



# **ESPE**

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS  
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA<sup>1</sup>

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

**CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN  
INTERNACIONAL**

**TESIS PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE  
INGENIERÍA EN COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN  
INTERNACIONAL**

**TEMA: “MODELO DE ASOCIATIVIDAD BASADO EN LA  
ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA PARA LOS PEQUEÑOS  
PRODUCTORES DE PUYANGO PROVINCIA DE LOJA CON  
VISIÓN EXPORTADORA DE CAFÉ GOURMET ORGÁNICO  
SOLUBLE”**

**AUTORES: GUERRA HERNANDEZ, JESSICA ESTEFANÍA  
TORRES CHAMBA, ANDREA ESTEFANÍA**

**DIRECTOR: MSC. ROMERO MONCAYO, EDGAR EFREN**

**CODIRECTOR: DR. REALPE VIZUETE, EDY FERNANDO**

**QUITO, JULIO 2015**

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS - ESPE  
INGENIERÍA EN COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN  
INTERNACIONAL

**CERTIFICADO**

*Msc. Edgar Romero y Dr. Edy Realpe*

**CERTIFICAN**

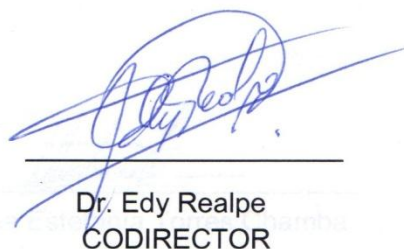
Que el trabajo titulado "*Modelo de asociatividad basado en la economía popular y solidaria para los pequeños productores de Puyango provincia de Loja con visión exportadora de café gourmet orgánico soluble*" realizado por Jessica Estefanía Guerra Hernández y Andrea Estefanía Torres Chamba, ha sido guiado y revisado periódicamente y cumple normas estatutarias establecidas por la ESPE, en el Reglamento de Estudiantes de la Universidad de las Fuerzas Armadas.

El mencionado trabajo consta de documento empastado y un disco compacto el cual contiene los archivos en formato portátil de Acrobat (pdf). Autorizan a Jessica Estefanía Guerra Hernández y Andrea Estefanía Torres Chamba que lo entreguen al Ing. Fabián Guayasamín, en su calidad de Director de la Carrera.

Quito, julio de 2015



Msc. Edgar Romero  
DIRECTOR



Dr. Edy Realpe  
CODIRECTOR

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS - ESPE  
INGENIERÍA EN COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN  
INTERNACIONAL

**CERTIFICADO**

**DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD**

*Jessica Estefanía Guerra Hernández y Andrea Estefanía Torres Chamba*

DECLARAMOS QUE:

El proyecto de grado denominado "*Modelo de asociatividad basado en la economía popular y solidaria para los pequeños productores de Puyango provincia de Loja con visión exportadora de café gourmet orgánico soluble*", ha sido desarrollado con base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros, conforme las citas que constan en el presente trabajo, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es nuestra autoría.

*En virtud de esta declaración, nos responsabilizamos del contenido, veracidad y alcance científico del proyecto de grado en mención.*

Quito, julio de 2015



Jessica Estefanía Guerra Hernández



Andrea Estefanía Torres Chamba

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS - ESPE  
INGENIERÍA EN COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN  
INTERNACIONAL

**AUTORIZACIÓN**

Nosotros, *Jessica Estefanía Guerra Hernández* y *Andrea Estefanía Torres Chamba*

Autorizamos a la Universidad de las Fuerzas Armadas – ESPE la publicación, en el repositorio digital de la Institución el trabajo titulado “*Modelo de asociatividad basado en la economía popular y solidaria para los pequeños productores de Puyango provincia de Loja con visión exportadora de café gourmet orgánico soluble*”, cuyo contenido, ideas y criterios son de nuestra exclusiva responsabilidad y autoría.

Quito, julio de 2015



\_\_\_\_\_  
Jessica Estefanía Guerra Hernández



\_\_\_\_\_  
Andrea Estefanía Torres Chamba

## **DEDICATORIA**

Dedicamos la presente tesis:

A Dios, por darnos la oportunidad cada día de ser mejores y mostrarnos su ayuda idónea en cada una de las etapas de nuestras vidas.

A nuestros padres, que con su amor y sacrificio día a día fueron el motor que nos impulsó a salir adelante.

A todas las personas que se involucraron dentro del proceso de la elaboración de este proyecto y tuvieron una palabra de motivación para nosotras.

**Las Autoras**

## **AGRADECIMIENTO**

Agradecemos a Dios por cada una de las bendiciones que derrama sobre nuestras vidas, pero sobre todo por la sabiduría que nos ha brindado a lo largo de nuestra etapa estudiantil.

Gracias a nuestros padres por el apoyo y esfuerzo que hicieron para aportar con su granito de arena y podamos el día de hoy alcanzar un logro más.

Agradecemos al Msc. Edgar Romero y al Dr. Edy Realpe por su guía en cada conocimiento impartido para el desarrollo del presente proyecto.

**Las Autoras**

## INDICE

CERTIFICADO .....	ii
DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD.....	iii
AUTORIZACIÓN.....	iv
DEDICATORIA .....	v
AGRADECIMIENTO .....	vi
ABSTRACT .....	xvii
CAPÍTULO I.....	1
1. GENERALIDADES Y TEORÍAS APLICATIVAS .....	1
1.1. Antecedentes .....	1
1.2. Situación histórica del café.....	2
1.2.1. Inicio de producción del café en el Ecuador.....	2
1.2.2. Comercialización .....	4
1.3. Situación Actual .....	6
1.3.1 Producción del café en la actualidad .....	7
1.3.2. Evolución del café y su industrialización .....	9
1.4. Marco Legal .....	11
1.4.1. Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones .....	11
1.4.2. Economía Popular y Solidaria.....	13
1.4.3. Plan Nacional del Buen Vivir.....	14
1.5. Asociatividad .....	16
1.5.1. Características de la Asociatividad .....	16
1.5.2. Tipos de Asociatividad.....	16
CAPÍTULO II.....	20
2. ESTUDIO DE MERCADO.....	20
2.1. Análisis de Producción del Café en el Ecuador .....	20
2.1.1. Productores por zona .....	23
2.2. Tipos de café en el Ecuador.....	25
2.3. Investigación de cantidad y precio comercializado del café .....	30
2.3.1. Análisis de cantidad vendida en el Ecuador.....	30
2.3.2. Análisis de precios del café en el Ecuador.....	31
2.4. Estudio de productores en Puyango provincia de Loja .....	36
2.4.1. Cantidad producida .....	38
2.4.2. Características del café producido en Puyango .....	40
2.4.3. Productores existentes de café orgánico en Puyango .....	41

2.4.4. Determinación de la demanda del café de Puyango .....	43
2.5. Principales exportadores de café del Ecuador.....	43
2.6. Mercado Internacional .....	45
2.6.1. Clasificación Arancelaria .....	46
2.6.2. Condición Comercial- Balanza Comercial.....	48
2.6.3. Estudio de los países demandantes del café del Ecuador .....	49
2.6.3. Competencia Internacional .....	53
2.6.5. Tamaño del mercado y su tendencia .....	55
2.6.6. Mercado Objetivo .....	56
CAPITULO III.....	58
ASOCIATIVIDAD .....	58
3.1. Definición .....	58
3.2. Implementación del Modelo Asociativo.....	59
3.2.1. Matriz FODA.....	60
3.2.2. Matriz De Evaluación Del Factor Interno (MEFI).....	61
3.2.3. Matriz de Evaluación de Factor Externo (MEFE) .....	63
3.2.4 Matriz de Factores Internos y Externos (IE).....	64
3.2.5 Matriz de Posición Estratégica y Evaluación de la Acción .....	66
3.2.6. Encuesta .....	69
3.2.3. Selección de los productores calificados .....	80
3.2.4. Constitución de la Asociación .....	80
3.3. Ciclo Operativo.....	82
3.3.1. Proceso de Producción y Aplicación de prácticas orgánicas en el cultivo	82
3.3.2. Proceso de industrialización .....	85
3.3.3. Aplicación de buenas prácticas de manufactura .....	91
3.3.4. Flujo de Comercialización.....	94
CAPITULO IV .....	97
COMERCIO EXTERIOR.....	97
4. Plan de Comercio Exterior.....	97
4.1. Certificaciones requeridas por la UE .....	98
4.1.1. Certificación Rainforest Alliance .....	98
4.1.2. Certificado Orgánico de la UE .....	100
4.1.3. Certificación de Comercio Justo .....	101
4.2. Registro de Comercio Exterior.....	101



4.2.1. Emisión Firma Electrónica .....	101
4.2.2. Registro de Exportador ECUAPASS.....	102
4.3. Incoterms .....	103
4.4. Documentos de Soporte y de Acompañamiento.....	105
4.5. Logística internacional.....	107
4.5.2. Cadena de valor .....	107
4.6. Proceso de empaque, envase y embalaje .....	110
4.7. Logística Nacional .....	112
4.8. Forma de pago .....	116
4.9. Cubicaje .....	116
CAPITULO V .....	119
EVALUACION FINANCIERA .....	119
5.1 Inversión y Financiamiento.....	119
5.1.1 Estado de Situación Inicial .....	119
5.2. Egresos.....	121
5.2.1 Costo de Materia Prima Proyectado .....	121
5.2.2 Gasto Sueldos .....	123
5.2.3 Resumen de Gastos.....	124
5.2.4 Depreciaciones y Amortizaciones.....	126
5.3. Ventas.....	126
5.3.1 Proyección de Ingresos .....	128
5.4 Plan de Inversión y Financiamiento.....	128
5.4.1 Tabla de Amortización.....	130
5.5 Estado de Resultados Proyectado .....	131
5.6 Flujo de efectivo .....	133
5.7 Balance general proyectado.....	135
5.8 Evaluación financiera .....	137
5.8.1 Tasa Mínima aceptable de Rendimiento (TMAR) .....	137
5.8.2 Valor Actual Neto (VAN).....	137
5.8.3 Tasa Interna de Retorno.....	138
5.8.4 Período de Recuperación de la Inversión .....	139
5.8.5 Relación Beneficio Costo.....	140
5.8.6 Relación Costo Beneficio.....	140
5.8.7 Punto de Equilibrio .....	141

CAPITULO VI .....	145
6. IMPACTO DEL MODELO ASOCIATIVO.....	145
6.1. Impacto Económico.....	145
6.1.1. Desarrollo de la Economía de los productores .....	145
6.2. Impacto Social.....	146
6.2. Impacto Ambiental.....	146
6.3.1. Influencia de la producción orgánica en el medio ambiente .....	146
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	148
BIBLIOGRAFÍA.....	150

## LISTA DE TABLAS

TABLA No 1. CANTIDAD VENDIDA POR AÑO .....	5
TABLA No 2. PRINCIPALES PROVINCIAS PRODUCTORAS DE CAFÉ.....	7
TABLA No 3. EXPORTACIONES DE CAFÉ DEL ECUADOR INDUSTRIALIZADO .....	9
TABLA No 4. CAFÉ PRODUCIDO POR PROVINCIAS .....	20
TABLA No 5. PRODUCCIÓN DE CAFÉ SEGÚN SU TIPO .....	21
TABLA No 6. PRODUCCIÓN TIPOS DE CAFÉ.....	22
TABLA No 7. CLASES DE CAFÉ POR ZONA.....	24
TABLA No 8. SUPERFICIE CAFETALERA DEL ECUADOR .....	25
TABLA No 9. CANTIDAD / PRECIO DE COMERCIALIZACIÓN .....	30
TABLA No 10. PRECIOS PAGADOS AL PRODUCTOR DE CAFÉ ROBUSTA .....	31
TABLA No 11. PRECIOS PAGADOS AL PRODUCTOR DE CAFÉ ARÁBIGO .....	32
TABLA No 12. PRECIO DE CAFÉ EN GRANO ROBUSTA US\$/KG .....	34
TABLA No 13. PRECIOS DE CAFÉ EN GRANO ARÁBIGA US\$/KG .....	35
TABLA No 14. PRODUCCIÓN DE CAFÉ DE PUYANGO 2011-2012.....	38
TABLA No 15. CANTIDAD DE CAFÉ PRODUCIDO EN EL AÑO 2014.....	39
TABLA No 16. PRODUCTORES DE CAFÉ ORGÁNICO "PROCAP".....	42
TABLA No 17. EXPORTACIONES DE CAFÉ EN GRANO POR EXPORTADOR AÑO 2013.....	44
TABLA No 18. BALANZA COMERCIAL / LOS DEMÁS 0901119000 .....	48
TABLA No 19. PRINCIPALES DESTINOS DE LAS EXPORTACIONES.....	49
TABLA No.20. PAÍSES IMPORTADORES DE CAFÉ/ LOS DEMÁS 0901119000.....	52
TABLA No 21. PAÍSES EXPORTADORES DE CAFÉ.....	54
TABLA No 22. PROYECCIÓN DE EXPORTACIONES 2014-2016.....	55
TABLA No 23. MATRIZ DE FACTORES INTERNOS.....	61
TABLA No 24. MATRIZ DE FACTORES EXTERNOS .....	63
TABLA No 25. MATRIZ IE .....	64
TABLA No 26. DIAGRAMA DE PROCESOS- RECEPCIÓN DEL PRODUCTO .....	87
TABLA No 27. DIAGRAMA DE PROCESOS- LIMPIEZA .....	88
TABLA No 28. DIAGRAMA DE PROCESOS- TOSTADO Y MOLIDO .....	89
TABLA No 29. DIAGRAMA DE PROCESOS- EXTRACCIÓN .....	90
TABLA No 30. DIAGRAMA DE PROCESOS- SECADO Y EMPACADO.....	91
TABLA No 31. MEDIDAS DE CONTAMINANTES AUTORIZADOS.....	112
TABLA No 32. ITINERARIO DE LOS BUQUES .....	114
TABLA No 33. INFORMACIÓN DE CUBICAJE.....	116
TABLA No 34. ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL .....	119
TABLA No 35. FINANCIAMIENTO .....	120
TABLA No 36. COSTOS MATERIA PRIMA DIRECTA .....	121
TABLA No 37. COSTO UNITARIO DE MPD ANUAL .....	122
TABLA No 38. COSTO DE MATERIA PRIMA POR CANTIDAD DE PRODUCTO.....	122
TABLA No 39. GASTOS SUELDOS .....	123
TABLA No 40. RESUMEN DE GASTOS PROYECTADO.....	124
TABLA No 41. CAPITAL DE TRABAJO.....	125
TABLA No 42. DEPRECIACIONES Y AMORTIZACIONES.....	126
TABLA No 43. DETALLE DE CANTIDAD DE FUNDAS 250 GR .....	127
TABLA No 44. PRECIO DEL PRODUCTO .....	127

TABLA NO 45. VENTAS MENSUALES Y ANUALES .....	128
TABLA NO 46. PROYECCIÓN DE INGRESOS EN DÓLARES.....	128
TABLA NO 47. INVERSIÓN .....	129
TABLA NO 48. FINANCIAMIENTO .....	129
TABLA NO 49. AMORTIZACIONES .....	130
TABLA NO 50. ESTADO DE RESULTADOS.....	131
TABLA NO 51. FLUJO DE EFECTIVO PROYECTADO .....	133
TABLA NO 52. BALANCE GENERAL.....	135
TABLA NO 53. TMAR.....	137
TABLA NO 54. VALOR ACTUAL NETO .....	138
TABLA NO 55. TASA INTERNA DE RETORNO .....	139
TABLA NO 56. PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN.....	139
TABLA NO 57. BENEFICIO/ COSTO .....	140
TABLA NO 58. DATOS PARA EL PUNTO DE EQUILIBRIO.....	141
TABLA NO 59. APALANCAMIENTO .....	143
TABLA NO 60. RENDIMIENTO SOBRE LA INVERSIÓN .....	143
TABLA NO 61. IMPACTO AMBIENTAL.....	147

## LISTA DE FIGURAS

FIGURA NO 1. CANTIDAD VENDIDA DE CAFÉ EN SACOS .....	5
FIGURA NO 2. PRODUCCIÓN DE CAFÉ .....	7
FIGURA NO 3. SIEMBRA Y COSECHA DEL CAFÉ 2007-2012 .....	8
FIGURA NO 4. EXPORTACIONES DE CAFÉ INDUSTRIALIZADO .....	10
FIGURA NO 5. PORCENTAJE DE PRODUCCIÓN DE CAFÉ POR PROVINCIA.....	21
FIGURA NO 6. HECTÁREAS DE PRODUCCIÓN DE CAFÉ NACIONAL .....	22
FIGURA NO 7. PORCENTAJE DE PRODUCCIÓN DE CAFÉ POR TIPO.....	22
FIGURA NO 8. UBICACIÓN DE ZONAS CAFETALERAS DEL ECUADOR .....	23
FIGURA NO 9. CANTIDAD VENDIDA EN TONELADAS.....	31
FIGURA NO 10. PRECIOS DE CAFÉ ROBUSTA PAGADOS AL PRODUCTOR.....	32
FIGURA NO 11. PRECIOS DE CAFÉ ARÁBIGO PAGADOS AL PRODUCTOR .....	33
FIGURA NO 12. PRECIOS INTERNACIONALES DE CAFÉ EN GRANO ROBUSTA .....	34
FIGURA NO 13. PRECIOS INTERNACIONALES DE CAFÉ EN GRANO ARÁBIGA .....	35
FIGURA NO 14. MAPA DE PUYANGO.....	36
FIGURA NO 15. PRODUCTORES DE CAFÉ DE PUYANGO POR PARROQUIA .....	37
FIGURA NO 16. PRODUCCIÓN DE CAFÉ DE PUYANGO 2011-2012 .....	39
FIGURA NO 17. CAFÉ DE PUYANGO .....	41
FIGURA NO 18. PRODUCTORES DE CAFÉ ORGÁNICO DE PUYANGO.....	43
FIGURA NO 19. EXPORTADORES DE CAFÉ EN GRANO.....	45
FIGURA NO 20. MATRIZ BCG DE EXPORTACIÓN DE PRODUCTOS .....	46
FIGURA NO 21. BALANZA COMERCIAL 2013.....	49
FIGURA NO 22. MATRIZ BCG DE PAÍSES DEMANDANTES .....	50
FIGURA NO 23. MATRIZ BCG IMPORTADORES DE CAFÉ .....	53
FIGURA NO 24. PARTICIPACIÓN DE LA COMPETENCIA.....	54
FIGURA NO 25. REPRESENTACIÓN GRÁFICA LINEAL .....	56
FIGURA NO 26. IMPORTADORES DE CAFÉ DESDE ECUADOR .....	57
FIGURA NO 27. MATRIZ IE .....	65
FIGURA NO 28. MATRIZ PEEA .....	67
FIGURA NO 29. ESTRATEGIAS-MATRIZ PEEA.....	68
FIGURA NO 30. NUMERO DE PRODUCTORES ENCUESTADOS.....	70
FIGURA NO 31. TIPO DE CAFÉ PRODUCIDO EN PUYANGO .....	71
FIGURA NO 32. CAMBIO DE PRODUCCIÓN.....	71
FIGURA NO 33. RAZONES PARA CAMBIAR A CAFÉ ORGÁNICO.....	72
FIGURA NO 34. CAMBIO DE CULTIVO.....	73
FIGURA NO 35. CALIDAD DE PRODUCCIÓN ORGÁNICA .....	73
FIGURA NO 36. CANTIDAD DE COSECHA .....	74
FIGURA NO 37. MAQUINARIA .....	74
FIGURA NO 38. PRODUCTORES QUE CUENTAN CON MAQUINARIA.....	75
FIGURA NO 39. COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO.....	75
FIGURA NO 40. PRINCIPALES AGENTES DE VENTA .....	76
FIGURA NO 41. CONFORMACIÓN DE UNA ORGANIZACIÓN CAFETALERA.....	76
FIGURA NO 42. NOMBRE DE LA ORGANIZACIÓN A LA QUE PERTENECÍA .....	77
FIGURA NO 43. RAZONES PARA NO CONFORMAR UNA ASOCIATIVIDAD .....	77
FIGURA NO 44. DISPOSICIÓN DE FORMAR PARTE DE UNA ASOCIATIVIDAD. ....	78

FIGURA NO 45. RAZONES POR LAS QUE SI FORMARÍA PARTE DE LA ASOCIATIVIDAD.....	78
FIGURA NO 46. RAZONES POR LAS QUE NO FORMARÍA PARTE DE LA ASOCIATIVIDAD ....	79
FIGURA NO 47. DISPOSICIÓN DE TRABAJAR EN UNA ASOCIATIVIDAD .....	79
FIGURA NO 48. RAZONES PORQUE FORMARÍA PARTE DE UNA ASOCIATIVIDAD.....	80
FIGURA NO 49. ORGANIGRAMA ASORCAF .....	81
FIGURA NO 50. RECEPCIÓN DEL CAFÉ .....	85
FIGURA NO 51. CONTROL DE CALIDAD.....	85
FIGURA NO 52. SELECCIÓN Y LIMPIEZA.....	86
FIGURA NO 53. TOSTADO Y MOLIDO .....	86
FIGURA NO 54. EXTRACCIÓN .....	86
FIGURA NO 55. FLUJO DE BPM.....	92
FIGURA NO 56. PROCESO DE OBTENCIÓN DEL CERTIFICADO DE BPM.....	94
FIGURA NO 57. FLUJO DE COMERCIALIZACIÓN .....	96
FIGURA NO 58. SELLO DE CERTIFICACIÓN RAINFOREST.....	98
FIGURA NO 59. EUROHOJA .....	100
FIGURA NO 60. TRANSFERENCIA DE RESPONSABILIDAD .....	104
FIGURA NO 61. CADENA DE VALOR .....	107
FIGURA NO 62. DERKAFFE.....	108
FIGURA NO 63. UBICACIÓN DE ASORCAF .....	109
FIGURA NO 64. CADENA DE VALOR ASORCAF .....	110
FIGURA NO 65. PRESENTACIÓN DE DER KAFFE 250 GR .....	111
FIGURA NO 66. RUTA DE ENVÍO DE CAFÉ.....	113
FIGURA NO 67 CUBICAJE .....	117
FIGURA NO 68. FLUJO DE EXPORTACIÓN .....	117
FIGURA NO 69. ESTADO DE RESULTADO.....	132
FIGURA NO 70. PUNTO DE EQUILIBRIO.....	141

**LISTA DE CUADROS**

CUADRO NO 1. CARACTERÍSTICAS DEL CAFÉ POR ZONAS .....	29
CUADRO NO 2. PRODUCTORES DE CAFÉ DE PUYANGO / SOLICITUD DE SEMILLA .....	37
CUADRO NO 3. CARACTERÍSTICAS DE CAFÉ ARÁBIGA PUYANGO .....	40
CUADRO NO 4. CLASIFICACIÓN ARANCELARIA .....	47
CUADRO NO 5. MATRIZ FODA .....	60
CUADRO NO 6. MATRIZ PEEA.....	66
CUADRO NO 7. REQUISITOS PARA REGISTRO DE FIRMA ELECTRÓNICA .....	101
CUADRO NO 8. REQUISITOS PARA EL REGISTRO DE EXPORTADOR .....	102
CUADRO NO 9. RESPONSABILIDADES Y OBLIGACIONES EN TÉRMINO FOB.....	104
CUADRO NO 10.DATOS AISV I .....	115
CUADRO NO 11.DATOS AISV II.....	115

## RESUMEN

El café es uno de los productos más comercializados a nivel mundial y se agrupa dentro de las exportaciones tradicionales, aportación considerable a la economía del Ecuador. Siendo Loja, una de la provincia productora de café arábigo de mejor calidad, que cuenta con una superficie total cafetalera de 29.345 hect. de las cuales 22.009 hect. son disponibles para la área de producción de café. En el cantón Puyango contamos con más de 200 productores de café que aun siguen comercializando su producto a través de intermediarios, por lo que se ve la necesidad de proponer un modelo asociativo que será representado por ASORCAF en la parroquia de Alamor con el fin de garantizar la sostenibilidad económica, con una mirada integral, mediante la fuerza de la organización, aplicando los saberes y las prácticas para transformar la producción agrícola de café pasiva en una producción agrícola de café agresiva, fuerte y competitiva, frente a mercados exportadores de este producto. Se determina como mercado objetivo para la exportación de nuestro producto a Alemania por ser considerado como un país de alto consumo de café orgánico y mayor poder adquisitivo. Por lo tanto la asociatividad es la opción más óptima para empezar a vender este producto al exterior cumpliendo con los requisitos necesarios para su libre comercialización.

### **PALABRAS CLAVES:**

- **ASOCIATIVIDAD**
- **LEY DE LA ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA**
- **MERCADO INTERNACIONAL**
- **COMERCIO EXTERIOR**
- **IMPACTO DE LA ASOCIATIVIDAD**



## **ABSTRACT**

Coffee is one of the most marketed products worldwide and is grouped within traditional exports considerable contribution to the economy of Ecuador. Making it one of the producers Loja province of better quality Arabica coffee, which has a total area of 29,345 hectare coffee, of which 22,009 hectare. They are available for coffee production area. In the canton Puyango we have more than 200 coffee growers that are still marketing their product through intermediaries, so is the need to propose an associative model which will be represented by ASORCAF in the parish of Alamor order to ensure economic sustainability, with a comprehensive view, by the strength of the organization, applying the knowledge and practices to transform agricultural production of coffee in a passive aggressive agricultural production, coffee strong and competitive versus export markets for this product. It is determined as a target market for our product export to Germany to be considered as a country of high consumption of organic coffee and greater purchasing power. Therefore the association is the optimal choice to start selling the product abroad in compliance with the requirements for self-marketing.

### **KEYWORDS:**

- **ASSOCIATIVITY**
- **LAW OF THE PEOPLE AND SOLIDARITY ECONOMY**
- **INTERNATIONAL MARKET**
- **FOREIGN TRADE**
- **IMPACT OF PARTNERSHIP**

## CAPÍTULO I

### 1. GENERALIDADES Y TEORÍAS APLICATIVAS

#### 1.1. Antecedentes

Las exigencias de la caficultura mundial cada vez son mayores, puesto que ahora la sociedad tiene conciencia medioambiental y la demanda de este producto exige cada día mejor calidad, por tanto es necesario conocer que nuestro país es uno de los países más conocidos por la excelencia en el café, debido a su ubicación geográfica, Ecuador es uno de los productores de los mejores cafés de América del Sur y uno de los más demandados en Europa. La diversidad de ecosistemas que tiene hace que los cultivos de café se den en todo el territorio. Las variedades principales que produce nuestro país es el arábigo lavado, el arábigo natural, el robusta y el industrializado, también conocido como soluble. De acuerdo a PROECUADOR en estos últimos 5 años los destinos de las exportaciones de café han sido: Colombia, Alemania, Polonia y Rusia.

Como menciona PROECUADOR, la superficie plantada de café es de 64.08% de la producción en la región costa, siendo éste el mayor centro cafetalero; se reconoce que Manabí tiene el 20% de la producción de la costa, en la sierra con 19.7% y en la región oriental con el 16.2%.

En estos últimos años se ha venido generando nuevas técnicas de producción una de ellas y la más tratada a nivel mundial es la del café orgánico, es así que Estados Unidos y Europa tienen esta tendencia, por ésta razón existe más demanda de productos orgánicos, y siendo el café uno de los más apetecidos y una de las bebidas más tomadas a nivel mundial la exigencia es mayor, por tanto en Ecuador se promueve el sector agrícola en el área de café orgánico que ha generado más expectativas en los pequeños productores, quienes están interesados en la producción sin sustancias químicas artificiales, y como nuestro país tiene gran variedad de siembra de café en las diferentes regiones es apto para adaptar dichos

sembríos puesto que se requiere mayor humedad y sombra de árboles de mayor altura.

## **1.2. Situación histórica del café**

La historia del café empieza en el siglo XV, se dice que en Etiopía se originó el descubrimiento de las plantaciones del mismo, y los árabes lo adoptaron como bebida; su nombre se deriva del árabe “kahawh”, “kawa”, o “gawah”, que su traducción es como “algo que sabe amargo”, dichas raíces da lugar a la palabra “café” en español.

Quienes llevaron el café a la comercialización por primera vez fueron los árabes quienes conocían el procedimiento desde la cosecha hasta el molido y como hacer la bebida; fueron ellos los que sacaron provecho, puesto que fue considerado como un secreto, es así que descubrieron la posibilidad económica que les daba a través de los beneficios que tiene el café

El café se internacionalizó, llegó a Europa por primera vez y se convirtió en una de las bebidas favoritas, en Italia llegó en 1645 por el comerciante Veneciano Pietro que conoció al café en uno de sus viajes; Inglaterra conoció de ésta bebida en 1650.

Los vendedores viajaban de un lugar a otro es así que llevaron la bebida a su país de residencia y el café poco a poco obtuvo posicionamiento internacional y reconocimiento mundial.

### **1.2.1. Inicio de producción del café en el Ecuador**

El café es uno de los productos más demandados a nivel mundial; llega a nuestro país en los años 1800, es en este año donde se empieza con la caficultura; en el año 1830 se empezó a producir una variedad típica de café arábigo en Manabí; en los años 50 la especie robusta alcanzó gran extensión en zonas tropicales húmedas de la Costa ecuatoriana. A inicio del siglo XX fue el comienzo para el primer ingreso de divisas para el país, otra época que marcó la historia por la óptima acogida que tuvo el café fue durante las décadas de los 70 y 80, pero decayó con la ruptura del Acuerdo Internacional del café en 1989, el mismo que trajo consigo la anarquía en la

producción, que promovió una sobreoferta, el deterioro de la calidad y la caída de precios a nivel mundial.

En los años 90 hubo demanda de mejor café, esto se dio por la reacción de aquellos de mala calidad y dichos demandantes exigían un nivel superior al que antes se comercializaba, puesto que ya tenían conciencia social y medioambiental o la combinación de ambas, por diversas razones nacieron nuevos mercados como el de los “café especiales”, siendo esta una oportunidad para los caficultores, dichos productores supieron aprovechar esta ventaja, que hasta la actualidad sigue haciendo tendencia, ahora se producen diferentes clases de “café especiales” que son escogidos por mercados internacionales selectos. En los últimos diez años se produce en gran cantidad el café gourmet, uno de los más apetecidos por el mercado europeo, café bajo sombra amigable con las aves, el café comercio justo y el café orgánico

En 20 de las 24 provincias del Ecuador existen áreas cafetaleras, lo que demuestra la importancia socioeconómica de dicho sector, en 1903 hubo un declive de este producto y disminuyó la producción, lo que dos años más tarde recuperó la parte productiva y comercial.

Tomando en cuenta las medidas que se debía tomar para mejorar la producción y comercialización, surge la ASOCIACIÓN NACIONAL DE EXPORTADORES DE CAFÉ, ANECAFE (1983) la misma que “es una entidad jurídica reconocida por el estado ecuatoriano” teniendo como objetivo, dar apoyo al sector cafetalero para que puedan desarrollar las exportaciones y enviar al exterior un producto de calidad, con esta asociación se impulsó en gran cantidad las exportaciones, conociendo que en 1985 se exportaron 1'810.000 sacos, en 1995 las exportaciones decayeron a 1'080.000 sacos.

De acuerdo a la distribución geográfica de Ecuador el café se encuentra en las siguientes regiones: en la costa con 112.000 ha, en la sierra 62.000 ha, en la región amazónica 55.000 ha y en Galápagos 1.000 ha cafetaleras, con la cantidad de siembra de café en todas las regiones nuestro país es

considerado como uno de los 14 entre 70 que cuenta con una producción mixta cafetalera, beneficio que nos lleva a dar a conocer al mercado internacional diferentes tipos de cafés como: el arábigo (*Coffea arábica*) y robusta (*Coffea canephora*), conocidos así comercialmente, de esta clasificación ya se derivan los cafés especiales.

Las plantaciones del café arábigo van desde los 800 hasta los 2.500 metros de altura (msnm), cabe mencionar que es mejor la producción de este si se encuentra entre los 1.000 y 2.000 msnm, en un clima templado, con un suelo ricos en nutrientes y estaciones moderadas; el café arábigo tiene un nivel de cafeína del 1% al 1.5% e inferiores a estos.

Las plantaciones del café robusta se pueden encontrar en niveles de altitud menor a 1.000 msnm, donde los nutrientes del suelo son pobres y las precipitaciones abundantes y frecuentes, éste se da en un clima caliente y húmedo, esta clase de producción es que promueve el reciclaje de materia orgánica; el café robusta cuenta con un nivel de cafeína del 3%, lo que existe una diferencia del 50% del café arábigo.

### **1.2.2. Comercialización**

La caficultura en el siglo XVIII registra las primeras exportaciones realizadas a Perú en la época colonial.

A inicios del siglo XIX el café no era consumido diariamente ya que era considera una bebida de lujo para Europa y Estados Unidos. En 1820 se logra la expansión de la demanda de café como consecuencia de la revolución industrial. Los países de Gran Bretaña, Francia, Alemania y Europa también se suman al consumo pero en menores escalas a un ritmo más lento ya que su competencia creciente era el té. En este periodo Ecuador se mantuvo estancado a pesar de que los precios en el mercado internacional eran muy atractivos, la estructura de producción de café aun no era satisfactoria tomando en cuenta que la cadena de valor era precaria en esa época.

Tabla No 1.

## Cantidad Vendida por año

Año	Cantidad /Sacos 60kg c/u
1935	208.000
1950-1960	337.000-552.000
1970	1'000.000
1982	1'280.000

Fuente: ANECAFE

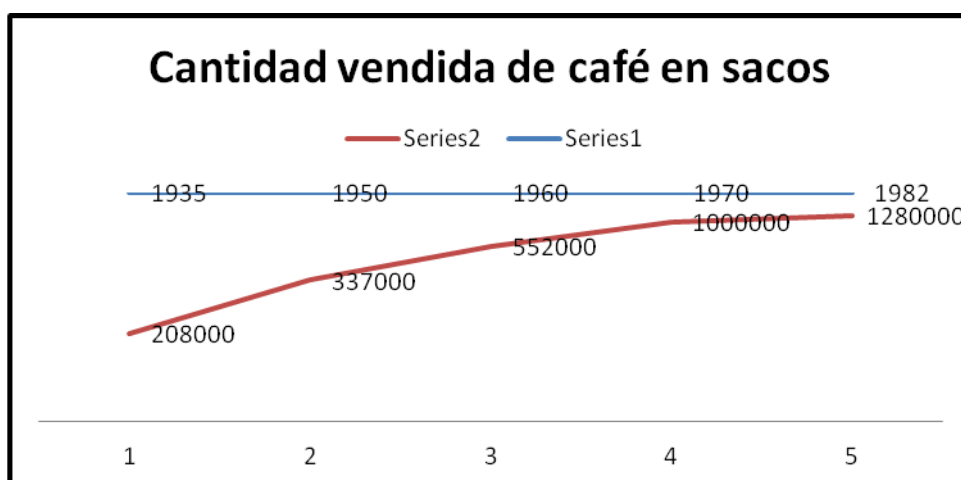


Figura No 1. Cantidad vendida de café en sacos

Fuente: ANECAFE

En la tabla N°1 y figura N°1 se muestra la cantidad vendida de café en sacos, la que es satisfactoria teniendo un crecimiento a lo largo del tiempo.

En 1986 el café es el primer producto de exportación nacional no petrolero registrando la cifra más alta en ingreso de divisas dividiéndose de la siguiente manera: 299 millones por café en grano y 29 millones por café industrializado con un total de 328 millones de dólares.

A partir de 1970 en Ecuador se observa un cambio importante en la estructura de producción y se exportaba 100% de café arábigo, a pesar de

esto los productores no superaron el bajo rendimiento de café por hectárea, en 1995 se comercializa casi el 50% de café robusta.

