00
Etiqueta	16.000	\$ 0,25	\$ 4.000,00
Total			\$ 12.000,00

Fuente: Investigación propia
Realizado por: Pamela Gamboa

Embalaje

El embalaje es importante para el traslado de mercaderías desde el puerto hasta el lugar de destino, y básicamente su función es la de proteger

al producto en el manipuleo, manteniendo su calidad y características originales.

Tabla 45

Embalaje

MATERIALES INDIRECTOS

Descripción	Cantidad Café Quintales	Valor Unitario	Valor Total USD
Embalaje	16.000	\$ 0,50	\$ 8.000,00
Total			\$ 8.000,00

Fuente: Investigación propia

Realizado por: Pamela Gamboa

Gasto transporte (Flete Internacional)

El transporte de la mercancía se la realizará por medio de GEOTRANSPORT S.A. siendo muy conveniente para facilitar la entrega del producto.

Tabla 46

Flete Internacional

ORIGEN	Ecuador		
PUERTO DE EMBARQUE	Guayaquil	PUERTO DE DESTINO	Tianji (Beijing)
INCOTERM	FOB	HORAS DE TRÁNSITO :	15
TIPO DE CARGA/VOLUMEN	333,33 kilos		
TIPO DE MONEDA	USD		
FLETE INTERNACIONAL*	\$	1.500,00	
GASTOS LOCALES**	\$	100,00	
TOTAL MENSUAL	\$	1.600,00	
TOTAL ANUAL	\$	19.200,00	

Fuente: (Grupo Empresarial Raúl Coka Barriga, 2015)

Realizado por: Pamela Gamboa

Documentos de exportación

El certificado de origen es necesario para acceder al sistema generalizado de preferencias. La comisión de aviso y envío de papeles son rubros que le corresponden pagar al exportador.

Tabla 47
Documentos de Exportación

Descripción		Embarque Anual	Tarifa USD	Valor Total USD
Certificado de Origen	12	\$	80,00	\$ 960,00
Comisión de aviso de carta de crédito	12	\$	50,00	\$ 600,00
Documentos de transporte	12	\$	70,00	\$ 840,00
Inspección antinarcóticos	12	\$	80,00	\$ 960,00
Aforo	12	\$	45,00	\$ 540,00
Factura comercial	12	\$	1,00	\$ 12,00
Packing list	12	\$	0,50	\$ 6,00
Total				\$ 3.918,00

Fuente: (Grupo Empresarial Raúl Coka Barriga, 2015)
Realizado por: Pamela Gamboa

Manipuleo en el puerto

El manipuleo es la acción de mover la carga en los distintos lugares por donde ésta debe pasar, así como cargarla y descargarla de los vehículos en donde se encuentra la mercancía, hasta que llegue a su destino final, el costo que detallamos a continuación corresponde al manipuleo en el puerto.

Tabla 48
Manipuleo de Mercadería

DESCRIPCIÓN	COSTO POR ENVÍO	COSTO TOTAL
MANIPULEO	\$ 50,00	\$ 600,00

Fuente: (Grupo Empresarial Raúl Coka Barriga, 2015)
Realizado por: Pamela Gamboa

El manipuleo de la mercancía es un proceso mediante el cual todo a mercancía es tratada puesto que al llegar a determinada terminal debe ser cargada ya sea por maquinaria o por hombres, en este caso el costo de manipuleo asciende a 50 USD por envío.

4.3 Evaluación económica financiero del proyecto

Dentro de los estudios para la creación de una empresa asociativa se contempla la realización de un análisis financiero el cual permitirá conocer en síntesis la viabilidad de la constitución de la empresa exportadora de café tostado y molido. Para lo cual se toman determinados indicadores financieros los cuales se analizarán a continuación.

4.3.1 Estado de situación inicial

El estado de situación inicial refleja la condición en la cual la empresa iniciaría sus actividades, es decir es una fotografía en el momento mismo de poner en marcha la compañía para esto se hace una comparación entre activos y pasivos.

Tabla 49
Estado de Situación Inicial

ACTIVOS		PASIVOS	
Activo Disponible		Pasivo a largo plazo	
Caja Bancos	\$ 98.056,32	Préstamo por pagar	\$ 88.250,69
		TOTAL PASIVO	\$ 88.250,69
Activo Fijo		PATRIMONIO	
		Capital Social	\$ 17.130,86
Maquinaria y Equipos	\$ 4.294,20		
Equipos de Computación	\$ 918,00		
Muebles y Enseres	\$ 1.403,52		
Equipos de Oficina	\$ 244,80		
Activo Diferido			
Gastos de puesta en marcha	\$ 464,71		
TOTAL ACTIVOS	\$ 105.381,55	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	\$ 105.381,55

Realizado por: Pamela Gamboa

4.3.2 Estado de resultados

A través del estado de resultados proyectado se podrá tener un escenario en donde se podrán apreciar con mucho más detenimiento la

situación financiera de la empresa en un horizonte de 5 años. La proyección de gastos y costos se ha realizado de acuerdo a la inflación promedio anual del año 2014, la misma que ascendió a 3,68% de acuerdo a información del (Banco Central del Ecuador, 2015).

Tabla 50

Estado de Resultados Proyectado

RUBROS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas Netas	144.000,00	162.432,00	183.223,30	206.675,88	233.130,39
- Costos de Producción	29.830,36	30.925,13	32.060,09	33.236,69	34.456,48
= UTILIDAD BRUTA	114.169,64	131.506,87	151.163,21	173.439,19	198.673,91
-Gastos Administrativos	27.460,92	28.468,74	29.513,54	30.596,69	31.719,58
-Gastos Ventas	54.502,00	56.502,22	58.575,85	60.725,59	62.954,22
= UTILIDAD OPERACIONAL	32.206,72	46.535,91	63.073,82	82.116,91	104.000,11
- Gastos Financieros	9.759,30	8.110,31	6.266,23	4.203,98	1.897,76
= UTILIDAD ANTES de PARTICIPACIÓN	22.447,42	38.425,60	56.807,59	77.912,93	102.102,35
- 15% de Participación Trabajadores	3.367,11	5.763,84	8.521,14	11.686,94	15.315,35
= UTILIDAD ANTES de IMPUESTOS	19.080,31	32.661,76	48.286,45	66.225,99	86.787,00
(22) % Impuesto a la Renta	4.770,08	7.185,59	10.623,02	14.569,72	19.093,14
= UTILIDAD NETA	14.310,23	25.476,17	37.663,43	51.656,27	67.693,86

Fuente: Investigación propia

Realizado por: Pamela Gamboa

4.3.3 Flujo de caja

El flujo de caja es una acumulación de activos líquidos en un periodo de tiempo para el caso de la creación de la empresa asociativa, este periodo es de 5 años por lo que se convierte en un indicador vital de solvencia financiera de la empresa. En el cuadro se detalla el comportamiento rubros importantes como utilidad neta, las inversiones y el préstamo

Tabla 51
Flujo de Caja
FLUJO DE CAJA DEL INVERSIONISTA

Años	Utilidad neta Depreciación y Amortización del diferido (+)		Capital de trabajo (+)	Valor Residual (+)	Inversión (-)	Préstamo (+)	Amortización del K (-)	Flujo de efectivo (=)
0					\$ 105.381,55	\$ 88.250,69		\$ -17.130,86
1	\$ 14.310,23	\$ 852,81					\$ 13.938,35	\$ 1.224,69
2	\$ 25.476,17	\$ 852,81					\$ 15.587,35	\$ 10.741,64
3	\$ 37.663,43	\$ 852,81			\$ 918,00		\$ 6.266,23	\$ 32.250,02
4	\$ 51.656,27	\$ 852,81					\$ 4.203,98	\$ 48.305,11
5	\$ 67.693,86	\$ 852,81			\$ 4.294,20		\$ 1.897,76	\$ 62.354,72

Fuente: Investigación propia
Realizado por: Pamela Gamboa

4.3.4 Costos de oportunidad del capital

La tasa de descuento en simples palabras determina el valor futuro que tendrá un inversión en el presente, es decir que esta medida financiera permitirá saber en el año cero el rendimiento máximo que tendrá la inversión. Para fines prácticos es necesario detallar la estructuración de la tasa de descuento, en donde se toman en cuenta la tasa pasiva (inversión propia), la tasa activa (recursos de terceros: banco), la inflación y el riesgo país, todos es datos son obtenidos a través de la página oficial del Banco Central del Ecuador.