Para 1999 hasta el 2004 el sector atraviesa una caída de precios a nivel mundial por lo que los caficultores se ven afectados en los precios pagados en el mercado interno, siendo las ganancias obtenidas por debajo de los \$50 lo que conlleva a que los caficultores se dediquen a otro tipo de actividades agrícolas para sustentarse económicamente.

A pesar de la problemática de éste sector, nuestro país cuenta con principales compradores como son: Alemania, México, Polonia, Inglaterra y Estados Unidos, el café es comercializado en grano y procesado.

### **1.3. Situación Actual**

El café en el proceso de producción, industrialización y comercialización se enfoca en tres aspectos: social, económico y ambiental. En el ámbito social genera una interacción dinámica de todos los agentes de la cadena de valor como productores, industriales, transportistas entre otros. En lo económico los ingresos de divisas al país aumentan y se crean nuevas plazas de trabajo para los productores, para finalizar se menciona el ámbito ambiental con el manejo de tecnologías amigables con el medioambiente resguardando el hábitat de flora y fauna.

En la actualidad el sector cafetalero se ve afectado por dos factores fundamentales, poca cobertura en el mercado interno y la amenaza del hongo de la Roya para lo cual el gobierno ha implementado un Proyecto de Reactivación de la Caficultura que tiene como objetivo renovar 135 mil hectáreas con todos los tipos de café, implantando estrategias tecnológicas con material vegetal y kits de fungicidas para crear una cultura para el manejo integral en las plantaciones.

Este proyecto abarca entrega de la planta, capacitación, financiamiento para los productores de las distintas regiones del país dedicadas al cultivo de café. La idea es aumentar la oferta exportable tomando en cuenta las

estrategias planteadas aumenta la productividad y la mejora de la calidad de vida de los productores.

### 1.3.1 Producción del café en la actualidad



**Figura No 2. Producción de café**  
Fuente: COFENAC

Como muestra la figura No 2, el café es cosechado por muchas familias ecuatorianas siendo este el sustento económico, es así que se considera un producto básico dentro de la economía mundial existiendo una amplia variedad que se comercializa internacionalmente.

Ecuador produce café arábigo y robusta en las diferentes provincias como a continuación se presenta en la tabla No 2:

**Tabla No 2.**

#### Principales provincias productoras de café

CAFÉ ARABIGO		CAFÉ ROBUSTA	
PROVINCIA	PORCENTAJE (%)	PROVINCIA	PORCENTAJE (%)
MANABÍ	51.36	ORELLANA	31.83
LOJA	21.51	SUCUMBÍOS	27.56
EL ORO	7.13	ESMERALDAS	10.09
ZAMORA	4.65	LOS RÍOS	10.52
CHINCHIPE			
GUAYAS	4.65	NAPO	7.63

Continúa →

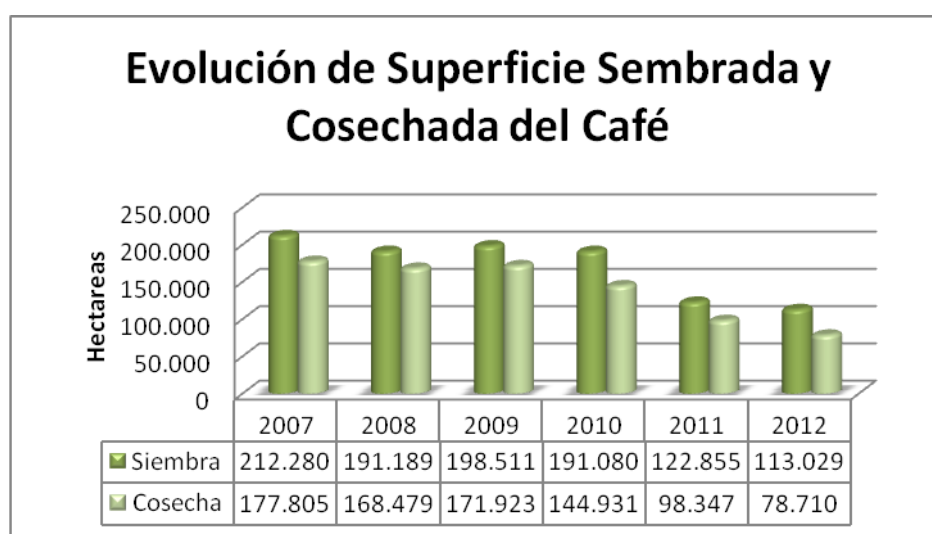


BOLÍVAR	2.50	SANTO DOMINGO	4.21
GALÁPAGOS	0.80	BOLÍVAR	4.10
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>		<b>100</b>

**Fuente:** Ministerio de Agricultura, Acuacultura y Pesca MAGAP

**Adaptado por:** Las autoras

De acuerdo a las estadísticas de Sistema de Información Nacional de MAGAP (SINAGAP) desde el 2007 hasta el 2009 se incrementa notablemente la superficie de hectáreas sembradas de café con un total de 198.511 hect., tomando en cuenta que en los siguientes tres años la producción va decreciendo de manera acelerada pasando del 2010 con 191.08 a 113.029 en el 2012. Datos que se ven reflejados con más exactitud en las hectáreas cosechadas como lo muestra en la figura N°3, que se presenta a continuación.



**Figura No 3. Siembra y cosecha del café 2007-2012**

**Fuente:** Ministerio de Agricultura, Acuacultura y Pesca MAGAP

El decrecimiento de la producción es debido a las limitaciones que se presentan en el sector cafetalero, como lo es el inadecuado manejo del suelo por el uso de prácticas tradicionales de bajo rendimiento, además de la falta de créditos financieros para la obtención de los recursos necesarios para la óptima producción, lo que lleva a la fragilidad de los precios del café al momento de su comercialización, otro punto a considerar es que el 10% del café se destina al consumo interno y el 90% a la exportación a pesar de

estos porcentajes la mayoría de veces son insuficientes viéndose obligadas a las empresas a importar de los países vecinos como Colombia.

### 1.3.2. Evolución del café y su industrialización

El café ha evolucionado en todos sus aspectos, en características, calidad y mejora en la producción; de acuerdo a la COFENAC (2013), en el informe presentado en el mismo año menciona “Las exportaciones de café industrializado son las que registran un crecimiento sostenido; pues, en 1998 se exportaron 408.058 sacos de 60 kilos y en el 2012 fue de 1.096.538 sacos. En el período 2000 – 2012, se estima un crecimiento promedio anual de las exportaciones de café industrializado del 10,8 por ciento.

En cuanto al café robusta, se evidencia una reducción progresiva de las exportaciones, entre 1998 y el 2004, y solo se recupera en los años 2005 (277.725 sacos de 60 kilos) y 2006 (230.092 sacos de 60 kilos), volviendo a bajar en el 2007 (95.625 sacos de 60 kilos) y en el 2008 (65.245 sacos de 60 kilos). En el 2009 se reporta un repunte en la exportación de café robusta de 300.015 sacos de 60 kilos. En el 2010 se reportó la exportación de 210.903 sacos de 60 kilos de café robusta, en el 2011 se reportaron 407.078 sacos de 60 kilos, mientras que en el 2012 se exportaron 359.312 sacos de 60 kilos de café robusta.”

La industrialización del café ha dado un giro económico para las empresas que se dedican a esta actividad, es así como podemos ver en la siguiente tabla N°3 y grafico N°4 las exportaciones por país en sacos de 60 kilos.

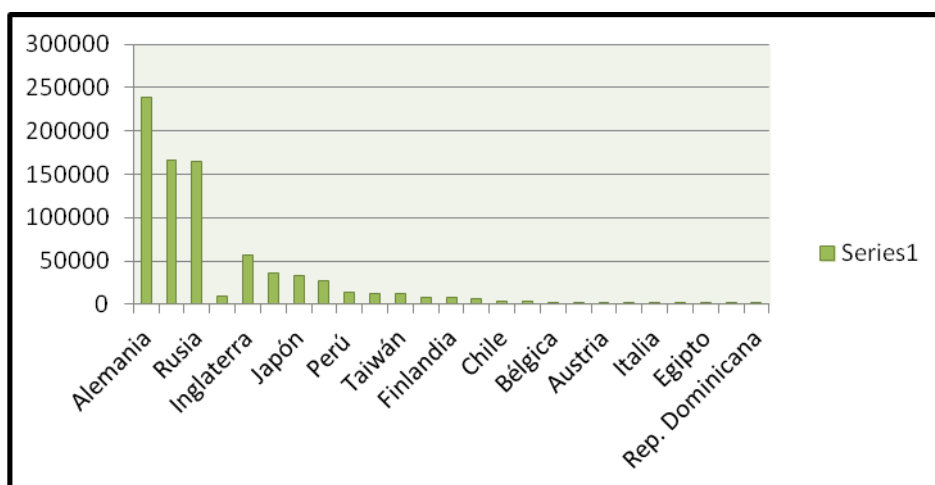
**Tabla No 3. Exportaciones de café del Ecuador industrializado. 2010 (Sacos 60 kg)**

País de Destino	Café Industrializado	
	Sacos	Dólares
Alemania	239.141	30665.988
Polonia	165.592	27563.040
Rusia	165.100	22401.455
USA	9.749	1184.976

Continúa 

Inglaterra	56.179	6236.089
Holanda	36.207	4133.778
Japón	32.357	5563.631
Turquía	26.780	3673.704
Perú	13.556	3293.515
México	11.785	1108.654
Taiwán	11.760	1383.123
Siria	8.387	654.275
Finlandia	8.199	1273.339
Singapore	7.046	807.634
Chile	2.869	383.320
Francia	2.899	394.551
Bélgica	1.803	264.832
España	296	54.169
Austria	1.300	129.750
Malasia	1.583	170.334
Italia	1.520	245.838
Ucrania	566	84.956
Egipto	566	80.388
China	333	60.713
Rep. Dominicana	9	1.682

**Fuente:** Consejo Cafetalero Nacional  
**Adaptado por:** Las autoras



**Figura No 4. Exportaciones de café Industrializado**  
**Fuente:** Consejo Cafetalero Nacional

Como se ve reflejado en el cuadro anterior la mayor exportación de este sector es hacia Alemania con una venta en cantidad de 239141 sacos de 60 kilos en el año 2010.

#### **1.4. Marco Legal**

##### **1.4.1. Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones**

El Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (2010), en el artículo 1, establece que “Se rigen por la presente normativa todas las personas naturales y jurídicas y demás formas asociativas que desarrollen una actividad productiva, en cualquier parte del territorio nacional.

El ámbito de esta normativa abarcará en su aplicación el proceso productivo en su conjunto, desde el aprovechamiento de los factores de producción, la transformación productiva, la distribución y el intercambio comercial, el consumo, el aprovechamiento de las externalidades positivas y políticas que desincentiven las externalidades negativas. Así también impulsará toda la actividad productiva a nivel nacional, en todos sus niveles de desarrollo y a los actores de la economía popular y solidaria; así como la producción de bienes y servicios realizada por las diversas formas de organización de la producción en la economía, reconocidas en la Constitución de la República. De igual manera, se regirá por los principios que permitan una articulación internacional estratégica, a través de la política comercial, incluyendo sus instrumentos de aplicación y aquellos que facilitan el comercio exterior, a través de un régimen aduanero moderno transparente y eficiente.”

Tomando en cuenta que el COPCI norma la legalidad de las transacciones de comercio exterior y regular el proceso productivo, nos regiremos al mismo basándonos en diversos artículos para dicha aplicación.

Es importante mencionar que en el COPCI (2010), en el artículo 4, tomaremos en cuenta los siguientes fines:

a. Transformar la Matriz Productiva, para que esta sea de mayor valor agregado, potenciadora de servicios, basada en el conocimiento y la innovación; así como ambientalmente sostenible y eco eficiente;

d. Generar trabajo y empleo de calidad y dignos, que contribuyan a valorar todas las formas de trabajo y cumplan con los derechos laborales;

e. Generar un sistema integral para la innovación y el emprendimiento, para que la ciencia y tecnología potencien el cambio de la matriz productiva; y para contribuir a la construcción de una sociedad de propietarios, productores y emprendedores;

h. Regular la inversión productiva en sectores estratégicos de la economía, de acuerdo al Plan Nacional de Desarrollo;

l. Impulsar el desarrollo productivo en zonas de menor desarrollo económico;

m. Establecer los principios e instrumentos fundamentales de la articulación internacional de la política comercial de Ecuador;

n. Potenciar la sustitución estratégica de importaciones;

o. Fomentar y diversificar las exportaciones;

p. Facilitar las operaciones de comercio exterior;

q. Promover las actividades de la economía popular, solidaria y comunitaria, así como la inserción y promoción de su oferta productiva estratégicamente en el mundo, de conformidad con la Constitución y la ley;

s. Impulsar los mecanismos que posibiliten un comercio justo y un mercado transparente;

El cambio de la matriz productiva que se efectúa normalmente en nuestro país ha dado un giro, y busca mejoras económicas en conjunto, reduciendo la vulnerabilidad de los sectores económicos; por tanto es importante regirnos bajo los fines mencionados en el COPCI, puesto que los productores de Puyango no solo crecen en producción sino en

transformación del café, dando paso a la industrialización, con miras a ser exportadores de un café reconocido a nivel mundial.

Los fines antes mencionados son las directrices y especificaciones para enfocar la asociatividad en zonas de menor desarrollo económico con potencial de productividad, buscando demanda internacional.

Tomando en cuenta que el café de Puyango provincia de Loja, estará enfocado a un mercado internacional, es necesario mencionar que en el COPCI (2010), en el artículo 154, establece que la “Exportación definitiva.- Es el régimen aduanero que permite la salida definitiva de mercancías en libre circulación, fuera del territorio aduanero comunitario o a una Zona Especial de Desarrollo Económico ubicada dentro del territorio aduanero ecuatoriano, con sujeción a las disposiciones establecidas en el presente Código y en las demás normas aplicables.”

El régimen de Exportación definitiva o conocido como régimen 40, será el cuál aplicaremos para la exportación del café, puesto que no tendrá transformación en el exterior y tampoco será reimportado, sino será vendido al exterior de forma definitiva.

#### **1.4.2. Economía Popular y Solidaria**

La Ley Orgánica De Economía Popular y Solidaria Del Sistema Financiero (2011), en el artículo 1, establece que “se entiende por economía popular y Solidaria a la forma de organización económica, donde sus integrantes, individual o colectivamente, organizan y desarrollan procesos de producción, intercambio, comercialización, financiamiento y consumo de bienes y servicios, para satisfacer necesidades y generar ingresos, basadas en relaciones de solidaridad, cooperación y reciprocidad, privilegiando al trabajo y al ser humano como sujeto y fin de su actividad, orientada al buen vivir, en armonía con la naturaleza, por sobre la apropiación, el lucro y la acumulación de capital.”

Dado a conocer que la Economía Popular y Solidaria impulsa el desarrollo productivo y el capital humano, es necesario reconocer que es

una estrategia para crear nuevas fuentes de trabajo a través de la asociatividad, que ayuda no solo a la parte económica de pequeños productores también a mejorar la calidad de vida humana, dando así mayor posibilidad de crecimiento para la pequeña comercialización de productos que no se acogen a un precio justo, pues el mercado no se abastece ni en producción ni en financiamiento. Por tanto ésta ley se encamina a la mejora de grupos de trabajo en su forma de organización así sea individualmente; es lo necesario para dar un paso hacia la creación de nuevos productos y así diversificar los mercados.

La Ley Orgánica De Economía Popular y Solidaria Del Sistema Financiero (2011), en el artículo 8, menciona que las “Formas de Organización.- Para efectos de la presente Ley, integran la Economía Popular y Solidaria las organizaciones conformadas en los Sectores Comunitarios, Asociativos y Cooperativistas, así como también las Unidades Económicas Populares.”

Por tanto el modelo asociativo de los pequeños productores de café de Puyango estará regido bajo ésta ley, buscando un beneficio en conjunto y equitativo para todos quienes la conformen, así también se tomará en cuenta todas las instituciones públicas que otorguen permisos y registros para el procedimiento de las asociatividades.

Siendo Puyango una provincia que por su espacio geográfico es favorecido en la producción cafetalera, es así que este sector cuenta con pequeños productores de café, los que se pueden acoger a ésta ley, trabajando para el bien común y desarrollando una economía integral y sostenible, dando paso al crecimiento no solo económico financiero, sino también al buen vivir de cada uno de ellos.

#### **1.4.3. Plan Nacional del Buen Vivir**

El Plan Nacional del Buen Vivir como su nombre lo indica es el que conlleva a mejorar la vida social y ambiental, pues no solo busca crecer económicamente, sino cómo vivir bien en un ambiente sano y natural; con el fin de conocer el enfoque que tiene el mismo, el Plan Nacional del Buen

Vivir (2013) menciona “El Buen Vivir es nuestro horizonte. Ofrece alternativas para construir una sociedad más justa, en la que el centro de la acción pública sea el ser humano y la vida. Supera los límites de las visiones convencionales de desarrollo que lo conciben como un proceso lineal, de etapas históricas sucesivas, que reducen el concepto a una noción exclusiva de crecimiento económico” (p. 22).

Basándonos en que el ser humano es el capital más valioso de una sociedad, y del crecimiento productivo económico, es así que se toma en cuenta a los pequeños productores cafetaleros de Puyango, buscando impulsar a través de un modelo asociativo el crecimiento de vida en todos sus ámbitos, y los valores comunitarios basados en la equidad social de quienes lo conforman; la producción rica de café que tiene éste sector es que lo hace un punto de partida para comenzar con la industrialización, siendo un producto libre de químicos acogiendo a la necesidad del mercado y buscando armonía con la naturaleza, produciendo un café orgánico de alta calidad.

La oportunidad de gobierno que presenta a través del Plan del Buen Vivir, es regirnos bajo objetivos que nos permitan tener un desarrollo óptimo anhelado en lo productivo y económico, con dicho crecimiento el estilo de vida de los productores mejorará notablemente, por tanto el modelo asociativo de los pequeños productores de café de Puyango hará referencia al siguiente objetivo: Impulsar la transformación de la matriz productiva; en el Plan Nacional del Buen Vivir (2013) menciona “El compromiso del Gobierno de la Revolución Ciudadana es construir una sociedad democrática, equitativa y solidaria. La incorporación de conocimiento, la acción organizada de un sistema económico y la transformación en las estructuras productivas que promuevan la sustitución de importaciones y la diversificación productiva, permitirán revertir los procesos concentradores y excluyentes del régimen de acumulación actual” (p. 292). En este objetivo nos basaremos como una referencia en el cambio de la matriz productiva, puesto que se busca una transformación del café, convirtiendo el mismo en café soluble.



## **1.5. Asociatividad**

### **1.5.1. Características de la Asociatividad**

La asociatividad considerada como una herramienta que permite la organización de productores y su participación no solo en los mercados internos sino también en mercados internacionales con productos atractivos y de calidad, basados en un comercio justo que contribuya a mejorar el bienestar de sus comunidades.

- Las características que delimitan la asociatividad son:
- La asociatividad mantiene la autonomía en su totalidad enfocada al desarrollo sustentable.
- Independencia jurídica de los participantes.
- Las alianzas estratégicas que se generan son de incorporación voluntaria y van acoplándose de acuerdo a las necesidades y recursos poseídos por las empresas y los productores. Cabe mencionar que al iniciar un proceso de asociatividad se deben cumplir ciertos requisitos que son viables para un funcionamiento adecuado de la misma, como lo es un proyecto común, compromiso mutuo, objetivos comunes y riesgos compartidos sin abandonar la independencia de cada uno de los participantes, esto permitirá alcanzar beneficios que son difíciles de alcanzar individualmente.

### **1.5.2. Tipos de Asociatividad**

La necesidad de expansión de las pequeñas empresas en mercados internacionales hace que surja la idea de asociarse con otras empresas para alcanzar los objetivos que individualmente son inalcanzables y se lo puede lograr con este nuevo concepto de asociatividad, sin embargo los nuevos aportes acerca de esto se inician en 1920 desarrollados por Alfred Marshall en su obra principal "Principios de la economía", Becattini (2004, p.11) cita a Marshall (1890) al definir que " determinadas ventajas de la división del trabajo solo se pueden obtener en las fábricas muy grandes, pero que muchas, más de las que puedan parecer a simple vista, se pueden obtener

de pequeñas fábricas y talleres, con tal de que exista un número muy elevado con la misma actividad.

La fabricación de un producto, a menudo, se compone de varios estadios distintos, cada uno de los cuales tiene reservado un espacio separado en la fábrica; sin embargo, si el volumen global de la producción es muy elevado puede resultar conveniente destinar por separado pequeñas fábricas en cada fase. Si hay muchas fábricas, grandes y pequeñas, todas dedicadas al mismo proceso productivo, surgirán industrias auxiliares para satisfacer necesidades particulares".

Según Marshall en 1957 menciona la forma en que las empresas deben dirigir los negocios:

“Todos o una parte de los accionistas que asumen los riesgos de un negocio trabajan en el mismo. Los empleados, contribuyan o no al capital material del negocio, tienen una participación en sus beneficios y voz y voto en las juntas generales en que se establecen las normas fundamentales de la política a seguir y se eligen a los que han de llevarla a efecto. De esta forma son, en cierto modo, patronos y jefes de sus propios gerentes y capataces; tienen suficientes medios para juzgar si la organización del negocio se realiza honrada y eficientemente, y poseen las mejores oportunidades posibles para observar cualquier negligencia o falta de competencia en la administración”. (p. 255).

A continuación se menciona a los tipos de asociatividad

### **CLUSTER**

De acuerdo a la ONUDI los define como “concentraciones sectoriales geográficas de empresas que producen y venden una serie de artículos similares entre sí o complementarios y, por tanto, se enfrentan con problemas y oportunidades comunes”.

Otra definición de cluster de acuerdo a la CEPAL en el 2005 menciona que: “aglomeración productiva que se caracterizaba por el desempeño

sobresaliente de un grupo de empresas reunidas en un lugar dado y ocupadas en una determinada asociatividad” (p.54).

En la práctica las empresas persiguen un solo fin como lo es el desarrollo de la innovación en los mercados globales para ser más competitivos y es aquí donde los clúster generan un diálogo eficaz entre las empresas, proveedores, autoridades entre otros para alcanzar la internalización.

### **DISTRITOS INDUSTRIALES**

Según San Martín (2008), en Italia empieza los distritos industriales a finales de la década de los 80, y se concluye como una agrupación de micro, pequeñas, y medianas empresas sectorialmente agrupadas de manera espontánea de acuerdo a su geografía y cultura que tienen como influencia el bienestar de sus regiones para alcanzar mejores índices de competitividad y calidad de vida de sus productores. En los distritos industriales se puede ir desarrollando mejoras de infraestructura, aprendizaje colectivo, fomenta la construcción de una visión compartida. Además cabe mencionar a López Cerdán (1999) que señala que el incremento social en la apertura de empleo aumenta considerablemente ya que posibilita la contratación de capital humano cualificado.

### **REDES DE EMPRESA**

La ONUDI define en el 2003 a las redes como “un grupo de empresas que cooperan en un proyecto conjunto de desarrollo complementándose entre sí y especializándose para superar los problemas comunes, conseguir eficiencia colectiva y obtener una penetración de mercado mayor que la lograda por sí solas” (p.7)

Por su parte autores como López Cerdán define a las redes de empresa como “una alianza estratégica entre un grupo limitado y claramente definido de empresas independientes, que colaboran para alcanzar objetivos

comunes de mediano y largo plazo, orientados hacia el desarrollo de la competitividad de los distintos participantes” (p.22)

Se puede establecer las diferencias entre los tipos de asociatividad antes mencionadas, por ejemplo se constituyen con un número más limitado de empresas que los distritos industriales, dando la oportunidad de identificar las empresas que lo componen, además las empresas deben pertenecer a un mismo territorio, no excluyendo a ninguna empresa por el tipo de mercado en el que opera creando una estrategia colectiva que permite la resolución de problemas en conjunto.

## CAPÍTULO II

### 2. ESTUDIO DE MERCADO

#### 2.1. Análisis de Producción del Café en el Ecuador

Siendo el café uno de los productos más importantes para la exportación ecuatoriana, tenemos que mencionar que es demandado en el exterior a gran escala, por esa razón que se cotiza en la bolsa de valores de Londres (Robusta) y nueva York (Arábica).

Ecuador tiene producción de todo tipo de café, lo que hace que sea uno de los pocos y mejores por diversificación, contando con: arábigo lavado, arábigo natural y robusta. Por su ubicación geográfica el café se produce en la Costa, Sierra y Amazonía, llegando a producirse en Galápagos; el café es catalogado como uno de los mejores en América del Sur y el más demandado en Estados Unidos y Europa.

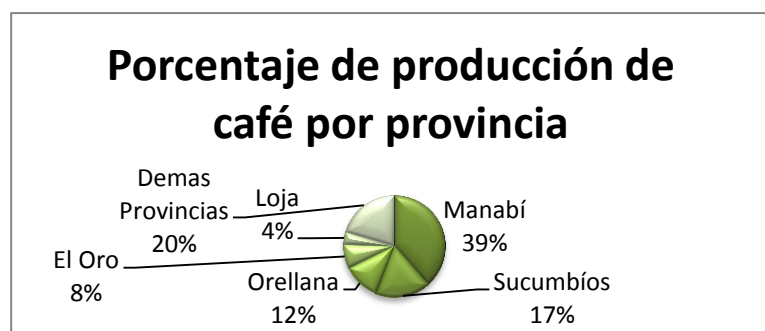
El café se produce según la estacionalidad de la región; a continuación se presenta los porcentajes de producción por provincia en la tabla N°4:

**Tabla No 4.**

#### **Café producido por provincias**

Provincias	Porcentajes producidos
<b>Manabí</b>	38,6
<b>Sucumbíos</b>	17,36
<b>Orellana</b>	11,89
<b>El Oro</b>	7,67
<b>Loja</b>	4,01
<b>Demás Provincias</b>	20,47
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>

**Fuente:** PRO ECUADOR Abril 2013



**Figura No 5. Porcentaje de producción de café por provincia**  
**Fuente:** Dirección de Inteligencia Comercial / PRO ECUADOR  
 Abril 2013

Como se puede apreciar en la figura N°5, la provincia de Manabí es la que mayor producción de café tiene en el Ecuador con un 38.6%, seguido por Sucumbíos con el 17.36%, y la provincia que tiene menos producción pero no menor demanda es Loja con el 4.01%, la misma que cuenta con variedad de café producido y calidad reconocida a nivel mundial.

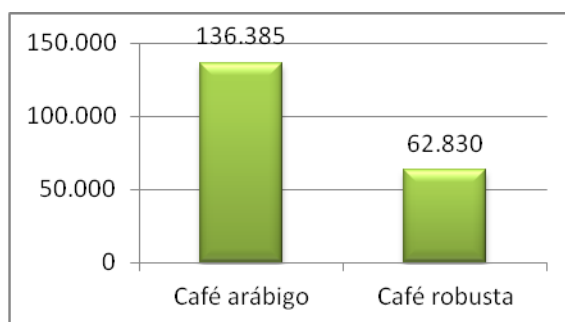
De acuerdo a un estudio realizado por (COFENAC, 2012), se menciona la situación de la caficultura que se refleja en las estadísticas de la tabla N°5 y figura N°6 a continuación:

#### **Tabla No 5.**

##### **Producción de café según su tipo**

Área	Hectáreas
<b>Café arábigo</b>	136.385
<b>Café robusta</b>	62.830
<b>Total áreas producidas</b>	199.215

**Fuente:** COFENAC (2012)



**Figura No 6. Hectáreas de producción de café nacional**  
**Fuente:** Consejo Cafetalero Nacional COFENAC (2012)

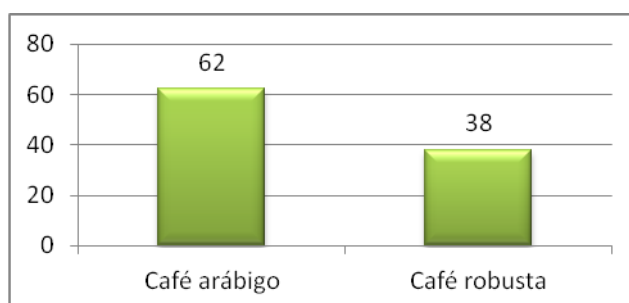
En la tabla N°5 y figura N°6, se puede observar el área de los dos tipos de café que se produce en el Ecuador: café arábigo 136.385 ha y del café robusta 62.830 ha, siendo el café arábigo con más hectáreas producidas.

#### Tabla No 6.

#### Producción tipos de café

PRODUCCIÓN	PORCENTAJES
CAFÉ ARÁBIGO	62
CAFÉ ROBUSTA	38
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>

**Fuente:** COFENAC (2012)



**Figura No 7. Porcentaje de producción de café por tipo**  
**Fuente:** Consejo Cafetalero Nacional COFENAC (2012)

En la tabla N°6 y figura 7, de la producción por tipo de café muestra, que hay más producción de café arábigo con un 62%, y lo restante es la producción de café robusta.

En un estudio realizado por (COFENAC, 2012), menciona que la producción nacional del Ecuador en el 2012 fue de 650.000 sacos de 60 kilos, así también da a conocer que las unidades de producción cafetalera son 105.000 ha, y el área cosechada a nivel nacional es de 149.411 ha.

### 2.1.1. Productores por zona

El café arábigo y el café robusta se encuentran distribuidas en las cuatro regiones del Ecuador.

A continuación en el mapa se ubica los sectores cafetaleros.



**Figura No 8. Ubicación de zonas cafetaleras del Ecuador**  
Fuente: Boletín Café marzo-2014

Como se ve en la figura 8, se presenta diferentes zonas cafetaleras; las que cuentan con producción de café arábigo de altura son: Loja, El Oro, y Zamora, y la zona que produce café arábigo de baja altura es Manabí; el Oriente maneja la producción de café robusta.



Tabla No 7.

## Clases de café por zona

Clases de café	Zonas	
<b>Arábigo Lavado</b>	Loja	
	Zamora	
	Chinchipe	
	Manabí	
	El Oro	
	Imbabura	
	Carchi	
	Galápagos	
	<b>Arábigo Natural</b>	Loja
		Manabí
Zamora		
Chinchipe		
El Oro		
Imbabura		
<b>Robusta</b>	Carchi	
	Galápagos	
	Sucumbíos	
	Orellana	
	Napo	
	Pichincha	
<b>Industrializado Soluble</b>	Los Ríos	
	Guayas	
	Guayas	
	Manabí	

**Fuente:** PRO ECUADOR (2013)

En la tabla No.7, indica que 14 zonas producen café arábigo lavado y natural, 6 cuentan con café robusta, y dos zonas con el café industrializado soluble el mismo que da un nuevo enfoque de comercialización.

Tabla No 8.

## Superficie cafetalera del Ecuador y área en producción efectiva 2012

Provincias	Café Arábigo		Café Robusta		Área Cafetalera Nacional	
	Área en producción	%	Área en Producción	%	Área en Producción total	%
<b>Datos en Hectáreas</b>						
Esmeraldas	675	1	4.759	10	5.434	4
Manabí	52.538	51	0	0	52.538	35
Santa Elena	1.350	1	0	0	1.350	1
Guayas	4.766	5	319	1	5.085	3
Los Ríos	2.640	3	4.958	11	7.598	5
El Oro	7.298	7	0	0	7.298	5
Carchi	146	0	0	0	146	0
Imbabura	225	0	0	0	225	0
Pichincha	638	1	975	2	1.613	1
Santo Domingo	0	0	1.988	4	1.988	1
Cotopaxi	750	1	600	1	1.350	1
Bolívar	2.558	3	1.935	4	4.493	3
Chimborazo	488	0	0	0	488	0
Cañar	203	0	0	0	203	0
Azuay	173	0	0	0	173	0
Loja	22.009	22	0	0	22.009	15
Sucumbíos	0	0	12.990	28	12.990	9
Orellana	0	0	15.000	32	15.000	10
Napo	0	0	3.600	8	3600	2
Pastaza	30	0	0	0	30	0
Morona Santiago	218	0	90	0	308	0
Zamora Chinchipe	4.763	5	0	0	4.763	3
Galápagos	825	1	0	0	825	1
<b>Total</b>	<b>102.293</b>	<b>100</b>	<b>47.214</b>	<b>100</b>	<b>149.507</b>	<b>100</b>

**Fuente:** COFENAC

La tabla No.8 da a conocer la producción en ha de cada provincia, la misma que muestra que no toda la superficie plantada es la producida, el café arábigo y robusta produce el 75% de la plantación total.

## 2.2. Tipos de café en el Ecuador

Ecuador tiene gran capacidad productora de café, es conocido en el mundo como uno de los exportadores de todas las variedades de café.

Los tipos de café que se producen en el Ecuador son arábigos y robustos.

**Café arábigo:** Este café se originó en Etiopía, es uno de los más producidos a nivel mundial, este café se caracteriza por tener variedades, las mismas que se diferencian por crecer en diferentes suelos, a diferentes altitudes y en distintos climas, así también están sujetas a diferentes influencias, entre estas están: típica, bourbon, java, criollo entre otras.

El arábigo crece en alturas desde 800 a 2000 msnm y su cultivo se desarrolla en plantaciones; el café arábigo tiene el nivel de cafeína del 1% al 1.5% hasta menos.

Dentro del café arábigo existen dos clasificaciones generales como:

**Café arábigo lavada.-** Este se caracteriza por tener grandes granos, de forma elíptica de color verde azulada, al tostar desarrolla su volumen, este se produce fundamentalmente en países de Centroamérica y este africanos.

**Café arábigo no lavado.-** Este se caracteriza por ser granos ovalados, de color verde amarillo y tiene un olor a hierba verde, con sabores variados de acuerdo a la región de cultivo.

**Café robusta:** Este café es una de las especies de la variedad de la especie canephora, dado que obtuvo importancia a nivel mundial; el canephora se identifica como robusta, así también cuenta con diversas variedades como: Comilón, Kouilloi, Niaouli, Uganda, entre otras.

Este café es más fuerte e inmune a la plaga de hongos por tanto nace el nombre de robusta, no así con el café arábigo, este café tiene sus cultivos en zonas bajas y secas, y es fácil su producción económica, por tanto se conoce que un tercio del café del mundo es robusta. Son cafés con mayor contenido de cafeína del 2% al 4%, tiene un grano de color amarillento y con olor a paja seca. El tueste es normal con un fuerte aroma y da lugar a

un café fuerte, es de gran cuerpo, de color oscuro y de un sabor fuerte. Café que es tratado normalmente en seco, ya que tiene posiblemente la presencia de tierra en las hendiduras así como otros defectos en el fruto.

El Ecuador ha desarrollado su producción cafetalera debido a la demanda mundial, ampliando la oferta en cafés especiales, Duicela et al. (2004) describe que “un café especial es aquel producto que se distingue de los demás por sus características especiales que le dan mayor valor agregado como: sus particulares características de taza, las zonas agroecológicas donde se cultiva, la tecnología de producción y procesamiento que se emplea, su aporte en la conservación de la biodiversidad y los principios solidarios que garantizan un precio justo para el caficultor”.

Dentro de los cafés especiales están:

**Café gourmet:** Es conocido como un café fino, suave, con un aroma, sabor y acidez excelente, de mediano cuerpo, el mismo que se obtiene de una producción adecuada, manejada apropiadamente en su plantación y el procesamiento de post-cosecha, por vía húmeda.

Este café es calificado por las empresas importadoras, las mismas que se basan en calidad física y organoléptica de la bebida. A nivel mundial se comercializa dos tipos de café orgánico gourmet y el no gourmet.

**Café orgánico:** Este se obtiene en base a estándares de producción de procesamiento orgánico internacional, el que se utiliza un manejo racional de recursos naturales sin utilizar productos químicos, y ayuda a mantener la fertilidad del suelo, además la producción de este tiene el enfoque de proteger la salud humana y promover los sistemas sostenibles de producción.

El café orgánico es demandado por exigentes mercados de café de calidad, este también puede ser gourmet, bajo sombra o café de mercado justo.

**Café bajo sombra:** se llama así a un café orgánico y como su nombre lo indica es con bajo sombra biodiversa, es amigable con las aves; este cafetal tiene que ser manejado con sistemas agroforestales de alta biodiversidad florística, con al menos diez especies de árboles, el dosel (copa superior del árbol) principal debe tener como mínimo 12 metros de altura.

**Café de mercado justo:** este se caracteriza por la forma de organización de los pequeños productores, buscando el desarrollo social y condiciones óptimas para el trabajo; FAIRTRADE (2011), menciona que “el comercio justo es una relación comercial, basada en el diálogo, la transparencia, y el respeto mutuo, que busca una mayor igualdad en el comercio internacional”.

**Café de origen:** se lo conoce por ser producidos en una localidad o región de valor histórico y social así como guarda historia o una leyenda, dentro de estos podemos mencionar el café de la Amazonía, de Galápagos o de Vilcabamba.

**Café de conservación:** es el que está orientado a contribuir al medio ambiente, se ha posicionado en el mercado dentro del grupo de los cafés especiales siendo parte de los cafés amigables con el medio ambiente, contribuyendo a la preservación de la biodiversidad. El café de conservación es desarrollado bajo estándares de calidad acordados entre productores e importadores, este puede obtener una certificación de café orgánico.

**Cafés sociales/ étnicos:** Se lo conoce así por su nombre llamado social o étnico, tomando como base los criterios culturales de los pequeños productores en el proceso de producción del café.

**Cafés saborizados:** son cafés elaborados e industrializados compuestos con diferentes ingredientes y formas de preparación, para que se ajuste a las necesidades del mercado.

**Cafés descafeinados:** a nivel que avanza la tecnología, se desarrolla la producción cafetalera junto con esta, la misma que ha buscado la manera de reducir el nivel de cafeína del producto industrializado sin eliminar la esencia del café y el aroma.

Nuestro país cuenta con variedad de café de acuerdo a zonas como se ve en el cuadro No.1.

### Cuadro No 1.

#### Características del café por zonas

Provincias	Tipo de café	Características
Oro, Manabí, Loja, Guayas y Zamora Chinchipe	Arábigo Lavado	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Son de color verde azulados</li> <li>• Desarrolla volumen al momento del tostado</li> <li>• Son aquellos que recibieron el proceso de beneficio húmedo y seco</li> </ul>
Loja, Manabí, El Oro, Los Ríos y Guayas	Arábigo Natural	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Son de color verde amarillento</li> <li>• Tienen un olor a hierba verde</li> <li>• Son aquellos que fueron dejados a secar junto con la pulpa, y luego</li> <li>• Recibieron el beneficio seco</li> </ul>
Pichincha, Orellana, Sucumbíos, Guayas, Los Ríos y Napó	Robusta	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se produce en zonas bajas y secas</li> <li>• El cafeto es más resistente a las plagas</li> <li>• Es más económico que el arábigo por su fácil producción</li> <li>• Tiene un grano de color amarillento y con olor a paja seca</li> </ul>

**Fuente:** Charrier (1.985), e Instituto Brasileiro do Café (1.981)

### 2.3. Investigación de cantidad y precio comercializado del café

Para el análisis de precios con los que se comercializa, se ha tomado en cuenta la subpartida 0901.11.90.00 “Los demás cafés sin tostar, sin descafeinar”.

**Tabla No 9.**

#### **Cantidad / Precio de Comercialización**

	2011	2012	2013
<b>Precio Ecuador x Quintal</b>	\$163.51	\$141.48	\$98.94
<b>Toneladas</b>	35433.47	28118.32	12037.77
<b>FOB</b>	\$116749.06	\$74983.62	\$28042.12
<b>Precio x Quintal FOB</b>	\$329,48	\$266.67	\$232.95

**Fuente:** Banco Central del Ecuador

En la tabla No 9, se observa lo que se pagó al productor, siendo los siguientes: \$163,51 dólares por quintal y se vendió al exterior a \$329,48 dólares, para el 2012 el precio del café por quintal disminuye a \$141,48 dólares precio pagado al productor y se cancela el quintal en el exterior a \$266,67 dólares, para el 2013 existe otra disminución de precio por quintal al productor en 98,94 y se paga el mismo quintal en el exterior \$232,95 dólares.

#### **2.3.1. Análisis de cantidad vendida en el Ecuador**

De acuerdo con las estadísticas del Banco Central de Ecuador en el 2011 el Ecuador exporta 35.433,47 TM, en el 2012 presenta una baja 28.118,32 TM, para el 2013 se mantiene un decrecimiento a 12.037,77 TM, esto debido a que el café ecuatoriano atraviesa por la eliminación de la plaga de la roya que afecto a más del 50 a 80% de las plantaciones en el Ecuador como se detalla en la figura N°9.



**Figura 9. Cantidad vendida en toneladas**  
Fuente: Banco Central del Ecuador

### 2.3.2. Análisis de precios del café en el Ecuador

Los precios de café manejados desde el año 2011-2014 se dan a conocer en la tabla No.10 y grafico No.10.

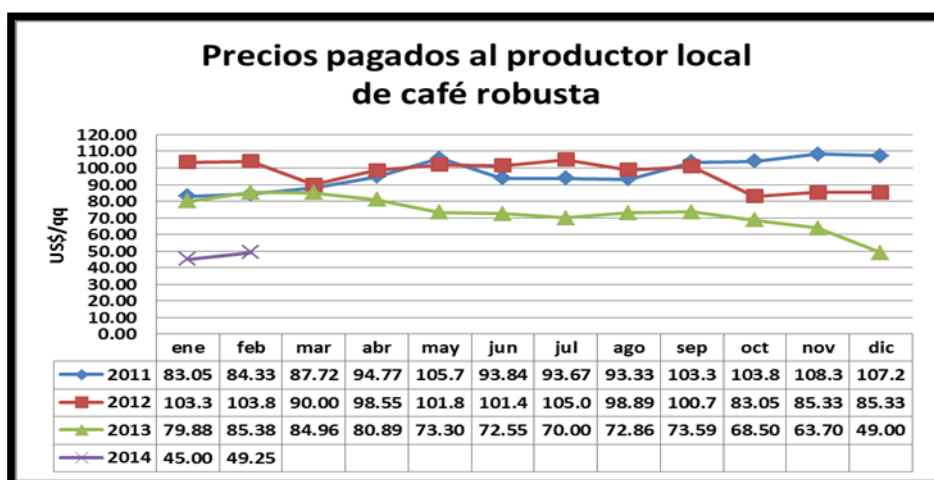
**Tabla No 10.**

**Precios pagados al productor de café robusta USD qq de café pilado (2011-Feb 2014).**

Meses/Años	2011	2012	2013	2014
Enero	83.05	103.33	79.88	45.00
Febrero	84.33	103.89	85.38	49.25
Marzo	87.72	90.00	84.96	
Abril	94.77	98.55	80.89	
Mayo	105.77	101.89	73.30	
Junio	93.84	101.44	72.55	
Julio	93.67	105.05	70.00	
Agosto	93.33	98.89	72.86	
Septiembre	103.33	100.77	73.59	
Octubre	103.89	83.05	68.50	
Noviembre	108.33	85.33	63.70	
Diciembre	107.22	85.33	49.00	
<b>Promedio</b>	<b>96.60</b>	<b>96.46</b>	<b>72.88</b>	

Fuente: División Técnica COFENAC





**Figura No 10. Precios de café robusta pagados al productor**  
Fuente: División Técnica COFENAC

Los precios pagados al productor son más rentables ya que en la bolsa de valores de New York su cotización en valor es más alta, para el 2011 el quintal de café pilado llego a un precio promedio de 230 dólares, a diferencia del periodo del 2012 al 2013 en el que los precios tuvieron una baja de 187, 125 dólares correspondientemente, adicional se obtuvo los datos hasta agosto del 2014 en el que el precio pagado al productor por este tipo de café llego a 116 dólares. Y se demuestra en tabla No 11 y grafico No 11.

**Tabla No 11.**

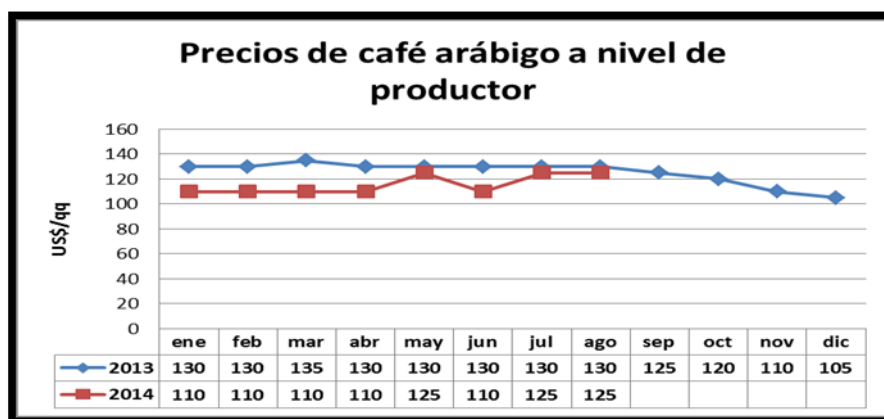
**Precios pagados al productor de café arábigo USD qq de café pilado**

Meses/Años	2011	2012	2013	2014
Enero	185	250	130	110
Febrero	190	230	130	110
Marzo	200	200	135	110
Abril	200	178	130	110
Mayo	240	160	130	125
Junio	250	160	130	110
Julio	250	170	130	125
Agosto	250	170	130	125
Septiembre	250	180	125	-
Octubre	250	180	120	-
Noviembre	250	180	110	-

Continúa →

<b>Diciembre</b>	250	180	105	-
<b>Promedio</b>	<b>230</b>	<b>187</b>	<b>125</b>	<b>116</b>

**Fuente:** División Técnica COFENAC



**Figura No 11. Precios de café arábigo pagados al productor**  
Fuente: División Técnica COFENAC

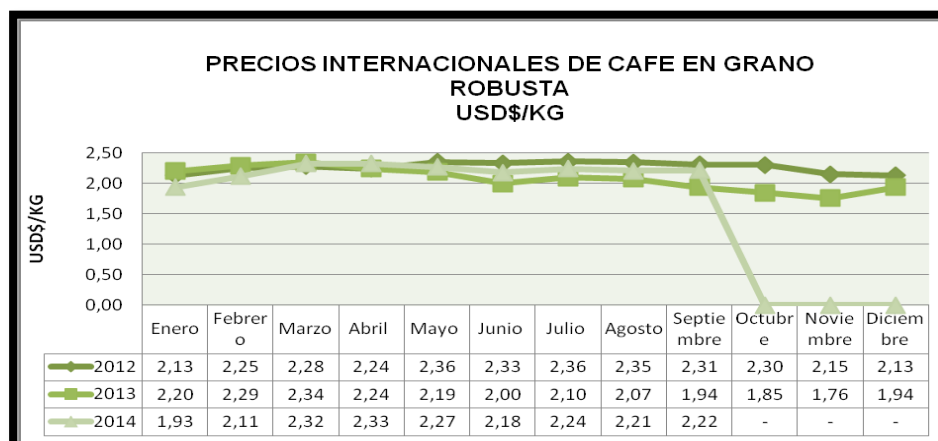
### 2.3.2.1. Análisis de precios de café comercializados internacionalmente

Cuando hablamos de precios en bolsa, el café arábigo se cotiza en el mercado de Nueva York por saco de 60 Kg. de acuerdo con las estadísticas obtenidas el precio promedio del kg en el 2012 es de 4,11 dólares en el 2013 con 3,08 dólares y en el estimado de Enero a Septiembre 2014 es de 3,26 dólares el kg y de café robusta se cotiza en la bolsa de Londres, para el 2012 cierra con un valor aproximado de 2,27 dólares el kg, en el 2013 con 2,08 dólares y para el 2013 un aproximado de 1.65 dólares, se debe tomar en cuenta que este es un periodo incompleto. En la tabla No 12 y No 13 se indica los precios por tipo de café en grano robusta y arábigo con su correspondiente a la figura No 12 y figura No 13 correspondientemente se puede ver con más detalle.

**Tabla No 12. Precio de café en grano robusta US\$/kg**

MES	2012	2013	2014
Enero	2,13	2,20	1,93
Febrero	2,25	2,29	2,11
Marzo	2,28	2,34	2,32
Abril	2,24	2,24	2,33
Mayo	2,36	2,19	2,27
Junio	2,33	2,00	2,18
Julio	2,36	2,10	2,24
Agosto	2,35	2,07	2,21
Septiembre	2,31	1,94	2,22
Octubre	2,30	1,85	-
Noviembre	2,15	1,76	-
Diciembre	2,13	1,94	-

**Fuente:** World Bank Commodity Price Data



**Figura No 12. Precios internacionales de café en grano robusta**  
**Fuente:** World Bank Commodity Price Data (The Pink Sheet)

Tabla No 13.

## Precios de café en grano arábica US\$/kg

MES	2012	2013	2014
Enero	5,23	3,47	2,93
Febrero	4,94	3,30	3,83
Marzo	4,44	3,30	4,72
Abril	4,22	3,30	4,93
Mayo	4,07	3,24	4,72
Junio	3,72	3,05	4,36
Julio	4,20	3,05	4,34
Agosto	3,85	2,98	4,70
Septiembre	3,95	2,92	4,64
Octubre	3,82	2,84	-
Noviembre	3,53	2,69	-
Diciembre	3,37	2,78	-

Fuente: World Bank Commodity Price Data

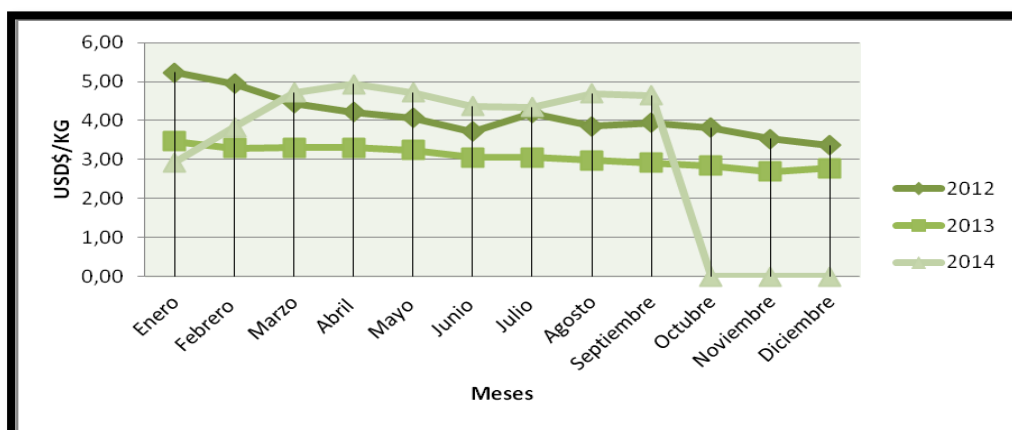
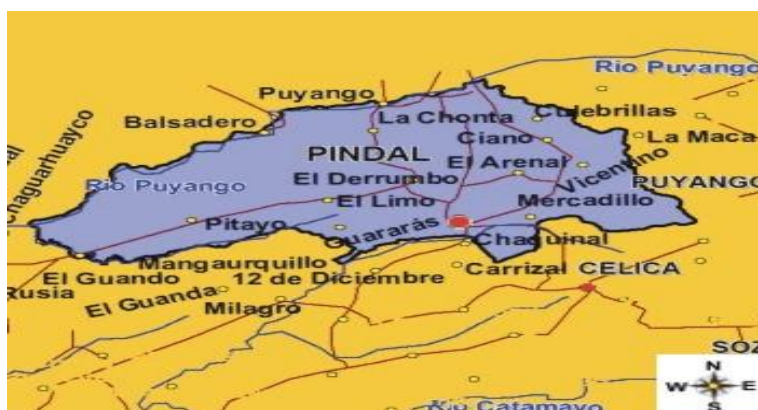


Figura No 13. Precios internacionales de café en grano arábica  
Fuente: World Bank Commodity Price Data (The Pink Sheet)

## 2.4. Estudio de productores en Puyango provincia de Loja



**Figura No 14. Mapa de Puyango**

**Fuente:** Turismo Ecuador

Puyango es uno de los cantones más prometedores de la provincia de Loja como se puede ver en la figura No.14, dotada por la bella naturaleza y la tierra fértil, lo que hace que esta sea una región con diversidad de pisos climáticos, dando lugar a una representativa producción agropecuaria, conocida nacional e internacionalmente como el cantón que provee uno de los mejores cafés de calidad del Ecuador.

En el año de 1997 se crea una asociación llamada PROCAP con el objetivo de mejorar los cafetales y contar con mayor cantidad de oferta para la comercialización Internacional; es así como empieza el cantón Puyango dando a conocer uno de los mejores cafés del Ecuador y reconocido a nivel mundial.

De acuerdo a FAPECAFES menciona que, "PROCAP tienen vida jurídica desde marzo del 2000 y cuenta con 370 socios, que trabajan en 28 grupos de interés, cuyo objetivo es entregar café de excelente calidad. PROCAP ha logrado realizar exportaciones directas al mercado convencional y a los mercados especiales como el orgánico, gourmet y solidario. Los éxitos alcanzados por PROCAP en la zona de Puyango han dado lugar para que en otras zonas cafetaleras de la Provincia de Loja se pongan en ejecución proyectos destinados a mejorar la situación de la caficultura en la región sur del Ecuador". Hasta el año 2012 se conocía 222 productores que conforman dicha asociación.

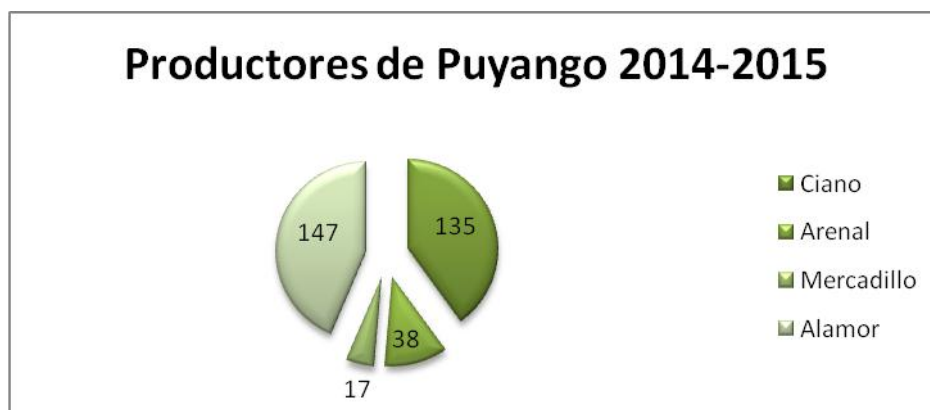
La Dirección Provincial Agropecuaria de Loja, da a conocer que para el año 2014-2015 en el proyecto de reactivación de café fino de aroma, se han registrado 337 productores, los mismos que se detallan a continuación en el cuadro No.2 y en figura No. 15 se detallan.

### Cuadro No 2.

#### Productores de café de Puyango / Solicitud de semilla 2014-2015

Parroquia	Grupo Perteneciente	N° Productores
<b>Ciano</b>	Palmeritas	10
	Cumbrerillas	20
	Guajalanche	26
	Valle Hermoso	17
	Ciano Nuevo	18
	Cerro Verde	9
	Las Cochas	35
<b>Total</b>		<b>135</b>
<b>Arenal</b>	Curiachillo	20
	Colorado	18
<b>Total</b>		<b>38</b>
<b>Mercadillo</b>	Mercadillo	17
<b>Alamor</b>	Alamor	147
<b>Total Productores</b>		<b>337</b>

Fuente: Dirección Provincial Agropecuaria de Loja



**Figura No 15. Productores de café de Puyango por parroquia**  
Fuente: Dirección Provincial Agropecuaria de Loja

### 2.4.1. Cantidad producida

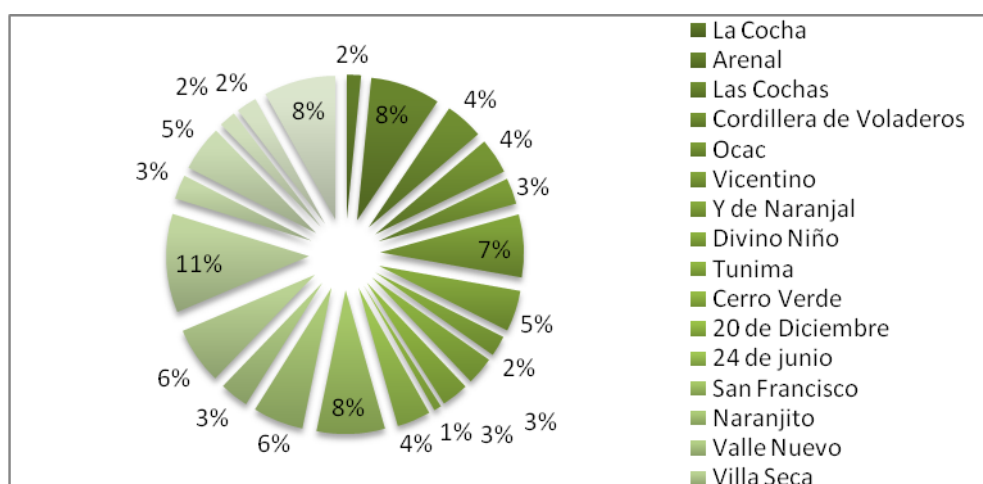
De acuerdo a la Asociación de PROCAP, en el año 2011-2012 se produjo 475,00 ha de café, tomando en cuenta que la comunidad del El Tigre, es la que mayor producción tuvo con el 11,16% se muestra en la tabla No.14 y figura No 16.

**Tabla No 14.**

#### Producción de café de Puyango 2011-2012

Comunidad	Hectáreas de Producción Café	Porcentaje
La Cocha	7,50	1,58
Arenal	37,50	7,89
Las Cochas	20,50	4,32
Cordillera de Voladeros	19,00	4,00
Ocac	14,00	2,95
Vicentino	33,50	7,05
Y de Naranjal	22,00	4,63
Divino Niño	11,00	2,32
Tunima	15,00	3,16
Cerro Verde	14,50	3,05
20 de Diciembre	4,00	0,84
24 de junio	18,00	3,79
San Francisco	36,50	7,68
Naranjito	27,00	5,68
Valle Nuevo	15,50	3,26
Villa Seca	30,50	6,42
El Tigre	53,00	11,16
El Tigre 2	13,00	2,74
Palmerita	24,50	5,16
Prado	9,00	1,89
Puyango	11,00	2,32
Platanillos	38,50	8,11
<b>Total</b>	<b>475,00</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca



**Figura No 16. Producción de café de Puyango 2011-2012**  
**Fuente:** Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca

El Cantón Puyango provincia de Loja cuenta actualmente con 10.000 ha disponibles para producir café, de las cuales 3000 están en producción de cafetos viejos de una edad de 20 a 60 años, en el año 2014 se han renovado 400 ha de la variedad Acawa y para el presente año se renovará 570 ha de variedad Catuai. Los caficultores de la zona están produciendo un promedio de 5 quintales por ha. Se conoce que en una ha de café se siembran un total de 4000 plantas o más, esto depende de la distancia de siembra, la misma que puede ser de 1.25m x 2m, o 1m x 2m llegando a sembrar hasta 5000 plantas por hectárea.

Se muestra en la tabla No.16 la cantidad de café producido en el año 2014 se registró 568,75 ha producidas, de las que se obtuvieron 1.023,75 kilos de café; de ahí se separa en fundas, sacos y pacas.

**Tabla No 15.**

**Cantidad de café producido en el año 2014**

PARROQUIA	HECTAREAS
CIANO	149,5
ARENAL	40,25
MERCADILLO	14

Continúa →



<b>VICENTINO</b>	125
<b>ARENAL</b>	56
<b>EL LIMO</b>	35
<b>ALAMOR</b>	149
<b>TOTAL</b>	<b>568,75</b>

**Fuente:** Municipio de Puyango

### 2.4.2. Características del café producido en Puyango

Puyango es un lugar que cuenta con una temperatura media de 18°C, con una altura de 1380 msnm, lo que hace de éste un piso favorable para la producción de café arábigo el mismo que es ubicado de 1.300 a 2.000 metros de altitud, en un sistema montañoso, como se detalla en el cuadro No.3 a continuación:

#### Cuadro No 3.

#### Características de café arábigo Puyango

Características	Arábigo
<b>Tipo de planta</b>	Arbusto
<b>Copa</b>	Piramidal
<b>Hojas</b>	Elípticas, oblongas y a veces lanceoladas
<b>Inflorescencia</b>	2 a 3 cimbras por axila
<b>Frutos</b>	Drupas elipsoidales
<b>Fecundación</b>	Autógama
<b>Compatibilidad</b>	Autocompatible
<b>Estructura Genética</b>	Tetraploide
<b>Número de Cromosomas</b>	2n = 44
<b>Contenido de Cafeína (% de materia seca)</b>	0.60 – 1.80

**Fuente:** Instituto Brasileiro do Café



**Figura No 17. Café de Puyango**  
**Fuente:** Google Imágenes

Para el año 2015 Puyango reactivará su caficultura y variedad con un café como se ve en la figura No. 17 llamado Catuaí y Akawa.

El Catuaí es un café originario de Brasil hibridación artificial entre Mundo novo (Sumatra x Bourbon) y Caturra (mutación de Bourbon). Las semillas serán importadas del lugar de origen.

- Originario de Brasil
- Porte medio (2.25 mts.)
- Bandolas (ramas) forman ángulo de 45 grados con el eje principal.
- Entrenudos cortos.
- Hojas terminales de color verde tierno.
- Resistentes al viento.
- Excelente productor.

#### **2.4.3. Productores existentes de café orgánico en Puyango**

Los productores existentes de café orgánico de Puyango se originan en la asociación llamada PROCAP, la que se dedica a recopilar el café de altura o también llamado café orgánico, el mismo que es producido desde el año 2001, es ahí cuando obtienen la certificación orgánica, empezando 100 familias activas en dicha producción, en el año 2003 hubieron 128 productores activos, en el mismo año obtuvo la certificación otorgada por Biolatina.

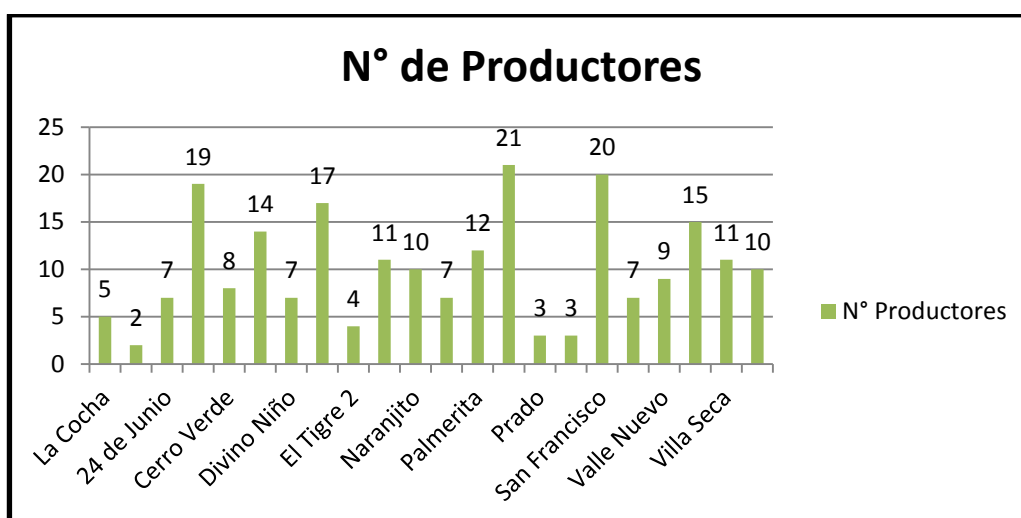
De acuerdo a la Asociación de Productores de Café de Altura de Puyango "PROCAP" 2012 se han registrado 222 productores. Se presenta a continuación en la tabla No. 16 y figura No. 18.

**Tabla No 16.**

**Productores de café orgánico "PROCAP"**

<b>Comunidad</b>	<b>N° Productores</b>
La Cocha	5
20 de Diciembre	2
24 de Junio	7
Arenal	19
Cerro Verde	8
Cordillera de Voladeros	14
Divino Niño	7
El Tigre	17
El Tigre 2	4
Las Cochass	11
Naranjito	10
Ocac	7
Palmerita	12
Platanillos	21
Prado	3
Puyango	3
San Francisco	20
Tunima	7
Valle Nuevo	9
Vicentino	15
Villa Seca	11
Y de Naranjal	10
<b>Total</b>	<b>222</b>

**Fuente:** MAGAP



**Figura No 18. Productores de café orgánico de Puyango**  
**Fuente:** Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca

#### 2.4.4. Determinación de la demanda del café de Puyango

Inicialmente el café de Puyango era comercializado a nuestros países vecinos como Perú y Colombia, dado el paso del tiempo y con la ayuda de la asociación de FAPECAFES los destinos del café fueron y es en la actualidad el mercado de Estados Unidos, Comercio Justo de la Unión Europea y Canadá.

De acuerdo a la Agencia de Noticias Andes, 2014 muestra que en “Francia se presentó un café con origen ecuatoriano denominado “Puyango”.

Con esta presentación de café en Francia, se ha convertido en uno de los países demandantes del café del Cantón Puyango Provincia de Loja.

#### 2.5. Principales exportadores de café del Ecuador

De acuerdo con la tabla No.17 y figura No. 19 al registro de las exportaciones por exportador del Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador (SENAE), en el año 2013 hubieron 31 exportadores incluyendo asociaciones, que enviaron al exterior 12.065.998,2 KG de café en grano teniendo de valor FOB total 28.092.630,8.

Tabla No 17.

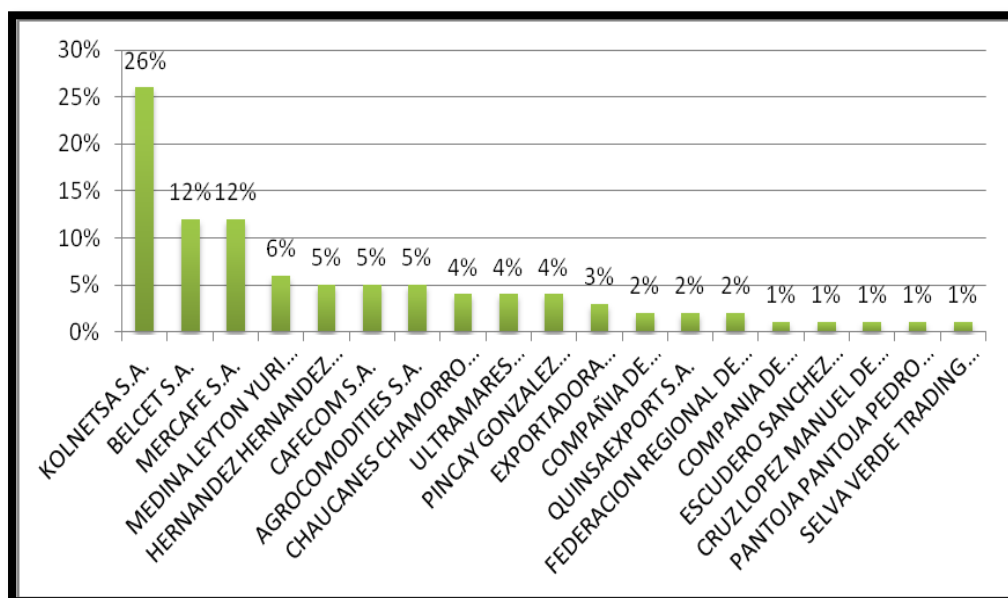
## Exportaciones de café en grano por exportador año 2013

NOMBRE DEL EXPORTADOR	KG	VALOR FOB	PART %
KOLNETSA S.A.	3.170.320,0	6.985.597,5	26%
BELCET S.A.	1.501.107,0	3.483.723,2	12%
MERCAFE S.A.	1.476.200,0	3.269.346,1	12%
MEDINA LEYTON YURI ALDEMAR	741.800,0	1.459.855,9	6%
HERNANDEZ HERNANDEZ OMAR ANDRES	624.375,0	1.273.076,0	5%
CAFECOM S.A.	605.726,0	1.444.073,7	5%
AGROCOMODITIES S.A.	562.250,0	1.240.317,0	5%
CHAUCANES CHAMORRO LUIS EMELIO	530.750,0	1.095.308,6	4%
ULTRAMARES CORPORACION C.A.	517.500,0	1.487.415,8	4%
PINCAY GONZALEZ ARMANDO JESUS	494.500,0	998.685,0	4%
EXPORTADORA IMPORTADORA INDUSTRIAL EXPORCAFE C. LTDA.	375.777,5	842.746,2	3%
COMPAÑIA DE IMPORTACION Y EXPORTACION KAVECAFE ECUATORIANA S.A.	277.020,0	1.230.296,4	2%
QUINSAEXPORT S.A.	271.250,0	549.375,7	2%
FEDERACION REGIONAL DE ASOCIACIONES DE PEQUENOS CAFETALEROS ECOLOGICOS DEL SUR	201.280,2	506.070,0	2%
COMPANIA DE IMPORTACION Y EXPORTACION KAVECAFE ECUATORIANA S.A.	175.200,0	880.621,1	1%
ESCUADERO SANCHEZ FRANKLIN PATRICIO	159.750,0	343.819,6	1%
CRUZ LOPEZ MANUEL DE LOS REYES	138.750,0	297.271,4	1%
PANTOJA PANTOJA PEDRO ANTONIO	80.125,0	168.209,7	1%
SELVA VERDE TRADING COMPANY S.A. SELVATRADE	63.701,5	168.283,0	1%
PRODUCTORA DE CAFE GALAPAGOS PROCAFE S.A.	44.240,0	157.802,1	0%
PROYECMUNDI S.A.	34.500,0	84.525,0	0%
LEE JIN HO	13.608,0	64.500,0	0%
CORPORACION GRUPPO SALINAS	3.176,8	20.649,7	0%
GANCHOZO PANTA JOSE EDUARDO	951,4	2.730,0	0%
FUNDACION MAQUIPUCUNA	645,8	7.060,4	0%
ESCOFFEE S.A.	600,0	19.841,4	0%
ECUADOR COCOA & COFFEE, ECUACOFFEE S.A.	285,0	2.411,1	0%
TORRES ORELLANA GENARO PATRICIO	272,0	7.251,8	0%
NESTLE ECUADOR S.A.	207,1	710,1	0%

Continúa →

VASQUEZ ORTIZ EDGAR GUILLERMO	70,0	280,0	0%
ASOCIACION AGROARTESANAL DE CAFICULTORES RIO INTAG AACRI	60,0	777,3	0%
<b>TOTAL</b>	<b>12.065.998,2</b>	<b>28.092.630,8</b>	<b>100%</b>

**Fuente: SENAE**

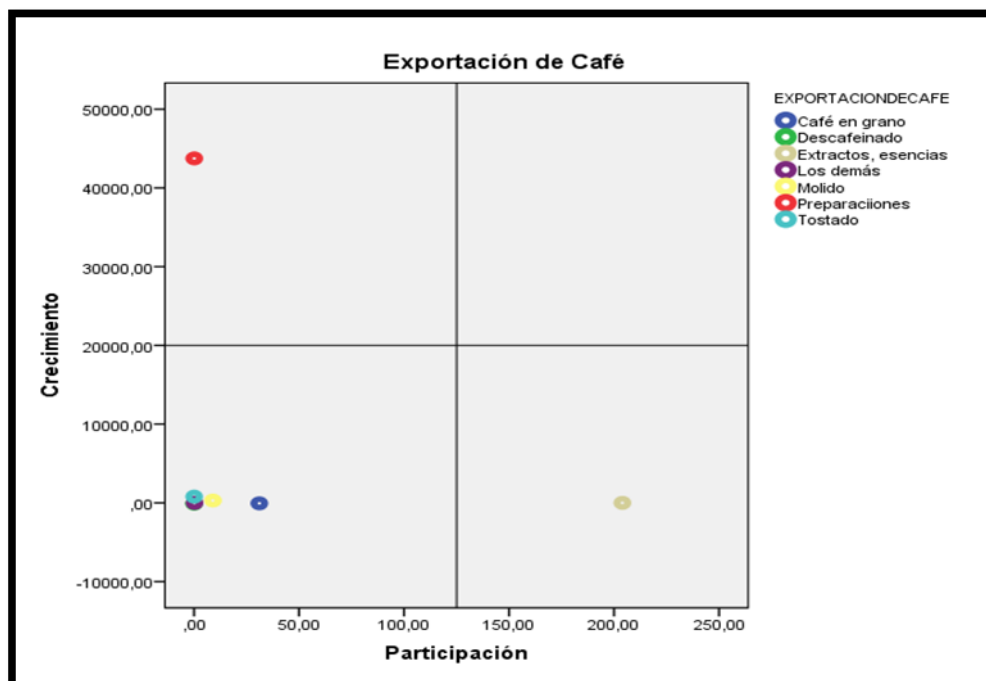


**Figura No. 19. Exportadores de café en grano**

**Fuente: SENAE**

## 2.6. Mercado Internacional

En la matriz BCG que se ve en la figura No. 20, se muestra la participación de las exportaciones de café en sus diferentes formas.