(Banco Central del Ecuador, 2015):

$$i = t_p \text{ (recursos propios)} + t_a \text{ (recursos de terceros)} + \text{riesgo país} + \text{inflación}$$

$$i = 4,53\% \text{ (16\%)} + 8,17\% \text{ (84\%)} + 7,1 + 3,67\%$$

$$i = 23,80\%$$

4.3.5 Valor actual neto

El valor actual neto es el procedimiento que permite conocer los flujos de caja futuros en un determinado periodo de tiempo resultado de una inversión. Para esto se debe proyectar los saldos de ingresos y egresos en el periodo de vida útil de la empresa, es decir 5 años, del resultado obtenido de este procedimiento de determinar que si el van es menor a cero, no se aceptará el emprendimiento, caso contrario se lo aceptará.

Tabla 52
Valor Actual Neto

AÑOS	FLUJO EFECTIVO	FLUJO ACTUALIZADO
0	-17.130,86	-17.130,86
1	1.224,69	989,21
2	10.741,64	7.008,05
3	32.250,02	16.994,96
4	48.305,11	20.561,11
5	62.354,72	21.438,09
TOTAL		49.860,55

Fuente: Investigación propia
Realizado por: Pamela Gamboa

Como resultado de este cálculo es preciso destacar que el flujo total actualizado corresponde a un valor mayor a cero, estableciendo una situación favorable para el desarrollo de la creación de la empresa asociativa.

4.3.6 Tasa interna de retorno

La tasa interna de retorno (TIR) mide la rentabilidad de los recursos que se encuentran invertidos dentro de la creación de la empresa asociativa, es decir muestra cual sería la tasa de interés más alta en la cual el emprendimiento no registra pérdidas ni ganancias, como consecuencia de estos resultados es conveniente compararla con la tasa de descuento pues que si esta es menor que la tasa interna de retorno el emprendimiento es rentable.

Tabla 53
Tasa interna de retorno

CUADRO DE TASA INTERNA DE RETORNO	
AÑOS	FLUJO EFECTIVO
0	-17.130,86
1	1.224,69
2	10.741,64
3	32.250,02
4	48.305,11
5	62.354,72
TIR	81%

Realizado por: Pamela Gamboa

En este caso se tiene una TIR = 81 % que en comparación con la tasa interna de descuento (23,80 %) se puede concluir que es rentable.

4.3.7 Periodo de recuperación de la inversión

El período de recuperación de la inversión es el tiempo en el cual se recupera la inversión total del emprendimiento, tomando en cuenta los flujos resultantes de cada periodo de vida útil del emprendimiento.

Tabla 54
Período de recuperación de la inversión
**PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA
INVERSIÓN**

AÑOS	FLUJO EFECTIVO	FLUJO ACTUALIZADO	FLUJO ACUMULADO
0	-17.130,86	-17.130,86	-17.130,86
1	1.224,69	989,21	-16.141,65
2	10.741,64	7.008,05	-9.133,60
3	32.250,02	16.994,96	7.861,36
4	48.305,11	20.561,11	28.422,46
5	62.354,72	21.438,09	49.860,55

Realizado por: Pamela Gamboa

Para el análisis de la creación de la empresa asociativa exportadora de café tostado y molido la situación descrita por el cuadro anterior es altamente favorable ya que en tercer año de vida de la empresa se podrá recuperar el total de la inversión y a partir de dicho año se podrán obtener ganancias más altas.

CONCLUSIONES

- i. La recolección de información técnica sustentó la estructuración de la organización comunitaria, es decir la base teórica sirvió de base para delinear y conformar las directrices de la asociación comunitaria, dándole profundidad a la investigación.
- ii. El análisis situacional de las relaciones internacionales entre Ecuador y China reflejó las condiciones en las cuales se están llevando a cabo las transacciones comerciales entre estos dos países, dejando como evidencia la dependencia del país de los productos fabricados en China en su mayoría tecnología, en contraste con las exportaciones de Ecuador que se enfocan en materia prima dejando en números negativos la balanza comercial del país.
- iii. A través del estudio de mercado se pudo analizar cifras estadísticas con respecto a la importación de café por parte de China, evidenciando así el consumo del tipo tostado y molido, adicionalmente corroborando esta tendencia se obtuvo información adicional que describe la preferencia creciente de los habitantes de clase media de China por la bebida de café, lo que responde a un cambio cultural que obedece a la globalización y modernización de las culturas del mundo.
- iv. Con el estudio de comercio exterior se analizó la metodología mediante la cual se debe realizar el proceso de exportación del café tostado y molido, para lo cual se ha determinado términos como el INCOTERM, el mismo que corresponde a FOB (Franco a Bordo), además dentro del ámbito legal se establecen las condiciones en cuanto a documentación y permisos que el producto debe obtener para que pueda comercializarse en China, como principal requisito se

tiene al DAE o declaración aduanera para la exportación la misma que en cada envío detalla la cantidad que es enviada hacia el país de destino, es importante también mencionar el certificado fitosanitario que se debe obtener para garantizar la idoneidad del producto puesto que al tratarse de alimentos la calidad en cuanto a sabor y conservación son fundamentales.