**Figura No. 20. Matriz BCG de exportación de productos**  
**Fuente: BCE –SENAE**

La matriz muestra en que cuadrante se encuentra cada producto, pues se puede apreciar que las preparaciones de café requieren de gran inversión, la problemática es que no se logra producir en escala, por los demás productos no tienen gran utilidad, por lo contrario los extractos y esencias generan fondos.

### 2.6.1. Clasificación Arancelaria

De acuerdo al arancel del SENAE se detalle en el cuadro No.4, para el estudio internacional se toma en cuenta la siguiente clasificación arancelaria.

**Cuadro No 4.**  
**Clasificación arancelaria**

Sección II :	Productos del Reino Vegetal
<b>Capítulo 09 :</b>	Café, té, yerba mate y especias
<b>Partida Sist. Armonizado 0901 :</b>	Café, incluso tostado o descafeinado; cáscara y cascarilla de café; sucedáneos del café que contengan café en cualquier proporción
<b>SubPartida Sist. Armonizado :</b>	-
<b>SubPartida Regional :</b>	-
<b>SubPartida Nacional 0901119000 :</b>	Los demás
<b>Código Producto Comunitario (ARIAN) 0901119000-0000 :</b>	-
<b>Código Producto Nacional (TNAN) 0901119000-0000-0001 :</b>	Imp. Solo Países de la CAN
<b>Código de Producto (TNAN)</b>	0001
<b>Antidumping</b>	0 %
<b>Advalorem</b>	15 %
<b>FDI</b>	0.5 %
<b>ICE</b>	0 %
<b>IVA</b>	12 %
<b>Salvaguardia por Porcentaje</b>	0 %
<b>Salvaguardia por Valor</b>	-
<b>Aplicación Salvaguardia por Valor</b>	-
<b>Techo Consolidado</b>	0 %
<b>Incremento ICE</b>	0 %
<b>Afecto a Derecho Específico</b>	-
<b>Unidad de Medida</b>	Kilogramo Bruto (KG)
<b>Observaciones</b>	Imp. solo países de la CAN
<b>Es Producto Predecible</b>	SI
<b>Valor Fijo Adicional Arancel</b>	-
<b>Aplicación Valor Fijo Adicional Arancel</b>	-

**Fuente:** Arancel-SENAE



## 2.6.2. Condición Comercial- Balanza Comercial

Según el Banco Central del Ecuador en el ámbito general indica que en la balanza comercial de enero a octubre del año 2013 fue negativa ya que cerró en 1.059,9 millones de dólares correspondiente a las exportaciones FOB que sumaron 20.752 millones de dólares y las importaciones FOB que sumaron 21.812 millones de dólares, con estas estadísticas se puede mencionar que de las exportaciones petroleras representan el 57.26% y no petroleras el 42.74% de este porcentaje el 77.5% pertenece al sector agroindustrial.

Tomando en cuenta las exportaciones café, netamente para el estudio arroja los siguientes datos, en el año 2013 las exportaciones alcanzaron 12,037.77 TM lo que significa un valor en FOB de 28,042.12 miles de dólares, con respecto a las importaciones alcanzaron 363.18 TM lo que significa un valor en CIF de 863.15 miles de dólares, con estos datos se realiza el análisis de la balanza comercial correspondiente a la partida 09.01.11.90.00 “Los demás” presenta un superávit de 27205,97 miles de dólares y a continuación se detalla en la tabla No. 18 y figura No.21.

La balanza comercial del año 2014 fue positiva ya que cerró en 81,20 millones de dólares correspondiente a las exportaciones FOB que sumaron 4.183 millones de dólares y las importaciones FOB que sumaron 4.102 millones de dólares, con estas estadísticas se puede mencionar que de las exportaciones petroleras representan el 53.15% y no petroleras el 46,85% de este porcentaje el 80% pertenece al sector agroindustrial.

### Tabla No 18.

#### Balanza Comercial / Los demás 901119000

AÑO		TONELADAS	FOB-CIF
2013	X	12037,77	28042,12
	M	363,18	836,15
<b>TOTAL</b>		<b>11674,59</b>	<b>27205,97</b>

**Fuente:** Banco Central del Ecuador



**Figura No.21. Balanza comercial 2013**

Fuente: Banco Central del Ecuador

El resultado de la balanza comercial es que las exportaciones son mayores a las importaciones, por tanto existe un superávit.

### 2.6.3. Estudio de los países demandantes del café del Ecuador

Los principales destinos de las exportaciones de café según la partida arancelaria 0901.11.90.00 “Los demás cafés sin tostar, sin descafeinar” en orden descendente considerando la partición del periodo Enero – Noviembre 2014 son: Colombia con 49,02%, Estados Unidos con 39,53%, Japón con 3,46% Alemania con 3,13, como se puede observar en la tabla 19 detallada a continuación en la tabla No 19 y figura No. 22:

**Tabla No 19.**

#### Principales destinos de las exportaciones miles de USD FOB

PAIS	2013	2014	% PARTICIPACION 2014
ALEMANIA	1513,4	688,81	3,13%
CANADA	0,73	3,6	0,02%
CHILE	27,99	88,29	0,40%
COLOMBIA	16013,33	10773,75	49,02%
CUBA	1165,49	493,49	2,25%
ESPAÑA	0	60,07	0,27%
ESTADOS UNIDOS	6391,16	8688,49	39,53%
FRANCIA	190,19	217,91	0,99%
HOLANDA (PAISES BAJOS)	2,96	5,46	0,02%
JAPON	539,52	759,92	3,46%

Continúa →

PERU	0	5,02	0,02%
PORTUGAL	0	66,94	0,30%
REINO UNIDO	3,72	4,04	0,02%
REPUBLICA CHECA	5,15	1,69	0,01%
RUSIA	84,53	99,21	0,45%
SUECIA	0	2,4	0,01%
SUIZA	0	2,15	0,01%
TAIWAN	1,12	17,84	0,08%
<b>TOTAL</b>	<b>25939,29</b>	<b>21979,08</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Banco Central del Ecuador

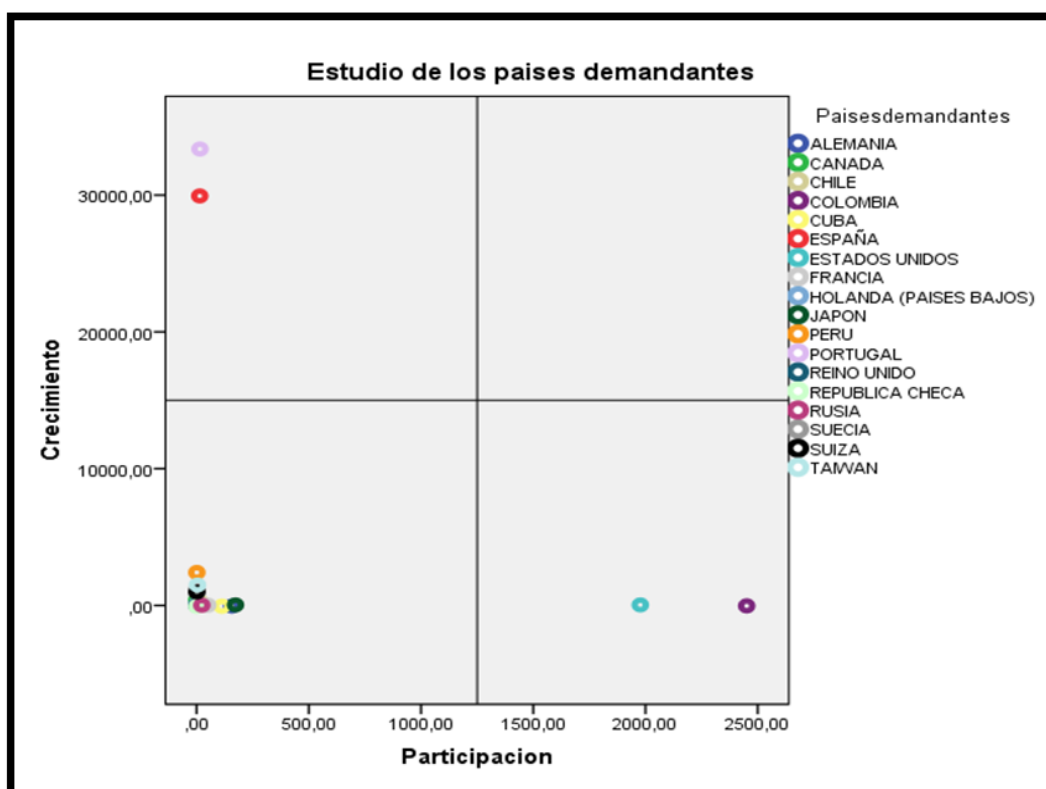


Figura 22. Matriz BCG de países demandantes

Fuente: Banco Central del Ecuador

La figura No. 22 muestra la participación relativa que hubo entre en el año 2013 y 2014 a los países demandantes, en el año 2014 España y Portugal no realizaron la misma compra que en el año 2013, así mismo se ve que ha bajado el nivel de adquisición de café en los demás países.

### **2.6.3.1. Demanda total**

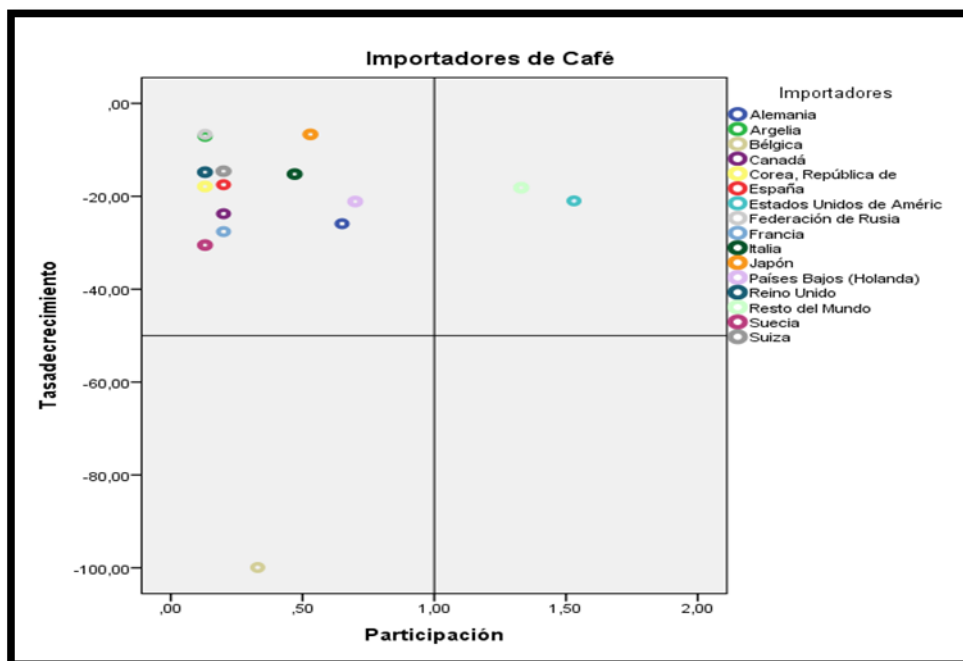
En la tabla No. 20 que se muestra a continuación se presenta los países demandantes de café a nivel internacional, mostrando el porcentaje de participación más alto con el 23% siendo Estados Unidos el país más demandante de este producto, no obstante Alemania sigue con un 15% y en tercer lugar Japón con un 8%.

Tabla No.20.

## Países importadores de café/ Los demás 090119000

Importadores	2009	2010	2011	2012	2013	% de Participación
<b>Estados Unidos de América</b>	3,184,456	3,848,637	6,512,036	5,531,666	4,369,787	23%
<b>Alemania</b>	2,552,165	3,118,522	4,528,587	3,896,276	2,886,759	15%
<b>Japón</b>	1,079,224	1,323,564	1,953,043	1,584,724	1,479,057	8%
<b>Italia</b>	1,080,069	1,128,363	1,726,622	1,666,905	1,413,171	7%
<b>Bélgica</b>	812,822	907,556	1,394,273	1,134,281	894,520	5%
<b>España</b>	517,322	602,334	898,021	791,777	653,158	3%
<b>Francia</b>	611,283	720,244	1,062,280	887,872	642,697	3%
<b>Suiza</b>	315,951	430,592	713,115	632,538	540,125	3%
<b>Canadá</b>	366,170	506,741	795,109	672,560	512,692	3%
<b>Reino Unido</b>	324,827	397,233	636,073	535,965	456,577	2%
<b>Suecia</b>	311,974	435,304	571,837	496,758	345,196	2%
<b>Federación de Rusia</b>	171,828	234,077	378,325	360,621	336,613	2%
<b>Corea, República de</b>	230,593	313,128	522,871	382,461	314,051	2%
<b>Argelia</b>	230,464	212,823	309,943	335,556	311,691	2%
<b>Países Bajos (Holanda)</b>	189,791	244,537	372,674	334,206	263,588	1%
<b>Resto del Mundo</b>	2,610,095	3,084,960	4,659,572	4,703,112	3,849,010	20%
<b>TOTAL</b>	<b>14,589,034</b>	<b>17,508,615</b>	<b>27,034,381</b>	<b>23,947,278</b>	<b>19,268,692</b>	<b>100%</b>

Fuente: Trade Map



**Figura No 23. Matriz BCG Importadores de café**  
Fuente: Trade Map

En la participación de los países importadores que muestra la figura 23, Estados Unidos ha realizado más compras de café, y los demás países cuentan con un crecimiento relativo, en el año 2013 ha disminuido la adquisición.

### 2.6.3. Competencia Internacional

Los países considerados como principales competidores con Ecuador están Brasil con 25,14%, Viet Nam con 15.80% y Colombia 10.33% con participaciones al 2013 se muestra en la tabla No.21 y la figura No. 24 a continuación:

Tabla No 21.

## Países exportadores de café

Exportadores	2010	2011	2012	2013	% de Participación
<b>Brasil</b>	5,181,618	8,000,105	5,721,722	4,582,227	25.14%
<b>Viet Nam</b>	1,838,311	2,735,739	3,507,401	2,880,080	15.80%
<b>Colombia</b>	1,883,557	2,608,365	1,909,997	1,883,906	10.33%
<b>Indonesia</b>	812,360	1,034,725	1,243,826	1,166,189	6.40%
<b>Honduras</b>	680,939	1,265,476	1,338,206	835,208	4.58%
<b>Guatemala</b>	713,882	1,062,969	958,107	714,969	3.92%
<b>Perú</b>	886,640	1,580,371	1,019,972	695,332	3.81%
<b>Ethiopia</b>	698,271	846,746	890,530	606,189	3.33%
<b>Germany</b>	554,276	821,033	739,975	565,906	3.10%
<b>India</b>	379,764	676,320	610,280	562,895	3.09%
<b>Uganda</b>	267,409	459,147	370,686	424,457	2.33%
<b>México</b>	298,531	567,816	629,735	401,719	2.20%
<b>Belgium</b>	627,815	930,727	745,395	369,123	2.02%
<b>Nicaragua</b>	341,505	429,299	521,821	349,478	1.92%
<b>Costa Rica</b>	261,841	375,867	418,564	302,806	1.66%
<b>El Salvador</b>	212,673	463,527	299,786	233,637	1.28%
<b>Resto del Mundo</b>	1,629,955	2,172,829	2,154,878	1,655,091	9.08%
<b>TOTAL</b>	<b>17,269,347</b>	<b>26,031,061</b>	<b>23,080,881</b>	<b>18,229,212</b>	<b>100.00%</b>

Fuente: Trade Map

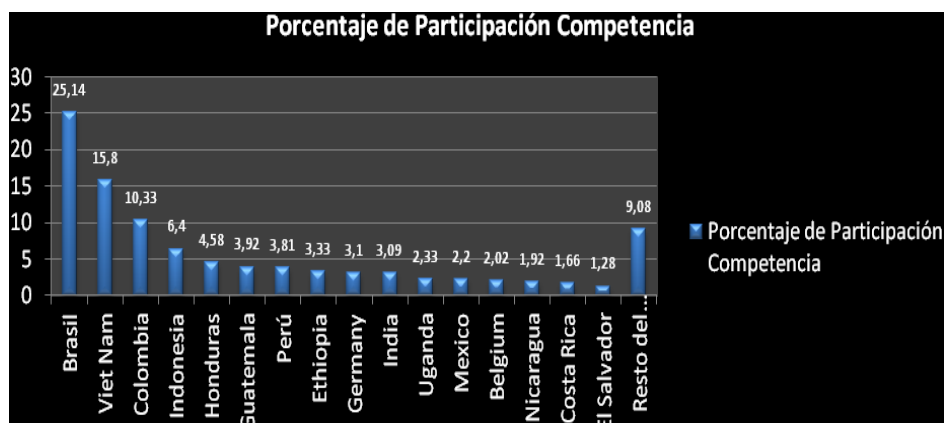


Figura No. 24. Participación de la competencia

Fuente: Trade Map

### 2.6.5. Tamaño del mercado y su tendencia

Según la tabla No.22 que se presenta a continuación podemos observar el incremento de las exportaciones en los cinco últimos años, tomando un inicio en el 2009 con 26.222,38 TM, llegando en el 2011 a 35.433,46 TM, caso diferente en el año 2013 que tiene un decrecimiento alcanzando 12.3086,6 TM.

Podemos decir que las variables tienen una relación directa ya que el valor de la pendiente es positivo (54.971); es decir mientras aumentan la cantidad en toneladas el valor en FOB aumenta y por lo tanto tenemos una balanza comercial positiva. Por ello podemos decir que aunque que el volumen de las exportaciones de café ecuatoriano aumenta.

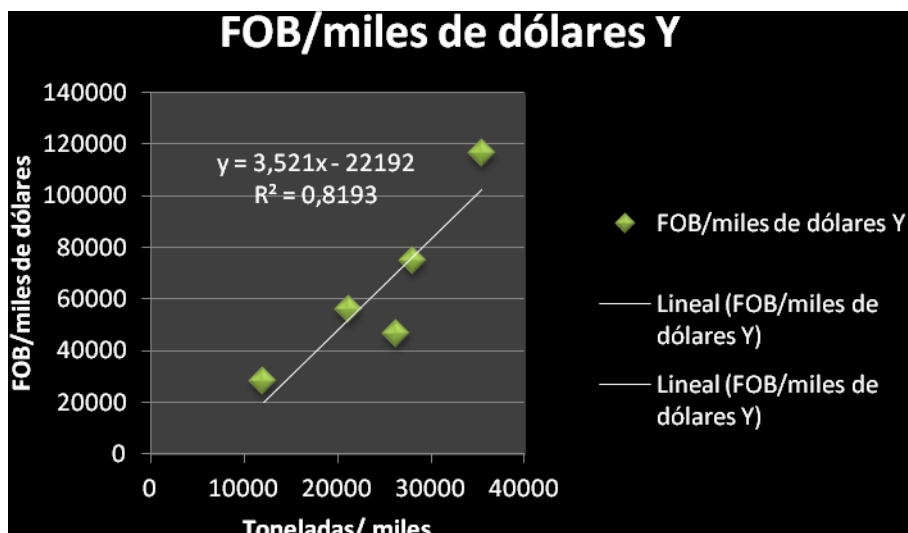
**Tabla No 22.**

#### Proyección de exportaciones 2014-2016

AÑOS	TONELADAS
2009	26222.38
2010	21274.66
2011	35433.47
2012	28118.32
2013	12037.77
2014	26.9391
2015	32.4362
2016	37.9333

**Fuente:** Banco Central del Ecuador





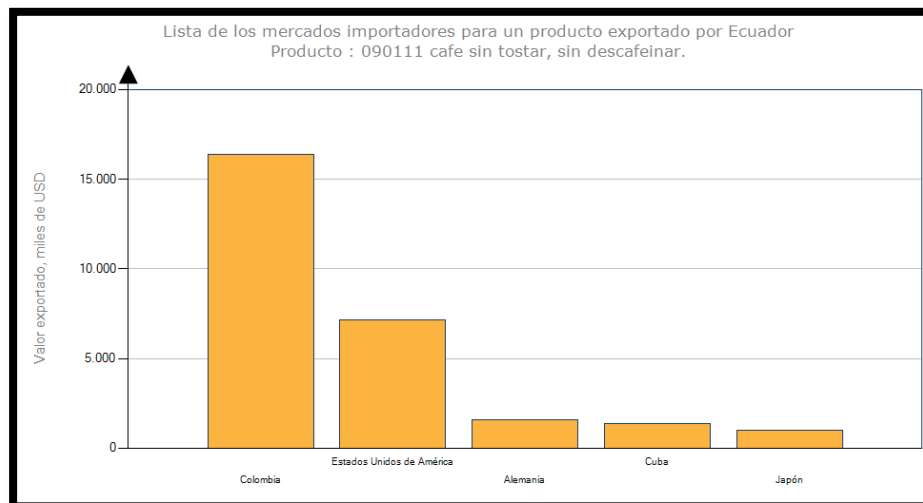
**Figura No. 25. Representación gráfica lineal**

**Fuente:** Banco Central del Ecuador

Según la figura No. 25 se proyecta para el año 2014 un incremento de 26.9391 TM y para el año 2015 32.4362, ya que el gobierno nacional impulsa un proyecto de reactivación de la caficultura en la que aproximadamente 135.000 hect., con lo que se obtendrán mejoras y aumento en la producción y así cumplir las exigencias internacionales.

#### **2.6.6. Mercado Objetivo**

Alemania con el 15% y Japón 8% de participación en el 2013 como países importadores, pueden convertirse en nuestro mercado potencial, ya que el consumo de café en estos países es alta, adicional la presentación del producto garantiza los estándares adecuados para que pueda comercializarse como se lo puede apreciar en la figura 26 que se presenta a continuación:



**Figura No 26. Importadores de café desde Ecuador**  
**Fuente: TRADE MAP**

El mercado objetivo al que se dirige la exportación de café orgánico soluble de Puyando, es Alemania ya que es uno de los países más desarrollados del mundo y cuenta con 79 869 563 habitantes, un per cápita de \$47.892,14, lo que hace que se convierta en el país prometedor del producto.

## CAPITULO III

### ASOCIATIVIDAD

#### 3.1. Definición

Los productores en el ámbito rural, suelen actuar de forma individual, esto sucede cuando no tienen conocimiento de cómo desarrollar la comercialización de su producto, dado esta necesidad se crean las asociatividades y clúster, los mismo que se manejan de acuerdo a su estructura.

**Asociatividad:** según (Rosales, 1997) la asociatividad “Es un mecanismo de cooperación entre productores, sean personas naturales o empresas micro, pequeñas y medianas, en donde cada unidad productiva participante, manteniendo su independencia jurídica y autonomía gerencial, decide voluntariamente participar en un esfuerzo conjunto con los otros participantes para la búsqueda del objetivo común que determina la asociación.”

**Clusters:** (Reyes, 2007) menciona que la “Concentración sectorial y territorial de empresas del mismo eslabón de la cadena productiva o eslabones complementarios, integradas con una red de instituciones de apoyo, con estructura de relaciones, por lo tanto, hay cooperación entre ellas, así como intercambio de información. Las empresas actúan de manera conjunta y cooperan, con una clara presencia de patrones de eficiencia colectiva.”

La diferencia entre estos dos grupos es que la asociatividad se aplica a pequeños productores que buscan un beneficio común; no así con el cluster que es la unión de dos o más empresas grandes que se relacionan por medio de factores comunes.

### **3.2. Implementación del Modelo Asociativo**

Basado en los conceptos antes mencionados, para cubrir la necesidad de los pequeños productores de café de Puyango, se aplica un modelo asociativo, conociendo que es una forma de desarrollo socio-económico que busca el bienestar común de los participantes y el crecimiento.

Para la implementación del mismo es necesario tomar como referencia una base legal fundamentada, en La Ley Orgánica de Participación Ciudadana (2010) en el artículo 33, establece que “Fortalecimiento de las organizaciones sociales.- Para la promoción y fortalecimiento de las organizaciones sociales, todos los niveles de gobierno y funciones del Estado prestarán apoyo y capacitación técnica; asimismo, facilitarán su reconocimiento y legalización.”

Con el apoyo del gobierno en capacitación, insumos y facilidad de creación de organizaciones que se encarguen en propiciar el progreso de nuevas fuentes de trabajo se implementa la asociatividad como estrategia sustentable, para impulsar la exportación de café; un producto denominado como tradicional, que no ha llegado a cumplir las metas establecidas ni a favorecer a quienes se encargan de su producción cosecha y distribución.

Para el presente modelo asociativo se toma en cuenta la Ley de Economía Popular y solidaria que ampara la forma de organización económica que permita satisfacer necesidades con un fin lucrativo, dando como resultado la mejora de la calidad de vida.

### 3.2.1. Matriz FODA

A pesar de que han existido asociaciones, que han llevado a cabo exportaciones de café en grano y se ha reconocido el café de Puyango como uno de los cafés más apetecidos en Europa, el objetivo de crecimiento no se ha podido lograr, debido a la inexistencia de factores de autogestión y mecanismos sostenibles.

A continuación en el cuadro No 5., el análisis de situación interna y externa que se maneja en la actualidad.

#### Cuadro No 5.

#### Matriz FODA

<p><b>FACTORES INTERNOS</b></p>	<p><b>FORTALEZAS</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. HABILIDAD DE PRODUCCIÓN</li> <li>2. CAFÉ CON MEJORES CARACTERÍSTICAS ORGANOLÉPTICAS</li> <li>3. APLICACIÓN DE PRÁCTICAS ORGÁNICAS</li> <li>4. CALIDAD DE CAFÉ EN SABOR</li> <li>5. VARIEDAD DE CAFÉ</li> <li>6. DISPONIBILIDAD DE TIERRAS PROPIAS</li> </ol>	<p><b>DEBILIDADES</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. FALTA DE MAQUINARIA</li> <li>2. BAJA PRODUCTIVIDAD</li> <li>3. MALOS PRECIOS DE COMERCIALIZACIÓN</li> <li>4. PRODUCTO PERDIDO</li> <li>5. ESCASOS RECURSOS ECONÓMICOS</li> <li>6. FALTA DE RENOVACIÓN CULTIVOS VIEJOS</li> <li>7. INEXISTENCIA DE CAFICULTORES JÓVENES</li> </ol>
<p><b>FACTORES EXTERNOS</b></p>	<p><b>ESTRATEGIA (FO)</b></p> <p>APROVECHAR LA CALIDAD DE PRODUCCIÓN DEL CAFÉ ORGÁNICO DE PUYANGO PARA SOLVENTAR LA ESTRICTA DEMANDA CRECIENTE.</p>	<p><b>ESTRATEGIA (DO)</b></p> <p>DESARROLLAR MÉTODOS DE CULTIVO Y MEJORAR LA ELABORACIÓN DEL CAFÉ CON EL APOYO QUE DA EL MINISTERIO DE AGRICULTURA, GANADERÍA, ACUACULTURA Y PESCA, PROVEYENDO SEMILLAS, ABONO Y CAPACITACIONES.</p>
<p><b>OPORTUNIDADES</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. DEMANDA CRECIENTE DE CAFÉ ORGÁNICO GOURMET</li> <li>2. RECONOCIMIENTO INTERNACIONAL DE CAFÉ DE PUYANGO</li> <li>3. APOYO GUBERNAMENTAL MAGAP (CAPACITACIONES, SEMILLAS Y ABONOS)</li> </ol>		

Continúa 

AMENAZAS	ESTRATEGIA (FA)	ESTRATEGIA (DA)
1. <b>INTERMEDIARIOS</b>	DISMINUIR LOS	UTILIZAR LOS RECURSOS
2. <b>PROBLEMA DE PLAGAS EN LAS PLANTACIONES (ROYA)</b>	INTERMEDIARIOS A TRAVÉS DE LA ASOCIATIVIDAD, E INCREMENTAR LA	NATURALES AL MÁXIMO PARA DISMINUIR LOS COSTOS Y GASTOS
3. <b>VARIACIÓN DE PRECIOS EN LA BOLSA DE EEUU-NEW YORK</b>	PRODUCCIÓN DE CAFÉ ORGÁNICO GOURMET DÁNDOLE VALOR	EVITANDO LA PROBLEMÁTICA ECONÓMICA.
4. <b>AFECTACIÓN POR FENÓMENOS CLIMÁTICOS</b>	AGREGADO, PARA QUE AUMENTE EL PRECIO.	RENOVAR LOS CULTIVOS VIEJOS DEJANDO LAS PLAGAS EN LAS PLANTACIONES ANTIGUAS.

Como se puede ver en el Análisis FODA, existen estrategias que se adoptan para disminuir las debilidades y reducir las amenazas, siendo estas las que lleven a genera una ventaja competitiva, las mismas que dan a conocer la calidad del producto en su aroma, sabor, producción, sin dejar de lado el precio que será competitivo en el mercado.

### 3.2.2. Matriz De Evaluación Del Factor Interno (MEFI)

La matriz MEFI analizará la situación de los factores internos en los que mostrará una calificación ponderada en el orden de mayor importancia, dando una calificación total de 1., se lo explica en la tabla No. 23.

**Tabla No 23.**

#### Matriz de Factores Internos

Fortalezas			
Factor interno	Ponderación	Clasificación	Resultado Ponderado
1. Habilidad de producción	0,07	3	0,21
2. Café con mejores características organolépticas	0,12	4	0,48
3. Aplicación de prácticas orgánicas	0,11	4	0,44
4. Calidad de café sabor	0,08	4	0,32
5. Variedad de café	0,06	3	0,18

Continúa 

6. Disponibilidad de tierras propias	0,06	3	0,18
<b>SUBTOTAL</b>	<b>0,5</b>		<b>1,81</b>
<b>DEBILIDAD</b>			
<b>Factor interno</b>	<b>Ponderado</b>	<b>Clasificación</b>	<b>Resultado Ponderado</b>
1. Falta de maquinaria	0,1	1	0,1
2. Baja productividad	0,06	2	0,12
3. Malos precios de comercialización	0,06	1	0,06
4. Producto perdido	0,05	2	0,1
5. Escasos recursos económicos	0,07	1	0,07
6. Falta de renovación cultivos viejos	0,1	1	0,1
7. Inexistencia de caficultores jóvenes	0,06	1	0,06
<b>SUBTOTAL</b>	<b>0,5</b>		<b>0,61</b>
<b>TOTAL</b>	<b>1</b>		<b>2,42</b>
<b>Factores</b>	<b>Calificación</b>		
Debilidad Fuerte	1		
Debilidad Media	2		
Fortaleza Media	3		
Fortaleza Fuerte	4		

El promedio que arroja el análisis de factores internos es una ponderación 2.42, la que muestra que se encuentra bajo el promedio de 2.5 de una posición estratégica interna general, que indica que existe debilidades que hay que transformarlas en fortalezas, por lo que hay que evitar que las fortalezas decaigan y tengan un cambio negativo en el procedimiento del factor interno.

Ya que las debilidades han superado las fortalezas, es necesario tomar estrategias que beneficien a la parte económica, productiva y tecnológica para cambiar el escenario.

### 3.2.3. Matriz de Evaluación de Factor Externo (MEFE)

La matriz MEFE indica la ponderación y calificación de los factores externos, los cuales muestran los de mayor importancia frente a los de menor importancia.

**Tabla No 24.**

#### Matriz de Factores Externos

OPORTUNIDADES			
FACTOR EXTERNO	PONDERACIÓN	CALIFICACIÓN	RESULTADO PONDERADO
1. DEMANDA CRECIENTE DE CAFÉ ORGÁNICO GOURMET	0,14	3	0,42
2. RECONOCIMIENTO INTERNACIONAL DE CAFÉ DE PUYANGO	0,16	4	0,64
3. APOYO GUBERNAMENTAL MAGAP (CAPACITACIONES, SEMILLAS Y ABONOS)	0,17	4	0,68
<b>SUBTOTAL</b>	<b>0,47</b>		<b>1,74</b>
AMENAZAS			
FACTOR EXTERNO	PONDERADO	CALIFICACIÓN	RESULTADO PONDERADO
1. INTERMEDIARIOS	0,17	1	0,17
2. PROBLEMA DE PLAGAS EN LAS PLANTACIONES (ROYA)	0,15	2	0,3
3. VARIACIÓN DE PRECIOS EN LA BOLSA DE EEUU-NEW YORK	0,11	1	0,11
4. AFECTACIÓN POR FENÓMENOS CLIMÁTICOS	0,1	2	0,2
<b>SUBTOTAL</b>	<b>0,53</b>		<b>0,78</b>
<b>TOTAL</b>	<b>1</b>		<b>2,52</b>

Factores	Calificación
Amenaza Fuerte	1
Amenaza Débil	2
Oportunidad Media	3
Oportunidad Fuerte	4

La evaluación de factor externo tuvo como resultado ponderado 2.52, siendo el promedio 2.5 de una posición externa estratégica, la misma que indica que hay un ramo atractivo y que dispone de abundantes oportunidades externas.



Dada una favorable presentación, se puede decir que hay una amplia Oportunidad en el mercado para la inserción del café orgánico, tomando como estrategia el reconocimiento internacional del producto.

### 3.2.4 Matriz de Factores Internos y Externos (IE)

La matriz muestra el total ponderado en la tabla No. 25 y figura No. 27, los factores internos con 2.42 y los factores externos 4.26.

**Tabla No 25.**

#### **Matriz IE**

MATRIZ FACTORES INTERNOS		TOTAL %
<b>FORTALEZAS</b>	1,81	2,42
<b>DEBILIDADES</b>	0,61	
<b>MATRIZ FACTORES EXTERNOS</b>		4,26
<b>OPORTUNIDADES</b>	1,74	
<b>AMENAZAS</b>	2,52	



**Figura No 27. Matriz IE**

La figura No. 27 muestra la posición de la matriz IE la que podemos ver que las ponderaciones se encuentran en los cuadrantes promedio lo que quiere decir que están en el ámbito de crecer y construir lo que significa que se debe realizar estrategias intensivas de penetración en el mercado y desarrollar el producto.