- v. Mediante el desarrollo del estudio financiero se construyó el esquema económico con el cual la empresa asociativa. se desenvolverá desde el inicio de sus actividades productivas, esta síntesis es una de las más importantes de la investigación puesto que de los resultados de este se podrán tomar decisiones de inversión en base a los indicadores como el VAN el mismo que resulto ser positivo y es favorable para el emprendimiento, seguido la TIR determino la tasa a la cual se recuperar la inversión esta se acercó al 81%, porcentaje idóneo y cercano a la realidad económica del país, además el PRI estableció la recuperación total de la inversión en el tercer año de vida útil de la empresa, lo que conjuntamente consecuentemente definió al proyecto como viable.

RECOMENDACIONES

- i. La toma de información bibliográfica referente a parámetros técnicos sobre la estructuración de una asociación comunitaria debe ser tomada de libros, artículos e informes basados en investigaciones fidedignas para mejorar el contenido y autenticidad del presente estudio.
- ii. La estadística de comercio exterior utilizada para realizar análisis de exportaciones e importaciones debe estar actualizada para sustentar el comportamiento económico ya sea de China o Ecuador, esta información debe ser cotejada y extraída además de sitios web especializados donde cada una de sus fuentes provengan de instancias gubernamentales.
- iii. Es oportuno señalar en primera instancia que para obtener una mejor información con respecto al estudio de mercado, es preciso determinar la aceptación del producto a comercializar en China mediante una encuesta personalizada con el uso de medio electrónicos como redes sociales, esto permitirá conocer a ciencia cierta los gustos y preferencias de las personas del país de destino entorno al consumo de café tostado y molido, con esta información se podrá estructura un producto especializado en las necesidades de la población demandante.
- iv. El estudio de comercio exterior posee información que gira entorno a la exportación de productos generados en el país, por lo que deberá ser depurada y estructura en base a casos reales de exportación en donde se pone en práctica los procesos de exportación diariamente,

es decir se debe consultar con personas con un alto grado de experiencia en el comercio internacional.

- v. Para mejorar la interpretación del estudio financiero es pertinente realizar un análisis conglomerado de los costos e ingresos que la empresa tendrá una vez inicie sus actividades productivas, esto será útil para evaluar el flujo de efectivo que posteriormente se define como la rentabilidad de la empresa con la construcción de indicadores de inversión.

BIBLIOGRAFÍA

- Comercio Exterior Ecuador . (2012). *Comercio Exterior Ecuador* .
- Maquita Cushunchic . (2013). Obtenido de <http://www.maquita.com.ec/>
- Todo Comercio Exterior. (2013). *TodoComercio Exterior*. Obtenido de todocomercioexterior.com.ec/2011/07/proceso-exportaciones-ecuador.html
- Aprocane. (2013). *Asociación de Productores de Cacao de la Zona Norte de Esmeraldas*. Obtenido de <http://aprocane.org.ec/>
- Arango, M. (2006). *Manual de cooperativismo y economía solidaria* . Colombia: Universidad Cooperativa de Colombia.
- Asamblea Nacional del Ecuador . (11 de Mayo de 2011). *Asamblea Nacional del Ecuador* . Obtenido de <http://www.asambleanacional.gov.ec/documentos/publicaciones-leyes/ley-economia-popular-solidaria.pdf>
- Bce. (20 de Mayo de 2014). *Banco Central del Ecuador* . Recuperado el Mayo de 2014, de <http://www.bce.fin.ec/index.php/indicadores-economicos>
- Bce. (2015). Banco Central del Ecuador. Obtenido de http://contenido.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=inflacion
- Banco del Pichincha. (2015). Obtenido de <https://www.pichincha.com/portal/Banca-Microempresas/Pichincha-Productos/Creditos/Credito-para-su-negocio>
- Banco Nacional de Fomento. (2015). Obtenido de https://www.bnf.fin.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=370&Itemid=314&lang=es
- Belset S.A. (2014). *Belset Café*. Obtenido de <http://belcetsa.com/Contacts.html>
- Café Veléz . (2014). *Vélez Café de Altura*. Obtenido de http://www.cafevelez.com/nuestros_productos02.html
- Capeno, R. (29 de Octubre de 2013). Coordinadora Provincial del Instituto de Economía Popular y Solidaria. (R. Tarqui, Entrevistador)

- Care. (2012). *Fortalecimiento de capacidades de Organizaciones Comunitarias de Servicios de Agua y Saneamiento (OCSAS) en América Latina*. Quito - Ecuador: AVINA.
- Carvajal, A. (2011). *Apuntes sobre desarrollo comunitario*. España: EUMED
- China Tourist Maps. (2012). *Tianjin Xingang Port Map*. Obtenido de <http://www.chinatouristmaps.com/transportation/tianjin-transportation-map/tianjin-port-map.html>
- Cnn Expansión. (Septiembre de 2014). *Economía*. Obtenido de <http://www.cnnexpansion.com/economia/2013/01/10/exportaciones-de-china-aceleran-el-paso>
- Cnn Expansión. (2014). *Exportaciones de China aceleran el paso*. Obtenido de <http://www.cnnexpansion.com/economia/2013/01/10/exportaciones-de-china-aceleran-el-paso>
- Cofenac. (2012). *Sistema de desarrollo de los talentos en caficultura sostenible*. Obtenido de www.cofenac.org
- Coraggio, J. L. (2011). *Economía social y solidaria: El trabajo antes que el capital*. Quito-Ecuador: Abya-Yala.
- Cordtuch. (14 de Febrero de 2012). Recuperado el 25 de Julio de 2013, de Turismo Comunitario: http://www.cordtuch.org.ec/cms/index.php?option=com_content&view=article&id=48&Itemid=29
- Coremanaba S.A. (2013). *Coremanaba S.A.* Obtenido de <https://coremanaba.wordpress.com/>
- Corporación Financiera Nacional . (2015). Obtenido de http://www.cfn.fin.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=1722&Itemid
- Créditos Económicos . (2015). Obtenido de <http://www.creditoseconomicos.com/productos/item/catalogo/telefonía-convencional-y-celular/fax/fax/code/KXFG2451>
- Cuatrecasas, Gonçalves, & Pereira. (2014). *Negocios Internacionales*. Obtenido de <http://www.cuatrecasas.com/es/>

- Destino Café. (2013). *El café en China*. Obtenido de http://www.forumdelcafe.com/pdf/F-23_CafeChina.pdf
- Proecuador. Febrero de 2014). Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones. (Recuperado el 10 de Diciembre de 2014, de http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2014/07/PROEC_GC2014_CHINA.pdf
- Proecuador. (2013). Dirección de Inteligencia Comercial *Análisis Sectorial del Café*. Obtenido de http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2013/05/PROEC_AS2013_CAFE.pdf
- Ecuale. (2013). *Ecuador*. Obtenido de <http://www.ecuale.com/imbabura/>
- El Café C.A. (2014). *El café*. Obtenido de <http://www.cafeelcafe.com/vx/index.php>
- El Comercio. (12 de Septiembre de 2012). *Negocios*. Obtenido de <http://www.elcomercio.com.ec/actualidad/negocios/convenios-firmo-ecuador-china.html>
- El Telégrafo . (2013). *Economía*. Obtenido de <http://www.telegrafo.com.ec/economia/item/plan-busca-impulsar-el-cafe-quiteno.html>
- Embajada del Ecuador en la República de China. (2014). *Inversiones*. Obtenido de <http://www.ecuadorenchina.org.ec/comercio-e-inversion/inversiones>
- Fdg Computer. (2015). Obtenido de <http://fdgcomputertv.net/>
- Gobierno de la Provincia de Pichincha. (Agosto de 2012). *Plan de desarrollo y ordenamiento territorial de la parroquia nanegalito 2012-2025*. Obtenido de http://www.pichincha.gob.ec/phocadownload/leytransparencia/literal_k/ppot/dmq/ppdot_nanegalito.pdf
- Gobierno de la Provincia de Pichincha. (2013). Recuperado el Septiembre de 2014, de http://www.pichincha.gob.ec/phocadownload/apoyoproduccion/app_libro_4_pymesweb.pdf
- Grupo Empresarial Raúl Coka Barriga. (2015). Obtenido de <http://www.raulcoka.com/>