### 3.2.5 Matriz de Posición Estratégica y Evaluación de la Acción

#### Cuadro No 6.

#### Matriz PEEA

POSICIÓN ESTRATÉGICA INTERNA	CALIFICACIÓN	POSICIÓN ESTRATÉGICA EXTERNA	CALIFICACIÓN
<b>Fortaleza Financiera (FF)</b>		<b>Estabilidad Ambiental (EA)</b>	
Capital de Trabajo	6	Reconocimiento internacional de café de Puyango	-2
Precio del producto	5	Variación de precios en la bolsa de EEUU-New York	-4
Facilidad de calidad del mercado	1	Presión competitiva	-3
Tasa de retorno de la inversión	4	Variabilidad en la demanda	-2
Escasa Maquinaria	3	Apoyo Gubernamental Magap (capacitaciones, semillas y abonos)	-3
<b>MEDIA</b>	<b>3,8</b>		<b>-2,8</b>
<b>Ventaja Competitiva (VC)</b>		<b>Fortaleza de la Industria (FI)</b>	
Calidad de café sabor	-1	Demanda creciente de café orgánico gourmet	6
Café con mejores características organolépticas	-1	Oportunidad de crecimiento	6
Aplicación de prácticas orgánicas	-2	Oportunidad de expansión	5
Variedad de café	-5	Acceso a tecnología	5
Habilidad de producción	-3	Nueva maquinaria	4
<b>MEDIA</b>	<b>-2,4</b>		<b>5,2</b>

$$\text{EJE X} = \text{VC} + (\text{FI})$$

$$\text{EJE X} = -2,4 + (5,2) = 2,8$$

$$\text{EJE Y} = \text{FF} + (\text{EA})$$

$$\text{EJE Y} = 3,8 + (-2,8) = 1$$



Figura No 28. Matriz PEEA

De acuerdo al cuadro No 6 y representado en la figura No 28 en la que se elabora la matriz PEEA se evidencian los siguientes resultados el vector cae en el cuadrante agresivo, nos remitimos a la interpretación de los cuadrantes donde dice que esto significaría que la producción de café está en excelente posición por lo tanto las estrategias a tomar serán las siguientes.



**Figura No 29. Estrategias-Matriz PEEA**

Estas estrategias son aplicables porque se trata de un producto fuerte y el ambiente la favorece.

### 3.2.6. Encuesta

#### Selección de la muestra

Para determinar la muestra ha ser estudiada se utilizara mediante el método de muestreo aleatorio simple en el que se tomaran las siguientes consideraciones:

Se considera una población finita ya que se conoce el total de la población de 118 productores en la provincia de Puyango que dedican proceso de producción de café.

Donde los siguientes datos se establecen de la siguiente forma:

N: Total de la población

Z: Valor de nivel de confianza

p: Porcentaje de éxito,

q: Porcentaje de fracaso

e: Limite aceptable de error muestra

$$n = \frac{NZ^2 pq}{e^2(N-1) + Z^2 pq}$$

Datos:

N = 118 productores

Z = 1,96

p = 0,5

q = 0,5

e = 0,05

$$n = \frac{117 * (196)^2 * (0,5) * (0,5)}{(0,05)^2 * (117 - 1) + (1,96)^2 * (0,5) * (0,5)}$$

$$n = \frac{112,3668}{1,2504}$$

$$n = 89,86468333$$

Los resultados obtenidos a través de la fórmula es de 89 encuestas se determina realizar 90 encuestas para aproximar los decimales. Véase en anexo 1.

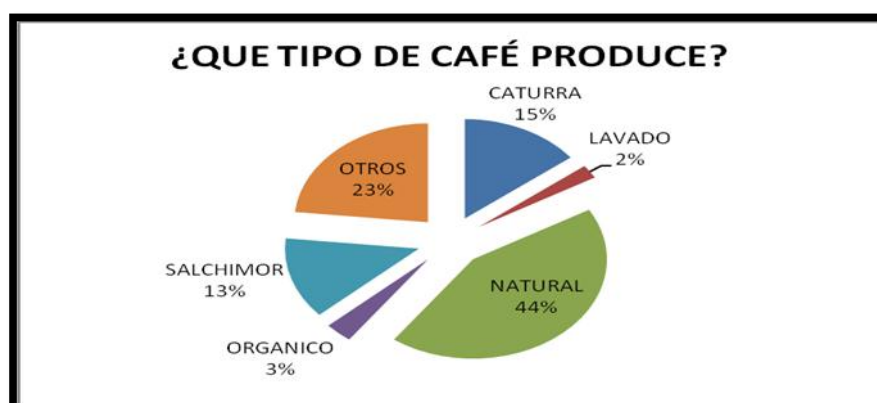
A continuación los resultados obtenidos de la muestra:



**Figura No 30. Numero de productores encuestados**

La muestra fue repartida en 15 productores de manera representativa para las seis parroquias que son nuestro grupo objetivo.

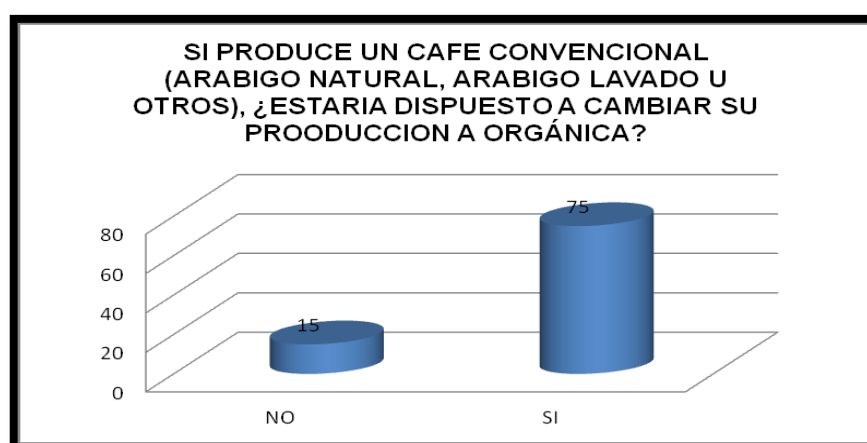
**Pregunta 1.- ¿Qué tipo de café produce?**



**Figura No 31. Tipo de café producido en Puyango**

El 44% de los entrevistados producen en la actualidad café natural, el 15% producen café del tipo caturra; el 13% producen café tipo salchimor, entre otros. Se puede evidenciar que el 3% de producción es orgánica, aun incipiente.

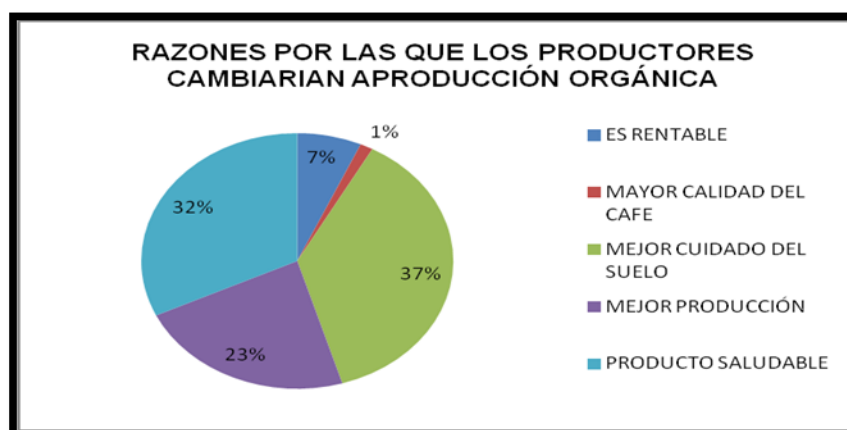
**Pregunta 2.- ¿Si produce un café convencional (arábigo natural, arábigo lavado u otros), estaría dispuesto a cambiar su producción a orgánica?**



**Figura No 32. Cambio de producción**

El 84% de los entrevistados que en la actualidad están produciendo café tipo arábigo están dispuestos a cambiar su actual producción por una producción orgánica.



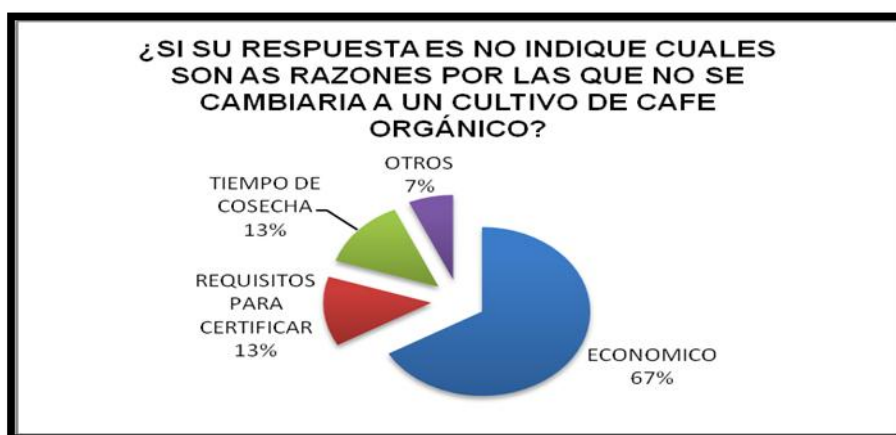


**Figura No 33. Razones para cambiar a café orgánico**

Del 84% de productores el 37% de los entrevistados la razón para cambiarse a una producción de café orgánico es que existe un mayor cuidado y tratamiento del suelo; para el 32% por que el café es un producto saludable; para un 23% por que existe una mejor y mayor producción.

En general las razones para un cambio en la producción de café actual a una orgánica tiene que ver con un mejor cuidado del suelo y de todos sus componentes que nos da como resultado un mejor producto en calidad y salubridad, y por ende en su rentabilidad.

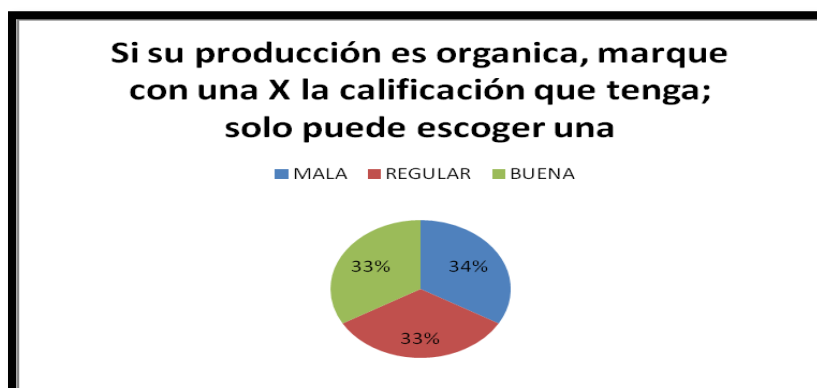
**Pregunta 3.-Si su respuesta es NO indique cuales son las razones por las que usted no se cambiaría al cultivo de café orgánico**



**Figura No 34. Cambio de cultivo**

Para el grupo en estudio que no desean un cambio a una producción orgánica se refiere principalmente al factor económico, otros con opiniones casi iguales se refiere a los requisitos para certificación y a los tiempos de cosecha (más largos), esta opinión se refiere al 17% de universo en estudio.

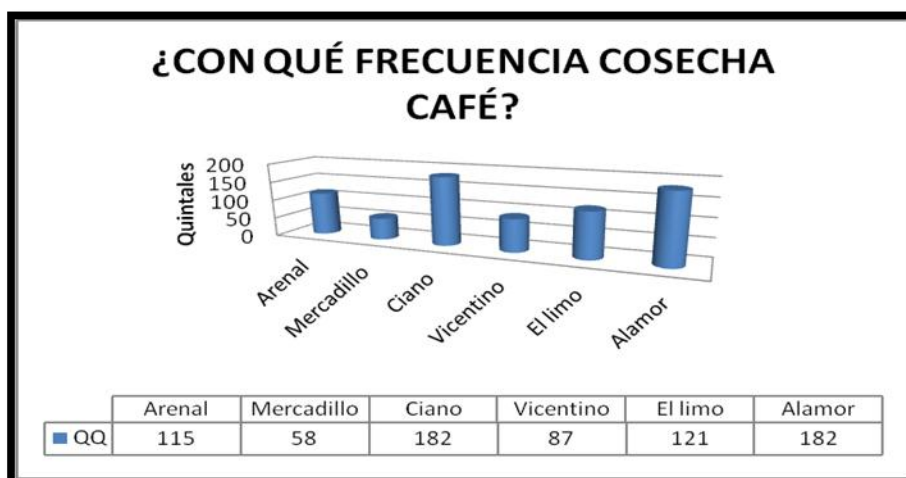
**Pregunta 4.- Si su producción es orgánica, marque con una X la calificación que tenga; solo puede escoger una**



**Figura No 35. Calidad de producción orgánica**

Del 3% que corresponden a 3 productores se dedican a la producción orgánica del cual 34% es MALA el 33% REGULAR y el 33% es BUENA.

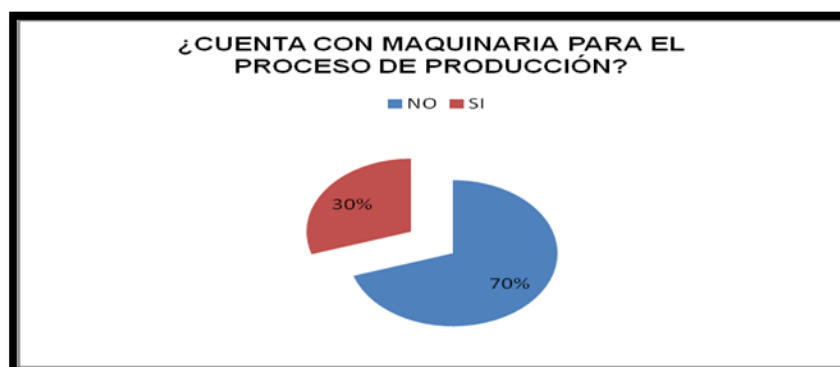
**Pregunta 5.- ¿Con qué frecuencia cosecha el café?**



**Figura No 36. Cantidad de Cosecha**

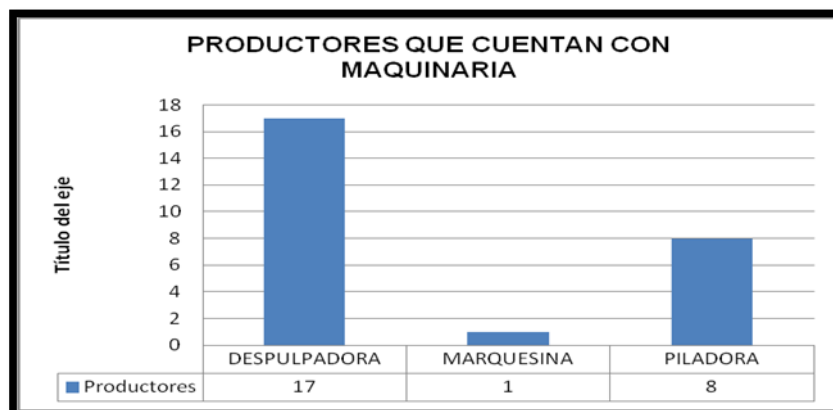
La totalidad del grupo objetivo cosechan una vez al año el café que producen, siendo los cantones Alamor y Ciano los que cosechan en promedio 182 quintales por año y por productor, le sigue el Limo con 121 quintales; Arenal cosecha 115 quintales; Vicentino 87 y Mercadillo 58 quintales por año y por productor en promedio.

**Pregunta 6.- ¿Cuenta con maquinaria para el proceso de producción?**



**Figura No 37. Maquinaria**

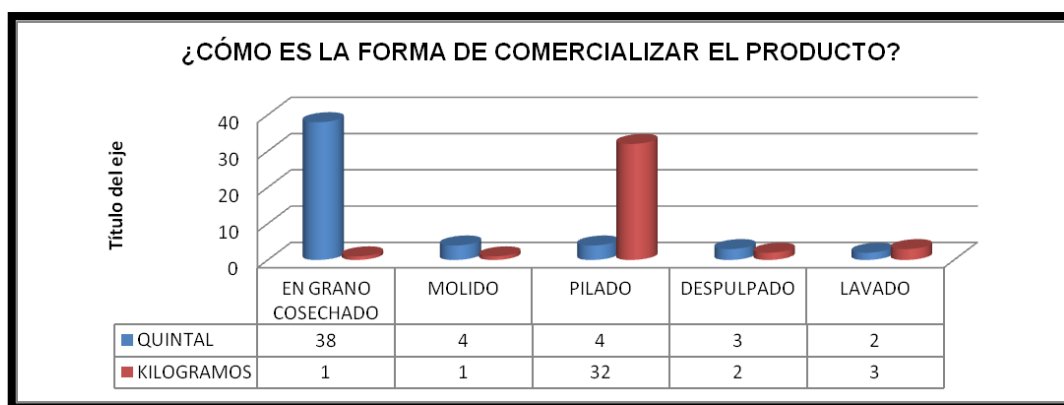
Siete de diez productores cuenta con maquinaria para sus procesos de producción de café, y los tres restantes no poseen ninguna maquinaria para su producción y lo hacen de manera manual.



**Figura No 38. Productores que cuentan con maquinaria**

La maquinaria más utilizada por los productores de café es la despulpadora, la mitad poseen piladoras y solo algunos tienen marquesina.

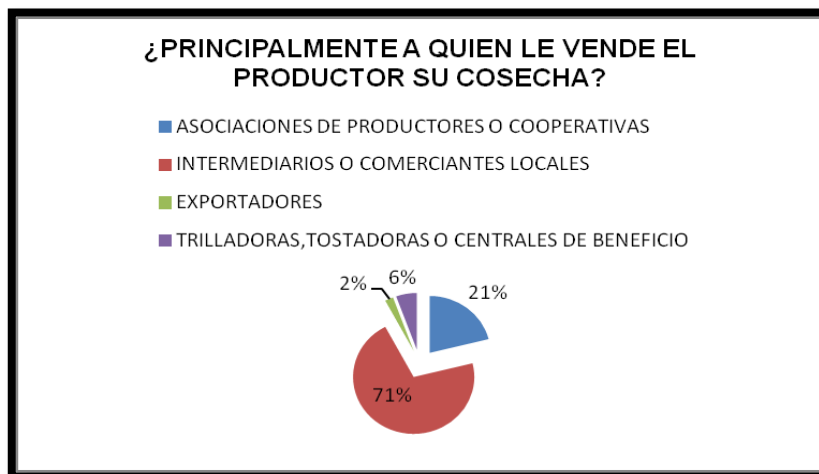
**Pregunta 7.- ¿Cómo es la forma de comercializar el producto?**



**Figura No 39. Comercialización del producto**

Casi la totalidad de los productores de café lo comercializan en quintales en granos cosechado, un pequeño grupo lo comercializa por kilogramos y pilado.

**Pregunta 8.- ¿Principalmente a quién le vende el productor su cosecha?**

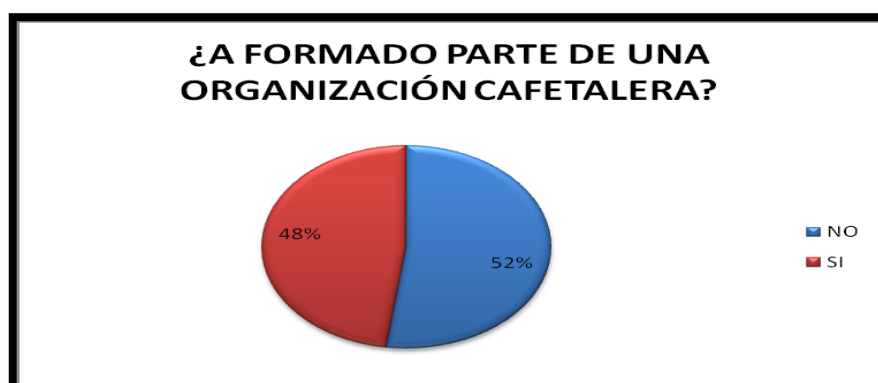


**Figura No 40. Principales agentes de venta**

Siete de cada diez productores venden su producto a intermediarios, los lo comercializan por medio de asociaciones o gremios.

Es importante recalcar que solo existe un 2% del grupo en objetivo que exporta su café de manera directa.

**Pregunta 9.- ¿A formado parte de alguna organización cafetalera?**



**Figura No 41. Conformación de una organización cafetalera**

La mitad de los productores entrevistados si ha formado parte de una asociación, gremio, grupo u organización cafetera.

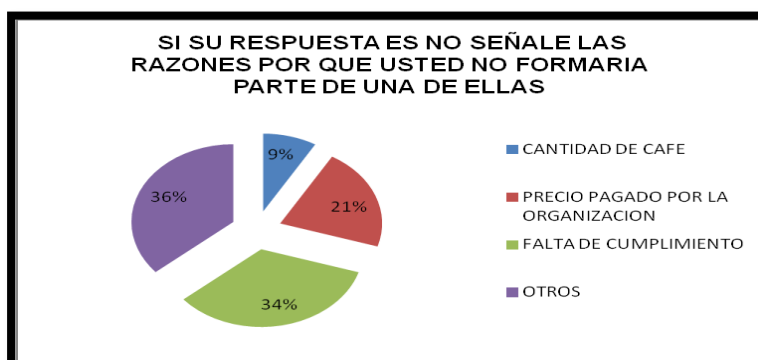
**Pregunta 10.- Si su respuesta es sí mencione el nombre de la organización**



**Figura No 42. Nombre de la organización a la que pertenecía**

Existen un sin número de asociaciones, gremios, cooperativas, grupos u organizaciones cafeteras que nuestro entrevistados han formado parte, pero las más destacadas son PROCAP y COFENAC.

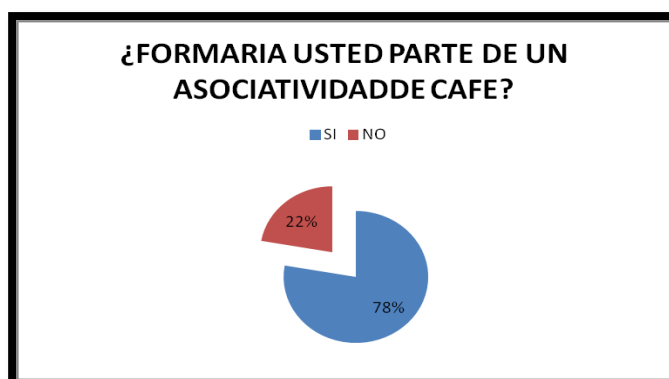
**Pregunta 11.- Si su respuesta es NO señale las razones por las que usted no formaría parte de una de ellas**



**Figura No 43. Razones para no conformar una asociatividad**

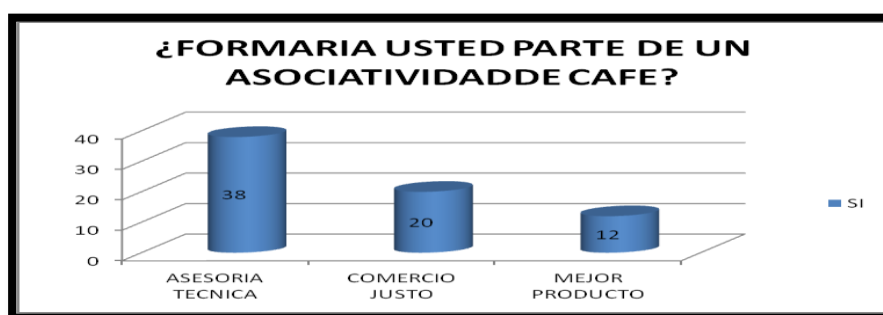
La mitad de los entrevistados que no forman parte de un gremio se debe principalmente a la falta de cumplimientos y compromisos de estas organizaciones, al igual que los precios que pagan por la venta de sus quintales de café, por la cantidad de quintales que producen entre otras.

**Pregunta 12.- ¿Formaría usted parte de una asociatividad de café?**



**Figura No 44. Disposición de formar parte de una asociatividad.**

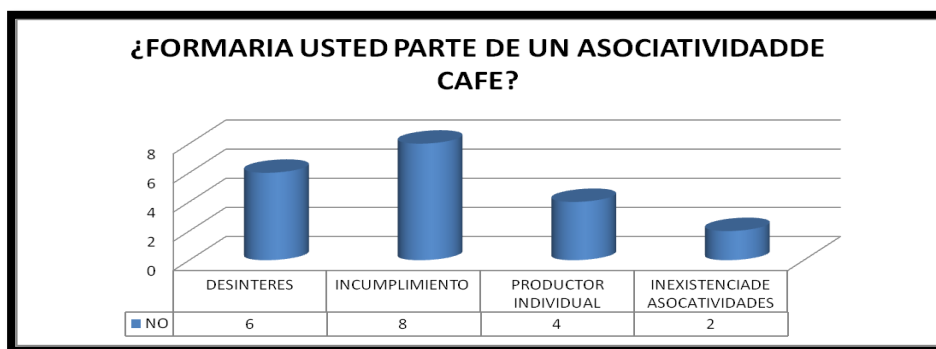
El 78% desea ser parte de una asociatividad y el 22% prefiere seguir comercializando de manera tradicional



**Figura No 45. Razones por las que si formaría parte de la asociatividad**

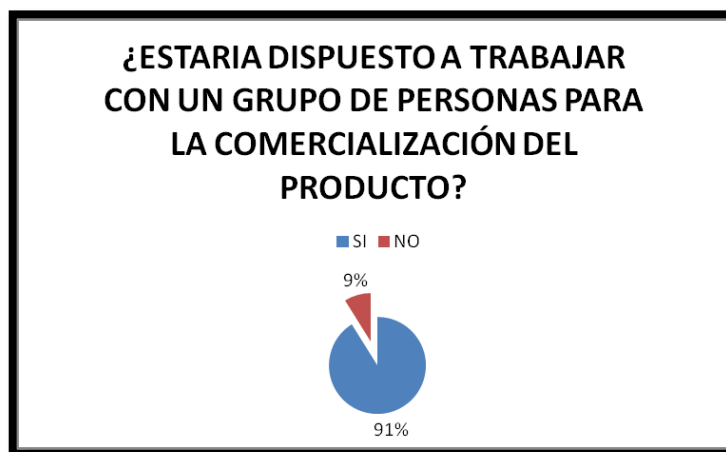
El si desea formar parte de un gremio o asociación principalmente por la ayuda o asesoría técnica en la producción así como también de todos los procesos de producción, que incluye embalaje, presentación, comercio exterior, etc.; otra razón para unirse a un gremio es principalmente para obtener un comercio justo que tiene relación con el precio y así como también por una mejora en la calidad del producto.

Los razones para no formar parte de un gremio o asociación de productores de café principalmente se refiere a experiencia pasadas, siendo el incumplimiento de estos gremios con sus asociados o agremiados; en este grupo existe un porcentaje que no le interesa formar parte de un gremio.



**Figura No 46. Razones por las que no formaría parte de la asociatividad**

**Pregunta 13.- ¿Estaría dispuesto a trabajar con un grupo de personas para la comercialización del producto?**

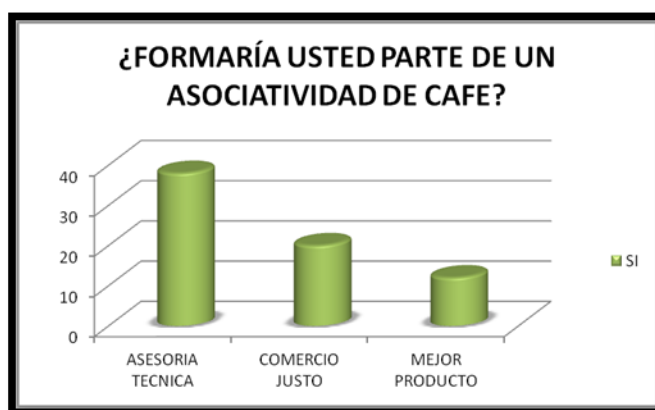


**Figura No 47. Disposición de trabajar en una asociatividad**

De los productores encuestados el 9% indicaron que NO estarían dispuestos a trabajar en una asociatividad, mientras que el 91% indicaron que SI formarían parte.

Dentro de las respuestas brindadas a esta pregunta abierta se pudo concluir que la mayoría de los productores consideran que la asociatividad mejora en los siguientes como: asesoría técnica, comercio justo y un mejor producto.





**Figura No 48. Razones porque formaría parte de una asociatividad**

### 3.2.3. Selección de los productores calificados

Para la selección de productores se toma en cuenta la encuesta que se realizó en todos los cantones pertenecientes a Puyango siendo estos:

- Alamor
- Ciano
- El Arenal
- El Limo
- Mercadillo
- Vicentino

De los cuales fueron seleccionados quienes tienen producción orgánica y quienes están dispuestos a cambiar su producción tradicional, así también la extensión de tierra que cuenta cada productor.

De los 90 encuestados el 80% que representa a 72 productores están dispuestos a formar parte de una asociación de café orgánico.

### 3.2.4. Constitución de la Asociación

#### Nombre de la Asociación:

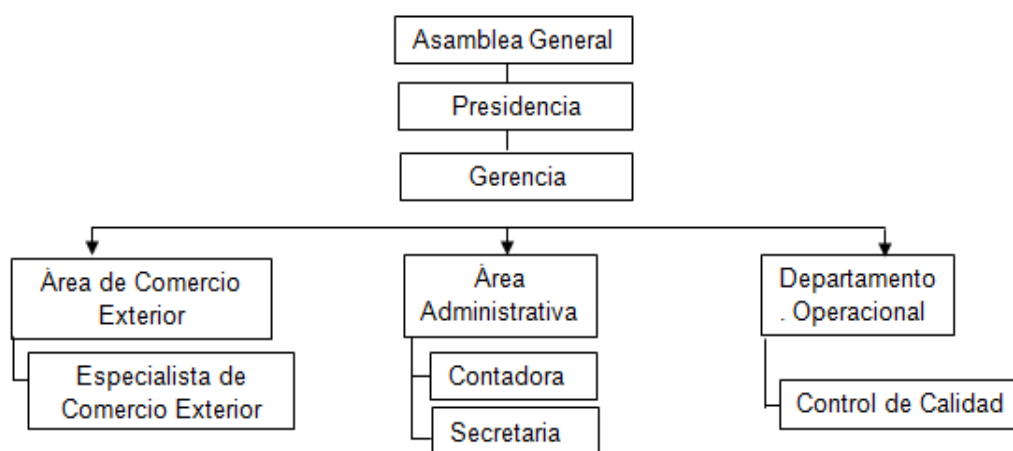
Se constituirá bajo el nombre de Asociación Orgánica de Cafetaleros – ASORCAF, la misma que estará ubicada en Alamor cabecera cantonal de Puyango.

**Objetivo:**

Producir café orgánico, enviar al centro de acopio de Alamor, para la transformación en café soluble y su posterior exportación Alemania.

**Estructura:**

Estará estructurado de la siguiente manera:



**Figura No 49. Organigrama ASORCAF**

**Fuente:** Propia

- **Asamblea General.-** Será la máxima autoridad, conformada por todos sus miembros activos en goce pleno de sus derechos, sus decisiones son obligatorias.

- **Directorio.-** órgano máximo administrativo de la asociación el que estará formado por:

- Presidente
- Vicepresidente
- Tesorero
- Secretario

- Vocales

- **Presidencia.**-Llamado también como representante legal, encargado de presidir reuniones y representar judicial y extrajudicial a la asociación.

- **Gerencia.**- Coordinar y dirigir las actividades que se realicen de acuerdo al objetivo planteado

- **Directorio Local.**- Sera un grupo de productores representantes de Alamor quienes se encarguen de organizar la recolección del café y la transformación del mismo.

- **Comisiones Especiales.**- Serán las encargadas de transportar el café de cada una de las parroquias hasta el lugar de acopio y la organización del mismo.

- **Comisiones Locales.**- Se encargarán del proceso de elaboración y transformación del café para su exportación.

### 3.3. Ciclo Operativo

#### 3.3.1. Proceso de Producción y Aplicación de prácticas orgánicas en el cultivo

- **Selección de Semillas**

Las semillas certificadas deben cumplir con todas las condiciones fitosanitarias y provienen de plantas madres jóvenes entre 5 y 6 años son de alta productividad orgánica, estas deben ser tomadas de las ramas centrales ya maduras separándolas de las que tienen aspecto deforme.

- **Semillero y Germinación**

El proceso de germinación tiene aproximadamente 45 días dentro del semillero, pasado este tiempo se estima que al cumplir 60 días la planta de café sea trasladada al vivero donde terminara su ciclo de crecimiento.

Se despulparan a mano y se quitará el mucílago con agua y se secan al sol directamente durante 6 horas y el resto del secado bajo sombra, hasta logra una humedad del 15%. Esta se puede almacenar solo de 3 a 4 meses en recipientes apropiados.

- **Vivero**

En el vivero la crianza de plántulas de café permanecerán de 5 a 6 meses y se seleccionan las que se encuentren raíces largas y sanas, se colocan en fundas de polietileno de color negro con perforaciones, adicional se debe combinar con el sustrato que está compuesto de tierra agrícola (previamente cernida y desinfectada con luz solar + abono orgánico (compost, humus, estiércol).

- **Sombrío para el cafetal**

El uso de sombra es fundamental, ayuda a desarrollar la adaptación de la planta de café, se va incorporando arboles de familia de leguminosas y forestales de manera transitoria como Plátano Banano, y de manera permanentes como Cedro, Eucalipto, Laurel formando así cinco niveles de protección, posterior se deberá deshierbar eliminando las partes improductivas que se encuentran alrededor de cada cafeto de 2 a 3 veces en el primero año, después se reduce a 2 o menos veces por año.

- **Manejo del Suelo**

Para la fertilización del suelo se aplican materiales de origen animal y vegetal como Compost (abono compuesto de la descomposición de restos vegetales y estiércoles de animales), Estiércol y Biol, que cumplan las certificaciones orgánicas y no contaminan ningún otro elemento que es parte del proceso del cultivo, para el manejo de plagas o enfermedades se utiliza concentrados libres de agroquímicos.

Además la rehabilitación de cafetales que tienen más de 10 años de producción de forma progresiva.

## **Manejo de plagas y enfermedades**

Recolección de frutos remanentes de la cosecha y poda de árboles de sombra y cafetos.

- **Cosecha**

Los frutos se comienzan a recolectar en el periodo de mayo hasta agosto, cuando el café está completamente maduro por lo que al momento de la cosecha el agricultor debe seleccionar de manera adecuada los frutos, la cereza (fruto maduro del café) ya que de eso dependerá la calidad del café.

- **Post – Cosecha**

Se realiza por dos vías que se detalla a continuación:

**VÍA HÚMEDA.**- es el proceso por el cual se obtiene el café pergamino por medio de las cerezas incluyendo las actividades de despulpado, lavado y secado de los granos, el café pergamino seco se somete al descascarillado a través de este proceso se obtiene el “café lavado”.

Se recolectan frutos maduros para mejor calidad esta precedido por un labro llamado tria este labor consiste en sumergir el café cereza en un vaso de agua para separar los frutos vanos; el café cereza limpio, se despulpa sin añadir agua, en una máquina despulpadora, que remueve las envolturas exteriores y así obtenemos el “café baba”, el cual se deja que se fermente en un periodo de 18 a 24 horas en tinas plásticas. El secamiento es un fase que influye en la calidad del café por este motivo debemos realizar este proceso con muchísimo cuidado, el secamiento del grano debe realizarse hasta que alcance un 12% de humedad solo así estaremos seguros de su conservación.

### 3.3.2. Proceso de industrialización

#### Recepción del Café



**Figura No 50. Recepción del café**

Como se puede ver en la figura 50, se realizara recolecciones de las cinco parroquias pertenecientes a Puyango con destino final Alamor donde se entregara en la Planta Matriz de la asociación la totalidad del café recolectado en sacos de yute con humedad del 12% al 14% como máximo.