- Illy shop. (2015). *Café*. Obtenido de http://shop.illy.com/online/store/productos_espresso-molido_es
- Icex. (2013). Insituto Español de Comercio Exterior. Obtenido de <http://www.icex.es/icex/cma/contentTypes/common/records/mostrarDocumento/?doc=4276341>
- Proecuador. (2015). Instituto de Promociones de Exportaciones e Inversiones . Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2013/10/GuiaExportador.pdf>
- International Trade Centre. (29 de Octubre de 2013). *International Trade Centre*. Obtenido de http://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx
- La Hora . (20 de Enero de 2015). *País*. Obtenido de http://www.lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1101453861/-1/Ecuador_depends_de_los_pr%C3%A9stamos_chinos.html#.VMF210eG83s
- Ley de la economía popular y solidaria*. (2011). Ecuador.
- Ministerio de agricultura ganaderia y pesca presidencia de la nacion. (s.f.). *Consejería agrícola de argentina en la republica popular china*. Obtenido de <http://www.agrichina.org/view.aspx?cid=167&id=4>
- Magap. (2014). Ministerio de Agricultura, Ganaderia, Acucultura y Pesca. *Programas y Servicios*. Obtenido de <http://www.agricultura.gob.ec/>
- Ministerio de Comercio Exterior. (2013). *Balanza Comercial* . Obtenido de <https://www.comercioexterior.gob.ec/balanza-comercial/>
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo Colombia. (2013). *MinCIT*. Obtenido de <http://www.mincit.gov.co/publicaciones.php?id=10158>
- Ministerio de Industrias y Productividad . (2013). *Agenda para la transformación productiva* . Obtenido de [http://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/07/Agenda_Productiva\[1\].pdf](http://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/07/Agenda_Productiva[1].pdf)
- Organización Internacional del Café. (12 de Septiembre de 2013). *El café en China*. Obtenido de <http://dev.ico.org/documents/cy2012-13/icc-111-8c-study-china.pdf>
- Organización Mundial del Comercio. (14 de Abril de 2014). Obtenido de https://www.wto.org/spanish/news_s/pres14_s/pr721_s.htm

- Proecuador. (2013). *Análisis sectorial del café*. Obtenido de http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2013/05/PROEC_AS2013_CAFE.pdf
- Proecuador. (s.f.). *FOB*. Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec/exportadores/requisitos-para-exportar/incoterms/fob-franco-a-bordo/>
- Proecuador. (s.f.). *Guía del exportador*. Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec/pubs/guia-del-exportador/>
- Proecuador. (s.f.). *Requisitos para obtener certificado de origen*. Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec/pubs/requisitos-para-obtener-certificados-de-origen/>
- Promonegocios. (2012). *Promonegocios*. Obtenido de <http://www.promonegocios.net/precio/objetivos-precios.html>
- Proyecto desarrollo forestal campesino en los andes del Ecuador. (1988). *Producción y Comercialización de Hongos Secos de Pino*. Quito, Pichincha, Ecuador.
- Rubio, K. (2011). *Fortalecimiento de los grupos asociativos de comercialización de productos alternativos en Cotacachi*. Quito.
- Santander Trade. (2014). *China: Entorno Legal*. Obtenido de <https://es.santandertrade.com/establecerse-extranjero/china/entorno-legal>
- Senae. (Diciembre de 2012). Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. Para exportar. Quito, Pichincha, Ecuador.
- Sri. (2012). *Servicio de Rentas Internas*. Obtenido de [www.sri.gob.ec/...8643.../Inquietudes+EPS+y+SFPS+\(18-abr-12\).pdf](http://www.sri.gob.ec/...8643.../Inquietudes+EPS+y+SFPS+(18-abr-12).pdf)
- Solubles Instantaneos C.A. (2014). *Solubles Instantaneos*. Obtenido de http://www.solublesinstantaneos.com/web_esp.swf
- Trade Map. (Enero de 2015). *Comercio Exterior*. Obtenido de <http://www.trademap.org/Bilateral.aspx?nvpm=3|156||000||TOTAL|||2|1|1|1|1|1|1|1|>
- Universia. (2013). *Cultura China*. Recuperado el 2014, de <http://estudios-internacionales.universia.net/china/vivir/cultura.html>
- Universidad Nacional de Colombia. (2013). *Dirección Nacional de Innovación Académica*. Obtenido de <http://www.virtual.unal.edu.co/>

Valiente, T. (2010). *Lengua, cultura y educación en el Ecuador*. Ecuador: Co Ediciones.