#### Control de Calidad



**Figura No 51. Control de Calidad**

El café debe someterse a pruebas para analizar que cumplan con las condiciones necesarias.

## Selección y Limpieza



**Figura No 52. Selección y Limpieza**

Se coloca el café en la zaranda, maquinaria que separa cualquier tipo de impureza que pueda afectar a la estructura del café, una vez ya limpio el grano de café pasan directamente al tostador.

## Tostado y Molido



**Figura No 53. Tostado y Molido**

Se calienta el horno previamente para iniciar el proceso de tostado, alcanzan temperaturas que oscilan entre 245 y 250oC, que aseguran una rápida transferencia de calor, tiempo estimado para que el café en grano se encuentre en el tostador está entre 7 y 12 minutos. Posteriormente se procede con el molido de los granos en donde se trituran hasta quedar en polvo.

## Extracción



**Figura No 54. Extracción**

Se realiza la extracción de los sólidos solubles del café tostado y molido a través de tres procesos:

- Humedecimiento
- Extracción
- Hidrólisis

Con el fin de separar los aromas y así obtener el extracto diluido. Después del proceso de centrifugación se aumenta la concentración de sólidos solubles a través de la evaporación en donde se elimina la cantidad de agua contenida en el extracto, Para finalizar se realiza la acción de secado por atomización.

## DIAGRAMA DE PROCESOS

Representación gráfica de las actividades realizadas dentro del proceso de transformación del café a continuación en la tabla No 26.

**Tabla No 26.**

### Diagrama de procesos- Recepción del Producto

Proceso: Recepción del producto							
Fecha del Documento: 30/05/2015							
N.	Actividades	Operaciones	Transporte	Inspeccion	Demora	Almacenamiento	Tiempo Minutos
		●	➔	▬	⌒	▼	
1.	Revisa el vehículo	●					0.50
2.	El chofer se dirige a las parroquias		➔				3
3.	Va al lugar de encuentro de la persona que entregará el café		➔				0.50
4.	Habla con él y se dirige a ver los sacos				⌒		0.50
5.	Realiza un estibaje junto con las personas que entregan el café	●					1
6.	Cubican a los sacos de café dentro del camión	●					1.50
7.	Se transporta a la bodega de la asociación		➔				3
8.	Una vez en que llega se realiza desestiba de la mercancía	●					1
9.	Se verifica que lleguen los sacos de café llenos y con el peso establecido			▬			1
10.	Y se procede a embodegarlos hasta el siguiente proceso					▼	0.83
<b>SUBTOTAL</b>			4 6.50		1 0.50	0.83	12.83



$$\text{Valor Agregado} = \frac{4}{12.83} = 0.31 * 100 = 31\%$$

En el proceso de recepción del producto se genera un valor agregado de 31% correspondiente a las actividades de la recolección del café desde las fincas de los productores hasta la ASORCAF, registro de las cantidades recibidas, pesaje de la mercancía, y almacenamiento como se indica en la tabla No 26.

**Tabla No 27.**

**Diagrama de procesos- Limpieza**

N.	Actividades	Operaciones	Transporte	Inspeccion	Demora	Almacenamiento	Tiempo Minutos
		●	➔	▭	◐	▼	
1.	Muestreo de cada saco ingresado			▭			10
2.	Aprobación de cada lote de café				◐		5
3.	Se coloca los granos en la tolva		➔				7
4.	Pasan por una zaranda para la separación de impurezas	●					12
5.	Se revisa manualmente los granos			▭			5
6.	Se envía los granos a los silos					▼	8
<b>SUBTOTAL</b>		1	1	2	1	1	47

$$\text{Valor Agregado} = \frac{12}{47} = 0.26 * 100 = 26\%$$

En la tabla 27 este proceso se genera el 26% de valor agregado para actividades que corresponden a muestreo, selección y limpieza del café.

Tabla No 28.

## Diagrama de procesos- Tostado y Molido











N.	Actividades	Operaciones	Transporte	Inspeccion	Demora	Almacenamiento	Tiempo Minutos
		●	➔	▭	◐	▼	
1.	Transportacion de los granos desde los cilos a la maquina tostadora		➔				10
2.	Tostado del café en temperaturas de 190° a 250°	●					60
3.	El café tostado se coloca en una tolva		➔				15
4.	Se verifica que los granos de café esten correctamente tostados			▭			15
5.	Se realiza el pesaje del café	●					15
6.	Se almacena los granos					▼	15
7.	Los granos se trasladan a los molinos		➔				20
8.	Se trituran los granos	●					30
9.	Se realiza el pesaje del café	●					15
<b>SUBTOTAL</b>		4	3	1	0	1	195

$$\text{Valor Agregado} = \frac{120}{195} = 0.62 * 100 = 62\%$$

En el proceso de tostado se genera un valor agregado del 62% correspondiente a actividades transportación, tostado pesaje y almacenamiento del café, como se detalla en la tabla No 28.

Tabla No 29.

## Diagrama de procesos- Extracción

N.	Actividades	Operaciones	Transporte	Inspeccion	Demora	Almacenamiento	Tiempo Minutos
							
1.	El café se traslada a un contenedor en cual se mezcla con agua a 200°C						45
2.	Pasa por los evaporadores a 40°C y 50°C						55
3.	Centrifugacion del liquido						25
4.	Obtencion del extracto de café liquido						50
5.	Control de calidad						10
<b>SUBTOTAL</b>		4	0	1	0	0	185

$$\text{Valor Agregado} = \frac{175}{185} = 0.95 * 100 = 95\%$$

En la tabla No 29 se detalla el proceso de extracción del café, se genera un 95% de valor agregado correspondiente a actividades de traslado, evaporación, obtención y control de calidad del mismo.

Tabla No 30.

## Diagrama de procesos- Secado y Empacado

N.	Actividades	Operaciones	Transporte	Inspeccion	Demora	Almacenamiento	Tiempo Minutos
		●	➔	▭	◐	▼	
1.	Se coloca en una boquilla el café (camara de secado)	●					120
2.	Obtecion del café en polvo fino	●					45
3.	Aglomeracion de las particulas finas	●					30
4.	Extraccion de café soluble	●					50
5.	Control de calidad			▭			5
6.	Empacado del café en fundas de polipropileno de 250gr.	●					25
7.	Empacado de las fundas en cajas de carton	●					30
8.	Control de calidad			▭			5
9.	Estiba de las cajas al camion	●					30
10.	Cubicaje de las cajas	●					30
11.	Control de calidad			▭			5
12.	Entrega de los documentos al transportista		➔				5
<b>SUBTOTAL</b>		8	1	3	0	0	380

$$\text{Valor Agregado} = \frac{360}{380} = 0.95 * 100 = 95\%$$

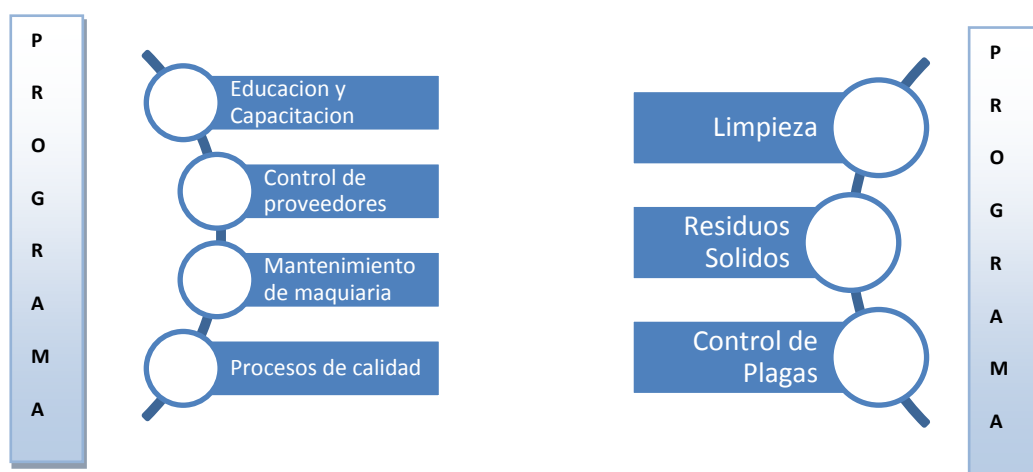
En el proceso de secado y empacado del café, se genera un valor agregado del 95% correspondientes a secado extracción control de calidad empacado y cubicaje del producto como se muestra en la tabla No 30.

### 3.3.3. Aplicación de buenas prácticas de manufactura

Las Buenas Prácticas de Manufacturas (BPM) constituyen los principios básicos y practicas generales de higiene que las organizaciones dedicadas al procesamiento de alimentos deben tomar en cuenta en las etapas claves del proceso, producción, industrialización y comercialización, con la finalidad

de entregar al consumidor final alimentos de óptima calidad e inocuidad (RO 696, 2002; SAGPyA, 2006).

El compromiso de ASORCAF es garantizar la salud del consumidor, ofertando un producto procesado de calidad que cumple los lineamientos de higiene y saneamiento dentro de la cadena productiva, tomando en cuenta las siguientes consideraciones como la elaboración de programas para el cumplimiento de BPM, como se muestra en la figura 48 sobre el flujo de buenas prácticas de manufactura.



**Figura No 55. Flujo de BPM**

La planificación de procesos mediante los programas antes mencionados hace que se detecte previamente los puntos débiles y posibles riesgos de contaminación, ASORCAF realiza análisis de valoración constante del cumplimiento de las Buenas Prácticas de Manufacturas.

Según Decreto 325 del reglamento de buenas prácticas de manufacturas se enfoca a las personas que manipulen el café deben mantener las reglas de sanidad al igual que los establecimientos, donde se procesen, envasen y distribuyan.

Establecer el cumplimiento de buenas prácticas de manufacturas del café procesado expedido mediante Decreto Ejecutivo 3253, para los establecimientos donde se realicen actividades de: fabricación, procesamiento, preparación, envasado, empacado, almacenamiento, transporte, distribución y comercialización del café.

Con la finalidad de que éste proceso se realice de manera ordenada y a tiempo, el MSP con la participación del Comité de la Calidad emitió el Acuerdo Ministerial de Plazos de Cumplimiento Buenas Prácticas de Manufactura del café, en el mismo se establece una clasificación a las Empresas por TIPO DE RIESGO y el tiempo de cumplimiento al cual la empresa deberá ajustarse.

**Certificado de Buenas Prácticas para Alimentos Procesados:** Aplica para personas naturales y jurídicas que se dediquen actividades como:

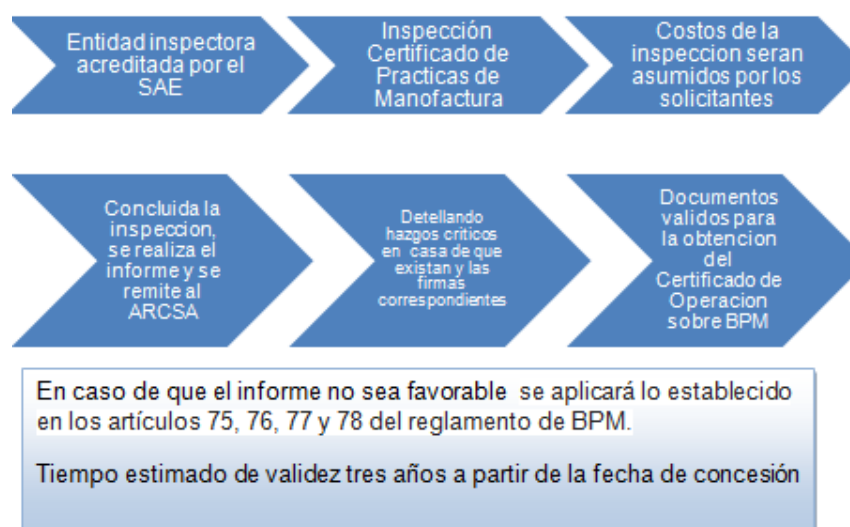
- Fabricar
- Elaborar
- Procesar
- Envasar
- Almacenar
- Transportar
- Comercializar
- Distribuir
- Preparar
- Empacar
- Manipular

Requisitos para la obtención del Certificado de Buenas Prácticas de Manufactura

- Solicitud dirigida a la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA) suscrita por el solicitante
- Formulario de solicitud SOL-ARCSA-BPM-AL-001 (véase en Anexo 1)

- Diagrama de flujo de los procesos, suscrito por el responsable técnico de la planta.
- Copia del comprobante de pago de los derechos correspondientes a la emisión del Certificado de Operación sobre la utilización de Buenas Prácticas de Manufactura.

Proceso para obtener certificado de prácticas de manufactura



**Figura No 56. Proceso de obtención del certificado de buenas prácticas de manufactura**

A continuación véase en el anexo 2 el formulario que las empresas, asociaciones, y demás entidades deben presentar para solicitar la certificación de BPM.

### 3.3.4. Flujo de Comercialización

#### Proveedores de insumos

Organismos que proveen semillas certificadas (MAGAP) según el proyecto vigente reactivación del sector cafetalero, adicional brindan asistencia técnica sobre el proceso productivo.

### **Asociatividad**

Organización de una asociatividad de productores en la que su objetivo es comercializar su producto internacionalmente comercio justo de las 6 parroquias que corresponden a Puyango.

### **Acopio y comercialización**

Se realizara recolecciones mensuales abriendo una cuota establecida con los productores todo, el café orgánico será transportado a la parroquia de Alamor donde se encuentra la bodega de acopio.

### **Negociación Exterior**

Establecer contacto con los compradores internacionales en donde se toma en cuenta aspectos como precios, calidad, forma de entierro, etc. que se deberá cumplir. Aquí el café e secado, molido, empaquetado y comercializado.

### **Comercialización**

El producto final tal como “café gourmet soluble” es transportado a su destino final Alemania en donde se comercializara en supermercados. El flujo de comercialización se lo detalla a continuación la figura 50.



## FLUJGRAMA DE COMERCIALIZACIÓN



Figura No 57. Flujo de Comercialización

## CAPITULO IV

### COMERCIO EXTERIOR

#### 4. Plan de Comercio Exterior

El Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones COPCI (2010), en su art.154 define a la exportación a consumo como: *“La salida definitiva de mercancías en libre circulación, fuera del territorio aduanero ecuatoriano o a una ZEDE, con sujeción a las disposiciones establecidas en la normativa legal vigente”*.

La finalidad de este proyecto es la exportación del café orgánico gourmet soluble para lo cual se describen a continuación sus características y la partida arancelaria a la que pertenece dicho producto.

**Descripción del Producto:** Café Orgánico, tipo de café que es cultivado sin presencia de elementos químicos como: pesticidas, fungicidas entre otros, se rigen a procesos que cumplen estrictos estándares de calidad, netamente saludable para el consumidor.

#### Clasificación arancelaria:

<b>Código NANDINA</b>	<b>Detalle de la Mercancía</b>
<b>Sección II</b>	Productos del reino vegetal
<b>Capítulo 9</b>	Café, té, yerba mate y especias
<b>Partida 0901</b>	Café, incluso tostado o descafeinado; cáscara y cascarilla de café; sucedáneos del café que contengan café en cualquier proporción
<b>Subpartida 0901119000</b>	Los demás

## 4.1. Certificaciones requeridas por la UE

### 4.1.1. Certificación Rainforest Alliance



**Figura No 58. Sello de Certificación Rainforest**  
**Fuente:** Rainforest Alliance

En el proceso del cultivo del café las actividades agrícolas deben tener una planificación integral y se toman en cuenta tres aspectos importantes: Equidad social, protección ambiental y viabilidad económica, los cuales son previamente supervisados para el cumplimiento de la normativa de certificación exigidos por el país de destino. Se puede apreciar el logo de rainforest en la figura 51 que se presenta en la parte superior.

Los requerimientos para obtener la certificación Rainforest

- Visita preliminar de la finca a cargo de técnicos de la Red de Agricultura Sostenible (RAS), que determinarán los cambios necesarios para obtener la certificación;
- Informe de las operaciones agrícolas
- La creación de un contrato que rige y supervisa el uso que se hace del sello de aprobación de la certificación Rainforest Alliance.

Rainforest Alliance considera que el cumplimiento de las normativas, hará que los agricultores tengan un beneficio integral en el que implica que todo el entorno en el que se desarrolla mejore tanto como en la reducción de costos, conservación del medio ambiente, aprovechamiento de los recursos y el aumento de la calidad de vida de los trabajadores.

Los criterios de la norma se sustentan en diez principios que son:

- **Implementar un sistema de gestión social y ambiental:** Se basa en el cumplimiento de los procesos a través de una planificación y control del uso eficaz de los recursos de acuerdo a las normas de certificación.
- **Conservar los ecosistemas:** Los productores deben buscar la conservación de los ecosistemas que se encuentran inmersos dentro del cultivo.
- **Proteger la vida silvestre:** Cumplimiento de medidas sobre el cuidado de especies que se encuentran especialmente en peligro de extinción.
- **Conservar los recursos hídricos:** Control y cuidado de contaminantes en el agua.
- **Asegurar buenas condiciones para los trabajadores:** Mejora del nivel de vida de los productores y sus familias.
- **Tomar medidas para la salud y seguridad ocupacional:** Los productores deberán recibir todo el conocimiento necesario y los equipos adecuados para la producción, así como deben tener condiciones óptimas de trabajo.
- **Mantener buenas relaciones con las comunidades:** Mantener un buen trato para lograr un desarrollo económico y social
- **Implementar un manejo integrado del cultivo:** Se debe implementar técnicas adecuadas para el manejo de plagas tanto para conservar el medio ambiente como la salud de los productores.
- **Tomar medidas para la conservación del suelo:** Mejorar procesos para evitar la erosión del suelo y mantener la fertilidad del mismo.

- **Adoptar un manejo integrado de desechos:** Se debe aplicar el sistema de las 3R, reducir, reutilizar y reciclar todos los residuos que se obtengan en el proceso de producción.

#### 4.1.2. Certificado Orgánico de la UE

Las importaciones que se realicen dentro de la UE, deben cumplir con la legislación ya que uno de los fines es garantizar que los productos son seguros de consumir sin algún tipo de contaminante que atente contra la salud humana.

Los controles que se realizan a toda la cadena de productiva de café y a los agentes que intervienen dentro de ella, esto se basan en normativas como: EU 834/2007 - EU 889/2008 en las que establecen parámetros que deben cumplir los países exportadores para la obtención de la certificación orgánica donde se asegura que el 95% de los elementos utilizados son totalmente sanos y no sufrieron algún tipo de cambio en el proceso.

La Euro hoja, es la etiqueta elaborada por la Unión Europea, garantiza a los consumidores el origen y calidad con el cumplimiento de las normas vigentes sobre la agricultura de la UE, como se la puede ver en el figura No 59.



**Figura No 59. Eurohoja**

**Fuente:** Agriculture and Rural Development – Organic Farming

### 4.1.3. Certificación de Comercio Justo

Es un sistema de certificación de productos que presenta una alternativa de comercio convencional y se basa en garantizar un comercio más justo para los productores con mejores beneficios a través de la cooperación entre productores y consumidores, además se toma en cuenta algunos criterios que buscan corregir la volatilidad de los precios, desequilibrios de poder e injusticias del comercio.

Los organismos independientes hacen posible la aplicación del sello:

- Un comité y una organización privada con expertos independientes se encarga de establecer verificar el cumplimiento de los estándares de cada producto y cada uno de los actores que intervienen dentro de ella. (FLO International).

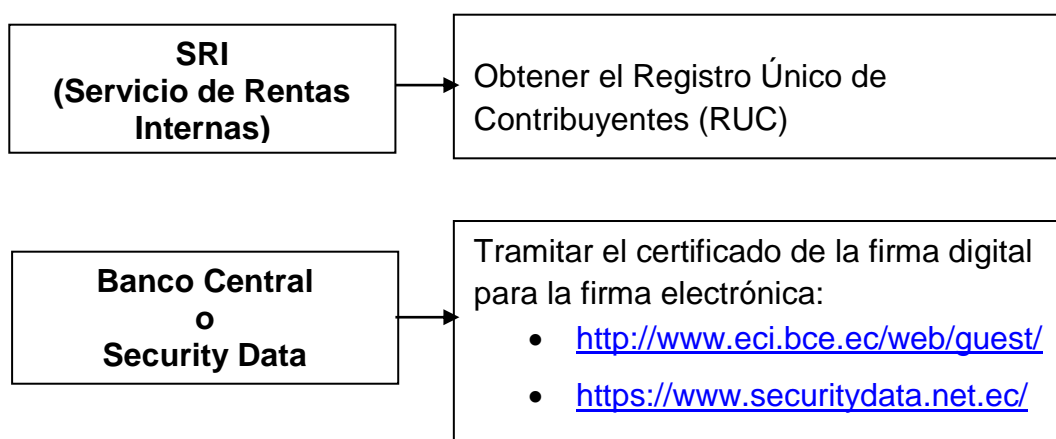
## 4.2. Registro de Comercio Exterior

### 4.2.1. Emisión Firma Electrónica

Para la emisión de la firma electrónica se debe cumplir los siguientes pasos como se puede ver en el cuadro N°7.

#### Cuadro No 7.

#### Requisitos para registro de firma electrónica



**Fuente:** Guía del exportador- PROECUADOR

En el caso de ASORCAF se registrará como persona jurídica. Se llenará un formulario de solicitud en la página del Banco Central del Ecuador véase *en anexo 3*, y se deberá cumplir con los requisitos a continuación:

### **Persona Jurídica**

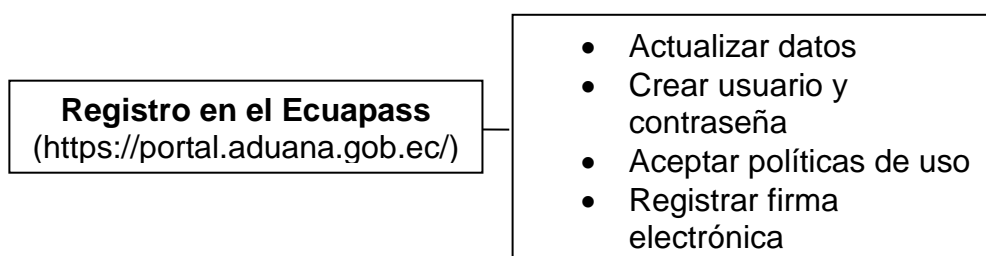
- La empresa debe estar previamente registrada en el sistema
- Conocer el número de RUC de la empresa
- Copia de cédula o pasaporte a color
- Copia de Papeleta de votación actualizada, (exceptuando a personas mayores a sesenta y cinco años, las ecuatorianas y ecuatorianos que habitan en el exterior, los integrantes de las Fuerzas Armadas y Policía Nacional, y las personas con discapacidad)
- Copia del nombramiento o certificado laboral firmado por el representante legal
- Autorización firmada por el representante legal. (En caso de subrogación o delegación, adjuntar el oficio de encargo o delegación)

#### **4.2.2. Registro de Exportador ECUAPASS**

Después de obtener la firma electrónica se procede con el registro del exportador en el portal del Ecuapass como se ve en el cuadro 8.

#### **Cuadro No 8.**

##### **Requisitos para el registro de exportador**



**Fuente:** Guía del exportador- PROECUADOR

Se establece el formulario que debe ser llenado de manera on-line véase en el *anexo 4*.

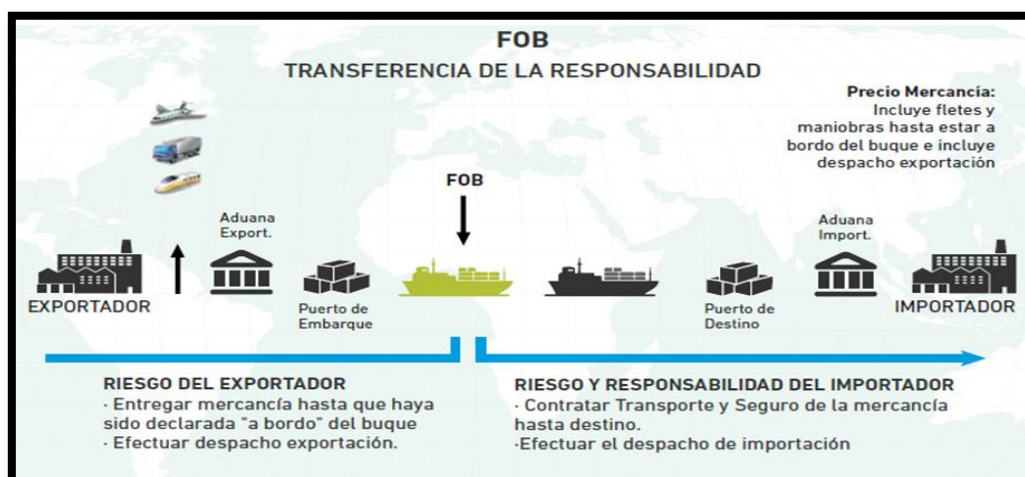
### **4.3. Incoterms**

Los incoterms son aquellos términos utilizados en los contratos de compraventa internacionales, para precisar las obligaciones tanto del comprador como del vendedor a la hora de entregar la mercancía.

El objeto de los incoterms es establecer un conjunto de reglas internacionales en las que constituyen un derecho potestativo o voluntario donde se incorpora en el contrato en las que son obligatorias para las partes

En el presente proyecto se manejará la negociación en términos FOB (Free on Board), significa que el vendedor cumple con su obligación de entrega cuando la mercancía ha sobrepasado la borda del buque en el puerto de embarque convenido, por lo que ASORCAFE receptorá el producto en Alamor provincia de Loja posterior se trasladará hasta el Puerto de Guayaquil, donde la mercancía ya consolidada será embarcada; dentro del acuerdo no se estipula la contratación de transporte y seguro, pero si el importador lo requiere se envía una cotización de los servicios antes mencionados hasta la entrega del café en el país de destino. A continuación se presenta en la figura N°60 y el cuadro N° 8 donde se detalla la responsabilidad de importador y exportador.





**Figura No 60. Transferecia de responsabilidad**

**Cuadro No 9.**

**Responsabilidades y Obligaciones en término FOB**

OBLIGACIONES DEL VENDEDOR	OBLIGACIONES DEL COMPRADOR
Envío de la mercancía y factura comercial	Pago de la factura de la mercancía
Licencias, Autorizaciones, Acreditaciones de Seguridad para la exportación de la mercancía del país de origen	Licencias, Autorizaciones, Acreditaciones de Seguridad para a salida de la mercancía del país de destino
Transporte desde la finca hasta el puerto de embarque	**Transporte
Entrega	**Seguro
Transmisión de Riesgos	Notificación al vendedor
Notificación al comprador	Prueba de entrega
Documentos de entrega	
<p><b>** El vendedor no está obligado a contratar el transporte y seguro, pues bien si el comprador solicita alguna información acerca de cotización de precios o en su caso la contratación se lo realiza a condiciones usuales a riesgo y a expensas del comprador</b></p>	

**Fuente:** Reglas de ICC

#### 4.4. Documentos de Soporte y de Acompañamiento

El Reglamento del Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones COPCI (2010), en su art.73 define a los documentos de como: *“Los documentos de soporte constituirán la base de la información de la Declaración Aduanera a cualquier régimen. Estos documentos originales, ya sea en físico o electrónico, deberán reposar en el archivo del declarante o su agente de aduanas al momento de la presentación o transmisión de la Declaración Aduanera, y estarán bajo su responsabilidad conforme a lo determinado en la ley”.*

También se establece dentro del Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones COPCI (2010), en su artículo 73, que los **documentos de acompañamiento:** *“Constituye ante la Aduana el instrumento que acredita la propiedad de las mercancías. Éste podrá ser endosado hasta antes de la transmisión o presentación de la Declaración Aduanera a consumo según corresponda. El endoso del documento de transporte, implica el endoso de los demás documentos de acompañamiento a excepción de aquellos de carácter personalísimo, como son las autorizaciones del CONSEP, Ministerio de Defensa, entre otras”.*

Para la exportación se debe tomar en cuenta los siguientes documentos:

##### **Documentos de Soporte:**

- Original o copia del conocimiento de embarque (Bill of Loading).véase *anexo 5*
- Factura comercial definitiva (original).

La factura que emite ASORCAF contendrá información con respecto al consignante, consignatario y el café, véase *anexo 6*

- Certificado de Origen:

Documento en el que se valida el origen del café orgánico soluble, véase *anexo 7.*

### **Documentos de Acompañamiento:**

- Lista de empaque
- Certificado de Agrocalidad:

Los documentos requeridos para el registro en AGROCALIDAD como productor o exportador de mercancía de origen vegetal son los siguientes:

- RUC, copia de cédula
- Constitución de la empresa, nombramiento del representante legal (persona jurídica)
- Croquis de ubicación del centro de acopio (exportador) y cultivo (exportador - productor)
- Factura de pago según la solicitud de registro.
- Certificado Fitosanitario:

Los pasos para la emisión del certificado fitosanitario son:

- Registro como operador en AGROCALIDAD
- Copia del manifiesto de embarque
- Factura proforma u otro documento que indique información del envío.
- En el caso de pre-inspección se emitirá un certificado provisional que se canjeará por el Certificado Fitosanitario en el punto de control. En el caso de una inspección una vez aprobada se otorgará el Certificado Fitosanitario para el envío a realizarse
  - Dentro del proceso también se requiere de la inspección de la mercancía a ser exportadora por parte de la COFENAC, organismo que otorga el Certificado de Calidad y Variedad del café.
  - Envío de los documentos mediante el portal del Ecuapass procedimiento que lo realiza el exportador.
  - Ingreso del embarque a zona primaria del distrito correspondiente.
- Certificado INEN

Para la obtención de este documento se debe realizar los siguientes pasos:

- Solicitar la inspección al INEN, donde la verificadora y un agente de la SENA lo realizan.
- Se emite un certificado de conformidad
- ASORCAF deberá validar dicho certificado en el INEN
- Aprobación por parte de la entidad reguladora

#### 4.5. Logística internacional

##### 4.5.2. Cadena de valor

La cadena de valor es el conjunto de actividades o atributos diferenciados cuyo coste asume el cliente y que da lugar a una ventaja competitiva.

A continuación se presenta la grafica N° 61 que representa a la cadena de valor, que posteriormente será detallada para el caso de ASORCAF.



**Figura No 61.** Cadena de Valor

**Fuente:** Google Imágenes

**Logística Interna:** Dentro de la primera fase se toma en cuenta la recolección de café, Puyango cuenta con 5 parroquias Ciano, El Arenal, Mercadillo, El limo y Alamor.

**Operaciones:** En Alamor se establecerá la planta matriz en la contará con un lugar de acopio, un laboratorio en con el personal adecuadamente

capacitado para el manejo y verificación del cumplimiento del proceso de producción.

**Logística Externa:** Una vez concluida la transformación del producto, se procede con el envío de la mercancía al puerto de embarque se realiza un inland.

**Mercadotecnia y Ventas:** Se hará el lanzamiento del producto a través de campañas publicitarias y concientización sobre las propiedades del consumo de café gourmet soluble.

Respecto a las nuevas tendencias en el consumo de productos orgánicos, representa una gran ventaja la comercialización de café orgánico gourmet soluble, a continuación se presenta la nueva marca que ASORCAF ofertará en Alemania Der Kaffee (El Cafetal), en la figura N° 61.



**Figura 62. DerKaffee**

**Servicio:** Se desarrollarán actividades para garantizar el origen del producto en cuanto a requerimientos orgánico, adicional se afianzará estrategias para lograr el posicionamiento en el mercado externo (Alemania).

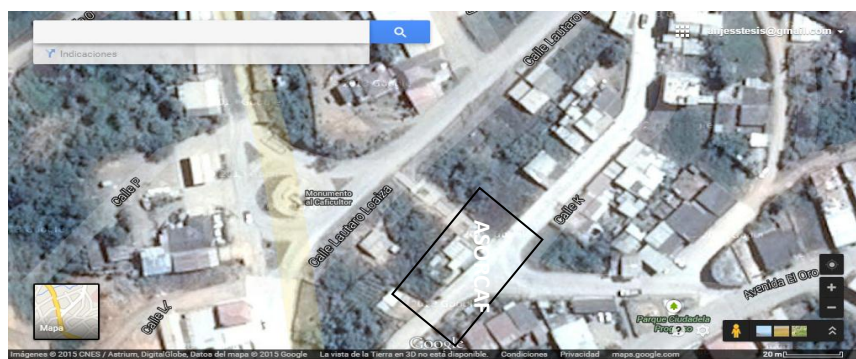
**Abastecimiento:** Cada parroquia llevará un registro de los envíos realizados, cumpliendo una cuota mensual por productor, la que será recolectada para su procesamiento.

**Desarrollo Tecnológico:** El proceso de transformación de café, se basa en las buenas prácticas de manufactura con la maquinaria necesaria y se pretende optimizar recursos e incrementar los rendimientos.

**Recursos Humanos:** La asociación está conformada por los productores de Puyango a través de esto se busca establecer políticas de beneficio común por lo que para la elaboración de café orgánico gourmet soluble ASORCAF, contará el personal para las actividades previamente programadas las cuales estarán basadas en un diseño organizacional en la que se establecen funciones para cada área.

**Infraestructura:** Designación de un lugar de acopio debidamente adaptado con las condiciones necesarias libre de contaminantes que puedan alterar la composición final del café además aquí se define las áreas con las que contara la asociación que son: producción, comercio exterior, gerencia y contabilidad.

La asociación se encuentra establecida en la parroquia de Alamor en las calles Lautaro Loaiza y Avenida el Oro esquina, frente al monumento al caficultor como se lo demuestra en la figura 63.



**Figura No 63. Ubicación de ASORCAF**  
Fuente: Google Maps

Se puede ver la aplicación de la cadena de valor para el caso de ASORCAF, en la figura No 64.



**Figura No 64. Cadena de valor ASORCAF**

#### 4.6. Proceso de empaque, envase y embalaje

De acuerdo a la normativa 2003/89/EC de la directiva del Consejo Europeo establece aclaraciones acerca del embalaje y etiquetado se realizara, en la planta de procesamiento; el etiquetado deberá contar con las siguientes consideraciones para su exportación:

- Detalle de la composición del producto, peso, volumen en unidades métricas
- Ser escrita totalmente en alemán
- Claras , legibles y permanentes
- Duración de conservación y fecha de expiración
- Advertencias o instrucciones acerca del consumo del café
- País de origen
- Numero de Lote

En la figura N° 65 se presenta el envase de 250gr; El Cafetal (Der Kaffe)



**Figura No 65. Presentación de Der Kaffe 250 gr**

### Normativa Técnica Ecuatoriana

Según la norma NTE INEN 1122, los requisitos que debe cumplir el café soluble se detallan a continuación:

La maquinaria e instrumentos que se utilicen dentro del proceso de transformación deben estar en las condiciones higiénicas adecuadas, así como los granos deben encontrarse exentos de cualquier material extra, que afecte a la conservación del mismo.

La forma de presentación del café soluble debe ser:

- Granulado
- Escamas
- Hojuelas.



Adicional no se deberá exceder del máximo de contaminantes que se detalla a continuación en la tabla No 31:

**Tabla No 31.**

**Medidas de contaminantes autorizados**

Metal	Límite máximo mg/kg
Cobre (Cu)	20
Plomo (Pb)	1
Zinc (Zn)	50
Arsénico (As)	0,5
Estaño (Sn)	20
Cadmio (Cd)	0,1
Mercurio (Hg)	0,1

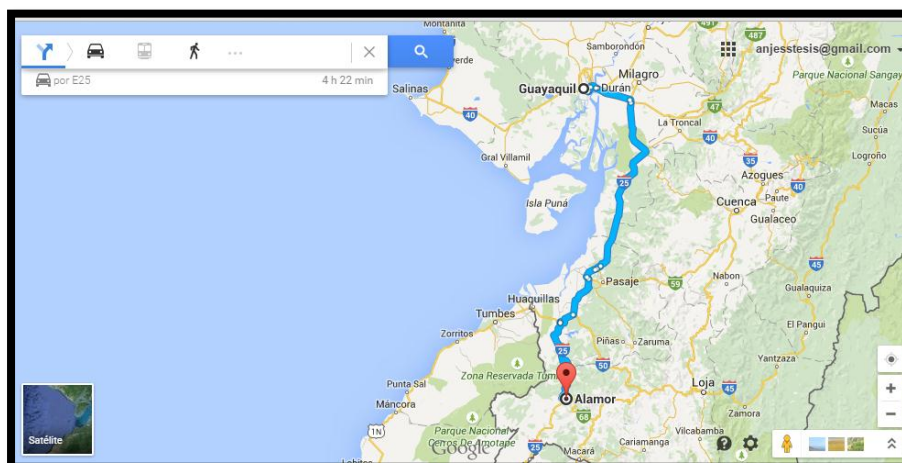
**Fuente:** INEN

#### 4.7. Logística Nacional

El transporte es un sector estratégico básico para el desarrollo global de la economía por distintos motivos:

- Garantiza la movilidad de los ciudadanos
- Responde a la libre circulación de las mercancías.
- Constituye una herramienta básica para incrementar la productividad de los sectores con mayor desarrollo.

El flete interno se lo realizará a través de TRANSPORTES MARITIMOS Y TERRESTRES S.A., a continuación se detalla la ruta que realizará desde Alamor hasta Puerto Bolívar con una distancia de 136.20 km y un tiempo aproximado de 1h56min, como se hace referencia en la figura N° 59.



**Figura No 66. Ruta de envío de café**  
**Fuente: Google Maps**

El transporte marítimo está condicionado por el fenómeno de globalización de los mercados y por la especialización de la producción. Este es un medio de transporte empleado con mayor frecuencia en el tráfico internacional de mercancías. Su carácter internacional viene dado por su propia naturaleza de transportar grandes volúmenes de mercancías entre puntos geográficamente distantes y sin posible conexión terrestre.

ASORCAF realizará los envíos de la mercancía a través del canal marítimo y negociará su contrato de compra-venta términos FOB con punto de embarque Puerto Bolívar dentro de lo que establece las obligaciones del término, el transporte internacional es responsabilidad del comprador.

Dentro de la ruta óptima para el arribo del producto al país de destino esta:

Guayaquil –Panamá – Rotterdam- Hamburgo

Previo a la llegada del embarque a zona primaria, se debe realizar la reserva del contenedor en el que transportará el café orgánico soluble gourmet.

Se adjunta el itinerario de la reserva de buques estimado que la fecha máxima de zarpe sea el 29 de abril 2015.

Tabla No 32.

## Itinerario de los buques

BUQUES	PLAZO DE ENVIO DE PROFORMAS	FECHA DE INGRESO A PUERTO SIN COSTO	CUT OFF	ETA PTO. GUAYAQUIL	ETD. ZARPE PTO. GUAYAQUIL
Buque # 1	08-abr-15	09-abr-15	12-abr-15	11-abr-15	14-abr-15
Buque # 2	15-abr-15	16-abr-15	19-abr-15	18-abr-15	21-abr-15
Buque # 3	22-abr-15	23-abr-15	26-abr-15	25-abr-15	28-abr-15
Buque # 4	29-abr-15	30-abr-15	03-may-15	02-may-15	05-may-15
HORA MAXIMA	5:30 PM		2:00 AM		

**Fuente:** MSC Mediterranean Shipping Company Ecuador C.R C.

**Documento AISV:**

AISV es un documento de transporte interno para la declaración de la carga que se va a importar o a exportar. Vease *anexo 8*.

Para el ingreso del contenedor a zona primaria es necesario que se presente el formulario de AISV y la DAE a continuación se detalla los campos que se debe llenar para la elaboración de dicho documento en la cuadro N° 10.

**Cuadro No 10.****Datos AISV I**

Ingreso o selección del Booking	Datos del booking	Ingreso de Datos
Nombre del exportador	Referencia Cotecna del Ecuador	Nombre del agente afianzado
Nombre de la línea naviera	Nombre de la nave o buque	Documento de Aduana (Número de DAE)
Número de booking	Fecha estimada de arribo (ETA)	Mercadería susceptible a cupo
	Fecha límite (CutOff)	
	Último ingreso sugerido	
	Nombre de la agencia naviera	
	Puerto de descarga	
	Puerto de descarga final	
	Producto declarado en booking	
	Tamaño del contenedor	
	Tipo de contenedor	
	Características de la unidad si es refrigerado o no	
	Estiba bajo cubierta, colocar sí o no	
	Notas del Booking	

**Fuente:** Contecon

**Cuadro No 11.****Datos AISV II**

Datos del Contenedor	Datos sobre refrigeración del contenedor (en el caso que amerite el tipo de mercancía)	Detalle de los sellos del contenedor
Número del contenedor	Tipo de refrigeración,	Número del sello o precinto de la naviera
Tara del contenedor expresado en toneladas	Temperatura,	(Sello de ventilación reefer, para el caso de estudio no se llenará este campo)
Carga Máxima del contenedor	Humedad (CBM),	Sello Opcional, puede ser el sello del exportador
Peso bruto de la carga expresado en toneladas	Ventilación (%), no serán llenados porque las frutas deshidratadas no necesitan refrigeración)	Sello Opcional 2
Origen del contenedor (nombre del depósito) y la fecha y hora de retiro del contenedor.		Responsable del sellado Documento de identidad del responsable del sellado

**Fuente:** Contecon

#### 4.8. Forma de pago

Por ser la primera vez que se realiza la exportación, se establece en el contrato como forma de pago, pago anticipado el que se distribuirá de la siguiente manera: el importador deberá cancelar el 70% antes del embarque de la mercancía de acuerdo a la factura emitida, el exportador confirma el giro realizado , mediante una transferencia bancaria, y el 30% restante cuando la mercancía se encuentre ya embarcada se realizara el envío electrónico de los documentos como: lista de empaque, certificado de origen, conocimiento de embarque y factura.

Así las dos partes tanto importador como exportador aseguran la recepción del pago y la recepción de la mercancía. *Vease en el anexo 10.*

#### 4.9. Cubicaje

Se realiza el cubicaje de la carga a ser exportada y se detalla a continuación en la Tabla N°33.

**Tabla No 33.**

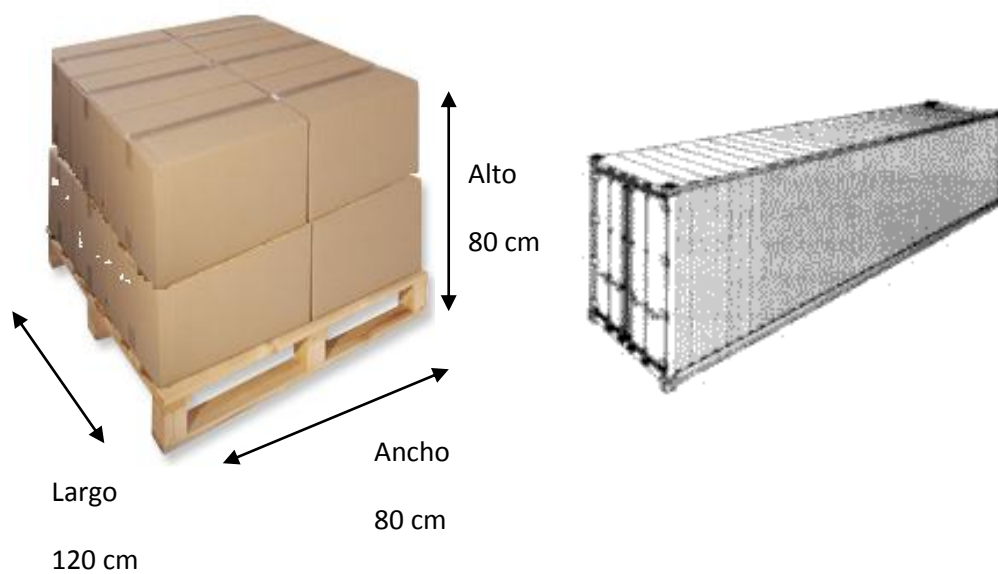
##### Información de Cubicaje

Unidades x caja	64 u
Cajas x pallet	12 cajas
Total unidades producidas mensuales	11286
Número de cajas de la producción	177
Número de pallets full	14
Número de pallets no full	1
Número de palletes en un contenedor 20 pies	15
Número de Contenedores a requerir	1

Se realizará envíos mensuales de 174 cajas selladas con strech film en un contendor de 20 pies apiladas al 2, con un peso bruto de 3084,8 kg y peso neto de 275,40 kg con todas las condiciones adecuadas para

mantenimiento de las mercancías y así no alterar el producto hasta el país de destino.

Se presenta gráficamente el apilado de las cajas en el contenedor en la figura N°67.



**Figura No. 67 Cubicaje**

En el flujo de exportación se detalla a continuación en la figura No. 68 las actividades que realizan tanto el exportador y el importador al momento de realizar la negociación

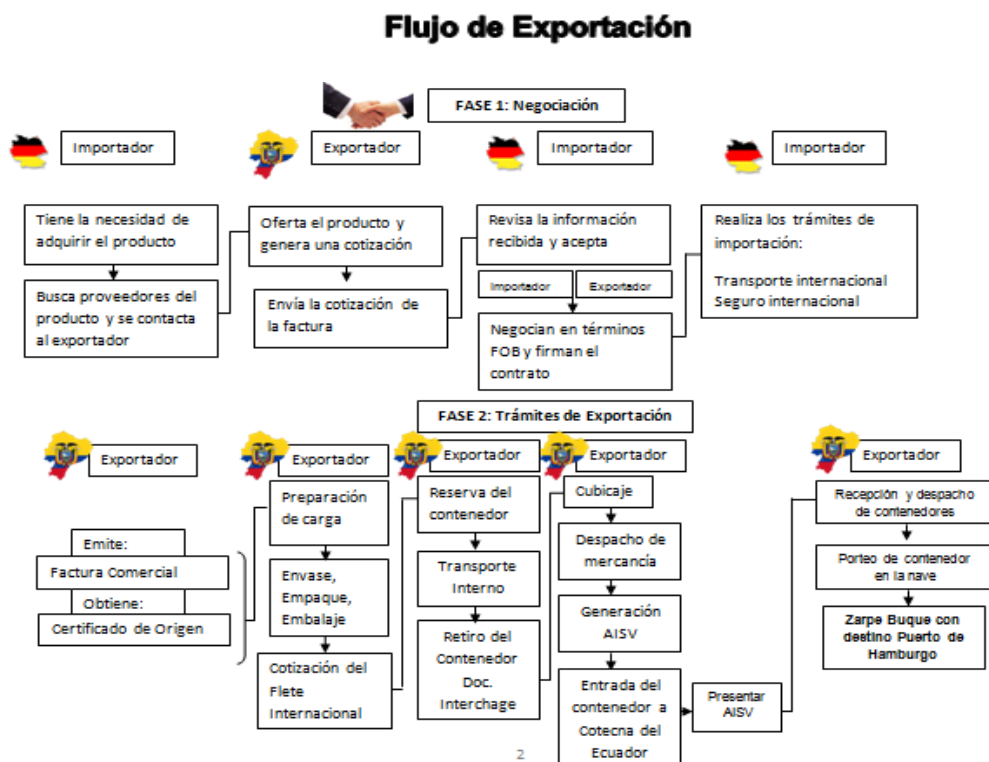


Figura No 68. Flujo de Exportación

## CAPITULO V

### EVALUACION FINANCIERA

#### 5.1 Inversión y Financiamiento

##### 5.1.1 Estado de Situación Inicial

Este estado es el primer balance donde se da a conocer lo que cuenta la asociación y el patrimonio o cantidad inicial; para el mismo se detalla el capital inicial y los activos fijos que hacen referencia a todo lo que se utilizará para el centro de acopio: como la construcción del lugar de acopio, la maquinaria y equipos, los muebles y enseres, equipos de oficina, un vehículo para transportar el café, el equipo de computación y los utensilios y herramientas. Los activos diferidos que son los gastos que se cargan en periodos futuros, y otros activos como las patentes de marca.

En los pasivos se encuentra las cuentas por pagar y la aportación de los socios.

#### Tabla No 34.

##### Estado de Situación Inicial

DETALLE			
<b>CAPITAL DE TRABAJO INICIAL</b>			
<b>EFFECTIVO</b>	44.460,77		
<b>ACTIVOS FIJOS</b>		<b>PASIVOS</b>	
TERRENOS	11.000,00	CUENTAS POR PAGAR	168.510,77
CONSTRUCCIÓN	45.000,00		
MAQUINARIAS Y EQUIPOS	33.000,00		
MUEBLES Y ENSERES	800,00		
EQUIPOS DE OF.	650,00		
VEHÍCULOS	40.000,00		
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	1.700,00		
UTENSILLOS O HERRAMIENTAS	400,00		
<b>OTROS ACTIVOS FIJOS</b>			
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>		<b>TOTAL PASIVOS</b>	<b>168.510,70</b>
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	500,00		
GASTOS DE INV. Y DESARROLLO	1.500,00		
<b>OTROS ACTIVOS DIFERIDOS</b>			

Continúa



OTROS ACTIVOS		PATRIMONIO	
PATENTES Y MARCAS	3.500,00		14.000,00
<b>TOTAL INVERSIÓN</b>	<b>182.510,77</b>	<b>TOTAL P+P</b>	<b>182.510,77</b>

Como se puede ver la tabla No 34 la inversión inicial es de \$182.510,77, con que se empieza la inversión.

### 5.1.2 Financiamiento

El financiamiento es indispensable para desarrollo de las actividades de la asociatividad, por tanto se ha tomado en cuenta un préstamo bancario el mismo que se dará de la siguiente manera, el total de los activos menos la aportación de los socios y así arroja la información del préstamo a solicitar.

**Tabla No 35.**

### Financiamiento

	INICIAL	SOCIOS	PRESTAMO
<b>CAPITAL DE TRABAJO INICIAL</b>	44.460,77		44.460,77
<b>ACTIVOS FIJOS</b>			
TERRENOS	11.000,00	6.950,00	4.050,00
CONSTRUCCIÓN	45.000,00		45.000,00
MAQUINARIAS Y EQUIPOS	33.000,00		33.000,00
MUEBLES Y ENSERES OF.	800,00	800,00	-
EQUIPOS DE OF.	650,00	650,00	-
VEHÍCULOS	40.000,00		40.000,00
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	1.700,00	1.700,00	-
UTENSILLOS O HERRAMIENTAS	400,00	400,00	-
<b>OTROS ACTIVOS FIJOS</b>	-		-
ACTIVOS DIFERIDOS	2.000,00	2.000,00	-
OTROS ACTIVOS	3.500,00	1.500,00	2.000,00
<b>TOTAL</b>	<b>182.510,77</b>	<b>14.000,00</b>	<b>168.510,77</b>
<b>CONDICIONES DEL PRÉSTAMOS</b>			
CAPITAL (VALOR DEL PRESTAMO)	<b>168.510,77</b>		
PLAZO EN MESES	24		
TASA INTERÉS ANUAL	5%		

Como refleja la tabla No 35, el financiamiento se da por dos formas: una por la aportación de 70 socios con un 8% que es de \$200 cada uno y la otra por el préstamo bancario que es el restante con el 92%.

## 5.2. Egresos

Para determinar los egresos se tomará en cuenta el costo de materia prima directa como registra la tabla 36 a continuación:

**Tabla No 36.**

### Costos Materia Prima Directa

PARA LA PRODUCCIÓN O COMERCIALIZACIÓN DEL PRIMER MES				
DETALLE	UNIDAD DE MEDIDA	CAFÉ ORGÁNICO SOLUBLE		
		CATIDAD	COSTO U	COSTO T
Café en grano	KILOS	2.821,69	4,64	13.092,64
Sacos de yute	UNIDAD	62,00	0,40	24,80
Fundas herméticas	UNIDAD	11.286,00	0,30	3.385,80
Tanques de metal	UNIDAD	7,00	20,00	140,00
Cartones	UNIDAD	177,00	0,20	35,40
Stretch film	UNIDAD	10,00	8,00	80,00
<b>TOTAL</b>				<b>16.758,64</b>
<b>COSTO DE MATERIALES UNITARIO</b>				<b>1,48</b>

Los materiales que influirán directamente con la producción serán: el café arábigo en grano que es la materia principal, los sacos de yute donde se pondrá el café después del secado, fundas herméticas las mismas que servirán para empacar , tanques de metal que son necesario para almacenar el café molido.

#### 5.2.1 Costo de Materia Prima Proyectado

Posterior a conocer el costo total de materia prima se realiza el cálculo del costo unitario para proyectar a 5 años tomando en cuenta la tasa de inflación actual que es el 4%, tal como se muestra en la tabla 37.

**Tabla No 37.****Costo Unitario de MPD Anual**

COSTO UNITARIO DE MATERIA PRIMA O MERCADERIA POR PRODUCTO					
DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
CAFÉ ORGÁNICO SOLUBLE	1,48	1,54	1,60	1,66	1,72
TASA INFLACIONARIA ACTUAL	4%				

En la tabla No 38 se puede observar el costo de materia prima por cantidad de producto.

**Tabla No 38.****Costo de Materia Prima por cantidad de producto**

COSTO DE MATERIALES AL AÑO POR PRODUCTO					
DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
CAFÉ ORGÁNICO SOLUBLE	201.103,70	217.011,81	234.178,31	252.702,75	272.692,55
<b>TOTAL</b>	201.103,70	217.011,81	234.178,31	252.702,75	272.692,55

El primer año el costo es de \$ 201.103,70 cada año subirá tomando en cuenta la tasa de inflación, teniendo como año 5 un resultado de \$ 272.692,55.

## 5.2.2 Gasto Sueldos

Los sueldos que se tomarán en cuenta serán los administrativos que constan del gerente, secretaria, contador, encargado de comercio exterior y la mano de obra directa que están los operarios y la persona encargada de control de calidad. En la tabla No 39., se ve el total de los gastos de sueldos que es de \$ 20.676,94.

**Tabla No 39.**

### Gastos Sueldos

GASTOS									
G. SUELDOS Y BENEFICIOS SOCIALES									
DETALLE	CANTIDAD	SUELDO B	Ap. Patronal	10mo 3ERO	10mo 4to	F. de Reserva	Vacaciones	SUELDO + BS	T. MENSUAL
Gerente	1	1.900,00	230,85	158,33	22,00	158,33	79,17	2.548,68	2.548,68
Secretaria	1	500,00	60,75	41,67	22,00	41,67	20,83	686,92	686,92
Contador	1	800,00	97,20	66,67	22,00	66,67	33,33	1.085,87	1.085,87
Ing. Comercio Exterior	1	1.000,00	121,50	83,33	22,00	83,33	41,67	1.351,83	1.351,83
Chofer	2	800,00	97,20	66,67	22,00	66,67	33,33	1.085,87	2.171,73
Operarios	5	1.770,00	215,06	147,50	22,00	147,50	73,75	2.375,81	11.879,03
Control de Calidad	1	700,00	85,05	58,33	22,00	58,33	29,17	952,88	952,88
<b>TOTAL SUELDOS Y BS EMPLEADOS</b>	<b>12</b>	<b>7.470,00</b>	<b>907,61</b>	<b>622,50</b>	<b>154,00</b>	<b>622,50</b>	<b>311,25</b>	<b>10.087,86</b>	<b>20.676,94</b>


### 5.2.3 Resumen de Gastos

La tabla No 40., es el resumen de todos los gastos como los sueldos , servicios independientes, suministros de limpieza de oficina y todos los servicios básicos, el mantenimiento, combustible para el vehículo, la publicidad , los uniformes y otros gastos; adicional se toma en cuenta el 3% de imprevistos y el 3% por comisión de ventas

**Tabla No 40.**

#### Resumen de Gastos proyectado

RESUMEN DE GASTOS						
DETALLE	V. MENSUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>G. SUELDOS Y BS</b>	20.676,94	248.123,30	257.452,74	267.132,96	277.177,16	287.599,02
<b>SERV. INDEPENDIENTES</b>	700,00	8.400,00	8.715,84	9.043,56	9.383,59	9.736,42
<b>SEGUROS</b>		-	-	-	-	-
<b>SUMINISTROS DE LIMPIEZA</b>	180,00	2.160,00	2.241,22	2.325,49	2.412,92	2.503,65
<b>SUMINISTROS DE OFICINA</b>	85,00	1.020,00	1.058,35	1.098,15	1.139,44	1.182,28
<b>SERVI. BÁSICOS</b>	250,00	3.000,00	3.112,80	3.229,84	3.351,28	3.477,29
<b>Luz</b>	50,00	600,00	622,56	645,97	670,26	695,46
<b>Agua</b>	30,00	360,00	373,54	387,58	402,15	417,27
<b>Teléfono</b>	90,00	1.080,00	1.120,61	1.162,74	1.206,46	1.251,82
<b>Internet</b>	80,00	960,00	996,10	1.033,55	1.072,41	1.112,73
<b>MANTENIMIENTO</b>	450,00	5.400,00	5.603,04	5.813,71	6.032,31	6.259,12
<b>COMBUSTIBLE</b>	120,00	1.440,00	1.494,14	1.550,32	1.608,62	1.669,10
<b>PUBLICIDAD</b>	850,00	10.200,00	10.583,52	10.981,46	11.394,36	11.822,79

Continúa 

<b>UNIFORMES</b>	150,00	1.800,00	1.867,68	1.937,90	2.010,77	2.086,37
<b>OTROS GASTOS</b>	735,00	8.820,00	9.151,63	9.495,73	9.852,77	10.223,24
<b>COMISIONES</b>	1.692,90	20.314,80	22.395,04	24.688,29	27.216,37	30.003,32
<b>IMPREVISTOS</b>	1.812,29	21.747,47	22.657,32	23.610,82	24.610,57	25.659,38
<b>TOTAL GASTOS</b>	27.702,13	332.425,57	346.333,32	360.908,23	376.190,17	392.221,99
<b>% DE IMPREVISTOS</b>	7%					
<b>OTRAS COMISION SOBRE VTAS</b>	3%					

El total de los gastos mensuales son de \$ 27.702,13 por los doce meses del año, se obtiene un gasto de \$ 332.425,57 al primer año.

Con la suma de la materia prima y la suma de los gastos se obtiene el capital inicial o también llamada el capital de trabajo el mismo que es de \$ 44.460,77 como se ve en la tabla No 41.

#### **Tabla No 41.**

#### **Capital de Trabajo**

<b>CAPITAL DE TRABAJO INICIAL</b>			
<b>DETALLE</b>	<b>MESES PREVISTOS</b>	<b>VALOR M</b>	<b>VALOR T</b>
PARA M.P. O MERCADERIA	1	16.758,64	16.758,64
PARA GASTOS	1	27.702,13	27.702,13
<b>TOTAL CAPITAL DE TRABAJO</b>	<b>1</b>	<b>44.460,77</b>	<b>44.460,77</b>

## 5.2.4 Depreciaciones y Amortizaciones

La tabla No 42., indica la disminución periódica de los materiales por el uso, el desgaste o por el tiempo de vida útil que tiene el mismo, así también las amortizaciones con el proceso de distribución para el tiempo de duración de los mismos, así se puede observar los gastos que se manejan bajo éste método.

**Tabla No 42.**

### Depreciaciones y amortizaciones

DEPRECIACIONES Y AMORTIZACIONES						
DETALLE	n	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>DEPRECIACIONES</b>						
CONSTRUCCIÓN	20,0	2.250,00	2.250,00	2.250,00	2.250,00	2.250,00
MAQUINARIAS Y EQUIPOS	10,0	3.300,00	3.300,00	3.300,00	3.300,00	3.300,00
MUEBLES Y ENSERES OF.	10,0	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00
EQUIPOS DE OF.	10,0	65,00	65,00	65,00	65,00	65,00
VEHÍCULOS	5,00	8.000,00	8.000,00	8.000,00	8.000,00	8.000,00
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	3,00	566,67	566,67	566,67	-	-
UTENSILLOS Y HERRAMIENTAS	5,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00
OTROS ACTIVOS FIJOS	2,00	-	-	-	-	-
<b>TOTAL DEPRECIACIONES</b>		14.341,67	14.341,67	14.341,67	13.775,00	13.775,00
<b>AMORTIZACIONES</b>						
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	5,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
GASTOS DE INV. Y DESARROLLO	5,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00
OTROS ACTIVOS DIFERIDOS	5,00	-	-	-	-	-
<b>TOTAL AMORTIZACIONES</b>		400,00	400,00	400,00	400,00	400,00

## 5.3. Ventas

Para conocer las ventas primero se realiza la descripción de cantidad en sacos para luego sacar el número de fundas que serán vendidas mensualmente, como muestra la tabla No 43.

**Tabla No 43.****Detalle de Cantidad de fundas 250 gr**

Descripción	Unidades	Cantidad
Producción	Hectáreas	3725
Sacos totales por hectáreas	Quintales	745
Sacos totales por hectáreas	Gramos	33.860.250
Total fundas anuales	250 gramos	135441
Total fundas mensuales	250 gramos	11286

Para saber las ventas que habrá, primero es necesario conocer el precio del producto el que se muestra a continuación con la tabla No 44.

**Tabla No 44.****Precio del Producto**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	U	COSTO		PRECIO	
			UNIT	TOTAL	UNIT	TOTAL
			(\$)	(\$)	(\$)	(\$)
Café orgánico soluble fundas de 250 gr	11286	u	1,48	16.703,28	5	56.430

El precio de venta al público de las fundas de café de 250gr son de \$5,00 valor unitario y el valor total por la cantidad de 11.286 vendidas en el mes, es de \$ 56.430 con una utilidad de 57.95%.

Para las ventas se tomó en cuenta la cantidad producida por los agricultores, siendo ésta de 745 quintales, la misma que se transformó en kilos dando como resultado 33.860,25 kg, posterior se consideró vender en fundas de 250 gramos cada una, el mismo que fue en cantidad mensual de 11.286 fundas de café orgánico soluble; al año se venderá 135.432, como se puede ver en la tabla No 45.



**Tabla No 45.****Ventas Mensuales y Anuales**

VENTAS EN CANTIDAD MENSUAL Y ANUAL		
DETALLE	MENSUAL	ANUAL
CAFÉ ORGÁNICO SOLUBLE	11.286	135.432

**5.3.1 Proyección de Ingresos**

En la tabla No 46 están los ingresos proyectados en dólares, de acuerdo a la cantidad del producto y el precio para saber el ingreso del año 1, y realizar las proyecciones pertinentes en los años siguientes.

**Tabla No 46.****Proyección de Ingresos en Dólares**

PROYECCIÓN DE INGRESOS (EN DOLARES)					
PRODUCTOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
CAFÉ ORGÁNICO SOLUBLE	135.432,00	140.849,28	146.483,25	152.342,58	158.436,28
Precio	5,00	5,30	5,62	5,96	6,31
Ingreso Total	677.160,00	746.501,18	822.942,91	907.212,26	1.000.110,79

En el primer año se pronostica vender 135.432 fundas de café de 250 gr, a un precio de \$ 5,00, obteniendo un ingreso de \$ 677.160.

**5.4 Plan de Inversión y Financiamiento**

Para determinar la factibilidad financiera de este proyecto asociativo se tomó en consideración el financiamiento bancario a la Corporación Nacional de Fomento acogiendo al programa del Buen Vivir, dado que los beneficiarios de éste tipo de préstamos son todas las organizaciones asociativas que están avaladas por órganos gubernamentales.

El crédito que se solicitará será para cancelar la deuda de \$ 167.656,64 que se utilizará para cubrir los parciales de los activos adquiridos y el monto del capital social; el manejo de créditos será con una tasa del 5%, a un periodo de 24 meses.

La tabla No 47 muestra la inversión que se realiza para obtener el préstamo.

**Tabla No 47.**

**Inversión**

<b>INVERSIÓN</b>		
<b>DETALLE</b>	<b>INICIAL</b>	<b>TOTAL</b>
<b>ACTIVO CIRCULANTE</b>		
EFFECTIVO	44.460,77	44.460,77
<b>ACTIVOS FIJOS</b>		
TERRENOS	11.000,00	11.000,00
CONSTRUCCIÓN	45.000,00	45.000,00
MAQUINARIAS Y EQUIPOS	33.000,00	33.000,00
MUEBLES Y ENSERES OF.	800,00	800,00
EQUIPOS DE OF.	650,00	650,00
VEHÍCULOS	40.000,00	40.000,00
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	1.700,00	1.700,00
UTENSILLOS Y MENAJE	400,00	400,00
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>		
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	500,00	500,00
GASTOS DE INV. Y DESARROLLO	1.500,00	1.500,00
<b>OTROS ACTIVOS</b>		
PATENTES Y MARCAS	3.500,00	3.500,00
<b>TOTAL INVERSIÓN</b>	<b>182.510,77</b>	<b>182.510,77</b>

**Tabla No 48.**

**Financiamiento**

<b>FINANCIAMIENTO</b>		
<b>DETALLE</b>	<b>INICIAL</b>	<b>TOTAL</b>
<b>SOCIOS</b>	14.000,00	14.000,00
<b>PRÉSTAMOS</b>	168.510,77	168.510,77
<b>TOTAL FINANCIAMIENTO</b>	<b>182.510,77</b>	<b>182.510,77</b>

En la tabla No 48, está detallada la forma de financiamiento, la cantidad de \$ 14.000 se cubrirá con la aportación de los socios que es de \$200 cada uno, y el restante de \$ 168.510,77 se solicita un préstamo bancario.

#### 5.4.1 Tabla de Amortización

Para realizar la tabla de amortizaciones se tomó en cuenta las condiciones del préstamo como:

#### TABLAS DE AMORIZACIÓN


##### Préstamo

c = capital	168.510,77
i= interés anual	5%
i = interés	
mensual	0,00416667
n = plazo	24
cuota	7.392,80

#### Tabla No 49.

#### Amortizaciones

N	CAPITAL	INTERÉS	CUOTA	SALDO
0				168.510,77
1	6.690,67	702,13	7.392,80	161.820,10
2	6.718,55	674,25	7.392,80	155.101,55
3	6.746,55	646,26	7.392,80	148.355,00
4	6.774,66	618,15	7.392,80	141.580,35
5	6.802,88	589,92	7.392,80	134.777,46
6	6.831,23	561,57	7.392,80	127.946,23
7	6.859,69	533,11	7.392,80	121.086,54
8	6.888,27	504,53	7.392,80	114.198,27
9	6.916,98	475,83	7.392,80	107.281,29
10	6.945,80	447,01	7.392,80	100.335,49
11	6.974,74	418,06	7.392,80	93.360,76
12	7.003,80	389,00	7.392,80	86.356,96
13	7.032,98	359,82	7.392,80	79.323,98
14	7.062,29	330,52	7.392,80	72.261,69
15	7.091,71	301,09	7.392,80	65.169,98
16	7.121,26	271,54	7.392,80	58.048,72
17	7.150,93	241,87	7.392,80	50.897,79
18	7.180,73	212,07	7.392,80	43.717,06
19	7.210,65	182,15	7.392,80	36.506,41
20	7.240,69	152,11	7.392,80	29.265,72

Continúa 

21	7.270,86	121,94	7.392,80	21.994,86
22	7.301,16	91,65	7.392,80	14.693,70
23	7.331,58	61,22	7.392,80	7.362,13
24	7.362,13	30,68	7.392,80	0,00

En el tiempo establecido de dos años para pagar el préstamo se tiene una cuota de \$ 7.392,80 mensuales, como figura en la tabla 49.

### 5.5 Estado de Resultados Proyectado

En el estado de resultados que se puede ver en la tabla 18 expresa los ingresos que son las ventas teniendo como inicio de ingreso en el primer año \$ 667.200,00, en los egresos operacionales se muestra materia prima, gastos sueldos, servicios independientes, suministros de limpieza, suministros de oficina, servicios básicos, mantenimiento, combustible, publicidad, uniformes y además los gastos operacionales.

Para conocer la utilidad operacional se restan los ingresos de los egresos, dando como resultado la utilidad neta de \$ 103.355,12.

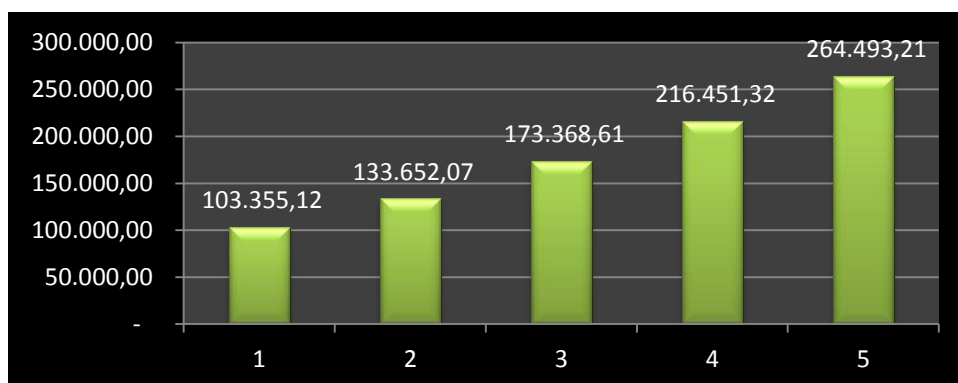
**Tabla No 50.**

#### Estado de Resultados

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>INGRESOS OPERACIONALES</b>					
<b>VENTAS/SERVICIOS PRESTADOS</b>	677.160,00	746.501,18	822.942,91	907.212,26	1.000.110,79
<b>EGRESOS OPERACIONALES</b>					
METERIA PRIMA O MERCADERIA	201.103,70	217.011,81	234.178,31	252.702,75	272.692,55
G. SUELDOS Y BS	248.123,30	257.452,74	267.132,96	277.177,16	287.599,02
SERV. INDEPENDIENTES	8.400,00	8.715,84	9.043,56	9.383,59	9.736,42
SUMINISTROS DE LIMPIEZA	2.160,00	2.241,22	2.325,49	2.412,92	2.503,65
SUMINISTROS DE OFICINA	1.020,00	1.058,35	1.098,15	1.139,44	1.182,28
SERVI. BÁSICOS	3.000,00	3.112,80	3.229,84	3.351,28	3.477,29
MANTENIMIENTO	5.400,00	5.603,04	5.813,71	6.032,31	6.259,12
COMBUSTIBLE	1.440,00	1.494,14	1.550,32	1.608,62	1.669,10
PUBLICIDAD	10.200,00	10.583,52	10.981,46	11.394,36	11.822,79
UNIFORMES	1.800,00	1.867,68	1.937,90	2.010,77	2.086,37

Continúa 

<b>OTROS GASTOS OPERACIONALES</b>	735,00	8.820,00	9.151,63	9.495,73	9.852,77
COMISIONES	20.314,80	22.395,04	24.688,29	27.216,37	30.003,32
IMPREVISTOS	21.747,47	22.657,32	23.610,82	24.610,57	25.659,38
DEPRECIACIÓN	14.341,67	14.341,67	14.341,67	13.775,00	13.775,00
AMORTIZACIÓN	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00
<b>TOTAL EGRESOS OPERACIONALES</b>	<b>540.185,93</b>	<b>577.755,16</b>	<b>609.484,10</b>	<b>642.710,88</b>	<b>678.719,07</b>
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>136.974,07</b>	<b>168.746,03</b>	<b>213.458,80</b>	<b>264.501,38</b>	<b>321.391,72</b>
- OTROS GASTOS	8.820,00	9.151,63	9.495,73	9.852,77	10.223,24
- G. FINANCIEROS	6.559,81	2.356,66	0,00	0,00	0,00
<b>UTILIDAD ANTES DE PART. E IMP.</b>	<b>121.594,26</b>	<b>157.237,73</b>	<b>203.963,07</b>	<b>254.648,61</b>	<b>311.168,48</b>
PART. EMPLEADOS 15%	18.239,14	23.585,66	30.594,46	38.197,29	46.675,27
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>103.355,12</b>	<b>133.652,07</b>	<b>173.368,61</b>	<b>216.451,32</b>	<b>264.493,21</b>
IMPUESTO A LA RENTA 25%	-	-	-	-	-
<b>UNUTILIDAD NETA</b>	<b>103.355,12</b>	<b>133.652,07</b>	<b>173.368,61</b>	<b>216.451,32</b>	<b>264.493,21</b>



**Figura No 69. Estado de Resultado**

En la figura No 69., de estado de resultados se puede observar el crecimiento de la utilidad durante 5 años proyectados siendo esta un aspecto positivo ya que los egresos son menores que las venta

## 5.6 Flujo de efectivo


El flujo de efectivo es el que refleja cuanto efectivo se tiene después de los gastos, intereses y pagos de capital; este flujo ofrece información en relación a los movimientos que se han realizado en un periodo.

A continuación el flujo de efectivo de la asociación ASORCAF en la tabla 51, donde se muestra las entradas y salidas del proyecto.

**Tabla No 51.**

### Flujo de Efectivo Proyectado

DETALLE	INICIAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>ENTRADAS</b>						
VENTAS/SERVICIOS PRESTADOS		677.160,00	746.501,18	822.942,91	907.212,26	1.000.110,79
APORTACIÓN DE CAPITAL	14.000,00					
PRESTAMOS	168.510,77		-			
TOTAL ENTRADAS	182.510,77	677.160,00	746.501,18	822.942,91	907.212,26	1.000.110,79
<b>SALIDAS</b>						
<b>SALIDAS DE INVERSIÓN</b>						
CAPITAL DE TRABAJO I.	44.460,77					
ACTIVOS FIJOS	132.550,00	-	-	-	-	-
ACTIVOS DIFERIDOS	2.000,00	-	-	-	-	-
OTROS ACTIVOS	3.500,00	-	-	-	-	-
<b>SALIDAS DE GASTOS CORRIENTES</b>						
MATERIALES		201.103,70	217.011,81	234.178,31	252.702,75	272.692,55
G. SUELDOS Y BS		248.123,30	257.452,74	267.132,96	277.177,16	287.599,02
SERV. INDEPENDIENTES		8.400,00	8.715,84	9.043,56	9.383,59	9.736,42
SUMINISTROS DE LIMPIEZA		2.160,00	2.241,22	2.325,49	2.412,92	2.503,65
SUMINISTROS DE OFICINA		1.020,00	1.058,35	1.098,15	1.139,44	1.182,28
SERVI. BÁSICOS		3.000,00	3.112,80	3.229,84	3.351,28	3.477,29
MANTENIMIENTO		5.400,00	5.603,04	5.813,71	6.032,31	6.259,12
COMBUSTIBLE		1.440,00	1.494,14	1.550,32	1.608,62	1.669,10
PUBLICIDAD		10.200,00	10.583,52	10.981,46	11.394,36	11.822,79
UNIFORMES		1.800,00	1.867,68	1.937,90	2.010,77	2.086,37
COMISIONES		20.314,80	22.395,04	24.688,29	27.216,37	30.003,32
OTROS GASTOS OPERACIONALES		8.820,00	9.151,63	9.495,73	9.852,77	10.223,24
IMPREVISTOS		21.747,47	22.657,32	23.610,82	24.610,57	25.659,38
G. FINANCIEROS		6.559,81	2.356,66	0,00	0,00	0,00

Continúa 

PART. EMPLEADOS 15%		18.239,14	23.585,66	30.594,46	38.197,29	46.675,27
IMPUESTO A LA RENTA 25%		-	-	-	-	-
PAGO DE PRESTAMO		82.153,81	86.356,96	(0,00)	(0,00)	(0,00)
TOTAL SALIDAS OPERACIONALES	182.510,77	640.482,03	675.644,40	625.681,00	667.090,21	711.589,81
<b>FLUJO DE EFECTIVO (CASH FLOW)</b>	-	36.677,9 7	70.856,78	197.261,91	240.122,05	288.520,98

Al realizar la proyección, se prevé contar con el suficiente efectivo para cubrir con gastos futuros y obtener ganancias, por tanto podemos ver que a lo largo de los 5 años proyectados el flujo incrementa, dando paso a soluciones de inversión posterior.

## 5.7 Balance general proyectado

En el balance que refleja la tabla No 52 podemos ver información sobre como está y estará en 5 años la asociatividad, viendo la disponibilidad de dinero y deudas a pagar.

**Tabla No 52.**

### Balance General

DETALLE	INICIAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>ACTIVOS</b>						
<b>A. CORRIENTE</b>						
<b>EFFECTIVO</b>	29.874,77	55.299,97	92.743,73	246.663,48	432.672,71	655.070,39
<b>IVA PAGADO</b>	14.586,00					
<b>ACTIVOS FIJOS</b>						
TERRENOS	11.000,00	11.000,00	11.000,00	11.000,00	11.000,00	11.000,00
CONSTRUCCIÓN	45.000,00	45.000,00	45.000,00	45.000,00	45.000,00	45.000,00
DEP. ACUM. CONSTRUCCIÓN		(2.250,00)	(4.500,00)	(6.750,00)	(9.000,00)	(11.250,00)
MAQUINARIAS Y EQUIPOS	33.000,00	33.000,00	33.000,00	33.000,00	33.000,00	33.000,00
DEP. ACUM. MAQUINARIA Y EQ.		(3.300,00)	(6.600,00)	(9.900,00)	(13.200,00)	(16.500,00)
MUEBLES Y ENSERES OF.	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00
DEP. ACUM. MUEBLES Y ENS.		(80,00)	(160,00)	(240,00)	(320,00)	(400,00)
EQUIPOS DE OF.	650,00	650,00	650,00	650,00	650,00	650,00
DEP. ACUM. EQUIPOS DE OF.		(65,00)	(130,00)	(195,00)	(260,00)	(325,00)
VEHÍCULOS	40.000,00	40.000,00	40.000,00	40.000,00	40.000,00	40.000,00
DEP. ACUM. VEHÍCULOS		(8.000,00)	(16.000,00)	(24.000,00)	(32.000,00)	(40.000,00)
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	1.700,00	1.700,00	1.700,00	1.700,00	1.700,00	1.700,00

Continúa 



DEP. ACUM. EQUIP. DE COMP.		(566,67)	(1.133,33)	(1.700,00)	(1.700,00)	(1.700,00)
UTENSILLOS Y MENAJE	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00
DEP. ACUM. UTENSILLOS Y MENAJE		(80,00)	(160,00)	(240,00)	(320,00)	(400,00)
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>		-	-	-	-	-
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00
AMORT. ACUM. GASTOS DE CONST.		(100,00)	(200,00)	(300,00)	(400,00)	(500,00)
GASTOS DE INV. Y DESARROLLO	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00
AMORT. ACUM. GASTOS DE INV.		(300,00)	(600,00)	(900,00)	(1.200,00)	(1.500,00)
PATENTES Y MARCAS	3.500,00	3.500,00	3.500,00	3.500,00	3.500,00	3.500,00
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>182.510,77</b>	<b>178.608,30</b>	<b>201.310,40</b>	<b>340.488,48</b>	<b>512.322,71</b>	<b>720.545,39</b>
<b>PASIVO</b>						
<b>PASIVO CORRIENTE</b>						
<b>PASIVO NO CORRIENTE</b>						
PRÉSTAMOS L/P	168.510,77	86.356,96	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>168.510,77</b>	<b>86.356,96</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>
<b>PATRIMONIO</b>						
CAP. SOCIAL	14.000,00	14.000,00	14.000,00	14.000,00	14.000,00	14.000,00
<b>UTILIDADES RETENIDAS</b>			103.355,12	237.007,19	410.375,80	626.827,12
<b>UTILIDAD ACTUAL</b>		103.355,12	133.652,07	173.368,61	216.451,32	264.493,21
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>14.000,00</b>	<b>117.355,12</b>	<b>251.007,19</b>	<b>424.375,80</b>	<b>640.827,12</b>	<b>905.320,33</b>
<b>TOTAL PS + PT</b>	<b>182.510,77</b>	<b>203.712,08</b>	<b>251.007,19</b>	<b>424.375,80</b>	<b>640.827,12</b>	<b>905.320,33</b>

En el año cero se tiene un total de activos de \$ 182.510,77 la misma que iguala con el total de los pasivos más patrimonios, en el año 1 podemos observar que ya se empieza con flujo de efectivo de \$ 55.299,97 con el mismo que podemos contar para los egresos que se registren durante el año.

Desde el año cero hasta el año 1 se puede ver que el préstamo disminuye culminando el mismo con el pago total al cabo de dos años y diez meses.

## 5.8 Evaluación financiera

Para realizar la evaluación financiera se tomará en cuenta los índices económicos como TMAR, VAN, TIR; se relacionará beneficio –costo y costo-beneficio, así como el punto de equilibrio.

### 5.8.1 Tasa Mínima aceptable de Rendimiento (TMAR)

Para la inversión del proyecto se consideró la Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento, o también conocida como tasa mínima de ganancia de la inversión propuesta en la tabla 53.

**Tabla No 53.**

#### TMAR

INDICADORES	PORCENTAJE
Inflación	4%
Tasa Pasiva	5.31%
Tasa libre de riesgo	4.58%
TMAR	13.89%

El porcentaje que se tomó en cuenta es del 14% del TMAR.

### 5.8.2 Valor Actual Neto (VAN)

El cálculo del valor actual neto conocido como VAN, permitirá conocer el valor presente de los ingresos y egresos que se darán a futuro por la inversión dada en consecuencia.

Para realizar el cálculo del VAN se toma en cuenta la siguiente fórmula:

$$VAN = 1 \frac{Qn}{(1+i)^n}$$

Donde:

$Qn$  = Representa la diferencia entre ingresos y egresos

$i$  = Es el TMAR

$n$  = El tiempo o periodo a considerar

#### Tabla No 54.

#### Valor Actual Neto

VAN						
DETALLE	INICIAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INVERSIÓN	- 182.510,77					
FLUJO DE EFECTIVO (CASH FLOW)	-	36.677,97	70.856,78	197.261,91	240.122,05	288.520,98
VALOR RESIDUAL						65.475,00
FEN (FLUJO DE EFECTIVO NETO)	- 182.510,77	36.677,97	70.856,78	197.261,91	240.122,05	353.995,98
FED (FLUJO DE EFECTIVO DESCONTADO)	- 182.510,77	32.173,66	54.521,99	133.146,17	142.171,53	183.854,42
TASA DE DESCUENTO	14%					
<b>VAN = <math>\sum</math>FED - INV</b>	545.867,77	- 182.510,77	=	363.357,00		

En la tabla No 54 muestra el cálculo del VAN proyectado a 5 años, viendo el resultado que es mayor a 0 se puede decir que es factible efectuar el proyecto.

#### 5.8.3 Tasa Interna de Retorno

La tasa interna de retorno muestra la inversión de los rendimientos futuros esperados de dicha inversión, o también conocida como tasa de descuento con la que el valor actual neto o valor presente neto se iguala a cero como se muestra en la tabla No.55.

Tabla No 55.

## Tasa Interna de Retorno

TIR	56%					
TASA INTERNA DE RETORNO						
DETALLE	INICIAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INVERSIÓN	- 182.510,77					
FLUJO DE EFECTIVO (CASH FLOW)	-	36.677,97	70.856,78	197.261,91	240.122,05	288.520,98
VALOR RESIDUAL						65.475,00
FEN (FLUJO DE EFECTIVO NETO)	- 182.510,77	36.677,97	70.856,78	197.261,91	240.122,05	353.995,98
FED (FLUJO DE EFECTIVO DESCONTADO)	- 182.510,77	23.474,97	29.025,57	51.712,02	40.286,83	38.011,25
TASA INTERNA DE RETORNO	56%					
VAN = $\sum$ FED - INV	182.510,77	- 182.510,77	=	-		

Realizando un análisis comparativo entre el VAN, TIR y el TMAR, se puede observar que el proyecto si es factible, teniendo una TIR de 56%, conociendo que a mayor TIR mayor rentabilidad, por tanto se acepta el proyecto de la inversión; además para conocer si es correcto se realiza la comprobación ya que el Valor Actual Neto se iguala a cero.

## 5.8.4 Período de Recuperación de la Inversión

Para conocer en qué tiempo se recupera la inversión dada, se realiza el siguiente cálculo.

FEN= Total entradas- total de saldos operacionales

Tabla No 56.

## Periodo de Recuperación de la Inversión

INVERSION	182.510,77					
FEN ACUMULADO		36.677,97	107.534,75	268.118,69	437.383,96	594.118,03

PRI	AÑOS	MESES
	2	10

El periodo de recuperación de la inversión como muestra la tabla 56 es de 2 años 10 meses, es decir que si es factible ya que se recupera en menos de los cinco años establecidos.

### 5.8.5 Relación Beneficio Costo

La relación de beneficio costo se verifica cuanto sacrifica el proyecto por cada dólar invertido.

Para conocer como dicha relación se toma en cuenta la siguiente fórmula:

$$B/C = \frac{\text{Valor Actual Flujo de fondos}}{\text{Inversión Inicial}}$$

**Tabla No 57.**

#### Beneficio/ Costo

BENEFICIO	0.57
COSTO	

El beneficio sobre el costo arroja un resultado positivo mayor a 0 como se puede ver en la tabla 57, lo que significa que es viable es proyecto, ya que por cada dólar invertido se tiene 0.57 de beneficio.

### 5.8.6 Relación Costo Beneficio

En la relación del costo beneficio podemos ver que si el costo es mayor que el beneficio el proyecto no es factible ya que tiene que ser menos a cero

$$C/B = \frac{\text{Inversión Inicial}}{\text{Valor Actual Flujo de fondos}} = 1,77$$

### 5.8.7 Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio es un análisis financiero donde los ingresos totales se igualan a los costos.

Para calcular el punto de equilibrio de ASORCAF se realiza la siguiente fórmula

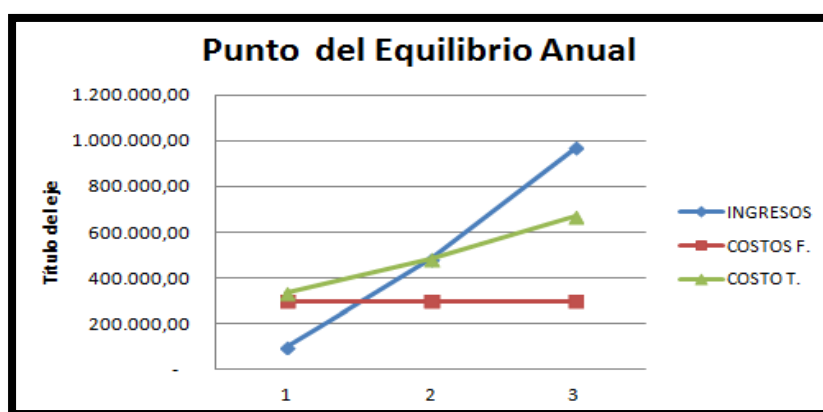
$$\text{Punto de equilibrio} = \frac{\text{Costos Fijos Totales}}{1 - \frac{\text{Costo variable unitario}}{\text{Precio venta unitario}}}$$

Tomando en cuenta los datos de la tabla No 58 se obtiene:

**Tabla No 58.**

#### Datos Para el Punto de Equilibrio

INGRESOS	COSTOS F.	COSTOS V.	COSTO T.
96.603,39	297.854,77	37.032,44	334.887,21
483.016,96	297.854,77	185.162,18	483.016,96
966.033,91	297.854,77	370.324,36	668.179,14



**Figura No. 70. Punto de Equilibrio**

En el figura No. 70 se ve como se interrelacionan los costos totales con los ingresos, tendiendo un punto de equilibrio de \$ 483.016,96. Lo que significa que para el año 2 se puede llegar a una proporción igualitaria, en

donde no se gana ni se pierde cuando se logre vender 132113,92 fundas de café orgánico soluble.

### **Capital de Trabajo**

El capital de trabajo es la capacidad de una empresa para cumplir con sus actividades a corto plazo.

Para conocer el capital de trabajo de ASORCAF se aplicó la siguiente fórmula:

$$\text{Activo Corriente} - \text{Pasivo corriente}$$

<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	<b>44460,77</b>
---------------------------	-----------------

En el modelo de Asociatividad realizado, la diferencia entre el activo corriente y el pasivo corriente arroja una información de \$ 44.460,77 el mismo que muestra que hay disponibilidad a corto plazo para cubrir todas las obligaciones o actividades necesarias para el desarrollo de la producción de café orgánico soluble.

### **Apalancamiento**

Es el tiempo en que se puede financiar una empresa de acuerdo a cuanto se tiene en activos líquidos, sobre el pasivo corriente a corto plazo.

Se realiza la siguiente fórmula para saber el apalancamiento:

$$\text{Prueba acida} = \frac{\text{activo corriente}}{\text{pasivo corriente}}$$

**Tabla No 59.****Apalancamiento**

PRUEBA ACIDA	ACTIVO CORRIENTE	44460,7
	PASIVO CORRIENTE	0

De acuerdo a la aplicación de prueba acida como se ve en la tabla No 59 existe activos corrientes o efectivo, el que se puede manejar a corto plazo, o también llamada la capacidad financiera, lo contrario con el pasivo corriente que no existe.

**Rendimiento sobre la Inversión**

El rendimiento que veremos a continuación sobre la inversión, obtenida por la siguiente fórmula:

$$\text{Rendimiento sobre la inversion} = \frac{\text{ventas netas}}{\text{total activos}} * 100$$

**Tabla No 60.****Rendimiento sobre la inversión**

UTILIDAD NETA	103.355,12	0,57
TOTAL ACTIVOS	182.510,77	

En la tabla No 60 muestra el porcentaje con el que se maneja el rendimiento, es decir que las ventas han superado los activos iniciales con lo que se empezó.

**Relación Pasivo Patrimonio**

Al analizar la relación entre el pasivo con el patrimonio se aplica la siguiente fórmula:

$$\text{Relacion etre} = \frac{\text{pasivo}}{\text{patrimonio}} * 100$$



**PASIVO**                    **1.204**  
**PATRIMONIO**

El resultado al relacionar el pasivo con el patrimonio dio una respuesta de 1204%, lo que quiere decir que del total de la inversión inicial la mayor parte del financiamiento, es a través de un préstamo bancario y la otra pequeña parte por la aportación de socios.

## **CAPITULO VI**

### **6. IMPACTO DEL MODELO ASOCIATIVO**

En este capítulo se realiza un análisis general de la contaminación del medio ambiente, previo a establecer e grado de impacto ambiental del proyecto con la creación de la asociatividad. Por cuanto se conoce la satisfacción de las necesidades básicas del ser humano y el progresivo desarrollo de la sociedad, han determinado la utilización de los recursos que la naturaleza nos ofrece.

#### **6.1. Impacto Económico**

La asociatividad como un forma de estrategia para solventar necesidades y requerimientos de venta de un producto, tiende a influir en varios aspectos como es en la parte económica; en la actualidad resulta evidente la existencia de una interrelación entre el desarrollo de productividad y la capacidad y habilidad de las personas, la misma que lleva a encontrar una forma de crecimiento económico a gran escala, es así que se crean las asociaciones para mejorar el nivel económico de quienes forman parte de ésta.

La asociatividad permitirá el manejo adecuado y uso optimo de los recursos para la elaboración de café orgánico cumpliendo así estándares de calidad lo que genera la oportunidad de competir en el mercado internacional, generando ingresos a los productores mediante un comercio justo.

##### **6.1.1. Desarrollo de la Economía de los productores**

Conociendo que la mayoría de los productores agrícolas cafetaleros realizan sus actividades de manera artesanal, por la falta de conocimiento y tecnología, el tema de recursos económicos se ha convertido en un condicionante para ellos, sin saber ni tener salida de venta de los productos que ofertan, por todos estos impedimentos se ha encontrado una forma de

solucionar la problemática financiera, siendo la asociatividad una estrategia que lleva a crear fuentes de trabajo nuevas alternativas de crecimiento.

## **6.2. Impacto Social**

Como resultado del incremento de la producción y el ingreso de una mejor calidad del café a nuevos mercados en el exterior se ve la oportunidad de competir en dichos mercados, lo que implica generación de valor agregado, además de las exigencias en el cumplimiento de certificación para el ingreso del producto. Una de las ventajas es que la comercialización de un producto orgánico es de mejor aceptación en los países industrializados.

El incremento social que se refleja directamente en la mejora de la calidad de vida del productor y sus familias, lo que se pretende con este proyecto es incrementar plazas de trabajo directas e indirectas, mejorando los ingresos cumpliendo los lineamientos de un comercio justo, además se contribuye de esta manera a la disminución del desempleo en esta zona.

La asociatividad dispone de políticas de no discriminación cultural, de género, raza, religión dando oportunidad a todos los productores, a formar parte de dicha institución como nocivos además se aplica el primer principio cooperativo de adhesión libre y voluntaria.

## **6.2. Impacto Ambiental**

### **6.3.1. Influencia de la producción orgánica en el medio ambiente**

Las condiciones de higiene de los alimentos orgánicos para las exportaciones de productos de origen vegetal y animal deben tener en cuenta también otros requisitos que deben ser cumplidos, estos deben estar exentos de:

- Contaminantes,
- Niveles máximos de residuos de plaguicidas,
- El uso de aditivos, las enzimas y los aromas,
- Materiales y artículos en contacto con productos alimenticios,

- La irradiación de alimentos,
- Radiactividad.

A continuación se detalla en la tabla No 61 el impacto ambiental en el proceso de cultivo de café orgánico:

**Tabla No 61.**

**Impacto Ambiental**

<b>Proceso</b>	<b>Ventajas</b>	<b>Desventajas</b>
<b>Preparación del Terreno</b>	El mantenimiento de un suelo en las condiciones adecuadas conlleva a un cultivo y cosecha sana  Se genera plazas de trabajo	Perdida del hábitat de los animales terrestres que se encuentran en el suelo
<b>Siembra</b>	Inicio de la plantación de café  Se genera plazas de trabajo	N/A
<b>Fertilización Orgánica</b>	Proceso en el cual las plantas toma los nutrientes de manera orgánica	N/A
<b>Riego</b>	Pone en actividad a los micro elementos del suelo	N/A
<b>Control de Plagas y enfermedades</b>	Control libre de todo químico e insecticida obteniendo un fruto sano de alta calidad mediante el uso de agentes naturales y remedios ancestrales.	N/A

## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### Conclusiones

- El cantón Puyango reúne las condiciones climáticas, económicas y sociales adecuadas para el cultivo de café orgánico de calidad destacándose así por su forma, aroma, acidez entre otros.
- Dentro de las exportaciones ecuatorianas el café es uno de los productos más comercializados en el exterior por lo que el gobierno ha implementado el cambio de la matriz productiva e impulsa y apoya al productor con los recursos necesarios para mejorar el proceso de producción.
- Según el análisis de las encuestas realizadas la aceptación de la creación de la asociatividad corresponden al 90%, en la cual los productores lo ven como una inversión rentable el cultivo de café orgánico dando a conocer los beneficios y características que posee dicho producto.
- Se define a Alemania como destino de envío del producto ya que es el país con mayor consumo de café orgánico, se debe tomar en cuenta también las condiciones de exportación que requiere la UE al momento del ingreso de un nuevo producto las exigencias son mayores ya que su objetivo es el bienestar del consumidor.
- El proyecto es aceptable y factible de acuerdo al estudio financiero realizado, se ha podido observar que el proyecto tiene ingresos significativos, con un periodo de recuperación de dos años, lo que significa que a partir de ese tiempo ya se puede contar con mayor flujo de efectivo e ingresos.
- La conformación de la asociatividad tiene ventajas competitivas frente a un productor que comercializa su café mediante intermediarios, los beneficios implican un desarrollo económicamente sostenible y socialmente sustentable.

## Recomendaciones

- Recomendamos a los productores que sean parte de la asociación ya que no solo se busca la comercialización del café sino un complemento integral a solventar las necesidades de los productores con el fin de crear expectativas de mejora continua para la innovación en procedimientos.
- Se debería dar mayor apertura a todos los pequeños productores que no cuentan con ventas de ingresos significativos frente a los costos de inversión que manejan, por tanto la asociatividad es una opción e crecimiento y desarrollo.
- Es recomendable que los productores dedicados a esta actividad, conozcan sobre los beneficios de trabajo en conjunto, basados en la economía popular y solidaria, y el apoyo de entidades gubernamentales que impulsan al desarrollo de la agricultura ecuatoriana.
- El mercado objetivo como Alemania, siendo un país desarrollado y óptimo para ofertar el café orgánico soluble, es necesario e indispensable conocer las exigencias a profundidad del manejo de comercialización y financiamiento.
- Es óptimo que los agricultores de Puyango conozcan los ingresos que pueden obtener al producir el café orgánico y transformarlo en materia manufacturada como muestra el presente proyecto.
- Es necesario que se cambie la forma de comercialización, disminuyendo intermediarios; saber que la asociatividad tiene efectos positivos como en la parte social, económica, y sobre todo es importante que los productores conozcan y cambien la producción convencional por la orgánica que es un beneficio para el medio ambiente.

## BIBLIOGRAFÍA

Adam, S. (1974). *Una investigación sobre la naturaleza y causas de la riqueza de las naciones*. Barcelona España: Basch casa editorial S.A.

Albuquerque, F. (2014). *Desarrollo económico local y descentralización en América Latina*. Obtenido de Comisión Económica para América Latina y El Caribe:  
<http://www.cepal.org/es/publicaciones/10946-desarrollo-economico-local-y-descentralizacion-en-america-latina>

BCE. (Enero de 2013). *Balanza Comercial 2013*. Banco Central del Ecuador.  
 Recuperado el 11 de 05 de 2013, obtenido de:  
<http://www.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorExterno/Balanza>

BCE. (26 de 05 de 2013). *Evolución de la balanza comercial*. Banco Central del Ecuador. Recuperado el 27 de 08 de 2014, obtenido de:  
<http://www.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorExterno/Balanza>

BPM. (4 de Noviembre de 2002). *Reglamento de Buenas Prácticas de Manufactura para Alimentos Procesados*. Buenas Practicas de Manufactura. Obtenido de Decreto Ejecutivo N.3253. Quito.

Campo, M. (07 de Mayo de 2008). *Caracterización de las cadenas productivas de manufactura y servicios en Bogotá y Cundinamarca*. Obtenido de  
 <[http://camara.ccb.org.co/documentos/623\\_2006\\_4\\_11\\_11\\_6\\_19\\_Caracterizacion\\_de\\_las\\_cadenas\\_productivas](http://camara.ccb.org.co/documentos/623_2006_4_11_11_6_19_Caracterizacion_de_las_cadenas_productivas)>

Carreto, J. (2013). *Planeación Estratégica*. Recuperado el 04 de enero de 2014, obtenido de <<http://planeacion-estrategica.blogspot.com/2008/07/ventaja-competitiva-de-porter.html>>

CE . (28 de junio de 2007). *Principios específicos aplicables a la transformación de alimentos ecológicos*. Comunidad Europea. Obtenido de Reglamento No. 834/2007. Diario Oficial de la Unión Europea. Viena.

CE. (05 de septiembre de 2008). *Consejo sobre producción y etiquetado de los productos ecológicos*. Comunidad Europea. Obtenido de Reglamento No. 889/2008. Diario Oficial de la Unión Europea. Viena.

CEPAL. (Noviembre de 2005). *Aglomeraciones en torno a los recursos naturales en América Latina y el Caribe: políticas de articulación y articulación de políticas*. Comisión Económica para América Latina y El Caribe. Obtenido de:

<http://www.cepal.org/es/publicaciones/2447-aglomeraciones-en-torno-los-recursos-naturales-en-america-latina-y-el-caribe>

- COFENAC. (6 de septiembre de 2008). *Café Árabigo Orgánico, Guía para la producción y procesamiento a nivel de finca*. Consejo Cafetalero Nacional. Obtenido de: <http://cofenac.org/documentos/Normas-Cafe-Arabigo.pdf>
- COFENAC. (6 de septiembre de 2008). *Café Robusta Orgánico, Guía para la producción y procesamiento a nivel de finca*. Consejo Cafetalero Nacional. Obtenido de: <http://cofenac.org/documentos/NORMAS-CAFE-ROBUSTA.pdf>
- COFENAC. (31 de enero de 2013). *Situación del Sector Cafetalero Ecuatoriano*. Consejo Cafetalero Nacional. Obtenido de: <http://www.cofenac.org/documentos/Plan-Estrategico-Cafetalero-Ecuatoriano.pdf>
- COPCI. (29 de Diciembre de 2010). *Exportación definitiva*. Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones. Obtenido de *Registro Oficial N. 351*. Quito, Pichincha, Ecuador.
- Fair Trade International. (2011). *Comercio Justo*. Comercio Justo Internacional. Recuperado el 03 de mayo de 2015, obtenido de <http://www.fairtrade.net/what-is-fairtrade.html?&L=1>
- Fontaine, M. P. (22 de Junio de 2008. ). *Las Alianzas Empresariales. En busca del compañero ideal*. Obtenido de: <http://www.revistamm.com/rev50/admon2.pdf>
- Guerrero, C. (19 de Junio de 2008). *El poder de la asociatividad*. Bogotá. Obtenido de: <http://www.acercar.org.co/industria/biblioteca/eventos/fase6/textil/13032006/02.pdf>
- Guerrero, M. (20 de Febrero de 2014). *Creación de una empresa comercializadora de café al mercado Estadounidense*. Ciudad Quito. Trabajo de Grado presentado como requisito para la obtención del título de Máster en Administración de Empresas. Universidad San Francisco de Quito. Obtenido de: <http://repositorio.usfq.edu.ec/bitstream/23000/234/1/93375.pdf>
- ICC. (2010). *Reglas de ICC para el uso de términos comerciales nacionales e internacionales*. Cámara de Comercio Internacional. (págs. 95-120). Paris: Aprograf.



- INEN. (Septiembre de 2013). *Café Soluble Requisitos NTE 122:2000* . Servicio Ecuatoriano de Normalización. Obtenido de:  
[http://www.normalizacion.gob.ec/wp-content/uploads/2014/04/1122\\_3r.pdf](http://www.normalizacion.gob.ec/wp-content/uploads/2014/04/1122_3r.pdf)
- LOEPS. (04 de mayo de 2011). *Formas de Organización de La Economía Popular y Solidaria*. Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular y Solidario. Obtenido de *Registro Oficial Suplemento N° 351*. Quito.
- Luna, L. (25 de Febrero de 2014). *El cambio de la matriz productiva del Ecuador y su efecto en el comercio exterior*. Obtenido de  
<<http://solocquenadacbyllunao.blogspot.com/2013/04/el-cambio-de-la-matriz-productiva-del.html>>
- Marshall, A. (1931). *Principios de Economía*. Recuperado el 07 de diciembre de 2014, obtenido de <http://eet.pixel-online.org/files/etranslation/traduzioni/spagna/Marshall,%20Principios%20de%20economia.pdf>
- Mcburney, M. (septiembre de 2011). *Las cadenas de valor del café orgánico/comercio justo de Intag y su impacto en el desarrollo local*. Quito, Ecuador.
- Mercy Narvaez, G. F. (2008). *El desarrollo local sobre la base de la asociatividad empresarial: una propuesta estratégica*.
- MAGAP. (22 de marzo de 2013). *Proyecto de Reactivación de Café y Cacao Nacional fino de aroma*. Ministerior de Agricultura, Gandería, Acuacultura y Pesca. Obtenido de: <http://balcon.magap.gob.ec/pruebas/index.php/proyecto-de-reactivacion-de-cafe-y-cacao-nacional-fino-de-aroma>
- Osorio, L. (01 de 04 de 2013). *Solo C que nada C*. Recuperado el 25 de febrero de 2014, obtenido de:  
<<http://solocquenadacbyllunao.blogspot.com/2013/04/el-cambio-de-la-matriz-productiva-del.html>>
- Proecuador. (Abril de 2013). *Ánalysis Sectorial de Café*. Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones. Obtenido de:  
[http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2013/05/PROEC\\_AS2013\\_CAFE.pdf](http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2013/05/PROEC_AS2013_CAFE.pdf)

- Proecuador. (Enero de 2015). *Perfil Logístico de la República Federal de Alemania año 2015*. Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones. Recuperado el 09 de abril de 2015, obtenido de: <http://www.proecuador.gob.ec/pubs/perfil-logistico-de-alemania-2014/>
- Rainforest Alliance. (2006). *Que es Rainforest Alliance certified*. Alianza de Selva. Obtenido de: [www.rainforest-alliance.org/es](http://www.rainforest-alliance.org/es)
- Red de Comunicación Comunitaria. (05 de Junio de 2014). *Asociatividad Empresarial*. Recuperado el 23 de noviembre de 2014, Obtenido de: <http://www.redcomunicacioncomunitaria.org/documentos/Presentacion%20Asociatividad.pdf>
- Reyes, G. (Febrero de 2006). *América Latina y El Caribe: Integración e Inserción en los Mercados Internacionales*. Obtenido de Revista Crítica de Ciencias Sociales y Jurídicas: [pendientedemigracion.cm.es/info/nomadas/14/greyes.pdf](http://pendientedemigracion.cm.es/info/nomadas/14/greyes.pdf)
- Rosales, R. (Julio de 1997). *La Asociatividad como Estrategia de Fortalecimiento de las PYMEs*. Obtenido de Cambios Estratégicos en las políticas industriales: [www.sela.org/attach/258/edocs/SRed/2005/11/t0236000000-7-La\\_asociatividad\\_como\\_estrategia.htm](http://www.sela.org/attach/258/edocs/SRed/2005/11/t0236000000-7-La_asociatividad_como_estrategia.htm)
- SENPLADES. (2013). *Plan Nacional del Buen Vivir*. Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo. Obtenido de: <http://www.buenvivir.gob.ec/el-socialismo-del-buen-vivir>
- Sforzi, F. (2013). *Del distrito industrial al desarrollo local*. Obtenido de [www.unioviado.es/cecodet/formacion/ORDS/docum/Sforzi\\_Artimino05.pdf](http://www.unioviado.es/cecodet/formacion/ORDS/docum/Sforzi_Artimino05.pdf)
- Smith, A. (1974). *Una investigación sobre la naturaleza y causas de la riqueza de las naciones*. Barcelona España: Basch editorial s.a.
- Trade Export Helpdesk (2013). *Control of pesticide residues in plant and animal products intended for human consumption*. Ayuda técnica Comercial De exportación. Recuperado el 03 de octubre de 2014, de European Commission obtenido de: [http://exporthelp.europa.eu/thdapp/taxes/show2Files.htm?dir=/requirements&reporterId1=EU&file1=ehir\\_eu14\\_04v001/eu/main/req\\_heapestires\\_eu\\_010\\_1003.htm&reporterLabel1=EU&reporterId2=DE&file2=ehir\\_de14\\_04v001/de/main/req\\_heapestires\\_de\\_010\\_1003.htm&reporte](http://exporthelp.europa.eu/thdapp/taxes/show2Files.htm?dir=/requirements&reporterId1=EU&file1=ehir_eu14_04v001/eu/main/req_heapestires_eu_010_1003.htm&reporterLabel1=EU&reporterId2=DE&file2=ehir_de14_04v001/de/main/req_heapestires_de_010_1003.htm&reporte)

TRADEMAP. (23 de Febrero de 2014). *Importaciones de Café Soluble*. Trade Statistics for International Business Development. Obtenido de <http://www.trademap.org/>